

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES,

ECONÓMICAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE ALOJAMIENTO Y
ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD DE PACCHANTA Y LA
SATISFACCIÓN DEL TURISTA NACIONAL**

PRESENTADA POR:

Br. VERONICA CRISPIN JANCCO

Br. BRISAYDA RUIZ QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO

PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN TURISMO

ASESORA:

Dra. ROXANA JULIA ABARCA

ARRAMBIDE

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 ROXANA JULIA ABARCA
ARRAMBIDE quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD DE
PACHANTA Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA NACIONAL

Presentado por: VERONICA CRISPIN JANCO DNI N° 77709972;
presentado por: BRISAYDA RUIZ QUISPE DNI N°: 74050968
Para optar el título Profesional/Grado Académico de LICENCIADA
EN TURISMO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 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 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.	<u>X</u>
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, 19 de ENERO de 2026

Roxana Julia Abarca Arrambide
Firma

Post firma ROXANA JULIA ABARCA ARRAMBIDE

Nro. de DNI 23908183

ORCID del Asesor 0000-0002-9644-4591

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:547390365

VERONICA CRISPIN JANCCO

Oferta de Servicios Turísticos de Alojamiento y Alimentación en la Comunidad de Pacchanta y la Satisfacción del Turista Naci...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:547390365

Fecha de entrega

19 ene 2026, 12:12 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

19 ene 2026, 12:19 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS VERONICA CRISPIN Y BRISAYDA RUIZ.docx

Tamaño del archivo

18.5 MB

119 páginas

21.177 palabras

122.812 caracteres




9% Similitud general

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

Filtrado desde el informe


- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 7%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
9 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

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

A Dios todopoderoso, por orientarme en mis pasos y brindarme la sabiduría necesaria en este camino.

A mis papás, Felipe y Juliana, por su apoyo permanente, por brindarme su mano de manera constante y por la confianza que me han mostrado; ellos son la razón principal para seguir adelante.

A mis hermanos, por acompañarme en los momentos en los que más los necesité, y a toda mi familia en general, por sus consejos y respaldo.

A mis amigos, por sus palabras de ánimo y orientación, que fueron fundamentales para culminar este trabajo.

Veronica Crispin Jancco

A Dios, por ser el sostén y la fuerza que me permitió alcanzar mis metas.

A mis papás, Odilón y Raymunda, por su apoyo continuo durante toda mi trayectoria universitaria; por su empeño, enseñanzas y por inculcarme valores y principios que me han formado como profesional.

A mis hermanas, por acompañarme siempre en mis logros y en mis caídas, motivándome a no rendirme jamás.

A mi tía, por sus valiosas orientaciones, su respaldo y sus enseñanzas durante todo este proceso.

Brisayda Ruiz Quispe

Agradecimiento

Mi gratitud a dios por escucharme mis oraciones y brindarme las fuerzas para continuar y lograr un sueño adicional.

A mis padres Felipe y Juliana por su inmenso apoyo incondicional que permitieron hacer realidad mi sueño más anhelado. Y a mis hermanos por alentarme.

A mis amigos en general por sus consejos e ideas que aportaron lo suficiente para desarrollar y poder culminar.

A mi Asesora Dra. Roxana Abarca Arrambide por su orientación académica y apoyo moral. Y a los profesores de la Escuela Profesional de Turismo, quienes gracias a sus enseñanzas me permitieron realizar este trabajo de investigación actual.

Veronica Crispin Jancco

Agradezco a Dios; por acompañarme y orientarme en esta etapa crucial de mi vida.

A mis padres y hermanas por estar conmigo y apoyarme a lo largo de mi carrera universitaria.

A mi asesora Dra. Roxana Abarca Arrambide por la guía, el apoyo y la instrucción para llevar a cabo este trabajo de investigación actual.

A mis catedráticos universitarios que me enseñaron conocimientos en distintas áreas de la carrera profesional de Turismo.

Brisayda Ruiz Quispe

Presentación

Señor Decano de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad
Nacional de San Antonio Abad del Cusco,

Estimados miembros del jurado:

Con el objetivo de obtener el título profesional de Licenciado en Turismo y
cumpliendo con lo que dictan las normas vigentes sobre grados y títulos, me permito
presentar el siguiente trabajo de investigación titulado: “Oferta de servicios turísticos de
alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta y la satisfacción del turista
nacional”.

El objetivo principal del trabajo es determinar el efecto que tiene la oferta de servicios
turísticos relacionados con el alojamiento y alimentación en la satisfacción del turista
nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

Agradezco de antemano la atención brindada y el apoyo otorgado en este proceso
académico.

Índice general

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Presentación.....	iii
Índice general.....	iv
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción.....	13
Capítulo I Planteamiento del Problema.....	15
1.1. Situación Problemática.....	15
1.2. Formulación del Problema.....	19
1.2.1. Problema General.....	19
1.2.2. Problemas Específicos.....	19
1.3. Justificación.....	19
1.3.1. Justificación Teórica.....	19
1.3.2. Justificación Practica.....	20
1.3.3. Justificación Social.....	20
1.4. Objetivos de la Investigación.....	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	21
1.5. Delimitación de la Investigación.....	21

1.5.1. Delimitación Espacial.....	21
1.5.2. Delimitación Temporal.....	21
1.6. Limitaciones de la Investigación	21
1.6.1. Limitaciones Metodológicas.....	21
1.6.2. Limitaciones de Tiempo	22
1.6.3. Limitaciones Económicas.....	22
1.6.4. Limitaciones Geográficas	22
Capítulo II Marco Conceptual	23
2.1. Antecedentes de la Investigación	23
2.1.1. Antecedentes Internacionales	23
2.1.2. Antecedentes Nacionales	26
2.1.3. Antecedentes Locales	28
2.2. Bases Teóricas	31
2.2.1. Oferta Turística.....	31
2.2.2. Servicio Turístico	31
2.2.3. Satisfacción.....	33
2.3. Marco Conceptual	34
2.4. Marco Legal.....	37
2.4.1. Ley N° 32392 – Nueva Ley General de Turismo	38
2.4.2. Ley N.º 31797 – Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario.....	38
2.4.3. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje	39
2.4.4. Reglamento de Restaurantes y Servicios Afines	39
Capítulo III Hipótesis y Variables	40
3.1. Hipótesis General	40

3.2. Hipótesis Específicas.....	40
3.3. Operacionalización de Variables	40
Capítulo IV Metodología de la Investigación	43
4.1. Área de Estudio y Localización Política y Geográfica.....	43
4.1.1 Ubicación.....	43
4.1.2 Altitud.....	43
4.1.3 Accesibilidad	43
4.1.4 Aspecto Económico	44
4.2.1. Actividades Turísticas	44
4.2. Metodología de Investigación	46
4.2.1. Tipo de Investigación	46
4.2.2 Nivel de Investigación	47
4.2.3. Diseño de la Investigación.....	48
4.2.4. Enfoque de la Investigación	48
4.2.5. Alcance de la investigación	49
4.3. Unidad de Análisis	49
4.4. Población de Estudio	49
4.5. Muestra de Estudio	50
4.6. Técnicas de Selección de Muestra.....	51
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	51
4.7.1 Técnicas	51
4.7.2 Instrumentos	52
4.8. Validez y Confiabilidad.....	52

Capítulo V Resultados de la Investigación	54
5.1. Resultados.....	54
5.1.1. Estadística Descriptiva	54
5.1.2. Estadística Inferencial.....	57
5.1.3. Resultados de las Entrevistas.....	62
5.2. Discusión de Resultados.....	65
Capítulo VI Propuestas de la Investigación	69
6.1. Capacitación a los Prestadores de Servicio de Alojamiento y Alimentación para la Satisfacción del Turista Nacional en la Comunidad de Pacchanta	69
6.1.1. Descripción.....	69
6.1.2. Objetivo General.....	70
6.1.3. Objetivo Específico.	70
6.1.4. Cobertura	70
6.1.5. Propuestas.....	70
6.1.6. Acciones	71
6.1.7. Duración	71
6.1.8. Justificación	71
6.1.9. Ejecutor.....	71
6.2. Formalización de los Prestadores de Servicio Turístico de Alojamiento y Restaurante de la Comunidad de Pacchanta para el Beneficio de Obtención Cofinanciamiento a Traves de Programas del Estado.....	72
6.2.1. Descripción.....	72
6.2.2. Objetivo General.....	72
6.2.3. Objetivo Especifico	72

6.2.4. Los Pasos Para Formalizarse	72
6.2.5. Requisitos	73
6.2.6. Gastos que Cofinancia el Programa.....	74
6.2.7. Gastos que No son Elegibles	76
6.2.8. Monto.....	77
6.2.9. Proceso del Concurso	77
6.2.10. Justificación	78
6.2.11. Ejecutor.....	79
6.3. Aplicación y uso de Agencias de Viajes Online, Conocidas Como OTAS en los Alojamientos Turísticos de Hospedaje y Alimentación en la Comunidad de Pacchanta	79
6.3.1. Descripción.....	79
6.3.2. Objetivo	79
6.3.3. Airbnb.....	79
6.3.4. Booking	80
6.3.5. Justificación	81
6.3.6. Ejecutor.....	82
Conclusiones	83
Recomendaciones	85
Referencias bibliográficas.....	86
Anexos	92
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	92
Anexo 2: Validación de Instrumentos.....	94
Anexo 3: Instrumentos.....	102
Anexo 4: Evidencias de trabajo de campo	107

Índice de tablas

Tabla 1	Cuadro de Operacionalización de variables.....	41
Tabla 2	Población de estudio	50
Tabla 3	Confiabilidad del instrumento.....	52
Tabla 4	Proporción según el sexo de los turistas nacionales y locales que visitaron durante el año 2024.....	55
Tabla 5	Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.....	56
Tabla 6	Tabla cruzada de servicios turísticos y la satisfacción del turista en la comunidad de Pacchanta distrito de Ocongate.	58
Tabla 7	Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.....	60
Tabla 8	Situación legal del negocio	63

Índice de figuras

Figura 1	Diagrama de Triangulo del servicio	33
Figura 2	Ubicación geográfica comunidad de Pacchanta.....	44
Figura 3	Proporción de edad de los turistas nacionales y locales que visitaron durante el año 2024.....	54
Figura 4	Proporción según el sexo de los turistas nacionales y locales que visitaron durante el año 2024.....	55
Figura 5	Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.....	56
Figura 6	Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.....	60

Resumen

El propósito de este estudio fue analizar la manera en que la provisión de servicios turísticos, concretamente de alojamiento y comida, afecta la satisfacción de los visitantes nacionales en la comunidad de Pacchanta, situada en el distrito de Ocongate. Con este propósito, se empleó una perspectiva mixta con un diseño no experimental de tipo transversal. Se llevaron a cabo encuestas en 280 turistas y entrevistas semiestructuradas a los proveedores de servicios turísticos locales. Los resultados cuantitativos muestran que existe una relación significativa entre la oferta de servicios turísticos (alojamiento y alimentación) y la satisfacción del visitante ($p = 0.0412$). El análisis cualitativo permitió identificar limitaciones en la disponibilidad de infraestructura, escasa variedad gastronómica, limitada profesionalización y predominio de la informalidad en los servicios ofrecidos. Se concluye que la oferta turística actual resulta insuficiente para atender de manera adecuada las expectativas de los turistas nacionales, lo que se refleja en que el 63% de los visitantes manifestaron estar insatisfechos con los servicios de alojamiento y alimentación. Asimismo, la escasa capacitación técnica y la limitada formalización del sector reducen la competitividad turística de la comunidad. En consecuencia, se recomienda fortalecer los procesos de formación de los prestadores de servicios, diversificar la oferta gastronómica y mejorar la infraestructura de alojamiento, a fin de garantizar experiencias satisfactorias y fomentar el turismo sostenible en la zona.

Palabras clave: Oferta de Servicios Turísticos, Alojamiento, Alimentación, Satisfacción del Turista.

Abstract

The purpose of this study was to analyze how the provision of tourism services, specifically lodging and food, affects the satisfaction of national visitors in the community of Pacchanta, located in the district of Ocongate. To this end, a mixed-methods approach was employed with a non-experimental, cross-sectional design. Surveys were conducted with 280 tourists, and semi-structured interviews were carried out with local tourism service providers. The findings from the quantitative data reveal that tourist satisfaction and perceived service quality have a statistically significant correlation ($p = 0.0412$). The qualitative analysis identified limitations in infrastructure availability, limited gastronomic variety, low professionalization, and the predominance of informality in the services offered. It is concluded that the current tourist supply is insufficient to adequately meet the expectations of domestic tourists, as reflected in the fact that 63% of visitors reported being dissatisfied with lodging and food services. Likewise, the lack of technical training and the limited formalization of the sector reduce the community's tourism competitiveness. Consequently, it is recommended to strengthen training processes for service providers, diversify the gastronomic offer, and improve lodging infrastructure in order to guarantee satisfactory experiences and promote sustainable tourism in the area.

Keywords: Supply of Tourist Services, Lodging, Food, Tourist Satisfaction.

Introducción

La investigación actual se centra en la conexión entre la oferta de servicios turísticos relacionados con alojamiento y alimentación y la experiencia del visitante local en Pacchanta, Ocongate. Es esencial, en un escenario donde el turismo rural comunitario se establece como una alternativa clave para el progreso social y económico de las comunidades altoandinas del Cusco, analizar la oferta de los servicios ofrecidos y su efecto en la satisfacción del visitante, con el objetivo de robustecer esta modalidad de gestión turística.

Este trabajo se orienta a examinar cómo la oferta actual, caracterizada por su informalidad, baja profesionalización y limitada infraestructura, impacta la percepción del turista nacional y su nivel de satisfacción. Asimismo, se busca identificar los factores que limitan una mejora sostenida de dichos servicios, considerando la escasa capacitación técnica, la escasa articulación institucional y la débil promoción turística del destino. Reconocer estas insuficiencias y proponer alternativas de mejora contribuirá a una gestión más eficiente del turismo local y al empoderamiento de las familias que participan en esta actividad.

La importancia hacia esta investigación se genera por la necesidad de visibilizar y fortalecer los servicios turísticos en comunidades como Pacchanta, que poseen un enorme potencial por su ubicación geográfica privilegiada, cercanía con el nevado Ausangate y sus atractivos naturales. Sin embargo, este potencial se ve limitado por una oferta que no siempre responde a las expectativas de los turistas, generando niveles de insatisfacción entre los turistas.

El estudio actual se organiza en cinco capítulos, organizados del siguiente modo:

Capítulo I: Planteamiento del problema

Se presenta el problema principal, los objetivos de la investigación y las razones que justifican su realización, asimismo, se delimita el ámbito de estudio.

Capítulo II: Marco teórico

Se desarrollan los principales conceptos vinculados a la oferta turística, satisfacción del cliente y turismo rural comunitario, así como los antecedentes nacionales e internacionales que sustentan el análisis.

Capítulo III: Hipótesis y variables

Plantea la hipótesis general y específicas, detallando las variables involucradas y sus respectivas dimensiones e indicadores.

Capítulo IV: Marco metodológico

Se describe el enfoque mixto del estudio, el tipo y diseño metodológico, además de la población, muestra, los métodos de análisis que se emplean y las técnicas e instrumentos para recoger los datos.

Capítulo V: Resultados y discusión

Se presentan los hallazgos tanto cuantitativos como cualitativos, acompañados de un análisis crítico que los relaciona con el marco teórico y con estudios previos. Esta sección incluye también las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

Capítulo VI: Propuestas de la investigación

Las recomendaciones y conclusiones se formulan en función del análisis de los resultados encontrados, además se destacan las principales deficiencias encontradas en los servicios turísticos ofrecidos en Pacchanta, y se presentan propuestas específicas para mejorar dichos servicios. Se destaca la relevancia de capacitarse en términos técnicos, formalizar los negocios turísticos y reforzar las instituciones locales. Este capítulo cierra el proceso de investigación, relacionando los hallazgos con acciones concretas que buscan mejorar la oferta turística, incrementar la satisfacción del turista y consolidar a la comunidad como un destino turístico sostenible.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Situación Problemática

El turismo ha tenido una recuperación casi total después de la pandemia en tiempos recientes, en base datos proporcionados por la ONU Turismo, el reporte fue de 1.400 millones de viajeros internacionales, equivalente al 99% de las cifras logradas en 2019 cuando se llegó a los 1.500 millones. La mayoría de los destinos acogieron a más visitantes extranjeros que antes de la crisis sanitaria. El promedio de gasto turístico experimentó también un fuerte crecimiento. Oriente Medio, Europa y África obtuvieron los mejores resultados con respecto a 2019. De cara a 2025, dicha organización prevé que las llegadas mantendrán la senda de crecimiento, pero habrá una estabilización de las tasas de crecimiento, con un avance de entre un 3% a un 5% en relación con el ejercicio anterior (Hosteltur, 2025) .

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2025) informa que en tiempos recientes, el turismo ha tenido una recuperación casi completa tras la pandemia, lo que supone un aumento de 732 mil visitantes, lo que muestra la importante recuperación del 74.5% en relación a los niveles turísticos observados en el año 2019, antes de la pandemia.

De acuerdo al Mincetur, el turismo interno, al igual que el turismo internacional, creció un 22% en comparación con el año anterior, lo que representa a 19,161,592 turistas nacionales que recorrieron el país en la primera mitad de 2024. Este estudio indica que Lima fue el lugar más visitado por los peruanos durante la primera mitad del año, con una cifra total de 4,488,564 turistas. Las regiones subsiguientes que recibieron más visitantes fueron: Piura (1,226,004), Cusco (1,227,569), Arequipa (1,374,503) y La Libertad (1,842,726) (MINCETUR, 2024)

Por otra parte, la oferta de servicios turísticos de alojamiento fue de 2 275, cifra 5,9 % mayor que el año 2023. Según el informe, en 2024 se registraron 28,088 establecimientos de hospedaje en el país. Esta cifra representa un crecimiento del 17.5% respecto a los 23,911 reportados en el mismo lapso del 2019, antes de la pandemia (Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú], 2025)

El informe de Comex Perú resalta que, en 23 regiones, entre ellas el Callao, la cantidad de hospedajes creció al comparar los años 2019 y 2024. Pasco encabeza el crecimiento con un 37.2%, posteriormente, Huancavelica (33.2%), Cajamarca (31.7%), Lima (26.8%) y Tumbes (26.4%). Cusco, uno de los lugares turísticos más importantes del país, experimentó un incremento del 4.3% en su oferta hotelera. No obstante, comparando con el año 2019, la demanda disminuyó en un 5.4%. En el periodo analizado, la cantidad de turistas nacionales que llegaron a la Ciudad Imperial disminuyó en un 13% (ComexPerú, 2025).

Durante el último decenio, la cantidad de visitantes que han arribado a la comunidad de Pacchanta ha aumentado significativamente, ubicada en la ladera del Ausangate, dentro del distrito de Ocongate, que es parte de la provincia de Quispicanchi, en Cusco. Esta comunidad, inicialmente centrada en actividades agrícolas y ganaderas, ha enfrentado escasez de infraestructura turística debido a la alta afluencia de visitantes. Ante esta situación, los habitantes locales han comenzado a ofrecer servicios turísticos, incluyendo hospedaje, alimentación, transporte y recorridos turísticos, con el objetivo de cumplir con las exigencias de los visitantes, ya sean estos de origen nacional o extranjero. Es así que los y habitantes locales son los encargados de brindar servicios de alojamientos y alimentación, cabe resaltar que la mayoría de ellos no están presentes en las plataformas digitales por lo que trabajan con intermediarios como agencias de viajes, y brindando un servicio directo al turista. Es así que resulta importante destacar que, en la zona, existen solo 5 restaurantes que están operativos en la actualidad.

Referente a los servicios de hospedaje, existen 5 establecimientos que están en funcionamiento en este momento. Sin embargo, en temporada alta se llega a aperturar hasta 9 alojamientos en donde la infraestructura y las instalaciones son básicas.

Centrando en cuanto a la infraestructura turística, muchos de los habitantes de la comunidad, en respuesta a esta demanda, han comenzado a utilizar sus propias casas como hospedajes improvisados para los turistas. Esta práctica refleja una adaptación de la comunidad a las necesidades del turismo, pero también indica oferta limitada de servicios turísticos y inadecuada infraestructura de alojamientos y alimentación, que pueda atender de manera adecuada y profesional la creciente afluencia de turistas.

En planes de la infraestructura de transporte y servicios básicos, como el acceso a agua potable o internet, también es limitada en algunas áreas de la comunidad. Por otro lado, en cuanto a los factores culturales, Pacchanta integra activamente elementos de la cultura local en los servicios de alojamiento y alimentación que ofrece a los turistas. Los alojamientos son generalmente sencillos y reflejan la arquitectura tradicional de la zona, con un enfoque en la hospitalidad autóctona. En cuanto a la comida, los visitantes tienen la oportunidad de disfrutar de platos típicos preparados con ingredientes locales, lo que permite una inmersión cultural en la experiencia turística. La manera en que se proporcionan los servicios revela las tradiciones y costumbres de la comunidad. Desde la bienvenida a los visitantes hasta la interacción con los guías locales que comparten historias y leyendas de la región.

Asimismo, comparado con los servicios turísticos de otras regiones, los servicios turísticos en Pacchanta puede ser vista como más básica o rústica. La infraestructura de alojamiento, por ejemplo, no tiene los estándares de confort o los servicios adicionales que se encuentran en destinos turísticos más desarrollados, como en las grandes ciudades o en zonas más urbanizadas. Sin embargo, la autenticidad y el contacto directo con la cultura local, así

como la calidez y el trato personalizado de los habitantes, son factores que a menudo compensan las limitaciones en infraestructura. Los turistas que buscan una experiencia más auténtica y cercana a la naturaleza y la vida rural pueden valorar la simplicidad y la calidez de los servicios, aunque otros visitantes acostumbrados a mayor comodidad pueden percibir estas limitaciones como un desafío.

Tras la observación hecha en el sitio, se pudo apreciar la inadecuada prestación de los servicios de hospedaje y alimentación. Las razones fundamentales se encuentran en que los prestadores de servicios presenten una comprensión limitada respecto al funcionamiento de los establecimientos de alojamiento y alimentación. Esto resulta en una escasa comprensión por parte de los prestadores en temas de establecimientos y restaurantes. Como resultado, el personal encargado evidencia deficiencias en los conocimientos necesarios con los cuales puedan brindar servicios turísticos de forma eficiente, lo que traduce recurso humano incompetente involucrado en la industria turística. Mientras tanto, El inadecuado equipamiento turístico genera la deficiente organización de las áreas de los establecimientos de alojamiento y restaurantes. Esta, a su vez, encamina a la insuficiente infraestructura con la que cuentan dichos locales, lo que finalmente se traduce en una oferta turística limitada en la comunidad. En última instancia, el desinterés de la municipalidad de Ocongate en el sector turístico y la limitada intervención de las entidades relacionadas con el turismo generan una débil coordinación entre los organismos turísticos y la municipalidad. Como resultado, se registra una escasa supervisión del funcionamiento correcto de los hospedajes y restaurantes, lo que a su vez propicia la informalidad en la prestación de estos servicios.

Este conjunto de problemas se traduce en un problema central: en la comunidad de Pacchanta, los servicios de hospedaje y comida no se ofrecen adecuadamente. Esto se traduce en una baja fidelidad del turista, menor permanencia en el destino y una sensación de

inseguridad por parte de los visitantes, lo que en última instancia conduce a la insatisfacción de los turistas.

En estas circunstancias, se hace necesario examinar cómo la escasa oferta de servicios de alojamiento y alimentación influye en la satisfacción del turista nacional en Pacchanta.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la oferta de Servicios turísticos de alojamientos y alimentación influye en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cuál es la situación actual de la oferta de turística de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?

¿Cuál es el nivel de satisfacción del turista nacional en relación con la oferta de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?

¿Cómo se puede mejorar la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación que influye en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación Teórica

El estudio ayuda a expandir el entendimiento sobre cómo la satisfacción del viajero nacional en entornos rurales altoandinos está relacionada con los servicios turísticos de alojamiento y alimentación. A través de sus resultados, se busca enriquecer la base teórica existente, aportando conocimientos previos sobre una comunidad específica como Pacchanta, donde los estudios previos son escasos. De este modo, la investigación no solo fortalece el

análisis académico de las variables estudiadas, sino que también ofrece fundamentos para el diseño de estrategias que favorezcan la competitividad turística.

1.3.2. Justificación Práctica

La relevancia práctica se explica porque intenta determinar las mayores restricciones en los servicios de alojamiento y comida de la comunidad de Pacchanta y proponer acciones que permitan incrementar la satisfacción del turista nacional. Los hallazgos servirán como insumo para orientar a los prestadores de servicios y a las instituciones locales en la implementación de mejoras que optimicen la atención, diversifiquen la oferta y fortalezcan la experiencia turística. De esta manera, se contribuye a consolidar el atractivo del destino y a fomentar un turismo sostenible en la zona.

1.3.3. Justificación Social

Desde una perspectiva social, el estudio es relevante porque mejorar los servicios turísticos tiene un efecto multiplicador en la economía local, al incrementar los ingresos de los prestadores y dinamizar otras actividades asociadas. Asimismo, la satisfacción del turista favorece la recomendación y el retorno, lo que contribuye a posicionar a Pacchanta como un destino confiable y competitivo. A la vez, la investigación promueve la valorización de la cultura local y el fortalecimiento de vínculo social, elementos fundamentales para un desarrollo turístico inclusivo y sostenible.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar la influencia de oferta de servicios turísticos de alojamientos y alimentación en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

1.4.2. *Objetivos Específicos*

- Describir la situación actual de la oferta de Servicios turísticos de alojamientos y alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.
- Determinar el nivel de satisfacción del turista nacional en la relación con la oferta de los Servicios Turísticos en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.
- Proponer acciones para la mejora de la oferta turística de alojamiento y alimentación que influye la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

1.5. Delimitación de la Investigación

1.5.1. *Delimitación Espacial*

La comunidad de Pacchanta, que se encuentra en el distrito de Ocongate, la provincia de Quispicanchi y el departamento de Cusco, Perú, es el área geográfica donde se desarrolla la investigación. Esta comunidad andina es reconocida por su cercanía al nevado Ausangate y por constituirse en un punto de interés turístico para visitantes nacionales, debido a su oferta de paisajes naturales, aguas termales, cultura viva y servicios básicos de alojamiento y alimentación. El estudio se enfoca exclusivamente en esta localidad, con la finalidad de examinar cómo la oferta de servicios turísticos influye en la satisfacción y experiencia del viajero nacional

1.5.2. *Delimitación Temporal*

El trabajo fue realizado en el año 2025, con datos recolectados en 2024.

1.6. Limitaciones de la Investigación

1.6.1. *Limitaciones Metodológicas*

Información reducida sobre la comunidad de Pacchanta.

Falta de información directa de la zona de estudio.

1.6.2. Limitaciones de Tiempo

La limitación temporal es un aspecto constante que se experimenta a lo largo de todo el proceso de la investigación.

1.6.3. Limitaciones Económicas

Recursos económicos limitados.

1.6.4. Limitaciones Geográficas

Escasa disposición de aporte por parte de la población

Capítulo II

Marco Conceptual

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. *Antecedentes Internacionales*

Aguilar (2022), en su trabajo “Evaluación de la oferta turística de hospedaje en el Cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos, en Jipijapa – Manabí – Ecuador”, planteó como propósito analizar la oferta turística de hospedaje en la zona. La investigación aplicó un diseño no experimental con enfoque mixto. Con base en las encuestas realizadas, los resultados muestran que la percepción de la calidad de atención no es uniforme y, en varios casos, no alcanza las expectativas de los visitantes; sin embargo, no se identificaron niveles de insatisfacción negativa.

Asimismo, se determinó que el destino dispone de infraestructura suficiente para cubrir la demanda de alojamiento, contando con hoteles, hostales, lodges y diversas alternativas de hospedaje. La mayoría de estos establecimientos se promocionan mediante programas, plataformas digitales y agencias, mientras que el GAD Municipal contribuye a la difusión a través de su departamento de turismo, utilizando folletos y catálogos como estrategias de publicidad. No obstante, persisten limitaciones en las acciones de promoción, lo cual representa una brecha que dificulta incrementar la captación y acogida del turismo en la región.

Deslinde: a diferencia del estudio de Aguilar (2022), que evaluó la oferta de hospedaje en Galápagos con énfasis en infraestructura y promoción, la presente investigación se centra en la oferta de alojamiento y alimentación en un contexto rural altoandino Pacchanta y analiza su influencia directa en la satisfacción del turista nacional.

Quintana (2022), llevó a cabo una investigación titulada "Satisfacción del cliente y oferta de servicios de alojamiento en el Cantón Baños de Agua Santa", en Riobamba,

Ecuador. La meta de la investigación fue determinar la relación entre el contenido del cliente en cuanto a los servicios de alojamiento y la recepción ofrecida en dicho cantón. Fue utilizada una metodología de tipo transversal no experimental, que tenía un enfoque correlacional. Los hallazgos mostraron que la interacción entre el grado de aceptación del cliente y la disponibilidad de servicios repercute directamente en la oferta de alojamiento. Se obtuvo un valor significativo de 0,024 mediante el uso de la prueba estadística Chi-cuadrado; este resultado se fundamentó en los estudios efectuados a los visitantes que se hospedaron en Baños de Agua Santa.

Con respecto a la condición que se percibe y la oferta de servicios, se determinó que la calidad percibida incide en la prestación de los alojamientos, alcanzando un valor estadístico relevante de 0,035 en la prueba Chi-cuadrado. Este hallazgo resalta la importancia de que los establecimientos de hospedaje del cantón implementen una adecuada planificación estratégica que asegure el nivel de calidad del servicio ofrecido y la satisfacción del cliente.

Por otro lado, respecto a las expectativas de los clientes, el estudio confirmó una relación positiva y significativa con los servicios de alojamiento. Se validó el resultado mencionado a través de la hipótesis contrastada con Chi-cuadrado, que mostró un valor de 0,018. A partir de las encuestas realizadas, se evidenció que los turistas esperan mejoras continuas en los servicios, lo que refleja la necesidad de adaptar la oferta de alojamiento a las demandas y expectativas de los visitantes en el cantón Baños de Agua Santa.

Deslinde: Quintana (2022) examinó la satisfacción de los clientes en términos de la oferta de hospedaje en Baños de Agua Santa. En contraste, la presente investigación incorpora tanto los servicios de alojamiento como de alimentación en un contexto rural altoandino Pacchanta, enfocándose en su influencia sobre la satisfacción del turista nacional.

Contreras (2021), en el estudio llamado “El grado de satisfacción, la calidad del servicio y el deseo de volver a visitar los lugares turísticos en Boyacá, Colombia”, se propuso

estudiar la calidad del servicio turístico por medio de varias dimensiones escogidas y examinar su influencia sobre la satisfacción de los visitantes. Se empleó un diseño transversal no experimental con enfoque correlacional y perspectiva cuantitativa. Se utilizó una muestra censal y la población estuvo compuesta por 544 visitantes. Los hallazgos evidenciaron que la escala propuesta presentaba un adecuado nivel de ajuste, logrando agrupar las dimensiones en un factor superior de calidad del servicio. Asimismo, se determinó que la intención de volver al destino está directamente relacionada con los elementos que definen la calidad del lugar. Finalmente, el autor concluye que fortalecer la percepción de calidad en una localidad resulta esencial para fomentar un desarrollo integral y potenciar ventajas competitivas, dado que estas acciones tienen un impacto relevante en la experiencia turística.

Deslinde: a diferencia del estudio de Contreras (2021), que examinó cómo la calidad del servicio, tal como los turistas la perciben, afecta su satisfacción e intención de regresar a destinos en Boyacá (Colombia), esta investigación se enfoca en los servicios turísticos de alimentación y alojamiento, así como en su impacto en el agrado del turista nacional en la comunidad rural altoandina de Pacchanta, que pertenece al distrito de Ocongate. Con ello, se diferencia en cuanto al contexto geográfico, al objeto de estudio (no se aborda la intención de revisita) y al enfoque en servicios específicos (alojamiento y alimentación), lo que permite generar un análisis más particularizado y aplicable a comunidades turísticas emergentes del ámbito rural peruano.

Álvarez et al. (2022), en el trabajo sobre la intención de recomendar la ciudad de Quito en función de lo que el turista percibe sobre la calidad y satisfacción del destino, se propusieron examinar la representación y percepción del destino, basándose en el patrimonio cultural, así como identificar la impresión que genera en los turistas al retornar y las recomendaciones que podrían realizar sobre la ciudad de Quito. Dado que la recopilación de

datos se realizó en un único momento, el estudio tomó una perspectiva cuantitativa sin experimentar los turistas que se tomaron como población y muestra fueron 498.

Los resultados evidenciaron que la percepción positiva de Quito como destino turístico se encuentra estrechamente relacionada con la valoración de su patrimonio cultural, lo que incentiva el interés de los visitantes por acudir a la ciudad. Asimismo, La imagen del destino, el deseo de regresar y la voluntad de recomendarlo a otros dependen de la calidad del servicio que se recibe y de cómo se siente uno. No obstante, se determinó que la satisfacción por sí misma no asegura la intención de retorno, aunque sí contribuye a la recomendación del lugar. La conjunción entre calidad del servicio y satisfacción del visitante se presenta como un elemento clave en la intención de volver. Finalmente, se concluye que la satisfacción incide directamente en la voluntad de recomendar Quito como destino turístico, por lo que reforzar la percepción del destino, la calidad de los servicios y la satisfacción

Deslinde: el estudio de Álvarez et al. (2022), que analizó el vínculo entre la calidad, la imagen y la satisfacción en relación con el destino turístico en Quito, La investigación actual se enfoca en los servicios de hospedaje y alimentación y su impacto en el grado de satisfacción del visitante nacional en la localidad rural altoandina de Pacchanta, Ocongate. De esta manera, se diferencia tanto en el contexto geográfico como en el objeto de estudio, al priorizar servicios turísticos específicos y no la imagen global del destino.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Calderón y Navarro (2024) se plantearon como propósito examinar la oferta turística en función de la satisfacción de la demanda turística en el distrito de Tambogrande. Se empleó el diseño transversal no experimental y una perspectiva mixta. En cuanto a los servicios turísticos, al terminar el trabajo, se determinó que, en relación con el segundo objetivo específico, la información recopilada sobre la percepción de los usuarios evidenció una valoración positiva. La satisfacción de la mayoría de los encuestados fue más elevada de

lo que esperaban, señalando finalmente que se encontraban conformes con los servicios recibidos. Este resultado impulsa a las autoridades de la municipalidad a continuar fortaleciendo y mejorando la calidad con respecto a los servicios turísticos.

Deslinde: en contraste con el estudio de Calderón y Navarro (2024) que analizó la oferta turística en general y su vínculo con el cumplimiento de la demanda en la zona de Tambogrande, el estudio actual se centra en las prestaciones concretas de alojamiento y comida y su impacto en la satisfacción del viajero nacional en la comunidad altoandina de Pacchanta, Ocongate.

En la investigación realizada por Carbajal (2021), cuyo objetivo principal fue establecer la correlación entre la actitud del turista chileno hacia Perú y su grado de satisfacción al visitar Tacna en 2020, bajo el enfoque cuantitativo, correlacional y analítico, con diseño no experimental. La correlación de Spearman evidenció que entre las dos variables existe una relación positiva de 0,682, y la posibilidad de que no exista correlación es del 0,00%. Por consiguiente, se admitió la alternativa, determinando que los visitantes están muy satisfechos con un margen de error del 0,5%. Asimismo, se constató que la satisfacción tiende a incrementarse conforme aumenta la frecuencia de visitas a Tacna, hasta alcanzar un punto en el que los servicios turísticos actuales ya no logran generar mayor impacto en dicha percepción.

Deslinde: en relación con el estudio de Carbajal (2021), que estudió la satisfacción del viajero chileno y su postura frente a Perú en el entorno urbano de Tacna, El presente estudio aplica un enfoque diferente, pues analiza cómo impacta la oferta de servicios turísticos vinculados con alimentación y alojamiento en la satisfacción del turista nacional en un contexto rural altoandino, específicamente en la comunidad de Pacchanta (Ocongate). Con ello, se diferencia tanto en la población de estudio (turistas nacionales frente a turistas

extranjeros), como en el contexto geográfico (zona rural vs. ciudad fronteriza) y en el objeto de análisis (servicios específicos de alojamiento y alimentación vs. actitud hacia el país).

En Trujillo, Carmona (2019) planteó como objetivo principal analizar el criterio del viajero nacional acerca de la calidad del servicio en la agencia Perú Together Travel, esto fue logrado, por medio del empleo de una estrategia analítica de diseño transversal y descriptivo que no era experimental. Se detectó que el 42% (143) de los encuestados manifestó estar contento, el 39% (133) manifestó sentirse completamente satisfecho y un 18% (60) indicó que estaba en una posición neutral, sin expresar satisfacción ni insatisfacción. En conclusión, se determinó que la percepción general de los clientes es positiva, alcanzando un 79%. Dicho resultado se relaciona con la presencia de equipos modernos, instalaciones atractivas y la vestimenta distintiva del personal, componentes que inciden de manera positiva en el modo que los clientes pueden percibir la calidad del servicio.

Deslinde: en comparación lo encontrado por Carmona (2019), que examinó cómo un viajero nacional percibe la calidad del servicio al cliente en la agencia de viajes trujillana, el estudio actual tiene como foco principal la oferta de servicios de alojamiento y alimentación en la comunidad rural altoandina de Pacchanta, enfocándose en su influencia sobre la satisfacción del turista nacional.

2.1.3. *Antecedentes Locales*

De acuerdo con la tesis de Huilca (2020), cuya finalidad fue evaluar el grado de satisfacción en dependencia con la utilización de los servicios turísticos por los visitantes foráneos en la ciudad del Cusco durante 2018, se utilizó el análisis factorial, que se basa en un método analítico de investigación cuantitativa, una estructura no experimental y un alcance descriptivo. El 33,1% de los visitantes reportó estar satisfecho con la oferta turística de la ciudad y el 27,9% expresó estar completamente contento; mientras que el 27,3% se mostró neutral y consideró que eran regulares. En contraste, un 10,2% indicó insatisfacción.

En cuanto a la atención en hoteles, el 22,9% manifestó satisfacción, el 38,3% total satisfacción y el 23.4% de insatisfacción. En términos de la atención en los restaurantes, el 9,1% se mostró insatisfecho y el 70,6% manifestó satisfacción. En relación con el transporte, un 34,3% mostró satisfacción, en tanto que un 33,8% manifestó lo contrario. Sobre las agencias de viaje, el 72,9% expresó satisfacción y un 14% insatisfacción. Por último, en el caso de los guías turísticos, el 61.5% expresó estar satisfecho y el 24.2% manifestó insatisfacción.

La importancia de esta referencia previa estriba en que posibilita entender cómo los turistas perciben los servicios turísticos relacionados con la alimentación y el alojamiento, lo cual resulta útil para orientar estrategias que generen mayor satisfacción en el turista nacional. La investigación desarrollada por Huillca (2020) no solo evaluó la experiencia de los visitantes extranjeros, sino que también posibilitó identificar fortalezas y debilidades de los servicios ofertados en la ciudad, información que resulta valiosa para mejorar la calidad del turismo y fomentar el desarrollo del turismo interno en la región.

Deslinde: respecto al estudio de Huillca (2020), que analizó el nivel de satisfacción de los turistas provenientes del extranjero sobre varios servicios turísticos en Cusco, la investigación actual se centra en la satisfacción de los turistas nacionales, tomando como variables centrales la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación en un contexto rural altoandino: la comunidad de Pacchanta Ocongate. De este modo, se distingue tanto en la población de estudio turistas extranjeros vs. turistas nacionales, como en el contexto geográfico urbano vs. rural y en la delimitación de los servicios analizados alojamiento y alimentación como ejes principales.

En la tesis de Huamani y Tillca (2020) se planteó como objetivo “establecer el impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente durante la feria culinaria del cuy al palo, que tiene lugar en el distrito de Lamay”. Se utilizó un método analítico, diseño no

experimental y relacional, obteniendo que 35% de los empleados de una compañía afirmaba que no estaban preparados, mientras que el 65% afirmó contar con personal capacitado en atención al cliente. Asimismo, según las encuestas realizadas a los visitantes, el 49% de ellos consideró que la calidad del servicio era mala, el 33% la calificó como regular y solamente el 18% la valoró positivamente. Estos hallazgos reflejan que, en su mayoría, el servicio brindado en la feria resulta deficiente, por lo que se recomienda implementar estrategias de mejora que permitan alcanzar un servicio de calidad.

De manera complementaria, en investigaciones sobre servicios turísticos de alojamiento y alimentación también se concluye que el servicio proporcionado en la feria gastronómica presenta limitaciones significativas, dado que casi la mitad de los visitantes lo considera insatisfactorio y un tercio lo percibe como regular. En este contexto, al examinar la oferta de servicios que brindan los locales de hospedaje y alimentación de la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate, se evidenció que la mejora en la atención repercutiría directamente en la satisfacción del turista, lo cual favorecería el crecimiento económico y social de la región, además del estímulo del turismo interno.

Deslinde: en relación con el estudio de Huamani y Tillca (2020), que estudió la manera en que el nivel de satisfacción del cliente es influido por la calidad del servicio en una feria gastronómica ubicada en el distrito de Lamay, esta investigación se caracteriza por concentrarse en los servicios turísticos que tienen que ver con el hospedaje y la alimentación, en la comunidad rural altoandina de Pacchanta, Ocongate. Mientras el antecedente evaluó un evento gastronómico puntual, este análisis trata acerca de los servicios turísticos permanentes y cómo afectan la satisfacción del viajero nacional, lo que permite obtener un análisis más amplio y aplicable al fortalecimiento del turismo interno en zonas rurales.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Oferta Turística

Sancho (1998) indica que la oferta turística se refiere a todos los servicios y productos que un lugar turístico ofrece a los visitantes, lo cual le permite acceder y utilizar los diferentes servicios disponibles en dicho lugar.

De manera complementaria, la Organización Mundial del Turismo (OMT) coincide con esta perspectiva. Para la OMT, la oferta turística comprende los bienes y servicios que las empresas y organizaciones ofrecen a los turistas, abarcando diversos sectores como transporte, alojamiento, gastronomía, intermediación, servicios de apoyo tanto privados como públicos, así como actividades de mediación, entre otros.

2.2.2. Servicio Turístico

De acuerdo con la Organización de Estados Americanos (OEA, 1980), los Servicios Turísticos se caracterizan por ser el resultado de las actividades, funciones y acciones que lleva a cabo el sujeto receptor de manera coordinada, las cuales posibilitan satisfacer al viajero, optimizar el uso de la industria o las facilidades turísticas y añadir valor económico a los recursos o atractivos turísticos

Los servicios turísticos pasan por varias fases antes de llegar al cliente, que incluyen: fabricación, provisión, promoción, negociación y prestación. Estas etapas están pensadas para cumplir con las exigencias de los turistas, desde la planificación del viaje hasta el momento en que lo disfrutan. Para esto, se utilizan compañías intermediarias que brindan servicios de organización de eventos y actividades recreativas, alojamiento, transporte y alimentación.

El servicio turístico, según Ramírez (2002; citado en Ramón, 2024), está formado por un grupo de actividades que se distinguen claramente entre sí y están fuertemente interconectadas. Estas actividades operan coordinada y armoniosamente para satisfacer las

demandas de servicios propuestas por la estructura socioeconómica de una corriente turística específica.

Las dos definiciones mencionan y destacan que es fundamental ofrecer servicios turísticos, pues fomentan el desarrollo de la práctica turística y enriquecen la vivencia del visitante. Esto se debe a que, al emprender su viaje, el turista hace uso de los diversos servicios turísticos disponibles, lo que contribuye de manera significativa a su satisfacción y vivencia durante el recorrido.

Según Albrecht y Zemke (1985; como se cita en Uribe, 2017), el “Triángulo del servicio” se utiliza para identificar los elementos clave en la prestación de servicios. Este modelo examina la interacción entre tres componentes esenciales: la estrategia del servicio, los procesos organizacionales y el equipo humano, todos ellos enfocados en satisfacer al cliente.

Tal como se observa en la figura 1, el Triángulo del Servicio es un modelo que ilustra las relaciones clave necesarias para identificar servicios de calidad, centrado en cuatro componentes esenciales: el enfoque del servicio, la gente, los procesos y el cliente. En el vértice central de este triángulo se encuentra el cliente, destacando su rol fundamental en la experiencia del servicio. La estrategia del servicio engloba la planificación y las políticas que guían la prestación del servicio, asegurando que las metas de la organización concuerden con las exigencias y expectativas de los usuarios. El elemento de las personas se refiere a los empleados que tienen contacto y brindan atención de forma directa, y se relacionan con los clientes y ejecutan la entrega del servicio. Por último, los sistemas se refieren a la infraestructura y los procesos que respaldan y facilitan la prestación del servicio (Uribe, 2017).

Figura 1*Diagrama de Triangulo del servicio**Nota.* Tomado de Uribe (2017).

2.2.3. Satisfacción

Según Soret y Obesso (2020), la satisfacción del cliente se entiende como el nivel de conformidad que alcanza un usuario frente a un producto o servicio específico recibido de una empresa (pp. 28-29). De manera complementaria, Kotler y Armstrong (2020) indican que se mide en términos de qué medida el desempeño observado de un producto coincide con las expectativas del cliente o usuario del servicio. Asimismo, Almeida et al. (2021) describen la satisfacción como el grado en el que los consumidores experimentan agrado, conformidad y cumplimiento al recibir un servicio.

En el marco de la presente investigación, se tomarán en cuenta cinco dimensiones que influyen en la satisfacción del consumidor, propuestas por Parasuraman Berry y Zeithaml (1985), las cuales afectan directamente la calidad del servicio de atención.

Componentes tangibles: Se refiere al aspecto físico, tanto de las instalaciones que ofrecen el servicio como del personal. Esto incluye el conjunto de instalaciones, el equipamiento, y los materiales utilizados por el personal o para la comunicación.

Fiabilidad: Se relaciona con cumplir lo que se promete en la prestación del servicio, considerando aspectos como respetar los tiempos de entrega, minimizar fallos en la atención, garantizar un adecuado desempeño y dar soluciones rápidas ante inconvenientes.

Seguridad: Hace referencia a la confianza y sensación de resguardo que percibe el cliente durante el servicio, incluyendo la credibilidad del personal, la protección de las instalaciones y la tranquilidad que experimenta dentro del establecimiento.

Empatía: Hace referencia al vínculo que se genera con el cliente mediante la capacidad de comprenderlo, establecer una comunicación efectiva y brindar facilidad de acceso. Dentro de esta dimensión, se considera la actitud del personal, la sensación de seguridad al adquirir los servicios, cordialidad en el trato y el conocimiento del personal para resolver las dudas de los consumidores.

Capacidad de respuesta: Está asociada a la atención del servicio en el tiempo adecuado. Esto abarca aspectos como brindar un trato individualizado y organizar los horarios de manera que se adapten a las demandas de los usuarios.

2.3. Marco Conceptual

a) Alojamientos turísticos:

Se trata de cualquier lugar accesible al público que brinde alojamiento temporal mediante un costo, como hoteles, apartahoteles, hostales, pensiones, casas rurales, entre otros. Estos establecimientos están destinados a ofrecer hospedaje temporal de manera regular, ya sea con o sin servicios adicionales (Real, 2020).

Apart-Hotel: Se trata de un establecimiento conformado por diferentes secciones que funcionan de manera integrada bajo una misma gestión.

Categorías: Pueden clasificarse entre 3 y 5 estrellas.

Hostal: Es un tipo de alojamiento que cuenta con un mínimo de seis habitaciones y dispone de infraestructura propia. Se categorizan en niveles que van de 1 a 3 estrellas.

Resort: Es un alojamiento turístico ubicado en lugares de esparcimiento, como playas, costas o sitios vacacionales cuya clasificación oscila entre 3 y 5 estrellas.

Ecolodge: Es un alojamiento turístico ubicado en entornos naturales, que opera bajo los principios del ecoturismo, priorizando el respeto y la conservación del medio ambiente en el que se desarrolla.

Albergue: Es un alojamiento con habitaciones comunes y se lo ofrece a un conjunto particular de huéspedes que tienen uno o más intereses en común.

b) Alojamiento rural:

Los establecimientos rurales son infraestructuras turísticas adaptadas a la escala de las comunidades locales, ofreciendo servicios básicos de hospedaje y alimentación en un contexto de sostenibilidad ambiental y cultural. OMT (2005)

c) Calidad

Implica la búsqueda de la perfección, en donde se tiene como centro al cliente y a partir de él se compone los productos y servicios que logran a satisfacer sus expectativas y deseos y necesidades. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2006)

d) Calidad del servicio:

Alude al grado en que la prestación brindada cumple plenamente con las necesidades y expectativas del usuario en el instante en que se entrega (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2006)

e) Cliente:

Es un individuo o una organización que obtiene los productos y servicios ofrecidos por una determinada empresa (Thompson, 2019; como se cita en Miranda et al., 2021).

f) Equipos:

Un equipo se compone de varias personas que comparten un objetivo común, colaborando y coordinándose entre sí para alcanzarlo (Peiró, 2020).

g) Empleado:

Es alguien que oferta su trabajo para recibir una remuneración por parte de un empleador, estableciendo los términos de esta relación en un contrato, que puede ser verbal o escrito (Westreicher, 2020).

h) El equipamiento hotelero:

Es el conjunto de instalaciones, mobiliario, utensilios y equipos que permiten el funcionamiento adecuado de un establecimiento de hospedaje y la prestación eficiente de sus servicios Ogilvie (2001).

i) Expectativas:

Se entiende por expectativa a la previsión racional de que algo suceda. No se limita a ser una fantasía, sino que está fundamentada en la probabilidad de que realmente suceda (Westreicher, Expectativa, 2020).

j) Necesidad del consumidor:

Es el conjunto de deficiencias o requerimientos que experimenta y que lo motivan a encontrar productos en el mercado que las cumpla (Quiroa, 2020).

k) Oferta turística:

Para Sancho (2006) comprende la totalidad de productos y prestaciones vinculadas al turismo que un destino pone a disposición del visitante para su uso y aprovechamiento.

i) Restaurante:

Es la actividad comercial que proporciona una variedad de bienes comestibles para que los clientes los consuman en el local. El cliente, conocido comúnmente como comensal, debe pagar por lo que consume (Pérez & Merino, 2022).

j) Satisfacción:

Este verbo implica saldar deudas, satisfacer el hambre, calmar las emociones, cumplir con obligaciones, reconocer un mérito o reparar una ofensa (Pérez & Gardey, 2021).

k) Satisfacción del turista:

La satisfacción es la emoción que se genera cuando una persona compara su rendimiento con sus expectativas. (Kotler & Armstrong, 2017)

l) Servicios de alimentación turística:

Sostiene que la alimentación turística no solo satisface necesidades nutricionales, sino que constituye un recurso cultural que diferencia a los destinos FAO (2017).

m) Servicio gastronómico:

El servicio de gastronomía abarca todas las técnicas, recursos y atención que se proporcionan al cliente en áreas como restauración, alimentación, coctelería, bar, entre otros (Larrosa, 2021).

n) Turismo:

El turismo se puede describir como todas las actividades que una persona realiza cuando viaja y permanecer en un sitio distinto al de su hogar habitual, por una duración que normalmente no supera el año (Perez & Gardey, 2022).

o) Turismo y entorno natural:

Según Sancho (2008) las preocupaciones vinculadas al entorno ambiental se centran en los impactos que generan las actividades productivas y económicas realizadas en áreas destinadas al crecimiento y desarrollo. La inquietud se centra especialmente en cómo los recursos naturales pueden degradarse cuando se utilizan para llevar a cabo esas actividades económicas y en la medida de irreversibilidad de dicho proceso.

2.4. Marco Legal

Este estudio se basa en el marco regulatorio actual que rige la actividad turística en Perú, particularmente en lo referido a la prestación de servicios turísticos de alojamiento y alimentación, así como al desarrollo del turismo en comunidades rurales. Estas disposiciones

legales establecen los lineamientos, principios y requisitos que orientan la oferta de servicios turísticos y garantizando la calidad del servicio brindado al turista nacional.

2.4.1. Ley N° 32392 – Nueva Ley General de Turismo

La Ley N° 32392 “Nueva Ley General de Turismo”, instituye el marco normativo actual que rige la actividad turística en el país desde el año 2025, sustituyendo a la Ley N.º 29408. Esta norma reconoce al turismo como un sector estratégico para el Estado, orientado al fortalecimiento del desarrollo sostenible, la capacidad de competir del destino y la mejora continua y gradual en el nivel de excelencia de los servicios turísticos.

Asimismo, la norma establece los principios rectores que rigen la actividad turística, entre los cuales destacan la calidad del servicio, la protección y satisfacción del turista, la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y la participación de los actores locales. En este marco, regula a los prestadores de servicios turísticos, incluyendo los servicios de alojamiento y alimentación, determinando sus obligaciones y responsabilidades en la prestación del servicio.

Para la presente investigación, esta ley resulta fundamental, pues brinda la base legal para examinar cómo la oferta de servicios turísticos de hospedaje y alimentación afecta la satisfacción del viajero nacional, especialmente en destinos rurales emergentes como la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

2.4.2. Ley N.º 31797 – Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario

En el ámbito normativo peruano, el turismo comunitario es reconocido como una alternativa de desarrollo local. La Ley N.º 31797 establece disposiciones orientadas a fortalecer esta modalidad, promoviendo la intervención directa de las comunidades en las actividades turísticas. Asimismo, considera al turismo comunitario como un medio para fomentar el desarrollo sostenible, preservar las expresiones culturales y colaborar para que mejoren las condiciones sociales y económicas en áreas rurales.

La presente investigación se relaciona directamente con esta norma, debido a que la comunidad de Pacchanta presenta características propias del turismo comunitario, donde los servicios de alojamiento y alimentación son brindados por la población local, contribuyendo al fortalecimiento de la oferta turística rural y a la satisfacción del turista nacional.

2.4.3. Reglamento de Establecimientos de Hospedaje

El Reglamento de Restaurantes y Servicios Afines, establecido a través del Decreto Supremo N.º 025-2004-MINCETUR, define los lineamientos que regulan la operación de los servicios de alojamiento turístico, incluyendo los criterios de clasificación y categorización, así como las condiciones básicas de infraestructura, seguridad, higiene y calidad que deben observar los prestadores del servicio.

Este reglamento adquiere importancia para el desarrollo del presente estudio, dado que posibilita examinar la oferta de los servicios de hospedaje en Pacchanta, de acuerdo con los lineamientos normativos vigentes, tomando en cuenta su impacto en la valoración y el nivel de satisfacción del visitante nacional.

2.4.4. Reglamento de Restaurantes y Servicios Afines

Este reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N.º 025-2004-MINCETUR, regula la prestación de los servicios de alimentación vinculados a la actividad turística, estableciendo criterios generales de funcionamiento, atención al cliente y condiciones higiénico-sanitarias que deben cumplir los establecimientos gastronómicos.

Esta norma constituye el sustento legal para analizar la oferta de servicios de alimentación en la comunidad de Pacchanta, teniendo en cuenta que la calidad del servicio de gastronomía incide directamente tanto en la experiencia del turista como en su grado de satisfacción.

Capítulo III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis General

La oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación influyen de manera significativa en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

3.2. Hipótesis Específicas

La situación actual de la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación es insuficiente en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

La oferta turística de los servicios Alojamiento y Alimentación genera bajo nivel de satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

La formalización de los prestadores de servicios turísticos, la participación en programas estatales y la capacitación continua contribuyen en la mejora de la oferta de servicios de alojamiento y alimentación, lo que influye positivamente en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

3.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1*Cuadro de Operacionalización de variables*

Variables	Definición	Dimensiones	Definición	Indicadores	Técnicas
Servicios turísticos	Se trata de todos los lugares, unidades, instalaciones y demás que cubren las necesidades de los turistas mientras están en un lugar o destino turístico específico (DIRCETUR, 2011)	Servicio alojamiento	El alojamiento es una actividad que llevan a cabo los establecimientos cuyo fin es ofrecer servicios de hospedaje al turista a cambio de un pago. Esta estadía puede ser temporal o permanente y tener servicios adicionales (OMT, 2018).	Tipos de Alojamiento N° de alojamiento N° de habitaciones N° de camas Autorización municipal	Técnica: Encuesta Entrevista Instrumentos: Cuestionario de preguntas cerradas. Guía de entrevista
		Servicio restaurante	Es un establecimiento que ofrece a los clientes un servicio de comida variada a cambio de un precio. Un restaurante llega a ser un espacio público pues el acceso a él es abierto (García, 2012).	N° de restaurante N° de mesas Variedad de comida	
Satisfacción del turista	Se mide la satisfacción de acuerdo con la sensación de placer o desilusión que un individuo siente al comparar el rendimiento de un servicio o producto con las expectativas que tenía. Es decir, si el desempeño es inferior a lo esperado, el cliente no se siente satisfecho; si cumple las expectativas, sí lo está; y si supera dichas expectativas, está muy satisfecho (Troyo y otros, 2018)	Elementos tangibles	Es la característica más elemental de los servicios: que estos pueden verse, tocarse, oírse, olerse o sentirse. Así es como se identifica la percepción del cliente (Rogel, 2018).	Equipos adecuados Instalaciones visualmente atractivas Empleados con apariencia pulcra Elementos materiales atractivos	Métodos De Análisis De Datos: Para procesar los datos se usó el programa SPSS V.25 para el análisis cuantitativo.
		Fiabilidad	Se reconoce la capacidad que una empresa específica debe tener para brindar un servicio particular de manera confiable, segura y óptima. Esto significa que la puntualidad y todos los elementos que posibilitan al cliente reconocer la experiencia profesional y habilidad de la compañía deben estar incluidos. Es decir, debe brindar confiabilidad y ofrecer un servicio apropiado desde el primer instante.	Cumple lo prometido Sincero interés por resolver problemas Realizan bien el servicio la primera vez Concluyen el servicio en el tiempo prometido No cometen errores	
		Capacidad de respuesta	Se refiere a la actitud que se debe tener para ofrecer asistencia desde el primer instante, proveer suministros y atender de manera rápida; también se	Comunican cuando concluirán el servicio	

	considera parte de este punto cumplir puntualmente los compromisos asumidos (Rogel, 2018).	El personal ofrece un servicio rápido El personal siempre tiene disposición para ayudar El personal nunca está demasiado ocupado
Seguridad	Es la emoción que siente el cliente cuando presenta sus problemas a una organización y cree que serán solucionados de la mejor forma posible (Rogel, 2018).	Comportamiento confiable del personal Los clientes se sienten seguros El personal es amable El personal tiene el suficiente conocimiento
Empatía	Significa que la compañía tenga la disposición de ofrecer a sus clientes atención y cuidado individualizados de manera apropiada. No se trata solo de ser amable, aunque la cortesía es un elemento importante tanto de la seguridad como de la empatía; por lo tanto, es esencial comprometerse y dedicarse intensamente al cliente, así como entender sus necesidades y sus rasgos personales específicos (Rogel, 2018).	Ofrecen atención personalizada Horarios de trabajo convenientes para los clientes Se preocupan por los clientes Comprenden las necesidades de los clientes

Capítulo IV

Metodología de la Investigación

4.1. Área de Estudio y Localización Política y Geográfica.

4.1.1 *Ubicación*

La cordillera de los Andes alberga la localidad de Pacchanta, que se encuentra en la Cordillera de Vilcanota, a aproximadamente 100 kilómetros al sureste de Cusco. Se asienta a los pies de la montaña Ausangate, en el distrito de Ocongate. Es conocida por su hermoso entorno natural, que incluye montañas, glaciares, lagunas y paisajes de alta montaña. Es un destino popular para aquellos que desean hacer caminatas y excursiones en la zona, especialmente para aquellos que buscan una experiencia cercana a la naturaleza y la cultura andina.

4.1.2 *Altitud*

La localidad está situada aproximadamente a 4300 m.s.n.m. y se ubica geográficamente en las coordenadas 13°43'4.09" de latitud sur y 71°14'33.15" de longitud oeste.

4.1.3 *Accesibilidad*

Para acceder a la zona se utiliza la carretera Interoceánica Sur, saliendo desde Cusco hasta centro poblado de Tinke desde allí tomar un desvío por trocha, el tiempo para llegar es aproximadamente tres horas desde Cusco.

Figura 2

Ubicación geográfica comunidad de Pacchanta



Nota. Google Maps

4.1.4 Aspecto Económico

Todos los residentes son hábiles tejedores que se dedican a criar alpacas y cultivar tubérculos nativos. Utilizando la carne como fuente de proteínas y el pelo de alpaca para fabricar sus utensilios y prendas, elaboran sus productos. Las papas nativas, ya sea frescas o transformadas de manera tradicional en chuno y moraya, proveen los carbohidratos necesarios para enfrentar las bajas temperaturas y el esfuerzo físico.

La comunidad de Pacchanta también obtiene ingresos provenientes de las entradas a los baños termales, los cuales son gestionados directamente por ellos. En este espacio, se establece una tarifa de cinco soles para los turistas nacionales y extranjeros, mientras que a los visitantes locales se les cobra dos soles.

4.2.1. Actividades Turísticas

Circuito de las Siete lagunas

En el centro poblado de Pacchanta, ubicado a 4300 m.s.n.m., se inicia uno de los circuitos más representativos de la Ruta del Ausangate, que explora los márgenes de siete cuerpos de agua interconectados de manera delicada en las laderas del imponente Ausangate: Azulcocha, Otorongococha macho, Otorongococha hembra, hatun Pucacocha, huchuy

Pucacocha Alqacocha y Qomer cocha, son de una belleza extrema y cada uno con un color impresionante.

El camino de las siete lagunas resulta perfecto para aquellos apasionados del senderismo y proporciona panoramas únicos del conjunto montañoso de Ausangate.

Turismo vivencial

El grupo de turismo de Pacchanta se ha estructurado para proporcionar servicios de hospedaje y comida a tarifas realmente asequibles. Permanecer en una de las viviendas de los criadores de alpacas de esta localidad y compartir con sus residentes su estilo de vida particular orientado hacia el Ausangate, constituye uno de los beneficios que posibilita el recorrido por este itinerario.

Trekking Ausangate

En caso de optar por un recorrido menos convencional que la tradicional vuelta al Ausangate desde Pacchanta, puede explorar la alternativa que conecta a los habitantes de Chilca y Phinaya. Este itinerario de cinco días abarca la laguna Ausangatecocha.

Aguas termales de Pacchanta

Ubicado en la misma comunidad, alberga pozas termales con aguas de temperaturas variadas, que oscilan entre frías y cálidas a templadas. El costo de entrada es S/ 5 para extranjeros y peruanos.

Servicios turísticos de alojamiento y restaurantes

La gente local es responsable de ofrecer servicios de alojamiento y alimentación. Sin embargo, la mayoría de ellos no están presentes en plataformas digitales y dependen de intermediarios, como agencias de viajes, aunque también brindan atención directa a los turistas. Es importante destacar que, en la zona, actualmente, solo 5 están operativos en la actualidad.

Vista Ausangate

Sumaq Mijuy

Sumaq Point Restaurant

Mayu Rumi

Multiservicios Jose Luis

En lo que respecta a los servicios de hospedaje, actualmente hay cinco establecimientos en funcionamiento. No obstante, durante la temporada alta, se pueden abrir hasta nueve alojamientos. La infraestructura y las instalaciones son sencillas en ambos extremos.

Munay Phaqcha

Sumaq Point

Multiservicios Jose Luis

Hospedaje Pacchanta de Eusebio

Ausangate 7 lagunas Resort club Hospedaje Condor

4.2. Metodología de Investigación

4.2.1. Tipo de Investigación

El estudio se llevó a cabo como investigación básica cuyo propósito principal fue ampliar el conocimiento existente sobre el tema en cuestión. Este tipo de investigación, también denominado investigación pura, no busca dar solución inmediata a problemas concretos, sino aportar fundamentos teóricos que puedan servir como referencia en futuros trabajos científicos (Arias y Covinos, 2021).

Asimismo, la investigación básica se orienta a la generación y expansión de conocimientos de carácter teórico y científico, sin pretender resolver de manera directa situaciones prácticas o de aplicación inmediata en el corto plazo (Hernández y Mendoza, 2018).

4.2.2 Nivel de Investigación

La pesquisa se realizó por medio de un análisis de carácter descriptivo y correlacional. El nivel descriptivo permite caracterizar a las personas, comunidades, procesos o fenómenos que se investigan. En cambio, el nivel correlacional busca identificar el vínculo existente entre dos o más variables asociadas, es decir, entre diferentes series de datos. En este caso, el estudio se sitúa dentro de un diseño correlacional, pues su propósito es determinar la relación entre los servicios de alojamiento y comida en el turismo y la satisfacción de los visitantes.

Según Bernal (2012), la investigación descriptiva se orienta a presentar y detallar hechos, características o situaciones de un objeto de estudio, pudiendo incluir el diseño de productos, prototipos o guías, sin llegar a explicar las causas de los fenómenos observados. Este tipo de investigación se guía por las preguntas formuladas por el investigador y emplea técnicas como encuestas, entrevistas, observación y análisis documental.

Por su parte, Tamayo (2006) señala que la finalidad de la investigación correlacional consiste en establecer el grado en que los cambios de una o varias variables guardan relación con las variaciones de otras. Dichas relaciones se analizan normalmente a través de métodos estadísticos como los coeficientes de correlación. Este enfoque es particularmente útil en contextos complejos donde no es posible aplicar un control experimental, ya que permite observar e interrelacionar diversas variables en escenarios naturales de estudio.

El diagrama representativo al que se adapta es el siguiente:



Donde:

M = Muestra

O1 = Servicios turísticos de alojamiento y alimentación

O2 = Satisfacción del turista

r = Correlación entre Variables.

4.2.3. *Diseño de la Investigación*

Dado que las dos variables evaluadas no fueron alteradas, se empleó el diseño no experimental. Esto significa que no se efectuaron modificaciones premeditadas en los factores en cuestión; en cambio, se analizaron tal como se presentaron en su estado original en la realidad.

Arias y Covinos (2021) señalan que las variables estudiadas en este diseño no incluyen condiciones experimentales ni estímulos. Las variables de interés no son manipuladas y los participantes son estudiados en su contexto natural, sin alterarlo.

Además, el estudio fue transversal dado que los datos se recogieron de una población en un único momento. En este enfoque, se analizan y comparan diferentes variables de interés dentro de la población en ese momento particular. Es decir, se observa a los participantes en un solo punto en el tiempo, sin seguirlos a lo largo del tiempo para ver cómo cambian.

Arias y Covinos (2021), este diseño recopila datos en un solo momento. Es como capturar una instantánea o una radiografía para luego describirla en el estudio de investigación. Este método se emplea para explorar, describir y establecer correlaciones entre variables.

4.2.4. *Enfoque de la Investigación*

El enfoque metodológico fue mixto, lo que posibilitó el análisis de los resultados utilizando información tanto cualitativa como cuantitativa, y de manera complementaria. Esto hizo posible una interpretación más completa de los hallazgos de la investigación.

Los métodos mixtos, que también se les llama métodos híbridos, son un grupo de procedimientos de investigación que están estructurados y son críticos. Esto abarca el recojo

y análisis de datos cualitativos y cuantitativos. Según Hernández y Mendoza (2018), estos métodos persiguen la integración y el debate conjunto de ambos tipos de datos para lograr inferencias más extensas y conseguir una mejor comprensión del fenómeno estudiado.

4.2.5. Alcance de la investigación

El estudio presenta un alcance de tipo descriptivo y correlacional, ya que permite describir la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta y el nivel de satisfacción del turista nacional. Asimismo, busca determinar la relación existente entre ambas variables, analizando cómo se asocian entre sí dentro del contexto turístico de la comunidad, sin pretender establecer relaciones de causalidad.

4.3. Unidad de Análisis

4.4. Población de Estudio

Una población es un conjunto de personas que tienen rasgos semejantes. El investigador define este conjunto, que puede ser finito o infinito, de acuerdo con los parámetros establecidos y representa todos los elementos del estudio. En algunos casos, se emplea indistintamente el término "universo" para referirse a la población, o viceversa, ya que ambos términos describen el mismo conjunto de características (Arias y Covinos, 2021).

- a) Población de estudio:** Propietarios de servicios turísticos de Alojamiento y alimentación.

Al tratarse de una población de estudio reducido se tomó en su totalidad de 5 alojamientos y restaurantes en la comunidad de Pacchanta.

- b) Población de estudio:** turistas nacionales y locales que viajaron en el año 2024, fueron según el siguiente detalle:

Tabla 2*Población de estudio*

Mes	N° de turistas nacionales y locales
Enero	50
Febrero	63
Marzo	89
Abril	102
Mayo	78
Junio	120
Julio	130
Agosto	110
Setiembre	70
Octubre	69
Noviembre	59
Diciembre	90
Total	1030

Nota: Boletería de entrada a Pacchanta, 2024.

Por lo tanto, la población de estudio lo contemplaron 1030 turistas que fueron a visitar la comunidad de Pacchanta.

4.5. Muestra de Estudio

Arias y Covinos (2021) subrayan que no existe un número específico de personas que deba incluir la muestra; sin embargo, es esencial definirla correctamente en función del problema concreto y los objetivos que se desea investigar. La muestra es una sección de la población compuesta por individuos con características comunes.

- **Prestadores de servicios turísticos:**

La población de proveedores de servicios turísticos en la comunidad de Pacchanta es reducida, se optó por un muestreo censal, incluyendo a los 5 propietarios de alojamiento y alimentación existentes. Esto asegura que se considere la totalidad de prestadores, obteniendo información completa sobre la oferta de servicios turísticos en la comunidad.

- **Turistas nacionales:**

Para seleccionar a los turistas nacionales se aplicó una técnica de muestreo probabilístico, buscando obtener una muestra representativa de los visitantes durante el periodo de estudio. Aplicando la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, se determinó que la muestra necesaria fue de 280 turistas nacionales, los participantes del estudio respondieron el instrumento elaborado para medir su grado de satisfacción respecto a los servicios de hospedaje y alimentación brindados en la comunidad.

4.6. Técnicas de Selección de Muestra

Se empleó esta fórmula para determinar la muestra de una población finita:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

N = Población

Z α = 1.96 (seguridad al 95%)

p = probabilidad de éxito (50% = 0.5)

q = probabilidad de fracaso (50% = 0.5)

e = error de estimación (5%).

$$n = \frac{1030 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (1030 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 280.1984$$

Por lo que para la investigación tuvo una muestra de 280 encuestados.

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.7.1 Técnicas

En el desarrollo se aplicaron dos métodos de investigación. La primera técnica fue la entrevista, la cual, según Arias & Covinos (2021), es un método utilizado para recolectar datos mediante una comunicación directa entre el investigador y el entrevistado. El objetivo

de este proceso es conseguir información detallada y profunda acerca de las experiencias, percepciones o saberes del entrevistado en lo que respecta al tema que la investigación está abordando.

Por otro lado, la segunda técnica empleada fue la encuesta. De acuerdo con Arias & Covinos (2021), una encuesta se realiza a través de un cuestionario, que es un formulario diseñado para obtener información acerca de las opiniones, comportamientos o percepciones de personas concretas.

4.7.2 Instrumentos

La guía de entrevista se empleó como herramienta para la técnica entrevista. Arias & Covinos (2021) aseguran que la guía de entrevista es una herramienta de investigación compuesta por un conjunto de preguntas y asuntos previamente organizados por el investigador. Su propósito principal es dirigir la conversación durante la entrevista para garantizar que se aborden todos los aspectos pertinentes del tema de estudio.

Además, el cuestionario fue la herramienta que se empleó para la técnica de encuesta. Arias & Covinos (2021) afirman que el cuestionario es un instrumento que se utiliza con frecuencia en los estudios científicos para la recolección de datos. Es una enumeración de preguntas organizadas que incluyen opciones de respuesta, pensada para ser completada por las personas. No existen respuestas objetivamente correctas o incorrectas, ya que cada respuesta genera resultados diferentes. Este método se aplica a una población específica de personas.

4.8. Validez y Confiabilidad

Tabla 3

Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.837	20

Para garantizar la validez de contenido, los instrumentos fueron evaluados por expertos, quienes examinaron la claridad, la coherencia y la adecuación de los ítems en función de los propósitos del estudio. Sus observaciones posibilitaron la realización de modificaciones y garantizar que los indicadores evaluaran cada variable correctamente.

En lo que respecta a la confiabilidad, el cuestionario fue aplicado en una prueba piloto y posteriormente sometido al análisis estadístico mediante el Alfa de Cronbach, lográndose una cifra de 0.837 para un total de 20 ítems. Este resultado demuestra un alto grado de consistencia interna, lo que asegura la confiabilidad del instrumento para recopilar datos. Respecto a la guía para la entrevista, la revisión de expertos, que corroboraron la coherencia de las preguntas con las categorías de análisis y su habilidad para indagar más en la percepción de los informantes clave, fue el respaldo para la confiabilidad.

En conjunto, los resultados confirman que los instrumentos aplicados presentan adecuados niveles de validez y confiabilidad, asegurando así la rigurosidad metodológica del estudio y la adquisición de información segura para examinar cómo impacta la oferta de servicios turísticos, como el hospedaje y la comida, en el nivel de satisfacción del viajero nacional en la comunidad de Pacchanta, Ocongate.

Capítulo V

Resultados de la Investigación

5.1. Resultados

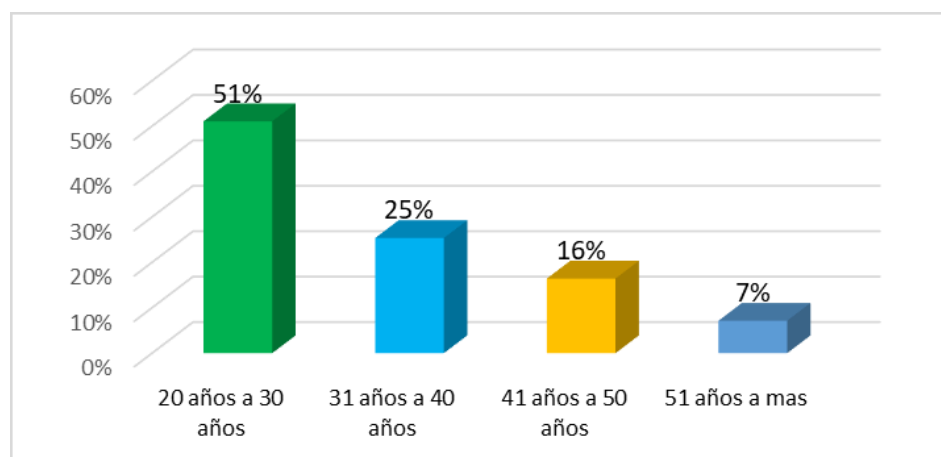
5.1.1. Estadística Descriptiva

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30 años	143	51%
31 a 40 años	71	25%
41 a 50 años	46	16%
51 años a mas	20	7%
Total	280	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 3

Proporción de edad de los turistas nacionales y locales que visitaron durante el año 2024



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: La Tabla 2 presenta el desglose por edad de los visitantes nacionales y locales que llegaron a la comunidad de Pacchanta en 2024. El rango de edad que más se destaca es el de las personas de 20 a 30 años, quienes constituyen el 51% del total, lo que representa 143 visitantes. Este dato revela una clara predominancia de un público joven en el flujo turístico de la zona. Le sigue el grupo de 31 a 40 años, con 71 turistas que representan el 25%, mientras que los visitantes entre 41 y 50 años suman 46, equivalentes al 16%. Finalmente, el grupo menos representado es el de 51 años a más, con solo 20 personas, lo que

constituye el 7% del total. Estos resultados indican que gran parte del turismo en la comunidad está compuesta por personas jóvenes y adultos en edad productiva, lo que puede estar relacionado con su mayor disposición a realizar viajes de naturaleza o aventura como los que ofrece Pacchanta.

Tabla 4

Proporción según el sexo de los turistas nacionales y locales que visitaron durante el año 2024

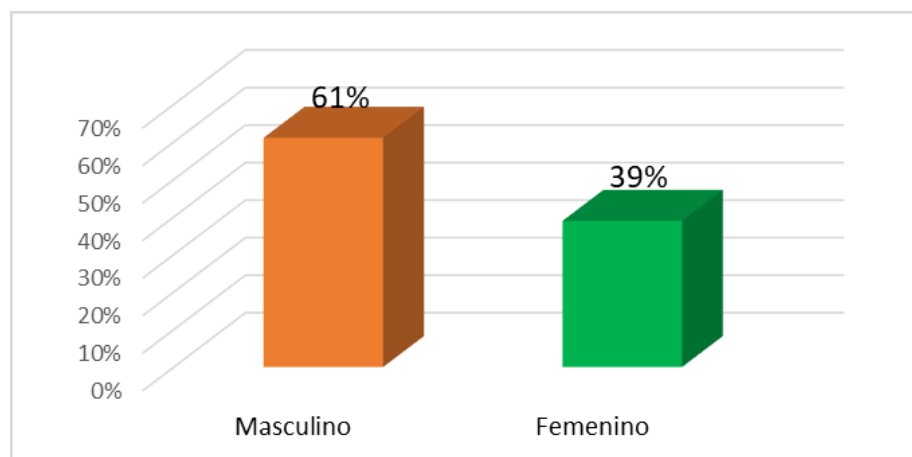
Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	171	61%
Femenino	109	39%
Total	280	100%

Nota. Elaboración propia.

La Tabla 4 muestra la proporción de turistas nacionales o locales que visitaron la comunidad de Pacchanta durante el año 2024, diferenciados según su sexo. Se aprecia que el 61% de los turistas eran hombres, lo que representa 171 visitantes, mientras que el 39% restante, correspondiente a 109 turistas, fueron de sexo femenino.

Figura 4

Proporción según el sexo de los turistas nacionales y locales que visitaron durante el año 2024.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: La Tabla 3 presenta la proporción de turistas nacionales y locales según el sexo durante el año 2024. Se evidencia una mayor participación del público masculino, con 171 visitantes que representan el 61% del total. En contraste, las mujeres suman 109 turistas, lo que equivale al 39%. Esta diferencia indica que los varones tienen una mayor presencia en las visitas turísticas a la comunidad de Pacchanta.

Tabla 5

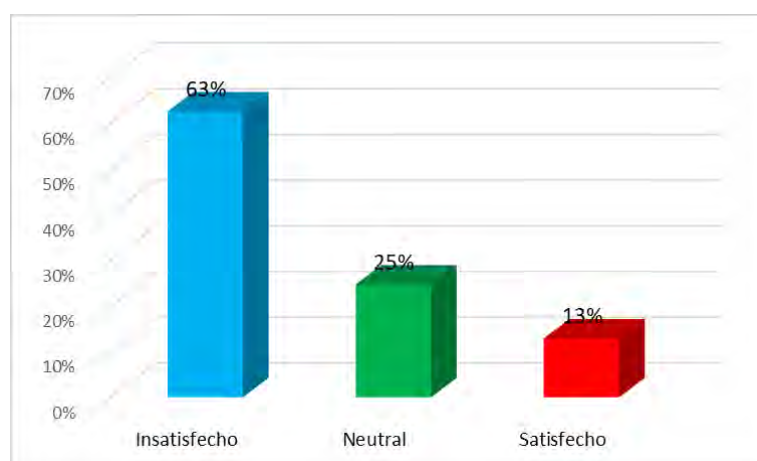
Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.

Satisfacción del turista	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	175	63%
Neutral	69	25%
Satisfecho	36	13%
Total	280	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 5

Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: la Tabla 4 evidencia que el 63 % de los turistas que visitaron Pacchanta en el año 2024 expresó insatisfacción con la experiencia vivida, lo que refleja un

nivel de percepción predominantemente negativo respecto a los servicios turísticos. En contraste, únicamente el 13% expresó estar satisfecho, mientras que el 25% adoptó una postura neutral frente a su visita. Estos resultados evidencian que el grado de satisfacción absoluta es reducido y que prevalece una valoración crítica de la oferta local. En este sentido, se identifican oportunidades claras de mejora en los servicios de hospedaje y alimentación, cuya optimización podría contribuir de manera significativa a generar experiencias más positivas y a incrementar la satisfacción general de los turistas.

5.1.2. Estadística Inferencial

Objetivo general

Ho: La oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación no influyen de manera significativa en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

Ha: La oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación influyen de manera significativa en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

Regla de decisión:

En la contrastación de hipótesis, cuando $p \text{ valor} < 0.05$, es admitida la alterna. Por el contrario, si $p \geq 0.05$, no se cuenta con evidencia para renunciar a la hipótesis nula.

Tabla 6

Tabla cruzada de servicios turísticos y la satisfacción del turista en la comunidad de Pacchanta distrito de Ocongate.

		Servicios turísticos			Total	p- valor
		Malo	Regular	Bueno		
Satisfacción del turista	Insatisfecho	146	16	29	191	0.0412
	Neutral	49	10	10	69	
	Satisfecho	0	0	20	20	
Total		195	16	85	280	

Nota. Elaboración propia.

Interpretación: la Tabla 5 presenta la relación existente entre la percepción de los servicios turísticos de hospedaje y alimentación y el grado de satisfacción de los turistas nacionales en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate, durante el año 2024. Los resultados revelan que una parte importante de los visitantes encuestados (146 personas, equivalente al 48%) manifestó sentirse insatisfecha con dichos servicios, principalmente quienes los evaluaron como deficientes (195 personas, lo que representa el 65%). En contraste, únicamente 20 turistas (7%) expresaron estar satisfechos, destacando aquellos que calificaron los servicios como buenos. Por otro lado, un grupo intermedio conformado por 69 personas (23%) mostró una postura neutral respecto a su satisfacción, en su mayoría frente a servicios considerados regulares.

Cuando se aplica la prueba de independencia chi-cuadrado, se obtuvo un valor p de 0.0412. Dado que este resultado se encuentra por debajo del nivel de significancia de 0.05, se admite la hipótesis alternativa (H_a) y se rechaza la hipótesis nula (H_0). Esto demuestra que existe una correlación con significancia estadística entre la percepción de la oferta de servicios de alojamiento y comida y el contenido de los turistas nacionales en Pacchanta.

Por lo tanto, el análisis muestra que la oferta de servicios turísticos impacta significativamente en la satisfacción del visitante. De este modo, optimizar estos servicios se convierte en un aspecto clave para elevar el nivel de satisfacción general y potenciar el desarrollo turístico en la comunidad, generando beneficios tanto para los turistas como para los prestadores locales de servicios.

Objetivos específicos

Primer objetivo específico

Según los testimonios recogidos, los establecimientos de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta presentan una oferta limitada y con insuficiencias estructurales. Ninguno cuenta licencia de funcionamiento y, en varios casos, manifiestan no tener conocimiento del proceso o de la necesidad de contar con dicha autorización. El servicio de alojamiento se ofrece de manera muy básica: los hospedajes son atendidos por las familias, sin personal especializado, con habitaciones en número reducido (entre 1 y 5), sin agua caliente en las duchas, y con servicios básicos limitados. En cuanto a la alimentación, los propietarios atienden un número modesto de turistas, mayormente entre 10 a 25 personas al mes, con limitaciones como poca variedad en el menú, lo que ha generado quejas entre algunos visitantes. Además, ninguno de los negocios cuenta con presencia en internet, lo que reduce su visibilidad turística. El contacto con los turistas ocurre directamente en el lugar, de manera presencial y sin reservas en línea. Asimismo, a través de las entrevistas realizadas, se evidencian aspectos que refuerzan esta situación. Ante la pregunta “¿Usted cuenta con licencia de funcionamiento?”, varios entrevistados respondieron negativamente, señalando incluso que “no tiene conocimiento de ello”. En relación a la capacidad de alojamiento, uno de los prestadores indicó: “Cuenta con 1 sola habitación cuádruple”, mientras otro manifestó que “cuenta con 3 habitaciones: una doble y tres triples”, lo que confirma la limitada infraestructura existente. Además, en cuanto a los servicios básicos, se reportó que “solo

ponemos a disposición las camas, baño y la ducha no es caliente el agua”. La visibilidad en internet también es inexistente, ya que, ante la pregunta sobre la presencia en plataformas digitales, los entrevistados afirmaron: “No”. Finalmente, el contacto con los turistas ocurre sin ningún sistema de reserva, mencionando que “en el mismo lugar le contactan”, lo cual limita la competitividad turística del destino.

Segundo objetivo específico

Tabla 7

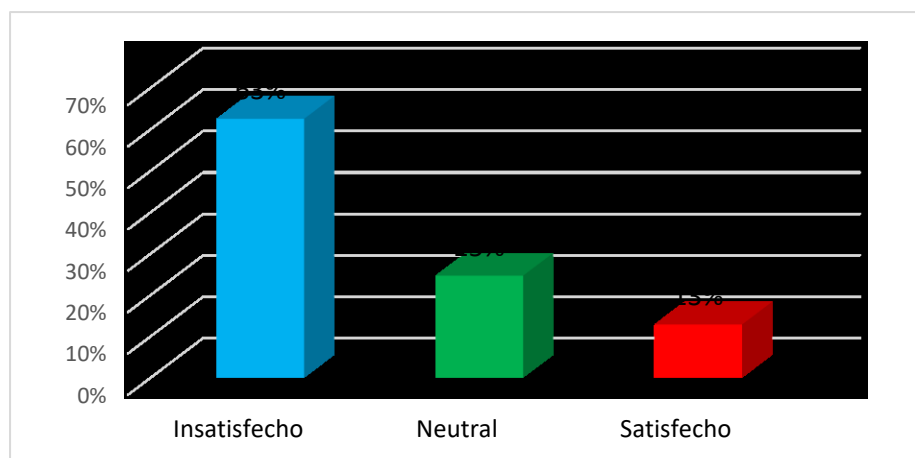
Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.

Satisfacción del turista	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	175	63%
Neutral	69	25%
Satisfecho	36	13%
Total	280	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 6

Nivel de la variable satisfacción del turista en los turistas que visitaron Pacchanta durante el 2024.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: La Tabla 4 muestra que el 63% de los visitantes de Pacchanta en 2024 manifestó no sentirse satisfecho con su experiencia, lo que refleja un nivel de percepción predominantemente negativo respecto a los servicios turísticos. En contraste, únicamente el 13% expresó estar satisfecho, mientras que el 25% adoptó una postura neutral frente a su visita. Estos resultados evidencian que el grado de satisfacción absoluta es reducido y que prevalece una valoración crítica de la oferta local. En este sentido, se identifican oportunidades claras de mejora en los servicios de hospedaje y alimentación, cuya optimización podría contribuir de manera significativa a generar experiencias más positivas y a incrementar la satisfacción general de los turistas.

Tercer objetivo específico

Una de las limitaciones más notorias identificadas en las entrevistas es la limitada formación técnica en turismo. Ninguno de los encuestados cuenta con estudios formales en este campo, aunque algunos indican tener conocimientos adquiridos de manera empírica. Solo algunos han recibido capacitaciones esporádicas, generalmente brindadas por instituciones como Ccaijo o la municipalidad; sin embargo, estos esfuerzos son considerados insuficientes y poco constantes. Además, todos los propietarios entrevistados coinciden en que necesitan más capacitación, tanto en atención al cliente como en la mejora del servicio gastronómico y de hospedaje. Otro aspecto crucial es la informalidad: todos los establecimientos funcionan sin licencia y no participan en concursos estatales ni acceden a programas de promoción turística. Esta situación refleja una necesidad urgente de orientación sobre los procesos de formalización y de integración a redes de apoyo institucional. En lo que respecta a la capacitación y profesionalización del servicio turístico, los testimonios de los entrevistados fueron contundentes. A la pregunta “¿Cuenta con personal especializado en turismo?”, todos coincidieron en afirmar que “nadie tiene formación en turismo”, revelando una limitada estructural en este ámbito. Asimismo, si bien algunos mencionaron haber

recibido capacitaciones, éstas fueron “de parte de Ccaijo y del Municipio”, específicamente en “preparación de alimentos y atención al cliente”. Sin embargo, se percibe que estas capacitaciones fueron esporádicas y no sostenidas en el tiempo. Finalmente, al ser consultados sobre qué falta para mejorar el servicio, repitieron la necesidad de “capacitación” y de “mayor dedicación”, lo que confirma una necesidad urgente de intervención institucional para lograr una oferta turística de mayor y elevar el nivel de los servicios prestados.

5.1.3. Resultados de las Entrevistas

Dentro de los parámetros de esta investigación, se llevaron a cabo entrevistas con cuatro dueños de servicios turísticos que ofrecen comida y alojamiento en la comunidad de Pacchanta, para entender sus puntos de vista y experiencias respecto al servicio proporcionado al visitante nacional. Obteniendo las siguientes percepciones sobre el servicio turístico de alojamiento y alimentación.

En su opinión, ¿la comunidad cuenta con suficientes hospedajes y restaurantes para atender a los turistas que llegan?

Los entrevistados coincidieron en que la comunidad no cuenta con suficientes hospedajes ni restaurantes para atender adecuadamente a los turistas. Señalaron que la infraestructura es muy limitada, con pocas habitaciones disponibles y servicios de alimentación reducidos en variedad, lo que genera dificultades cuando llegan grupos más numerosos. Algunos mencionaron que, si bien por el momento se logra atender a los visitantes que llegan, la capacidad actual no sería suficiente en caso de un incremento significativo del flujo turístico.

¿Usted cuenta con licencia de funcionamiento?

Respecto a la situación legal de sus negocios, ninguno de los entrevistados cuenta con licencia de funcionamiento. Uno de ellos incluso manifestó desconocer por completo este requisito, indicando textualmente: “No, no tiene conocimiento de ello”.

Tabla 8*Situación legal del negocio*

Licencia de funcionamiento	Respuesta de los entrevistados
No cuentan	“No, no tiene conocimiento de ello”
Entrevistado 2, 3 y 4	“No”

¿Cuántos turistas usted atiende al mes en su restaurante?

En relación con la atención a los turistas, los entrevistados señalaron que atienden entre 10 a 25 personas al mes, dependiendo de la temporada. Uno de ellos precisó que, en meses como mayo a setiembre, “recibe unos 10 a 15 pasajeros al mes”, quienes muchas veces solo llegan a almorzar y continúan su camino. Otro comentó que, en días con reservas, puede atender hasta 25 personas.

¿Cuál es el promedio de días que el turista pernocta en su alojamiento?

Sobre la estadía promedio, todos coincidieron en que los turistas suelen quedarse solo una noche.

¿Qué tipos de turistas usted recibe?

En cuanto al tipo de visitantes, indicaron que reciben tanto a nacionales como extranjeros. Uno mencionó: “Reciben nacionales y extranjeros”, reflejando la apertura hacia distintos públicos.

¿Con cuantas habitaciones cuenta su establecimiento de hospedaje?, ¿Alguna vez algún turista tuvo una queja respecto al servicio? ¿Por qué?

Los establecimientos cuentan con una infraestructura básica. El número de habitaciones oscila entre una y cinco, sin servicios completos. Todos afirmaron que no tienen agua caliente en las duchas. Un entrevistado indicó que “solo ponemos a disposición las

camas, baño y la ducha no es caliente el agua”. Asimismo, otro mencionó que una turista se quejó porque “la cama no estaba en buenas condiciones, ya que se movía mucho”, mientras que otro recibió reclamos “por el baño que no estaba en buenas condiciones”.

¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento de alojamiento y restaurante?

Dentro de ellos, ¿Cuenta con algún personal especializado en turismo?

En todos los casos, la atención es asumida por la familia. No hay personal contratado ni trabajadores con formación en turismo. Uno de ellos señaló: “Nadie tiene formación en turismo, pero sí conocimiento de turismo”.

¿Como le contactan los pasajeros? ¿Su alojamiento y/o restaurante está en el internet?

La comunicación con los clientes se realiza de forma directa. Ninguno de los entrevistados cuenta con redes sociales, página web ni forma de reserva digital. Todos manifestaron que “los pasajeros los contactan en el mismo lugar”.

¿Que considera usted que falta para que el servicio que brinde sea el adecuado?

Los entrevistados coincidieron en señalar que necesitan más capacitaciones relacionadas con los servicios que ofrecen, especialmente en atención al cliente, preparación de alimentos y gestión de hospedaje. Algunos mencionaron haber recibido talleres esporádicos de la municipalidad o de Ccaijo, aunque la mayoría indicó no haber sido capacitada de manera formal. De forma unánime expresaron que la formación continua es fundamental para mejorar el servicio que brindan.

Asimismo, señalaron la importancia de contar con mayor inversión en mobiliario e infraestructura. Uno de ellos expresó: “Dinero para comprar los muebles, capacitación y mayor dedicación”.

5.2. Discusión de Resultados

Las conclusiones obtenidas por medio de un enfoque mixto fueron presentadas en el capítulo de resultados, que combinó el análisis cuantitativo de las encuestas dirigidas a turistas nacionales con el análisis cualitativo proveniente de entrevistas realizadas a los propietarios de servicios turísticos en la comunidad de Pacchanta. La información fue organizada según los objetivos específicos del estudio, enfocándose en el estado actual de los servicios de hospedaje y alimentación, el grado de satisfacción de los turistas y la percepción de los pobladores respecto a la mejora y formalización de la oferta local. Asimismo, se aplicaron pruebas estadísticas, entre ellas, la Chi-cuadrado, con la finalidad de examinar la relación entre las variables principales. Estos resultados constituyen la base para la discusión crítica posterior, en la que se contrastan con la literatura y los antecedentes revisados.

Los hallazgos de esta investigación permiten concluir que la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación influye significativamente en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate. Así lo evidencia la prueba estadística de chi-cuadrado, la cual obtuvo un valor p de 0.0412, menor al nivel de significancia establecido de 0.05, lo que conduce a aceptar la hipótesis alternativa y rechazar la hipótesis nula. Este hallazgo coincide con lo reportado por Aguilar (2022) en su estudio sobre la oferta de hospedaje en el Cantón San Cristóbal, Ecuador, donde se identificó una brecha negativa en la satisfacción general de los turistas, a pesar de contar con una infraestructura de alojamiento considerablemente más desarrollada y con mecanismos de promoción digital activos. A diferencia de este contexto, en Pacchanta, la oferta de servicios turísticos aún se encuentra en una etapa incipiente, con insuficiencias en infraestructura, informalidad y escasa capacitación. Sin embargo, los dos estudios concuerdan en que una oferta turística que es regular o mala impacta directamente la experiencia y percepción del visitante. Por tanto, se reafirma el fortalecimiento de las condiciones básicas y estratégicas de

la oferta turística resulta esencial para mejorar la competitividad del destino y garantizar una experiencia satisfactoria al visitante.

Los resultados vinculados al primer objetivo específico evidencian que la actual oferta de servicios turísticos en alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta presenta serias limitaciones, ya que no cumple con estándares básicos de formalización. La mayoría de negocios carece de licencia de funcionamiento y sus propietarios desconocen los procedimientos legales para obtenerla. Asimismo, se identificó una infraestructura insuficiente: pocas habitaciones disponibles, ausencia de agua caliente, deficiencias en los servicios básicos y una reducida capacidad operativa tanto en hospedaje como en alimentación. Estas limitaciones en la oferta de servicios repercuten en una experiencia insatisfactoria para el turista, lo que pone en riesgo la sostenibilidad del destino. Estos hallazgos son coherentes con lo planteado por Quintana. (2022), quien demostró que en el cantón Baños de Agua Santa existe una relación significativa entre la calidad del servicio de alojamiento y la satisfacción del cliente, respaldada por la prueba Chi-cuadrado ($p < 0.05$). Aunque Baños de Agua Santa presenta un mayor interés por planificar y mejorar su oferta, ambos estudios coinciden en que las deficiencias en infraestructura, atención y legalización afectan negativamente la percepción del turista. Por tanto, se reafirma que la condiciones básicas y estratégicas en los servicios turísticos compromete seriamente la competitividad y la experiencia del visitante.

Respecto al segundo objetivo específico, según las encuestas efectuadas, el 63% de los turistas no se encuentran contentos, ello por carencias en los servicios turísticos, como mobiliario inestable, baños deteriorados y una oferta alimentaria limitada. Estas deficiencias en infraestructura y gestión, condicionadas por la falta de recursos y formación, derivan en percepciones poco favorables por parte de los turistas y, en consecuencia, en bajos niveles de satisfacción. Este resultado coincide con lo señalado por Contreras (2021) en su estudio sobre

destinos turísticos en Boyacá, Colombia, donde se comprobó que la valoración de la calidad del servicio incide de manera directa tanto en la satisfacción del visitante como en su intención de volver. El autor concluyó que resulta fundamental elevar la calidad de los servicios turísticos con el fin de fortalecer la competitividad de las comunidades que los ofrecen. De forma similar, en Pacchanta, las condiciones actuales no permiten consolidar una oferta atractiva ni sostenible, y la mejora de estos servicios especialmente desde la formación y acondicionamiento básico es esencial para incrementar los niveles de satisfacción y fidelización del turista.

Respecto a la tercera meta concreta, las entrevistas muestran que los prestadores de servicios en la comunidad de Pacchanta tienen limitaciones en cuanto a su educación técnica en turismo. Si bien algunos propietarios han adquirido experiencia de forma empírica o han participado en capacitaciones ocasionales organizadas por instituciones locales como Ccaijo o la municipalidad, estos esfuerzos son insuficientes, esporádicos y no sistematizados. Todos los entrevistados manifestaron su deseo de recibir una capacitación más integral, en particular en campos esenciales como la atención a los clientes, la gastronomía y el manejo del hospedaje. Este déficit formativo se suma a la informalidad generalizada de los negocios, que operan sin licencia ni participación en los mecanismos estatales de promoción o apoyo turístico, lo que limita su capacidad para posicionarse como destinos confiables y atractivos. El trabajo de Álvarez et al. (2022) respalda estos hallazgos, al afirmar que la calidad del servicio y la satisfacción del visitante influyen de manera directa en la imagen de un destino., lo cual afecta si el visitante tiene intención de recomendarlo o volver. Los fundamentos de su investigación, aunque se enfocó en Quito, también son aplicables a Pacchanta, donde la ausencia de estrategias de formalización y capacitación limita el desarrollo de una oferta integral capaz de generar fidelización en los turistas. En consecuencia, fomentar la formalización de los servicios y fortalecer las habilidades técnicas de los proveedores son

componentes fundamentales para elevar la satisfacción del visitante y proyectar una imagen positiva del destino.

Capítulo VI

Propuestas de la Investigación

6.1. Capacitación a los Prestadores de Servicio de Alojamiento y Alimentación para la Satisfacción del Turista Nacional en la Comunidad de Pacchanta

El objetivo de esta propuesta es presentar una serie de medidas estratégicas diseñadas para mejorar la oferta del servicio de alojamiento y alimentación y aumentar los niveles de satisfacción de los clientes.

El propósito del proyecto actual es optimizar la calidad de los servicios turísticos y elevar el nivel de satisfacción de los visitantes que se dirigen a la comunidad de Pacchanta. Con este propósito en mente, se elaboraron una gran cantidad de estrategias con el objetivo de establecer metas estratégicas y comunicarlas tanto a las agencias de viaje como a la comunidad local. La implementación de esta propuesta puede extenderse a otros destinos turísticos en la misma área o en otras provincias, buscando crear un entorno más favorable en el futuro. Esto favorece a las compañías que brindan servicios turísticos y también a sus trabajadores, y además ayuda a mejorar la percepción de los servicios entre los viajeros nacionales.

6.1.1. Descripción

La comunidad agrícola de Pacchanta, situada en el distrito de Ocongate, departamento de Cusco, posee una variada riqueza paisajística natural que no se aprovecha eficientemente. En cambio, el principal sustento económico de la comunidad está relacionada con la agricultura tradicional, la ganadería, el comercio y la construcción, según datos del INEI del Censo 2017. Las familias de esta comunidad cultivan principalmente para su propio consumo o para mantener a sus familias.

La producción para autoconsumo se debe en parte a la disponibilidad de riego en el 40% de los terrenos, lo que les permite realizar dos cosechas al año. El restante 60% de los

terrenos solo es cultivable con las lluvias temporales. Por lo tanto, se buscan otras fuentes de ingresos, vinculados a los servicios de hospedaje y alimentación. Sin embargo, en la actualidad, esta actividad no se desarrolla de una forma efectiva.

La presente propuesta tiene como finalidad fortalecer las capacidades de los emprendimientos que brindan servicios turísticos, con el objetivo de aumentar el grado de complacencia de los visitantes nacionales que arriban a la comunidad y, simultáneamente, incrementar la demanda turística en esta zona con gran potencial natural.

6.1.2. *Objetivo General*

Desarrollar capacitación a los prestadores de servicio de alojamiento y alimentación para la satisfacción del turista nacional

6.1.3. *Objetivo Específico.*

Reconocer las deficiencias de los servicios ofrecidos por los comuneros dedicadas al alojamiento y la alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.

Establecer las estrategias y actividades de mejora a través de la propuesta planteada.

Difundir y presentar la propuesta a los prestadores de servicios de alojamiento y alimentación de la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate, con el objetivo de contribuir a la mejora continua del servicio brindado.

6.1.4. *Cobertura*

La capacitación en gestión de servicios de hospedaje y gastronomía está dirigida a los emprendimientos que brindan estas prestaciones en la comunidad de Pacchanta.

6.1.5. *Propuestas*

Elaborar una estrategia de gestión de personal, introducir roles estratégicos en la gestión, establecer un plan de formación, adoptar sistemas informáticos y crear un método de evaluación de clientes personalizado.

6.1.6. Acciones

Elaborar una declaración de misión, visión y valores, crear una estructura organizativa, desarrollar un manual de procedimientos y roles, ofrecer formación inicial para nuevos empleados y sesiones de capacitación mensuales, crear un programa de asistencia al cliente, diseñar un sitio web, obtener licencias para sistemas informáticos y realizar encuestas.

6.1.7. Duración

La propuesta de " Formación a proveedores de servicios de hospedaje y comida para aumentar la satisfacción de los visitantes locales en la comunidad de Pacchanta, en el distrito de Ocongate " tendrá una duración de tres meses.

6.1.8. Justificación

Considerando la situación económica actual de la comunidad campesina de Pacchanta, se plantea desarrollar una capacitación orientada principalmente a fortalecer las condiciones económicas de sus pobladores. Para ello, se busca aprovechar los recursos paisajísticos y turísticos de la zona, los cuales están adquiriendo cada vez mayor relevancia debido al incremento constante de visitantes nacionales. Con la próxima construcción del Aeropuerto Internacional de Chinchero, se prevé que esta afluencia turística aumente aún más, lo que demandará que los habitantes ofrezcan experiencias y actividades turísticas vinculadas a sus atractivos naturales. De esta manera, no solo se potenciará el aprovechamiento de dichos recursos, sino también se logrará una mayor satisfacción de los visitantes.

6.1.9. Ejecutor

La Municipalidad Distrital de Ocongate será la entidad encargada de liderar la ejecución de las capacitaciones, gestionando los recursos y articulando con instituciones especializadas para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados.

6.2. Formalización de los Prestadores de Servicio Turístico de Alojamiento y Restaurante de la Comunidad de Pacchanta para el Beneficio de Obtención Cofinanciamiento a Traves de Programas del Estado

6.2.1. Descripción

Los servicios de alojamiento y restauración en el ámbito turístico no se encuentran formalizados como emprendimientos. Por lo tanto, es de gran interés que estos servicios busquen la formalización para garantizar la seguridad de los turistas. Además, la formalización les brindará la oportunidad de acceder a programas gubernamentales como “Turismo Emprende”, los cuales buscan promover y respaldar emprendimientos turísticos. La propuesta a continuación detalla los pasos necesarios para lograr la formalización y como resultado, beneficiarse de programas como “Turismo Emprende” o “Procompite”.

6.2.2. Objetivo General

Formalizar a los emprendimientos turísticos de alojamiento y alimentación de la comunidad de Pacchanta.

6.2.3. Objetivo Especifico

Tener posibilidades para presentarse al programa turismo emprende

Lograr cofinanciamiento por parte del estado

6.2.4. Los Pasos Para Formalizarse

Con la asistencia de un asesor externo, los proveedores de servicios turísticos podrán completar satisfactoriamente todos estos requisitos para obtener el reconocimiento gubernamental como emprendimientos turísticos. Los pasos a seguir para fundar una empresa como persona natural se presentan a continuación:

a) Búsqueda de nombre

Se puede realizar la reserva del nombre ya sea en línea o de forma presencial.

b) Realizar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en la SUNAT.

Este periodo, se llevará a cabo la escogencia del régimen tributario y también la expedición de boletos.

c) Tramitar la licencia municipal de funcionamiento

Se requiere en la ubicación donde se encuentre el negocio.

d) Solicitar incorporación en el directorio de prestadores de servicio turístico

Esto es muy importante para ser reconocidos por el directorio Nacional de Prestadores de servicio turístico y se puede hacer en la GERCETUR.

Beneficios de tener un negocio formal

- El emprendedor tendrá la oportunidad de hacer conocer sus servicios en diferentes eventos realizados por diferentes instituciones.
- Mostrar confianza y seguridad al turista
- Podrá crecer empresarialmente y tener empleados
- Permite las facilidades para ser beneficiario del estado con diferentes programas o recibir préstamos por empresas privadas.

Los riesgos de la informalidad

- Pérdida de clientes
- Puedes recibir sanciones por parte de entes inspectores
- Los nombres de su emprendimiento podrían usar otras personas
- No puedes ser beneficiado por el estado por no ser un negocio formal.
- Como ser beneficiario de turismo emprende
- Una vez constituida el emprendimiento se da mayor facilidad para poder acudir al programa

6.2.5. Requisitos

Las personas naturales con negocio que inicio anterior al lanzamiento del programa

- Estado de RUC activo y existente ante la SUNAT.
- Coincidencia entre el propietario de la persona natural con negocio y el coordinador
- Los ingresos por año NO deben exceder las 150 UIT.
- La actividad económica que se registra en la Ficha RUC, ya sea principal o secundaria, debe encontrarse
- Relacionada con actividades de suministro de servicios de turismo.
- Estar inscrito en el Sistema de Prestadores Turísticos (SET Regiones) o en el Directorio de Proveedores de Servicios Turísticos que pertenece al (MINCETUR).

6.2.6. *Gastos que Cofinancia el Programa*

Los gastos elegibles que cofinancia el programa son:

- Bienes y equipos que se destinen para la propuesta
- Computadora o portátil: Una (01) unidad como máximo.
- Impresoras, fotocopadoras o multifuncionales: Un (01) dispositivo como máximo.
- Mobiliario en términos generales.
- Equipos de comunicación: no exceder dos (02) unidades.
- Aparatos eléctricos en general.
- Aparatos y/o dispositivos y/o bienes duraderos que sean impulsados por energía o la usen.
- Que sean sustentables y fomenten la conservación del medio ambiente.
- Menaje: utensilios de comedor y cocina.
- Objetos para el dormitorio.
- Artículos para embellecer interiores.

- Vestimenta y uniformes para el personal.
- Bicicletas.
- Vehículos no motorizados diseñados para el entorno acuático.
- Equipamiento para deportes extremos.
- Equipamiento de seguridad y protección para actividades turísticas, como el turismo de aventura, en función de la actividad turística.
- Equipos de protección personal y/o seguridad.
- En general, el equipamiento menor según lo propuesto.
- Herramientas en general conforme a la propuesta.
- Otros que estime imprescindibles para poner en marcha protocolos sanitarios y medidas de bioseguridad.

Honorarios de profesionales y no profesionales

- Honorarios de los especialistas profesionales, colegiados y hábiles (si corresponde).
- Honorarios por trabajos de instalación de mobiliario y/o equipos, así como por restauraciones internas o externas orientadas a la finalidad del emprendimiento.

Servicios especializados y asesorías

- Servicios prestados por individuos especializados y que están directamente vinculados con la meta del emprendimiento.
- Servicios que están directamente vinculados con el objetivo de la empresa, proporcionados por entidades jurídicas especializadas.

Capacitación especializada

- Formación presencial y/o virtual que esté enfocada directamente en el objetivo de la empresa.

Viáticos y pasajes

- Los gastos de alojamiento y transporte a nivel nacional se concederán solamente al Coordinador del emprendimiento o a la persona que esté asignada (siempre que mantenga un vínculo laboral con la compañía y esté relacionado con el propósito del viaje). Estas erogaciones se dedican a acciones comerciales que están incluidas en la propuesta de emprendimiento, como participar en eventos empresariales, ferias, talleres y actividades de capacitación.
- Los costos de pasajes y viáticos no tienen que exceder el 10% del total de la subvención solicitada.

Gastos y materiales ordinarios

- Para adaptar el establecimiento a la puesta en marcha de protocolos sanitarios y medidas de bioseguridad.
- Otros costos que considere para la promoción y venta del negocio.

6.2.7. *Gastos que No son Elegibles*

Se refiere a los costos que el programa no tiene la capacidad de cofinanciar "Turismo Emprende", y que constituyen una parte de la propuesta de emprendimiento:

- Armas de fuego y/o sus derivados.
- Compra de propiedades inmobiliarias
- Compra y/o arrendamiento de vehículos motorizados
- Gastos de servicios (de teléfono fijo, celular, internet, luz, agua y gas).
- Alquiler de maquinaria de oficina.
- Alquiler de local.
- Compensación de la nómina de los empleados.

- Costo del servicio de entrega a domicilio, dependiendo de las tareas de seguimiento y supervisión.
- Beneficios, reconocimientos y contribuciones laborales previsionales del personal²¹.
- Abono de planes o recargas para televisión satelital, televisión por cable, plataformas de entretenimiento en streaming y telefonía móvil.
- Pago de intereses moratorios, intereses legales, capital de deuda y otros gastos.
- Financieros (por ejemplo, el mantenimiento de la cuenta corriente y otros gastos relacionados).
- Adquisición y/o arrendamiento de equipos, mobiliario e insumos que no estén vinculados con la esencia de la propuesta empresarial.
- Adquisición de acciones.
- Adquisición de bienes muebles de segunda mano.
- Comprar o arrendar bienes que violen las regulaciones vigentes en el área.
- Seguridad, medioambiental y sanitaria
- Compra o arrendamiento de animales.
- Establecimiento de infraestructura que no esté relacionada con la propuesta de emprendimiento.
- Otros gastos ajenos a la propuesta de emprendimiento.

6.2.8. Monto

El programa depende mucho del presupuesto designado, en el concurso un emprendimiento puede beneficiarse por un monto S/ 42,000.00 a mas

6.2.9. Proceso del Concurso

- Convocatoria
 - Consulta, absolución e integración de Bases

- Recepción de sugerencias
 - Registro de postulación
 - Postulación en el sistema en línea
- Valoración de propuestas
 - Fase uno: Aceptabilidad
 - Fase dos: Filtrado inicial de propuestas
 - Fase tres: Elección de las propuestas aptas
- Publicación de la lista de candidatos aptos
- Suscripción de acuerdos de cofinanciamiento

Luego, a través de una Resolución Ministerial del ministro de MINCETUR, se divulga quiénes son los que ganan el concurso público y se aprueba la distribución de la subvención, especificando cuánto le toca a cada uno según el proyecto que propusieron. Esta operación tiene lugar después de la firma del convenio de cofinanciamiento y de que se satisfagan las condiciones establecidas en el reglamento del programa "Turismo Emprende".

6.2.10. Justificación

(Mincetur) que se centra en fomentar la creación y el desarrollo de iniciativas empresariales dentro del ámbito turístico, brindando financiación o cofinanciación a proyectos vinculados con los servicios de hospedaje y alimentación en la comunidad de Pacchanta.

Es evidente que los servicios de alojamiento y alimentación en Pacchanta requieren aprovechar programas como Turismo Emprende para optimizar sus propuestas. Por ejemplo, pueden invertir en la adquisición de utensilios de cocina, mobiliario para comedores y habitaciones, elementos decorativos y otros recursos esenciales. Las encuestas y entrevistas a turistas nacionales revelaron niveles insatisfactorios con respecto a los servicios actuales. Por

tanto, es crucial encontrar soluciones para aumentar la confianza y la satisfacción de los visitantes al adaptar y mejorar el servicio según sus expectativas y necesidades.

6.2.11. Ejecutor

La Municipalidad Distrital de Ocongate asumirá la responsabilidad de promover y acompañar el proceso de formalización de los prestadores de servicios turísticos, articulando con las instancias correspondientes del Estado y brindando el soporte necesario a los emprendedores de la comunidad.

6.3. Aplicación y uso de Agencias de Viajes Online, Conocidas Como OTAS en los Alojamientos Turísticos de Hospedaje y Alimentación en la Comunidad de Pacchanta

6.3.1. Descripción

La presente propuesta de Agencias de Viajes Online es de suma importancia, después de realizar un análisis del proveedor del servicio turístico en la comunidad de Pacchanta, llegamos a un consenso en donde vemos que los servicios turísticos no están en las plataformas de reservas como Booking y Airbnb. Hoy en día la mayoría de alojamientos y restaurantes están posicionados en diferentes plataformas para lograr mayor visibilidad y obtener mayores reservas, En ese entender, es necesario la aplicación de Las Agencias de Viajes Online, conocidas como OTA, que beneficiará a los prestadores del servicio turístico.

6.3.2. Objetivo

Alcanzar una mayor presencia en las plataformas de reservas para servicios turísticos de alojamiento y alimentación, como Booking y Airbnb.

6.3.3. Airbnb

Airbnb es una plataforma digital que permite la renta de hospedajes para vacaciones, en la cual los dueños tienen la posibilidad de presentar a turistas de todo el mundo variadas alternativas de alojamiento. Tanto los viajeros como los prestadores lo han adoptado con gran

popularidad. En la actualidad, un Airbnb puede ser cualquier tipo de propiedad, desde un hotel hasta una casa.

6.3.3.1.Requisitos para Airbnb.

Paso 1: Registrarse y Crear una Cuenta

Paso 2: Información sobre Alojamiento o casa

Paso 3: Añadir Fotos del Alojamiento o casa

Paso 4: Establecer las Normas del Alojamiento o casa y los Requisitos para los Huéspedes

Paso 5: Mantener Actualizado el Calendario

Paso 6: Establecer el Precio

Paso 7: Publicar

6.3.3.2.Proceso de reserva.

Airbnb permite a los huéspedes comunicarse con los anfitriones para preguntar y negociar términos antes de reservar.

6.3.3.3.Costo y comisión

La tarifa de servicio que se obtiene a los huéspedes al hacer una reserva. Esta tarifa oscila entre el 14% y el 16%. Una vez que empiece a aceptar reservas en Airbnb, se aplica una comisión. Como anfitrión, se puede controlar diversos aspectos del alojamiento, como las comodidades y características especiales, además de poder establecer las políticas.

6.3.4. *Booking*

Booking funciona como un agente que conecta a los clientes que desean reservar un hotel en línea con aquellos hoteles que buscan ofrecer sus habitaciones. El cliente y el hotel llevan a cabo el acuerdo y la transacción de manera directa.

Cualquier tipo de alojamiento, ya sea grande o pequeño, y de cualquier categoría, puede ser publicado en Booking.com, siempre que cumpla con los requisitos legales para alquilar a los clientes.

6.3.4.1.Requisitos.

- Ser propietario de alojamiento
- Descripción detallada del alojamiento, incluyendo características, comodidades, reglas y cualquier otra información relevante para los huéspedes potenciales.
- Fotografías de calidad que muestran claramente las diferentes áreas y características del alojamiento.

6.3.4.2.Tarifas.

- Establecer políticas de cancelación claras y transparentes para los huéspedes.
- Verificación de identidad en caso que la plataforma de Booking lo necesite.

6.3.4.3.Costo y Comisión

Es una plataforma que se fundamenta en comisiones. Esto quiere decir que los anfitriones abonan un porcentaje determinado cada vez que obtienen una reserva por medio de la plataforma, el cual puede variar entre el 10% y el 25%. Aunque la tasa de comisión fluctúa, en promedio es aproximadamente del 15%.

6.3.5. *Justificación*

Considerando el diagnóstico de los servicios turísticos de hospedaje y alimentación en la comunidad de Pacchanta es fundamental el uso de Booking y Airbnb ofrece la oportunidad de que los alojamientos alcancen a un público más extenso, aumentando su visibilidad y potencial sus reservas y de la misma forma el turista podrá ubicarlos fácilmente.

6.3.6. Ejecutor

La Municipalidad Distrital de Ocongate será la entidad ejecutora de esta iniciativa, impulsando la incorporación de los prestadores locales a plataformas digitales de comercialización turística y facilitando el acceso a la capacitación y herramientas tecnológicas necesarias para su implementación.

Conclusiones

- Primero:** Los resultados cuantitativos, respaldados por la prueba de Chi-cuadrado ($p = 0.0412$), evidencian la existencia de una relación estadísticamente significativa entre la oferta de los servicios turísticos de hospedaje y alimentación y el grado de satisfacción del turista nacional. Esta conclusión se ve fortalecida por los hallazgos cualitativos, donde se evidencia una oferta limitada, inadecuada en infraestructura, con deficiencias en la atención y escasa innovación, lo cual afecta negativamente la experiencia del visitante. A pesar de estas limitaciones, los prestadores muestran disposición para mejorar, aunque enfrentan barreras estructurales como la insuficiencia de formación y el débil apoyo institucional.
- Segundo:** La oferta de servicios turísticos en Pacchanta es informal. Ningún establecimiento cuenta con licencia de funcionamiento, y los responsables desconocen los procedimientos para obtenerla. El alojamiento se caracteriza por tener entre 1 y 5 habitaciones sin servicios diferenciados, ni personal capacitado. En alimentación, la atención es limitada en variedad y capacidad. Además, no hay presencia digital ni sistemas de reservas, lo que reduce considerablemente su competitividad.
- Tercero:** La satisfacción de los visitantes en la comunidad de Pacchanta es generalmente escasa, con un sesenta y tres por ciento de los encuestados expresando descontento. Este resultado se asocia principalmente a deficiencias en infraestructura, mobiliario, higiene y variedad alimentaria. Aunque un veinticinco por ciento de los visitantes se mostró neutral respecto a su experiencia, las quejas más frecuentes se concentraron en la precariedad de la infraestructura y en la atención básica, reflejo de la escasa experiencia y falta de profesionalización de los prestadores. Solo un trece por ciento manifestó estar

satisfecho, lo que muestra la necesidad de reforzar los servicios turísticos con el fin de optimizar la percepción de los visitantes.

Cuarto: Para fortalecer la oferta turística en Pacchanta, la formación técnica permanente resulta esencial, el acceso a procesos de formalización, la participación en programas estatales y el diseño de estrategias de promoción. Sin embargo, en la actualidad estas acciones son puntuales y limitadas. Pese a ello, los prestadores de servicios muestran una disposición significativa para mejorar, siempre que cuenten con acompañamiento y apoyo institucional.

Recomendaciones

- Primero:** Se recomienda a la Municipalidad distrital de Ocongate a diseñar e implementar una estrategia integral de desarrollo turístico comunitario que articule a los prestadores de servicios con las autoridades locales, instituciones técnicas y organismos de promoción turística. Esta estrategia debe enfocarse en tres ejes: (1) fortalecimiento de capacidades, (2) formalización y acceso a financiamiento, y (3) promoción del destino con identidad cultural. Así se podrá mejorar significativamente la satisfacción del turista y, a su vez, fomentar el desarrollo económico sostenible de la comunidad de Pacchanta.
- Segundo:** Se aconseja a la municipalidad de Ocongate y a las entidades implicadas que elaboren un plan de formalización con el objetivo de regularizar los establecimientos. Paralelamente, se debe implementar un programa de fortalecimiento de capacidades en gestión turística y marketing digital, incluyendo estrategias para visibilidad en redes y plataformas de hospedaje.
- Tercero:** Se recomienda a las instituciones como CCAIJO, GERCETUR o MINCETUR, articular un programa de formación integral que incluya módulos de formalización, atención al cliente, innovación en gastronomía local y gestión empresarial. Asimismo, facilitar la participación en ferias y redes turísticas para fomentar el acceso a mercados y la mejora de la imagen del destino.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, M. (2022). Evaluación de oferta turística de hospedaje que ofrece El Cantón San Cristobal de la provincia de Galápagos. [Tesis de Licenciatura, Unviersidad Estatal del Sur de Manabí].
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3578/1/01%20PROYECTO%20DE%20TITULACI%c3%93N%20MAR%c3%8dA%20GABRIELA%20AGUILAR%20MART%c3%8dNEZ.pdf>
- Alvarez, G., Jiménez, J., & Santos, P. (2022). Calidad y satisfacción del turista en relación a la imagen del destino en la intención de recomendar la ciudad de Quito. *Journal Scientific*, 6(4), 944-968. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.944-968>
- Antonietti, B. (2020). Servicios Turísticos. *Universidad Tecnologica Nacional*, 1(1), 11-19.
<https://es.scribd.com/document/519767830/Evolucion-de-La-Informacion-Turistica>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. Enfoques Consulting E.I.R.L.
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Bernal, C. (2012). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. . Bogotá: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). Introduccìon a la metodología de la investigación científica (Primera ed.). Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Calderón, L., & Navarro, J. (2024). Análisis de la oferta turística para la satisfacción de la demanda turística en el distrito de Tambogrande. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Frontera].

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNFS_0bb0a07abbc6c57eccc2ea951521a3c2/Details

Carbajal, J. (2021). Satisfacción del turista chileno que visita Tacna y su actitud hacia el Perú, año 2020. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada de Tacna].

<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1837/Carbajal-Perez-Joanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carmona, A. (2019). Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente, de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel, en la ciudad de Trujillo, 2015. [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1922/1/TL_CarmonaMartinezAraeli.pdf

Contreras, E. (2021). Calidad percibida del servicio, satisfacción e intención de revisita del turista en destinos turísticos de Boyacá, Colombia. [Tesis de Licenciatura, Universidad ESAN].

<https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/99d00f20-c594-4f21-b663-d5798b5f58fa/content>

Congreso de la República del Perú. (2025). Ley N.º 32392, Ley General de Turismo. Diario Oficial El Peruano.

Congreso de la República del Perú. (2023). Ley N.º 31797, Ley de Promoción y Desarrollo del Turismo Comunitario. Diario Oficial El Peruano.

Hernández, R., & Fernández, C. (2010). Metodología de la investigación (Quinta ed.). Mexico: mc.interamericana editores. Metodología de la investigación.

- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Mexico: Mc Graw Hill Education. Metodología de la investigación:
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Hosteltur. (21 de 01 de 2025). Hosteltur. https://www.hosteltur.com/167921_el-turismo-mundial-alcanza-los-1400-millones-de-viajeros-en-2024.html
- Huamani, L., & Tillca, N. (2020). Calidad de servicio turístico para la satisfacción del turista en la Feria Gastronómica del Cuy al palo de distrito de Lamay 2017. [Tesis de Licenciatura, Univesidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5433/253T20200245_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Huillca, L. (2020). Evaluación de la satisfacción de turistas extranjeros en la Ciudad del Cusco mediante el análisis factorial - 2018. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco].
<https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/29e6952c-e4e0-4214-8824-7fa6dd650383/content>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing. Pearson educación, 15.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Marketing. Pearson Education.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). Fundamentos del Marketing. Prentice-Hall.
- Larrosa, P. (2021). Qué es un servicio gastronómico.
<https://www.laverdad.es/gastronomia/preguntas-respuestas/que-servicio-gastronomico-20070130000000-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.laverdad.es%2Fgastronomia%2Fpreguntas-respuestas%2Fque-servicio-gastronomico-20070130000000-nt.html>
- MINCETUR. (2 de agosto de 2024). Más de 19 millones de turistas nacionales se movilizaron por el Perú durante el primer semestre del 2024. El estado gob.pe:

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/997692-mas-de-19-millones-de-turistas-nacionales-se-movilizaron-por-el-peru-durante-el-primer-semester-del-2024>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (16 de enero de 2025). Al cierre del 2024, el turismo receptivo creció en 29% con relación al año pasado.

Noticias: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1091972-al-cierre-del-2024-el-turismo-receptivo-crecio-en-29-con-relacion-al-ano-pasado>.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). Decreto Supremo N.º 001-2015-MINCETUR, Reglamento de Establecimientos de Hospedaje. Diario Oficial El Peruano.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2004). Decreto Supremo N.º 025-2004-MINCETUR, Reglamento de Restaurantes y Servicios Afines. Diario Oficial El Peruano.

Miranda, M., Chiriboga, P., Tapia, L., & Romero, M. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los emilio's. Alausí. Ciencias Técnicas y Aplicadas, 7(4), 1437. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>

Morillo, M., & Morillo, M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 22(2), 111-131.

OEA. (1980). El servicio de información turística. <https://prezi.com/p/feuw89jnwezz/el-servicio-de-informacion-turistica/>

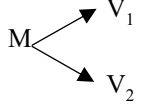
Parasumaraman, A., & Leonard, B. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50. <https://www.jstor.org/stable/1251430>

- Peiró, R. (2020). Equipo. <https://economipedia.com/definiciones/equipo.html>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2021). Definición de Satisfacción. <https://definicion.de/satisfaccion/>
- Perez, J., & Gardey, A. (2022). Definición de turismo. <https://definicion.de/turismo/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2022). Definición de restaurante. <https://definicion.de/restaurante/>
- Quiroa, M. (2020). Necesidades del consumidor.
<https://economipedia.com/definiciones/necesidades-del-consumidor.html>
- Ramón, J. (7 de febrero de 2024). El servicio de información turística como estrategia de fidelización. Terry Consultores: <https://www.terryconsultores.com/informacion-turistica-y-fidelizacion/>
- Real, J. (2020). Establecimiento de alojamiento turístico.
<https://www.consumoteca.com/turismo-y-viajes/alojamiento-turistico/>
- Rogel, J. (2018). La calidad del servicio y satisfacción del cliente: Binomio clave en agencias de viajes en Ecuador. *Memorialia: Una huella en la memoria humanística de la UNELLEZ*, 1(15), 135.
- Sancho, A. (1998). Introducción al turismo. OMT Organización Mundial del Turismo.
https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/03/81-introduccionalturismo_omt.pdf
- Sancho, A. (2006). Introducción del Turismo. En A. Sancho.
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú]. (14 de febrero de 2025). Demanda por hoteles no acompaña el ritmo de crecimiento de la oferta. ComexPerú:
<https://www.comexperu.org.pe/articulo/demanda-por-hoteles-no-acompana-el-ritmo-de-crecimiento-de-la-oferta>
- Soret, I., & Obesso, M. (2020). Gestión de calidad. ESIC.
<https://ereader.perlego.com/1/book/2170463/2>
- Tamayo, M. T. (2006). Aprender a investigar. Bogotá: ARFO Editores Ltda.

- Troyo, B., Arnaud, G., Galina, P., & Urbán, J. (2018). Evaluación del servicio turístico en el avistamiento de la ballena gris: Baja California Sur, México. *Economía, sociedad y territorio*, 18(58), 26.
- Uribe, M. (2017). Gerencia del servicio. Alternativa para la competitividad. Ediciones de la U. <https://www.perlego.com/es/book/1621536/gerencia-del-servicio-alternativa-para-la-competitividad-3ra-edicin>
- Velandia, F., Ardón, N., & Jara, M. (2017). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 13-24.
- Westreicher, G. (2020). Empleado. <https://economipedia.com/definiciones/empleado.html>
- Westreicher, G. (2020). Expectativa. <https://economipedia.com/definiciones/expectativa.html>

Anexos

Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿De qué manera la oferta de Servicios turísticos de alojamientos y alimentación influye en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?	Determinar la influencia de oferta de servicios turísticos de alojamientos y alimentación en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.	La oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación influye significativamente en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.	Oferta de servicio turístico	Alojamiento	Tipos de Alojamiento - N° de alojamiento - N° de habitaciones - N° de camas - Autorización municipal	Tipo: Básico Nivel: Descriptivo – Correlacional Diseño: No experimental – transversal Enfoque: Mixto 
				Alimentación	- N° de restaurante - N° de mesas - Variedad de comida	
				Elementos tangibles	- Equipos adecuados - Instalaciones visualmente atractivas - Empleados con apariencia pulcra - Elementos materiales atractivos	
PROBLEMA ESPECÍFICOS P.E.1: ¿Cuál es la situación actual de la oferta de turística de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?	OBJETIVO ESPECÍFICOS O.E.1: Describir la situación actual de la oferta de Servicios turísticos de alojamientos y alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS H.E.1: La situación actual de la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación es insuficiente en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.		Fiabilidad	- Cumple lo prometido - Sincero interés por resolver problemas - Realizan bien el servicio la primera vez - Concluyen el servicio en el tiempo prometido - No cometen errores	M: Muestra V₁: Oferta de servicios turísticos V₂: Satisfacción del turista POBLACIÓN Y MUESTRA Población: Estuvo conformada por los turistas que vinieron al lugar
P.E.2: ¿Cuál es el nivel de satisfacción	O.E.2: Determinar el nivel de	H.E.2: La oferta turística de los				

del turista nacional respecto a la oferta de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?	satisfacción del turista nacional con respecto a la oferta de los Servicios Turísticas en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.	servicios Alojamiento y Alimentación genera bajo nivel de satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.	Satisfacción del turista			según el boleto de entrada que está compuesto por 1030 personas.
P.E.3: ¿Cómo se puede mejorar la oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación que influye en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate?	O.E.3: Proponer acciones para la mejora de la oferta turística de alojamiento y alimentación para la mejora de la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.	H.E.3: La formalización de los prestadores de servicios turísticos, la participación en programas estatales y la capacitación continua contribuyen mejora de la oferta de servicios de alojamiento y alimentación, lo que influye positivamente en la satisfacción del turista nacional en la comunidad de Pacchanta, distrito de Ocongate.		Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Comunican cuando concluirán el servicio -El personal ofrece un servicio rápido - El personal siempre está dispuesto a ayudar - El personal nunca está demasiado ocupado 	Muestra: La muestra estuvo conformada por turistas
				Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamiento confiable de los empleados - Los clientes se sienten seguros - El personal es amable - El personal tiene conocimientos suficientes 	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Entrevista Instrumentos: <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario de preguntas cerradas. - Guía de entrevista
				Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecen atención personalizada - Horarios de trabajo convenientes para los clientes - Se preocupan por los clientes - Comprenden las necesidades de los clientes 	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS: Para el procesamiento de datos se utilizó el programa estadístico SPSS V.25 para el análisis cuantitativo.

Nota. Elaboración propia

Anexo 2: Validación de Instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Variable: Satisfacción

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ¹		Claridad ¹		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN: Elementos tangibles							
1	La infraestructura e instalaciones con los que cuenta los restaurantes y/o hospedajes son adecuados	X		X		X		
2	La variedad y disponibilidad de servicios de alojamiento y restaurantes en la comunidad es suficiente.	X		X		X		
3	El equipamiento con las que cuentan los restaurantes y/o hospedaje están en buenas condiciones	X		X		X		
4	La presentación de los platos, cubiertos o la forma de atender son atractivos	X		X		X		
	DIMENSIÓN: Fiabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
5	El servicio del restaurante y/o hospedaje es proporcional al precio por el que pague	X		X		X		
6	El restaurante y/o hospedaje cuando se presenta algún inconveniente tiene un sincero interés por resolver problemas	X		X		X		
7	El restaurante y/o hospedaje realizó bien el servicio la primera vez.	X		X		X		
8	El restaurante y/o hospedaje concluye el servicio en el tiempo prometido	X		X		X		
	DIMENSIÓN: Capacidad de respuesta	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Se puede ver que cuando tome el servicio de hospedaje y/o restaurante me informaron los tiempos y las etapas del servicio y estas se cumplieron al pie de la letra	X		X		X		
10	El personal del restaurante y/o hospedaje ofrecen un servicio rápido	X		X		X		
11	El personal del restaurante y/o hospedaje siempre están dispuestos a ayudar	X		X		X		
12	El personal del restaurante y/o hospedaje nunca están demasiado ocupados	X		X		X		
	DIMENSIÓN: Seguridad	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Se puede ver el comportamiento confiable de los empleados al momento de atender	X		X		X		

14	Usted se siente seguro en las instalaciones del restaurante y/o hospedajes con los servicios que consumió	X		X		X	
15	El personal del restaurante y/o hospedaje es amable	X		X		X	
16	El personal del restaurante y/o hospedaje tienen conocimientos suficientes para ofrecer el producto	X		X		X	
DIMENSIÓN: Empatía		Si	No	Si	No	Si	No
17	El restaurante y/o hospedaje ofrece atención individualizada	X		X		X	
18	Los horarios de atención del restaurante y/o hospedaje son convenientes para usted.	X		X		X	
19	Se preocupan por los clientes dándoles una buena atención	X		X		X	
20	Usted siente que le han entendido sus necesidades	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. Cristhiam Tejada Paliza DNI: 23966522

Especialidad del validador: Licenciado en Turismo

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Cusco, 12 junio de 2024


LIC. CRISTHIAM TEJADA PALIZA
DNI: 23966522
Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Variable: Oferta de Servicios Turísticos de Alojamientos y Alimentación

N°	Pregunta	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	En su opinión, ¿la comunidad cuenta con suficientes hospedajes y restaurantes para atender a los turistas que llegan?	X		X		X		
2	¿Usted cuenta con licencia de funcionamiento?	X		X		X		
3	¿Cuántos turistas usted atiende al día?	X		X		X		
4	¿Cuál es el promedio de días que el turista pernocta en su alojamiento?	X		X		X		
5	¿Qué tipos de turistas usted recibe?	X		X		X		
6	¿Con cuántas habitaciones cuenta su establecimiento de hospedaje?	X		X		X		
7	¿Qué servicios complementarios brinda usted?	X		X		X		
8	¿El establecimiento cuenta con todos los servicios básicos?	X		X		X		
9	¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento de alojamiento y restaurante?	X		X		X		
10	Dentro de ellos, ¿cuenta con algún personal especializado en turismo?	X		X		X		
11	¿Alguna vez algún turista tuvo una queja respecto al servicio? ¿Por qué?	X		X		X		
12	¿Usted recibe algún tipo de capacitación por parte de las autoridades locales o entidades turísticas?	X		X		X		
13	¿Que considera usted que falta para que el servicio que brinde sea el adecuado?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. Cristhian Tejada Paliza DNI: 23966522



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

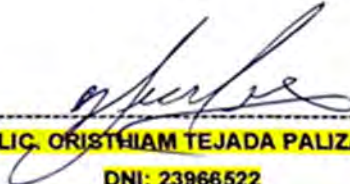
Especialidad del validador: Licenciado en Turismo



Cusco, 12 Junio de 2024

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


LIC. ORISHIAM TEJADA PALIZA
DNI: 23966522
Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Variable: Satisfacción

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN: Elementos tangibles							
1	La infraestructura e instalaciones con los que cuenta los restaurantes y/o hospedajes son adecuados	✓		✓		✓		
2	La variedad y disponibilidad de servicios de alojamiento y restaurantes en la comunidad es suficiente	✓		✓		✓		
3	El equipamiento con las que cuentan los restaurantes y/o hospedaje están en buenas condiciones	✓		✓		✓		
4	La presentación de los platos, cubiertos o la forma de atender son atractivos	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN: Fiabilidad	Si	No	Si	No	Si	No	
5	El servicio del restaurante y/o hospedaje es proporcional al precio por el que pague	✓		✓		✓		
6	El restaurante y/o hospedaje cuando se presenta algún inconveniente tiene un sincero interés por resolver problemas	✓		✓		✓		
7	El restaurante y/o hospedaje realizó bien el servicio la primera vez	✓		✓		✓		
8	El restaurante y/o hospedaje concluye el servicio en el tiempo prometido	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN: Capacidad de respuesta	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Se puede ver que cuando tome el servicio de hospedaje y/o restaurante me informaron los tiempos y las etapas del servicio y estas se cumplieron al pie de la letra	✓		✓		✓		
10	El personal del restaurante y/o hospedaje ofrecen un servicio rápido	✓		✓		✓		
11	El personal del restaurante y/o hospedaje siempre están dispuestos a ayudar	✓		✓		✓		
12	El personal del restaurante y/o hospedaje nunca están demasiado ocupados	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN: Seguridad	Si	No	Si	No	Si	No	
13	Se puede ver el comportamiento confiable de los empleados al momento de atender	✓		✓		✓		

14	Usted se siente seguro en las instalaciones del restaurante y/o hospedajes con los servicios que consumió	✓		✓		✓		
15	El personal del restaurante y/o hospedaje es amable	✓		✓		✓		
16	El personal del restaurante y/o hospedaje tienen conocimientos suficientes para ofrecer el producto	✓		✓		✓		
DIMENSIÓN: Empatía		Si	No	Si	No	Si	No	
17	El restaurante y/o hospedaje ofrece atención individualizada	✓		✓		✓		
18	Los horarios de atención del restaurante y/o hospedaje son convenientes para usted.	✓		✓		✓		
19	Se preocupan por los clientes dándoles una buena atención	✓		✓		✓		
20	Usted siente que le han entendido sus necesidades	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. James Echegaray Valencia DNI: 46158097

Especialidad del validador: Licenciado en Turismo

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Cusco, 12 junio de 2024


LIC. JAMES ECHEGARAY VALENCIA
DNI: 46158097
Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Variable: Oferta de Servicios Turísticos de Alojamientos y Alimentación

N°	Pregunta	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	En su opinión, ¿la comunidad cuenta con suficientes hospedajes y restaurantes para atender a los turistas que llegan?	✓		✓		✓		
2	¿Usted cuenta con licencia de funcionamiento?	✓		✓		✓		
3	¿Cuántos turistas usted atiende al día?	✓		✓		✓		
4	¿Cuál es el promedio de días que el turista pernocta en su alojamiento?	✓		✓		✓		
5	¿Qué tipos de turistas usted recibe?	✓		✓		✓		
6	¿Con cuántas habitaciones cuenta su establecimiento de hospedaje?	✓		✓		✓		
7	¿Qué servicios complementarios brinda usted?	✓		✓		✓		
8	¿El establecimiento cuenta con todos los servicios básicos?	✓		✓		✓		
9	¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento de alojamiento y restaurante?	✓		✓		✓		
10	Dentro de ellos, ¿cuenta con algún personal especializado en turismo?	✓		✓		✓		
11	¿Alguna vez algún turista tuvo una queja respecto al servicio? ¿Por qué?	✓		✓		✓		
12	¿Usted recibe algún tipo de capacitación por parte de las autoridades locales o entidades turísticas?	✓		✓		✓		
13	¿Que considera usted que falta para que el servicio que brinde sea el adecuado?	✓		✓		✓		



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica

Opinión de aplicabilidad: Aplicable ☒ Aplicable después de corregir ☐ No aplicable ☐

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. James Echegaray Valencia DNI: 46158097

Especialidad del validador: Licenciado en Turismo

Cusco, 12 junio de 2024

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


LIC. JAMES ECHEGARAY VALENCIA
DNI: 46158097
Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 3: Instrumentos

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



Entrevista: propietario de servicios turísticos de alojamiento y

Alimentación

Distinguido turista nacional recurro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con sinceridad y veracidad la siguiente encuesta que tiene por finalidad recoger la información sobre: **Oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta y la satisfacción del turista nacional.** Utilice el tiempo necesario. La encuesta es individual. Muchísimas gracias por su colaboración valiosa.

Nombres y apellidos:

1. En su opinión, ¿la comunidad cuenta con suficientes hospedajes y restaurantes para atender a los turistas que llegan?
2. ¿Usted cuenta con licencia de funcionamiento?
3. ¿Cuántos turistas usted atiende al día?
4. ¿Cuál es el promedio de días que el turista pernocta en su alojamiento?
5. ¿Qué tipos de turistas usted recibe?

6. ¿Con cuantas habitaciones cuenta su establecimiento de hospedaje?
7. ¿Qué servicios complementarios brinda usted?
8. ¿El establecimiento cuenta con todos los servicios básicos?
9. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento de alojamiento y restaurante?
10. Dentro de ellos, ¿cuenta con algún personal especializado en turismo?
11. ¿Alguna vez algún turista tuvo una queja respecto al servicio? ¿Por qué?
12. ¿Usted recibe algún tipo de capacitación por parte de las autoridades locales o entidades turísticas?
13. ¿Que considera usted que falta para que el servicio que brinde sea el adecuado?

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES,
ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



Encuesta: Al Turista Nacional

Distinguido turista nacional recurro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con sinceridad y veracidad la siguiente encuesta que tiene por finalidad recoger la información sobre: **Oferta de servicios turísticos de alojamiento y alimentación en la comunidad de Pacchanta y la satisfacción del turista nacional.**

Utilicé el tiempo necesario. La encuesta es individual. Muchísimas gracias por su colaboración valiosa.

Datos generales:

1. Edad

- a) 20 años a 30 años
- b) 31 años a 40 años
- c) 41 años a 50 años
- d) 51 años a mas

2. Sexo

- b) Masculino
- c) Femenino

Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo		Totalmente de acuerdo		
1		2	3	4		5		
ÍTEMS				Escala de valoración				
				1	2	3	4	5
Satisfacción del turista								
ELEMENTOS TANGIBLES								
1	La infraestructura e instalaciones con los que cuenta los restaurantes y/o hospedajes son adecuados			1	2	3	4	5
2	La variedad y disponibilidad de servicios de alojamiento y restaurantes en la comunidad es suficiente.			1	2	3	4	5
3	El equipamiento con las que cuentan los restaurantes y/o hospedaje están en buenas condiciones			1	2	3	4	5
4	La presentación de los platos, cubiertos o la forma de atender son atractivos			1	2	3	4	5
FIABILIDAD								
5	El servicio del restaurante y/o hospedaje es proporcional al precio por el que pague			1	2	3	4	5
6	El restaurante y/o hospedaje cuando se presenta algún inconveniente tiene un sincero interés por resolver problemas			1	2	3	4	5
7	El restaurante y/o hospedaje realizo bien el servicio la primera vez			1	2	3	4	5
8	El restaurante y/o hospedaje concluye el servicio en el tiempo prometido			1	2	3	4	5
CAPACIDAD DE RESPUESTA								
9	Se puede ver que cuando tome el servicio de hospedaje y/o restaurante me informaron los			1	2	3	4	5

	tiempos y las etapas del servicio y estas se cumplieron al pie de la letra					
10	El personal del restaurante y/o hospedaje ofrecen un servicio rápido	1	2	3	4	5
11	El personal del restaurante y/o hospedaje siempre están dispuestos a ayudar	1	2	3	4	5
12	El personal del restaurante y/o hospedaje nunca están demasiado ocupados	1	2	3	4	5
SEGURIDAD						
13	Se puede ver el comportamiento confiable de los empleados al momento de atender	1	2	3	4	5
14	Usted se siente seguro en las instalaciones del restaurante y/o hospedajes con los servicios que consumió	1	2	3	4	5
15	El personal del restaurante y/o hospedaje es amable	1	2	3	4	5
16	El personal del restaurante y/o hospedaje tienen conocimientos suficientes para ofrecer el producto	1	2	3	4	5
EMPATÍA						
17	El restaurante y/o hospedaje ofrece atención individualizada	1	2	3	4	5
18	Los horarios de atención del restaurante y/o hospedaje son convenientes para usted.	1	2	3	4	5
19	Se preocupan por los clientes dándoles una buena atención	1	2	3	4	5
20	Usted siente que le han entendido sus necesidades	1	2	3	4	5

Anexo 4: Evidencias de trabajo de campo



Ilustración 1: Entrevista al poblador que presta el servicio



Ilustración 2 Entrevista al poblador que presta el servicio



Ilustración 3 Entrevista al turista nacional



Ilustración 4 entrevista al turista nacional



Ilustración 5 entrevista al turista nacional



Ilustración 6: Hospedaje Pacchanta de Eusebio



Ilustración 7: Hospedaje Ausangate 7 lagunas Resort club Hospedaje Condor



Ilustración 8: Hospedaje Multiservicios Turísticos José Luis



Ilustración 9: Hospedaje Munay Parcha



Ilustración 10: Hospedaje y Restaurante Suman Point



Ilustración 11: Restaurante Vista Ausangate



Ilustración 12: Restaurante Sumaq Mijuy



Ilustración 13: Restaurante Sumaq Point



Ilustración 14: Restaurante Mayu Rumi



Ilustración 15: plaza de estacionamiento



Ilustración 16: Plaza de estacionamiento



Ilustración 17: Aguas Termales de Pacchanta



Ilustración 18: Aguas Termales de Pacchanta