



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN  
CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

ESTABLECIMIENTO DE UN MODELO DE EVALUACIÓN DE CALIDAD PARA  
EMPRESARIOS DE TURISMO DE BASE COMUNITARIA DE LA REGIÓN PUNO.

2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
No definido	Administración de procesos organizacionales	5.9

3. Duración del proyecto (meses)

12 meses

4. Tipo de proyecto

Individual	<input checked="" type="radio"/>
Multidisciplinario	<input type="radio"/>
Director de tesis pregrado	<input type="radio"/>

4. Datos de los integrantes del proyecto

Apellidos y Nombres	VALDIVIA VELÁSQUEZ, JOSE EDUARDO ALDO
Escuela Profesional	TURISMO
Celular	948430090
Correo Electrónico	josevaldivia@unap.edu.pe

- I. Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)

ESTABLECIMIENTO DE UN MODELO DE EVALUACIÓN DE CALIDAD PARA  
EMPRESARIOS DE TURISMO DE BASE COMUNITARIA DE LA REGIÓN PUNO

- II. Resumen del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando -igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

La presente investigación pretende establecer un modelo de evaluación de calidad para emprendimientos de turismo de base comunitaria de la región Puno, a través de la validación de expertos y la evaluación de los atributos y dimensiones componentes de la calidad de los servicios esperados y recibidos por los turistas y su capacidad para lograr su satisfacción, en base a modelos



existentes, y cuyos resultados podrán utilizarse para optimizar los servicios turísticos de los emprendimientos turísticos de la región.

La investigación propuesta utilizará el método mixto, hipotético deductivo, de diseño no experimental, y de nivel descriptivo correlacional. El objetivo general es "Establecer un modelo de evaluación de calidad para emprendimientos de turismo comunitario de la región Puno".

La población de estudio tiene dos dimensiones son los modelos de evaluación de calidad existentes, aplicables a turismo rural o comunitario y los representantes de las asociaciones de emprendimientos turísticos de base comunitaria en la región Puno.

El tipo de muestreo es no probabilístico, aplicando la técnica de censo para ambas dimensiones.

Para la recolección de datos se aplicará la técnica de la entrevista en profundidad y como instrumentos se utilizará una libreta de campo y una guía de entrevista y un cuestionario estructurado autoadministrado con una escala de Likert adaptada para obtener información que será sometida a un análisis para verificar su validez y confiabilidad, se realizará tabulaciones, aplicando la estadística descriptiva en el programa SPSS y Microsoft Excel, con frecuencias, medias y porcentajes, para establecer las dimensiones y atributos componentes del modelo de evaluación de calidad para emprendimientos de turismo comunitario en la región Puno.

**III. Palabras claves (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras: cinco)**

calidad, Turismo comunitario, emprendimiento turístico.

**IV. Justificación del proyecto (Describa el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)**

El Turismo Comunitario es una actividad estratégica y prioritaria en la Región Puno, contribuye al desarrollo sostenible integrando el entorno natural, cultural y humano para generar mejores condiciones de vida para las poblaciones involucradas a través del suministro de los servicios turísticos (alojamiento, alimentación, atracciones, excursiones, experiencias) y de productos artesanales a los turistas visitantes, facilitando el incremento de sus economías, como parte de los planes gubernamentales de la mitigación de la pobreza en el campo y la inclusión socio económica de sus poblaciones.

Para la Tourism Theories Organization (s.f.), en la perspectiva socio-psicológica del turismo, el encuentro entre los turistas y su destino es un punto focal de suma importancia, nos invita a examinar el turismo sobre este momento, que es uno de los principales conceptos del enfoque reflexivo en el turismo. Conocerlo que realmente esperan los turistas y si comparten rasgos con la comunidad receptora, es imprescindible, la oferta turística debe ajustarse a la demanda. Este proceso debe conducir a experiencias de aprendizaje, tanto para las comunidad local con objetivos no sólo de rentabilidad, sino también de optimizar la infraestructura, servicios y la organización social, contacto con otras culturas, establecer nuevas redes sociales y promover conciencia cultural y medioambiental, como para los turistas con la inclusión de experiencias de aprendizaje como ampliar conocimientos, mayor conciencia de los estilos de vida alternativa, medio ambiente, entre otros.

Los turistas que llegan a la región Puno son experimentados y muy bien informados, tienen una marcada tendencia a la búsqueda de experiencias en



actividades únicas y auténticas como aprendizaje, desean conocer la forma de vida tradicional de sus pobladores y el contacto con su cultura ancestral, una realidad de la cual saben poco, por lo que pueden adaptarse fácilmente, por un periodo corto, a servicios básicos de alojamiento y alimentación así como están dispuestos a experimentar con las familias comunitarias e involucrarse en actividades costumbristas, vivenciales e incluso de aventura; pero, a la vez, son muy exigentes y críticos para con el cumplimiento de lo que se les promete u ofrece en el momento de la compra, por lo que sus expectativas con respecto a su experiencia son muy altas, especialmente con respecto a la autenticidad, limpieza, higiene y seguridad de los servicios contratados, y si estos servicios no cubren sus necesidades y expectativas, se irán insatisfechos de la isla, y es muy probable que inviten a no visitarla en sus redes sociales contando su mala experiencia, lo que en una tendencia acumulada, puede significar la depreciación de Amantani como atractivo o como destino turístico.

Puno es un destino muy concurrido desde hace muchos años principalmente por turistas extranjeros. Con un sesgo turístico etnográfico, su oferta turística se fundamenta en la combinación de la naturaleza, la cultura, y la vivencia mística del poblador, manteniendo la originalidad de su medio ambiente y el patrimonio cultural vivo, es decir su folklore, costumbres y leyendas, combinados con un atractivo natural impresionante como el Lago Titicaca, teniendo en consideración también otras actividades alternativas. Puno se caracteriza por el turismo comunitario se inició espontáneamente, casi sin intervención del estado, como complemento a sus actividades habituales y tradicionales, pero con el tiempo se ha transformado en la actividad principal del sustento de muchas familias y comunidades que operan sus servicios con relativo éxito, por lo que el gobierno promueve el desarrollo del turismo en comunidades donde antes no existía, permitiendo el desarrollo socio – económico de sus pobladores, creando políticas locales o comunales en la recepción y atención de los turistas. Estos nuevos actores del turismo crearon o adecuaron habitaciones y ambientes para convertirlas en casas hospedaje, comenzando sus actividades sin consideración de su comodidad, capacitación o la calidad que requiere el turista en cuanto a los servicios que recibe. Los efectos inmediatos podrían ser turistas insatisfechos con los servicios recibidos en los emprendimientos de turismo comunitario poco experimentados que no están lo suficientemente preparadas para la actividad; los efectos mediatos son quejas y recomendaciones para no visitar las comunidades en las redes sociales y agencias de viaje, provocando problemas como exceso de la oferta de hospedaje, carencia de criterios para su desarrollo, y una imagen deteriorada de Puno como destino turístico.

Puno, como todo destino turístico será exitoso y sustentable si conoce y complace las necesidades y gustos de sus visitantes, la calidad que el turista percibe en todos los servicios recibidos es de vital importancia para su satisfacción. Consecuentemente es importante crear un modelo de evaluación de calidad que se adapte verdaderamente a la oferta de los emprendimientos turísticos de base comunitaria, a través de una evaluación objetiva que incluya todos los atributos de los servicios ofertados y excluya otros que no son aplicables a nuestra realidad, que establezca deficiencias críticas de calidad en todos los servicios a través de la discrepancias entre las expectativas y las percepciones del turista que nos visita.

Los resultados obtenidos podrán ser generalizados en todos los emprendimientos y comunidades de la región y mediante la gestión de las deficiencias críticas de las dimensiones y atributos de servicios hallados, y que aplicados y evaluados pueden utilizarse en la optimización de los mismos servicios, repercutiendo en la satisfacción del turista, por lo tanto en la rentabilidad de los emprendimientos, una imagen positiva del destino y, finalmente, en la calidad de vida de la población involucrada.

Si no se prioriza a la calidad como el principal objetivo estratégico en las operaciones turísticas para la satisfacción del turista en los emprendimientos



turísticos de Puno, no podrán ser competitivos y re-establecer los flujos de turismo anteriores a la pandemia ni captar otros nuevos. Si no se evalúa la calidad de los servicios en los emprendimientos turísticos comunitario de Puno en forma integral y continua, no podrán desarrollarse acciones concretas para optimizar sus servicios, mejorar su eficacia, rentabilidad y competitividad como producto turístico, corriendo el riesgo de convertirse en un destino decadente o disminuido frente a la gran competencia regional.

Con la presente investigación se pretende entonces:

- Aportar con un conocimiento inexistente y actualizado sobre un modelo de evaluación de calidad para los emprendimientos turísticos de base comunitaria de la región Puno.
- Establecer las dimensiones componentes adaptadas al contexto regional de los emprendimientos turísticos comunitarios este nuevo modelo de calidad.
- Determinar los atributos componentes adaptados al contexto regional de los emprendimientos turísticos comunitarios este nuevo modelo de calidad.
- Validar el modelo de evaluación de calidad para emprendimientos turísticos de base comunitaria de la región Puno.
- Generalizar los resultados obtenidos para que puedan ser aplicados en todos los emprendimientos de turismo comunitario de la región Puno.
- Contribuir al desarrollo económico y social de los emprendimientos turísticos comunitarios de la región Puno.

Las interrogantes investigativas que determinarán la orientación de la presente investigación se plantean de la forma siguiente:

#### PREGUNTA GENERAL

PG ¿Cuál es el nivel de correlación entre las dimensiones y atributos propuestos a través de expertos del turismo rural-comunitario y los observados en las comunidades para el establecimiento de un modelo de evaluación de emprendimientos turísticos comunitarios de la región Puno?

#### PREGUNTAS ESPECÍFICAS

PE1 ¿Cuáles son las dimensiones, adaptadas al contexto regional, componentes del modelo de evaluación de calidad para para emprendimientos turísticos de base comunitaria?

PE2 ¿Cuáles son los atributos, adaptados al contexto regional, componentes del modelo de evaluación de calidad para para emprendimientos turísticos de base comunitaria?

- V. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

#### A NIVEL INTERNACIONAL

Martín Fuentes, María Teresa y Recio Menéndez, Manuel (2010) en "Análisis de la calidad percibida y motivaciones del turista rural". Universidad Rey Juan Carlos, España, concluyen:

Al efectuar una valoración del conjunto de clientes analizados y de las características de los segmentos establecidos a través de atributos de calidad percibida, podemos detectar que independientemente del segmento de pertenencia de los consumidores, todos los grupos tienen una disminución del nivel de calidad percibida en aquellos aspectos que están relacionados con las actividades complementarias que el entorno les puede ofrecer. En concreto: posibilidades de comer, comprar, animación y actividades. Algunos aspectos de información y tramitación de reservas también aparecen con problemas de valoración por parte de los clientes.

Desde nuestro punto de vista, la falta de calidad percibida que los turistas muestran en lo que se refiere a la oferta de actividades complementarias, es uno



de los problemas estructurales más graves que tiene el turismo rural en este momento y en el que no observamos cambios que permitan albergar esperanzas de mejora.

Este hecho se agrava si pensamos que se está produciendo una retracción de la demanda de los turistas europeos hacia nuestro país. Si como en otras ocasiones en el pasado, el turista alemán es pionero en los cambios que se producen en los flujos turísticos a nivel europeo, parece ser el momento límite para realizar inversiones que se necesitan dentro de nuestra oferta de turismo rural.

De esta forma se superarán comportamientos estacionales de la demanda en la medida que se consiga una oferta más variada que enriquezca estancias más prolongadas (fundamentalmente turistas de tercera edad procedentes de lugares geográficos lejanos) o bien logre la fidelización de clientes con tendencia al fraccionamiento de sus periodos vacacionales.

Consideramos que los proveedores de turismo rural deben ir avanzando hacia estrategias de especialización en la prestación de determinados servicios dotándolos de un adecuado nivel de calidad percibida desde el punto de vista del consumidor. Teniendo en cuenta que la calidad del paquete turístico está estrechamente ligada a la calidad de cada uno de los servicios que los configuran, si cada uno de los servicios del paquete, son prestados con las máximas garantías, estaremos generando una percepción de calidad global positiva asociada a la satisfacción y a la fidelización.

Cuellar Salazar, María Sonia (2009) en "Ruraserv: Un instrumento de medición de la calidad de servicio en alojamientos rurales con autenticidad rural" para obtener su título de master de la Universitat de Girona, Barcelona, España, concluye:

Los resultados de la investigación demuestran que el turismo rural está sirviendo como estrategia de desarrollo local y de diversificación de la actividad económica en las zonas rurales, principalmente para frenar el despoblamiento y contribuir a la sostenibilidad ambiental. Así mismo, ha significado una de las formas más importantes de recuperación del patrimonio natural y cultural.

Sin embargo, en España, la promoción del turismo en un entorno rural, requiere de acciones conjuntas y coordinadas entre todos los agentes implicados como la Administración Pública (infraestructura, caminos, subvenciones, unificar criterios de calidad para el sector y crear una marca a nivel nacional), Comunidades Autónomas (establecer un proceso de convergencia de las reglamentaciones y categorías), Ayuntamientos (apoyos en los equipamientos del entorno rural, preservación del medio del entorno rural, preservación del medio ambiente, promoción), Empresarios (ofrecer productos diversificados y servicios de calidad que satisfagan las expectativas de los turistas relacionados con el entorno rural). La importancia de la calidad del servicio en el turismo rural y en especial en el subsector de los alojamientos es cada vez más evidente, eso demuestra la existencia de cierto desajuste entre la oferta sobredimensionada y la demanda, que se limita a momentos muy concretos del año.

De acuerdo a la literatura analizada, concluimos que para poder realizar una medición válida y fiable de la calidad del servicio que un turista recibe en un alojamiento urbano o rural, se debe utilizar una escala de carácter multidimensional que refleje los diferentes aspectos susceptibles de valoración de acuerdo al tipo de servicio rural.

También se demuestran en los trabajos realizados para el sector de los alojamientos rurales y urbanos, que prevalecen los atributos relacionados con aspectos tangibles, personal, fiabilidad, seguridad, empatía. Estos atributos que toman como referencia el modelo SERVQUAL, tienen una relación directa con el "modelo de imagen" de Grönroos, puesto que se relaciona con el servicio prestado (¿Qué?), la forma en que los empleados prestan el servicio (¿Cómo?), y la imagen que tienen los clientes de los establecimientos.

Se ha evidenciado la dificultad de aplicar dos cuestionarios (expectativa y percepción), para medir la calidad de los servicios en los alojamientos rurales,





por la poca predisposición de los visitantes rurales en colaborar respondiendo a ellos de forma conjunta. (550 formularios entregados y 181 fueron devueltos de expectativas como único formulario). Este sistema, les ha condicionado el obtener estimadores más eficientes y consistente.

Correia Loureiro, Sandra María y Miranda González, Francisco Javier, (2005), "La medida de la calidad percibida en alojamientos rurales de España y Portugal: La Escala Ruralqual". Documento de trabajo para el Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad de Extremadura, España, concluyen:

El estudio ha permitido desarrollar una nueva escala de medición de la calidad de servicio percibida, a la que hemos denominado RURALQUAL, y validarla mediante su aplicación a los alojamientos rurales de dos países; identificando cinco dimensiones de la calidad percibida: profesionalidad, oferta básica, ambiente rural y regional, oferta complementaria y elementos tangibles.

Las cinco dimensiones identificadas explican en buena medida (80,4%) la varianza de la satisfacción de los clientes de dichos alojamientos rurales. Las escalas que miden cada dimensión cuentan a su vez con una fiabilidad aceptable.

Los resultados identifican como factores determinantes de la satisfacción del cliente de un alojamiento rural: la limpieza de las instalaciones y habitaciones, la limpieza de los empleados, y el conocimiento de las funciones que éstos desempeñan, el modo en que son tratados los clientes y la atención que reciben. Por tanto, los gestores de los establecimientos rurales deben prestar especial atención a contar con personal bien preparado que realice sus tareas de forma profesional y con habilidades para tratar al cliente de forma adecuada. También se muestra muy importante la comodidad de las habitaciones y su adecuada climatización.

Además de otras potencialidades de los destinos rurales como la tranquilidad y belleza del entorno, ya que muchos clientes acuden a estos establecimientos huyendo del estrés y contaminación de las grandes ciudades y buscando la realización de actividades culturales, recreativas y/o deportivas fuera de su alcance en su domicilio habitual.

Los alojamientos deben prestar especial atención a la mejora de su oferta gastronómica, mejorando la presentación e incluyendo platos típicos de la región en su oferta; y centrarse en mejorar la accesibilidad de sus clientes a actividades culturales, recreativas y/o deportivas.

Sequeiros Olave, Cora Mabel (S.F.) en su artículo "Importancia de la calidad en los servicios del turismo rural", de IEST.KHIPU, Perú, concluye:

En su programa de trabajo, la Organización Mundial del Turismo entiende la calidad del turismo como "el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, y de conformidad con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural".

Aunque ésta definición incluye también la demanda, esta investigación se centra sólo en la oferta realizada por los prestadores de servicios turísticos. El concepto de calidad adoptado, incorpora a los componentes tangibles y también los intangibles que caracterizan a los servicios.

Los factores subyacentes que determinan la calidad según la OMT son los siguientes: -

- Seguridad: un producto o un servicio turístico no puede representar un peligro, ni causar daño a la salud, a la integridad daño a la salud, a la integridad del consumidor. Las normas de seguridad las estipula normalmente la ley (por ejemplo las regulaciones para la prevención de incendios) y deberían considerarse como normas de calidad.

- Higiene: un alojamiento debe ser saludable y limpio, desde un establecimiento de baja hasta alta categoría. Las normas de inocuidad de las normas de inocuidad



de los alimentos (estipuladas por ley) deben cumplirse y han de ser comunes a todos los tipos de establecimientos de comidas.

- Accesibilidad: Este factor exige que se eliminen las barreras físicas, de comunicación y de servicios para permitir, sin discriminación, que cualquiera pueda utilizar los productos y servicios turísticos corrientes, independientemente de sus diferencias por nacimiento o independientemente de sus diferencias por nacimiento o enfermedad, incluidas las personas con discapacidades.

- Transparencia: Se trata de una comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y las características y la cobertura del producto y sobre su precio total. Ahí se incluye explicitar lo que cubre y lo que no cubre el precio del producto ofertado.

- Autenticidad: es el factor de calidad más difícil de alcanzar y más subjetivo. Posee asimismo dimensiones de marketing y competencia. La autenticidad se determina dentro de un marco cultural y uno de sus resultados es cultural y uno de sus resultados es diferenciar claramente el producto de otros similares. La autenticidad debe responder a las expectativas del consumidor. Por otra parte, un producto auténtico puede también evolucionar y adaptarse a las necesidades y expectativas.

- Armonía: La armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sostenibilidad, un concepto a medio y a largo plazo. La sostenibilidad del turismo requiere sostenibilidad del turismo requiere gestionar impactos ambientales y socioeconómicos, fijar indicadores ambientales y mantener la calidad del producto turístico y de los mercados de turistas. No puede haber sostenibilidad sin calidad.

Se ha definido que el problema de calidad en turismo rural radica en la amplitud del concepto "turismo rural", dada la diversidad de actividades turísticas que pueden llevarse a cabo en el territorio rural: Turismo aventura, científico, educativo, agroturismo, etc. En la aventura, científico, educativo, agroturismo, etc. En la propia definición del Turismo Rural (OMT) anidan las dificultades relativas a la calidad

Ruiz Vega, Agustín V; Vázquez Casielles, Rodolfo y Díaz Martín, Ana M. (1995) en "La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural" para la Universidad de Oviedo, España, establecen:

Centra el trabajo exclusivamente en los aspectos de calidad percibida del servicio hotelero dejando de lado otras consideraciones que inciden sobre el grado de satisfacción del cliente con su viaje pero que, al estar relacionadas con aspectos no controlables por los hoteles de turismo rural (conservación del entorno, infraestructura de comunicaciones, contacto con las personas que resides en la zona visitada, etc.), no tienen aplicabilidad inmediata en las empresas de turismo rural de cara a mejorar el servicio prestado a sus visitantes.

Añadir a la valoración de las percepciones del cliente con respecto a los servicios recibidos una evaluación de las expectativas previa a su estancia en el establecimiento hotelero. Esto nos permite considerar dos formas alternativas de medición de la calidad del servicio, según nos basemos únicamente en la escala de percepciones P o utilicemos la diferencia entre las percepciones y las expectativas P - E (diferencia que refleja los puntos más destacados de satisfacción/insatisfacción desde la visión del consumidor).

Utilizar la escala SERVQUAL como instrumento de medida de la calidad del servicio prestado en los hoteles ubicados en entornos no urbanos. El problema más importante era la falta de antecedentes de su aplicación dentro del ámbito del turismo rural, aunque si se había utilizado en otros servicios turísticos (agencias de viaje, líneas aéreas, restaurantes, etc.). El análisis de la información secundaria nos permitió recopilar una lista de atributos potencialmente determinantes de la calidad del servicio. Esta lista fue reducida a un conjunto de 22 ítems ligados al turismo rural mediante consultas a expertos del sector.

Al encuestar a los turistas se solicitó que valorasen sus percepciones y expectativas en relación con los atributos resumidos en la figura 7 en una escala



de 0 a 10, de tal forma que las puntuaciones de calidad que es posible obtener oscilaran en un caso entre 0 y 10 (P) y entre -10 y + 10 en el otro (P -E). Asimismo se solicitó información sobre la satisfacción global con el servicio recibido en una escala de 0 a 10. El perfil de la demanda en función de sus características demográficas y socioeconómicas esta resumido en la figura 9. La realización del trabajo de campo se ha diseñado teniendo en cuenta la importante temporalidad de la demanda. De esta manera, parte de las encuestas se han realizado durante el periodo de Semana Santa (temporada alta) y las semanas anteriores y posteriores (temporada media). No obstante, durante el verano podrían darse algunas diferencias derivadas de existir turistas procedentes de las áreas geográficas más alejadas de Asturias (especialmente del sur de la Península, de las islas Baleares y Canarias y de otros países).

Los pasos seguidos en el análisis de la calidad percibida del servicio a partir de las informaciones procedentes de la escala SERVQUAL incluida en los cuestionarios, han sido: Validar las dos escalas propuestas, percepciones y percepciones menos expectativas. La finalidad es comprobar su capacidad para medir la calidad de servicio en empresas de turismo rural.

En definitiva, con respecto a la calidad de los servicios de turismo rural, podemos concluir que la batería de atributos, es un instrumento adecuado para su medición y se pueden considerar como fiables y válidas las dos alternativas ensayadas: percepciones de la actuación de las empresas de turismo rural y percepciones menos expectativas de los turistas. No obstante, la correspondiente a las percepciones es la que mejores resultados ofrece en cuanto a propiedades psicométricas y aplicación de análisis factorial

#### A NIVEL NACIONAL

Sepúlveda, Hollman; Basurto, Rafael y Vizcarra, Yuri (2010) en el "Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco", tesis para obtener el grado de magíster en administración otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú concluyen:

El desarrollo del turismo rural comunitario en la región Latinoamericana, se encuentra en la etapa de implementación, en concordancia con la evolución de la demanda y preferencias turísticas a nivel mundial, En ese sentido en el Perú, y en específico en la región Cusco, los emprendimientos de turismo rural comunitario aún están en proceso de exploración y las estrategias que se siguen están soportadas fundamentalmente por los datos de proyección de crecimiento de la industria.

En el contexto peruano, la región Cusco tiene una posición competitiva fuerte respecto de las demás regiones del Perú, debido a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales. Dicha fortaleza se conforma en una buena oportunidad para el desarrollo en conjunto con el turismo rural comunitario, siempre y cuando se implementen estrategias que fomenten su explotación adecuada.

En la región Cusco la mayoría de los emprendimientos de turismo rural comunitario se encuentra en la etapa de exploración, por lo tanto los criterios y estrategias implementadas son empíricas; en ese sentido, no se han establecido sinergias ni complementariedades que permitan la explotación eficiente y con la misma rentabilidad que los destinos para el turismo de masas.

Las estrategias de mercadeo presentes en la industria turística, carecen de una visión conjunta del contexto regional. Las agencias de turismo conforman sus paquetes turísticos en función de los sitios más conocidos y desarrollados, y no integran en su oferta emprendimientos de turismo rural comunitario, promocionando un producto único y sin diferenciación.

El legado cultural y la biodiversidad son dos de los factores competitivos de la región Cusco. Sin embargo, no existen políticas definidas, tampoco competencias y formación educativa en las comunidades que permitan la conservación y por lo





tanto la sostenibilidad de los emprendimientos de turismo rural comunitario.  
A NIVEL LOCAL

Flores Zucso, Manuel Alejandro (2015) en la tesis "Percepción del turista extranjero y la calidad de los servicios de los emprendedores turísticos del centro poblado de Llachón", para optar el título de licenciado en turismo de la Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú, concluye:

Los análisis realizados mediante el análisis factorial han permitido la obtención de resultados deseables que avalan la fiabilidad y la validez del método estadístico utilizado para medir la calidad de los servicios prestados por los emprendedores turísticos del centro poblado de Llachón. Los atributos o factores que tienen más relevancia son confiabilidad, seguridad, responsabilidad y empatía; esto, en otras palabras, quiere decir que existe una fuerte correlación con la percepción del turista extranjero. En lo concerniente a los elementos tangibles, muestra una baja implicancia; consecuentemente no representa una variable significativa en la percepción del turista extranjero.

El análisis de la calidad de servicio sobre los denominados factores o dimensiones, propuesto por el método SERVPERF, permite afirmar que los turistas extranjeros, en general, evalúan satisfactoriamente el nivel de calidad del servicio que reciben. Sin embargo, el grado de satisfacción no es el mismo en todos los atributos estudiados, lo que permitirá la implementación de acciones concretas tendientes a mejorar aquellos aspectos peor evaluados.

Se concluye que la percepción del turista extranjero es positiva, debido, principalmente a las buenas prácticas implementadas en todos los momentos de la interacción con el turista extranjero, y a la simplicidad y originalidad de las manifestaciones culturales de los emprendedores turísticos del centro poblado de Llachón.

Salazar Mamani, Edgar Sheiver (2013) en la "Evaluación de la calidad del servicio en las casas de hospedaje rural en la comunidad de Karina desde la percepción del turista 2013" tesis para su licenciatura en turismo de la universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú, presenta las conclusiones:

El estudio demuestra que las percepciones del turista por el servicio recibido permiten conocer la calidad del servicio ofertado, por cuanto es notorio que existe la necesidad de mejorar este servicio en puntos específicos, pues el 45% de turistas califica como regular la limpieza y pulcritud del personal, aún hay que superar aspectos como rapidez en el servicio, poner más interés en solucionar problemas para el 87%, la realización del servicio debe ser mucho más eficiente en la primera vez, también los servicios prometidos deben concluir en el tiempo establecido, debiendo mejorar aún más la recepción y su eficacia.

El mantenimiento del entorno y la habitación para el 45% fue regular, lo que indica que hay aspectos que se deben superar, el 46% opina que los desayunos y su eficacia son regulares, esta es otra acción que se debe controlar en cuanto a la presentación y contenido, entre los servicios como el restaurante y el aspecto gastronómico que no han cubierto las expectativas del visitante.

La presencia de operadores turísticos ha generado visitantes que realizan actividades recreacionales y culturales, generando la participación de la comunidad en diversas actividades, no existe estrategias para el cuidado del medio ambiente. No existe un estándar mínimo para las casas de hospedaje rural que les permita mejorar la prestación de los servicios, siendo de necesidad establecer un marco normativo que ayude a mejorar la calidad de la oferta para la satisfacción de los usuarios y el mejoramiento de la imagen de destino.

Vilca Choque, Vianny (2009) en la tesis "La oferta de alojamientos rurales y calidad de servicios en alojamientos rurales de Atuncolla" para optar el título de licenciado en turismo de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, Perú, establece las siguientes conclusiones relacionadas:

En la asociación de turismo rural de Atuncolla, el 50% de las familias operan un paquete con el servicio de hospedaje, pensión completa y el servicio de guiado hacia el atractivo elegido por el turista, ya sea haciendo llama treako empleando



bicicletas, que son las experiencias más gratas para el turista; un 30% solo ofrece alojamiento y pensión completa, y el 20% solo pernoctan y toman desayuno para luego visitar el complejo arqueológico de Sillustani.

Con respecto a la infraestructura de los alojamientos donde las familias habilitaron una habitación para éste fin, un 9% son excelentes donde el diseño y la decoración interna son muy sugestivos, el 57% son buenas porque aprovechan su propio atractivo, el 29% son regulares ya que tienen algunas carencias y el 5% son malas porque son oscuras y frías. En cuanto a su equipamiento de los alojamientos 10% son óptimos, el 31% son buenos, lo que implica el uso de patajahuas o cama nativa, el 50% son regulares por contar solo con servicios básicos y pobre iluminación, y el 9% son malos por no contar con las condiciones mínimas.

Finalizada la revisión de los antecedentes del proyecto de investigación podemos concluir que: existen muchas investigaciones relacionadas al método Servqual, como base de otros modelos aplicados como Ruralqual y Ruraserv, modelos de evaluación de calidad principalmente aplicados en ambientes rurales, y que, consideramos, son relevantes para orientar nuestra investigación.

Son modelos de medición de la calidad poco conocidos, y por lo tanto poco usado en el ámbito turístico rural a nivel nacional y local, en este caso, para con la calidad de servicios de las casas de hospedaje de turismo rural desde una perspectiva integral y en un ambiente auténtico, pero no toma en cuenta la base comunitaria.

El tema de calidad aplicada a hospedajes rurales o urbanos es un tema que despierta siempre el interés de los investigadores, debido a que sus resultados pueden fácilmente generalizarse y aplicarse en los diferentes ámbitos de estudio, para optimizar los servicios, reducir las brechas mediante una gestión más eficiente y lograr una mayor satisfacción de los huéspedes.

Ruraqual evalúa los factores clave para medir la calidad de los servicios prestados. El cuestionario está basado en el modelo clásico de evaluación al cliente, que considera que todo cliente que adquiere un servicio genera unas expectativas del servicio que va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores (dimensiones), que le permite tener una percepción del servicio recibido. La diferencia entre ambas valoraciones es para algunos autores el Índice de Satisfacción del Cliente y para otros las brechas de calidad, y el indicador se obtiene al aplicar ésta herramienta y el tratamiento adecuado de la información.

El método Ruraserv, de acuerdo al análisis de los antecedentes, es una excelente herramienta para conocer las expectativas de lo que los turistas esperan encontrar y para establecer su percepción respecto al servicio que recibieron, obteniendo una calificación de la calidad del servicio o Índice de Calidad del Servicio (ISC), entre lo que desean y lo que encuentran los consumidores, las brechas de calidad que provocan su satisfacción o su insatisfacción, resultados que deben usarse para corregir los defectos de calidad de un servicio.

Existe suficiente sustento teórico para su aplicación en empresas, emprendimientos o comunidades gestoras.

## VI. Hipótesis del trabajo (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

### HIPÓTESIS GENERAL:

HG Existe un alto nivel de correlación entre las dimensiones y atributos propuestos a través de expertos del turismo rural-comunitario y los observados las comunidades para el establecimiento de un modelo de evaluación de emprendimientos turísticos comunitarios de la región Puno.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:



HE1 Las dimensiones componentes del modelo de evaluación de calidad para emprendimientos turísticos de base comunitaria, pueden ser adaptadas al contexto regional.  
HE2 Los atributos componentes del modelo de evaluación de calidad para emprendimientos turísticos de base comunitaria, pueden ser adaptados al contexto regional.

## VII. Objetivo general

OG Analizar el nivel de correlación entre las dimensiones y atributos propuestos a través de expertos del turismo rural-comunitario y los observados en las comunidades para el establecimiento de un modelo de evaluación de emprendimientos turísticos comunitarios de la región Puno.

## VIII. Objetivos específicos

OE1 Determinar las dimensiones, adaptadas al contexto regional, componentes del modelo de evaluación de calidad para emprendimientos turísticos de base comunitaria  
OE2 Determinar los atributos, adaptados al contexto regional, componentes del modelo de evaluación de calidad para emprendimientos turísticos de base comunitaria

## IX. Metodología de investigación (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)

La presente investigación empleará el método hipotético-deductivo planteado por Popper (1934). El estudio es de carácter no experimental. El tipo de investigación será mixta, cualitativa- cuantitativa. El nivel de estudio será descriptivo correlacional. Las técnicas de investigación utilizadas en el presente estudio y que operacionalizarán en la práctica los diversos indicadores serán:

- Técnica documental o bibliográfica: Instrumento: fichas bibliográficas.
- Técnica de la observación directa. Instrumento fichas de observación.
- Técnica de la entrevista en profundidad. Instrumento: Guía de entrevista.
- Técnica de la encuesta. Instrumento: Cuestionario autoadministrado, con alternativas de respuesta en escala de Likert adaptada.

Para el caso de la presente investigación, de acuerdo al modelo, se aplicarán dos encuestas con sus respectivos cuestionarios:

Cuestionario 1: Aplicado a los especialistas de turismo rural - comunitario

Cuestionario 2: Aplicado a los emprendedores de turismo comunitario de la región Puno.

Técnica de la estadística: En el procesamiento de los datos obtenidos en el trabajo de campo se aplicará la estadística descriptiva, los cuales serán cuantificados, luego sometidos a un tratamiento estadístico mediante frecuencias, medias, porcentajes, tablas, cuadros estadísticos, correlaciones, etc. con el programa SPSS y Microsoft Excel, como elemento que ofrece mayor nivel de precisión y confiabilidad cuando se trata de medir los resultados.

El análisis de los datos e interpretación de resultados se establecerá mediante la información observada, empleando una escala modificada de Likert, y para el caso, el coeficiente de correlación de Pearson.

Unidades de análisis y observación: Los elementos de los cuales obtendremos la información para realizar la investigación son emprendimientos turísticos de base comunitaria de la región Puno.

Población y muestra de estudio: La población está comprendida por dos



dimensiones. Los especialistas en turismo rural-comunitario y los emprendedores de turismo comunitario de la región Puno.  
Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizará la técnica del censo, debido a que ninguna de las dos poblaciones sobrepasan las 50 personas.  
Para la elección de la y el tamaño de la muestra se aplicará el tipo de muestreo de forma aleatoria simple por conveniencia en cuanto que su disposición de responder la encuesta, determinará su elección, completando el número de encuestas requeridas por comunidad para obtener submuestras que sean representativas y para que los resultados sean más precisos sobre cada comunidad.

#### X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)

- Barriga Vásquez, X. y. (2012). Grado de satisfacción y nivel de calidad del producto turístico de la Isla Amantaní año 2012. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Buyo García, L. (2015). La calidad de los alojamientos rurales y urbanos: una aproximación desde el modelo servqual. La Coruña, España: Facultad de economía y empresa Universidade da Coruña.
- Canales Canales, C. M. (2006). Metodología de la investigación social. Santiago: LOM ediciones, Primera edición.
- Carrasco Pastor, D. (Noviembre 2013). Un mapeo de los destinos de TRC. En á. d. Pro Desarrollo Turístico, Turismo Rural Comunitario en el Perú. Lima, Perú: Pro Desarrollo Turístico.
- Cayo Velásquez, N. E. (2011). Grado de satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno 2011 - Perú. COMUNICACIÓN: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 4(1), 28-37. doi: ISSN-e 2219-7168
- Correia Loureiro, S. M. (S.F.). La medida de la calidad percibida en alojamientos rurales de España y Portugal: La Escala RURALQUAL Documento de trabajo para el Departamento de Gestión de Empresas de la U. Extremadura: Documento de trabajo para el Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad de Extremadura.
- Cuellar Salazar, M. S. (2009). RURASERV: Un instrumento de medición de la calidad de servicio en alojamientos rurales con autenticidad rural. Girona: Universitat de Girona.
- DIRCETUR. (2015). Estadísticas anuales del Turismo en Puno. Puno: DIRCETUR.
- Flores Zucso, M. A. (2015). Percepción del turista extranjero y la calidad de los servicios de los emprendedores turísticos del centro poblado de Llachón. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Gisolf, M. C. (2010). El turismo rural comunitario como experiencia de aprendizaje. En El turista y la sostenibilidad. San José de Costa Rica: Cooperación South South y Fundecooperación Costarricense.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. Quinta edición.
- Morán Delgado, G. &. (2010). Métodos de Investigación. México: PEARSON EDUCACION.
- Popper, K. (1934). The logic of scientific discovery. Londres: Editorias Tecnos.
- Salazar Mamani, E. S. (2013). Evaluación de la calidad del servicio en las casas de hospedaje rural en la comunidad de Karina desde la percepción del turista. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Sepúlveda, H., & Basurto, R. y. (2010). Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.



Sequeiros Olave, C. (S.F.). Importancia de la calidad en los servicios del turismo rural. Obtenido de [http://www.issuu.com:https://issuu.com/coramabel/docs/el\\_turismo\\_rural\\_comunitario](http://www.issuu.com:https://issuu.com/coramabel/docs/el_turismo_rural_comunitario)

Servat, A. A. (6 de Septiembre de 2011). Medir la satisfacción del cliente, el camino a la eficacia. Obtenido de CONEXION ESAN: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/09/06/medir-la-satisfaccion-del-cliente-el-camino-a-la-eficacia/>

Tafur Portilla, R. (1995). La tesis universitaria. Lima - Perú: Editorial Mantaro.

Tourism Theories Organization. (26 de Octubre de 2018). Turismo en Teoría. Obtenido de Turismo Tural: <http://www.tourismtheories.org/?p=1586&lang=es>

Vilca Choque, V. (2009). La oferta de alojamientos rurales y calidad de servicios en alojamientos rurales de Atuncolla. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.

**XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)**

La calidad del destino y de los emprendimientos la establece el turista a través de su propia percepción, si su experiencia con los servicios recibidos se ajusta o no a sus propias expectativas va a determinar su satisfacción o insatisfacción. El conocimiento de éste índice de la calidad turística de los emprendimientos de turismo comunitario concederá factores diferenciadores al producto turístico comunitario de Puno, permitiendo el desarrollo estable de los emprendimientos y la mayor competitividad del destino al optimizar su oferta, y lograr un adecuado posicionamiento en el mercado. La calidad de servicios y la satisfacción del turista son conceptos susceptibles de ser medidos y evaluados, pudiendo convertirse en una herramienta eficaz para gestionar una mayor demanda turística hacia los destinos rurales, que representaría un mayor ingreso económico para sus pobladores, y por lo tanto un mejor nivel de vida. Los resultados obtenidos permitirían entonces tomar decisiones estratégicas tanto a los emprendedores como a los gestores públicos y privados del turismo comunitario de la región Puno, para ajustar y adaptar los servicios a las necesidades y expectativas reales del turista, optimizarlos cuando no logra satisfacer al turista, o sostenerlos cuando el turista está complacido, repercutiendo decisivamente en una mayor competitividad del producto turístico regional.

**XII. Impactos esperados**

**i. Impactos en Ciencia y Tecnología**

Establecer nuevos conocimientos en los modelos de evaluación y gestión de la calidad que permitan establecer estrategias objetivas para ajustar la oferta a la demanda, optimizando los servicios turísticos de los emprendimientos comunitarios con un nuevo modelo de evaluación de la calidad de sus servicios, más adecuados a su contexto.

**ii. Impactos económicos**

La aplicación práctica de los resultados del presente estudio no solo permitirá optimizar de la calidad del producto turístico de los emprendimientos, sino que, consecuentemente inducirá a la rentabilidad de los mismos, haciéndolos más competitivos, asegurando una afluencia de turistas continua, mejorando los ingresos y determinando la inclusión





económica de toda la población involucrada y la pasible a través del efecto multiplicador del turismo como un motor de desarrollo, generando empleos individuales, familiares y comunitarios, creando nuevas y mayores expectativas económicas en la actividad, y cumpliendo con los propósitos del programa de turismo comunitario.

**iii. Impactos sociales**

Los resultados de la investigación determinará un mayor conocimiento de las dimensiones y los atributos componentes de la oferta turística de los emprendimientos y la capacidad para satisfacer las expectativas del turista, lo que permitirá un mejor ajuste de los servicios a las necesidades y preferencias del turista, y en consecuencia, su mayor satisfacción, incrementando su tiempo de permanencia en la región, reafirmando el potencial turístico e imagen como destino de Puno, mejorando la calidad de vida de su población, promoviendo y revalorando su identidad e inclusión sociocultural, especialmente la de género, ya que la mujer tiene un rol protagónico en el turismo comunitario de Puno, y evitando así la migración de los jóvenes a las ciudades por falta de oportunidades.

**iv. Impactos ambientales**

Otro impacto esperado del presente estudio es la incidencia en una mejor gestión ambiental en los emprendimientos de turismo comunitario de Puno, favoreciendo el uso de sistemas que fomenten una actitud respetuosa con el medio ambiente entre los emprendedores, la población en general y los visitantes, mejorando sus prácticas conducentes a prevenir impactos ambientales en sus actividad cotidianas de servicio, así como el uso más eficiente de los recursos disponibles.

**XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)**

BIENES: Material de escritorio, Computadora, Programas informáticos, USB, Cámara fotográfica  
SERVICIOS: Internet, Transporte, Viáticos, Impresiones, Encuadernación  
HUMANOS: Investigadores, Encuestadores

**XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)**

La presente investigación se realizará en la Región de Puno.

**XV. Cronograma de actividades**

Actividad	Trimestres											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Identificación del tema	X											
Revisión bibliográfica y documental	X											
Sondeo del área de estudio	X											
Planteamiento del problema y justificación	X	X										
Formulación del proyecto		X										
Elaboración de instrumentos de investigación		X	X									
Presentación del proyecto		X	X									
Identificación de las unidades de análisis				X								



Recolección de datos				X										
Aplicación de los instrumentos y técnicas				X	X	X								
Registro y tabulación de datos						X								
Almacenamiento de datos						X	X							
Análisis de la información						X	X	X						
Codificación de la información								X	X					
Procesamiento de datos									X	X				
Interpretación de datos										X				
Contrastación de hipótesis con análisis empírico										X				
Conclusiones										X	X			
Redacción del borrador de investigación											X	X		
Presentación de la investigación													X	

## XVI. Presupuesto

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S./.)	Cantidad	Costo total (S./.)
<b>1.- Materiales de escritorio</b>				<b>279.00</b>
Papel bond	Millares	15.00	10	150.00
Plumones	Unidad	2.00	12	24.00
Lapiceros	Unidad	0.50	10	5.00
Lápices	Unidad	1.00	12	12.00
Fólderes	Unidad	0.50	12	6.00
Reglas	Unidad	1.00	2	2.00
Borradores	Unidad	1.00	6	6.00
Tarjadores	Unidad	2.00	2	4.00
Cuadernos	Unidad	5.00	2	10.00
Fichas bibliográficas	Unidad	0.20	100	20.00
Cartuchos tinta impresora	Unidad	60.00	4	240.00
<b>2.- Bienes</b>				<b>1170.00</b>
USB	Unidad	50.00	2	100.00
Alquiler de PCs	Unidad	300.00	1	300.00
CDs	Unidad	7.00	10	70.00
Grabadora portátil	Unidad	200.00	1	200.00
Video cámara	Unidad	400.00	1	400.00
Baterías	Unidad	10.00	10	100.00
<b>3.- Recursos humanos</b>				<b>4900.00</b>
Transporte				2600.00
Viáticos				2300.00
<b>4.- Informes finales</b>				<b>900.00</b>
Tipeo y Transcripciones				100.00
Impresos				300.00
<b>5.- Conectividad</b>				
Internet				1200
Teléfono				800
<b>RESUMEN PRESUPUESTAL</b>				
Materiales de escritorio				479.00
Bienes				1170.00
Recursos humanos				4900.00
Informes finales				900.00
Conectividad				2000.00
<b>TOTAL</b>				<b>9449.00</b>
Gastos imprevistos (10%)				945.00
<b>TOTAL</b>				<b>10,394.00</b>