



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN
HOTELES Y RESTAURANTES EN LOS DISTRITOS DE PIURA,
CATACAOS, COLÁN Y MÁNCORA EN EL PERÍODO 2005-2013**

**PRESENTADA POR
DIANA ANGÉLICA RUIZ YENQUE**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

LIMA – PERÚ

2015



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN , TURISMO Y PSICOLOGÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSTGRADO

**“LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN
HOTELES Y RESTAURANTES EN LOS DISTRITOS DE PIURA,
CATACAOS, COLÁN Y MÁNCORA EN EL PERÍODO 2005-2013”**

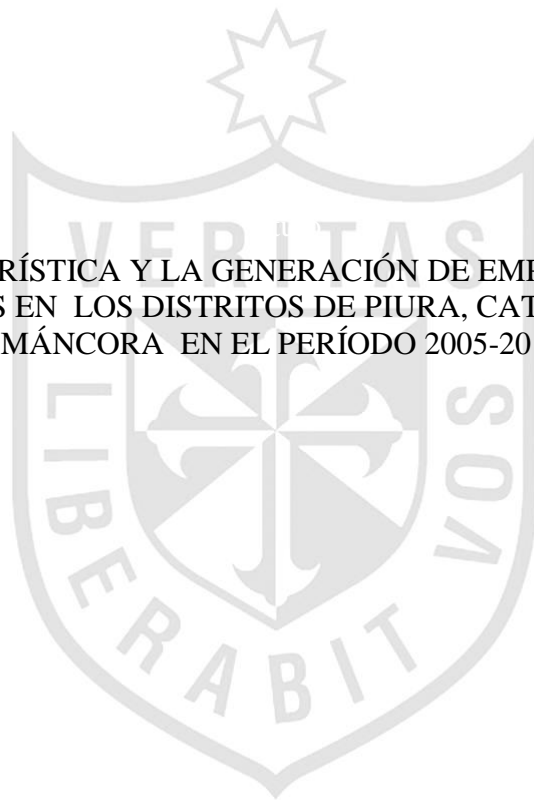
TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

PRESENTADA POR
DIANA ANGÉLICA RUIZ YENQUE

LIMA, PERÚ

2015

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN HOTELES Y
RESTAURANTES EN LOS DISTRITOS DE PIURA, CATACAOS, COLÁN Y
MÁNCORA EN EL PERÍODO 2005-2013



Asesor y miembros del jurado:

Asesor:

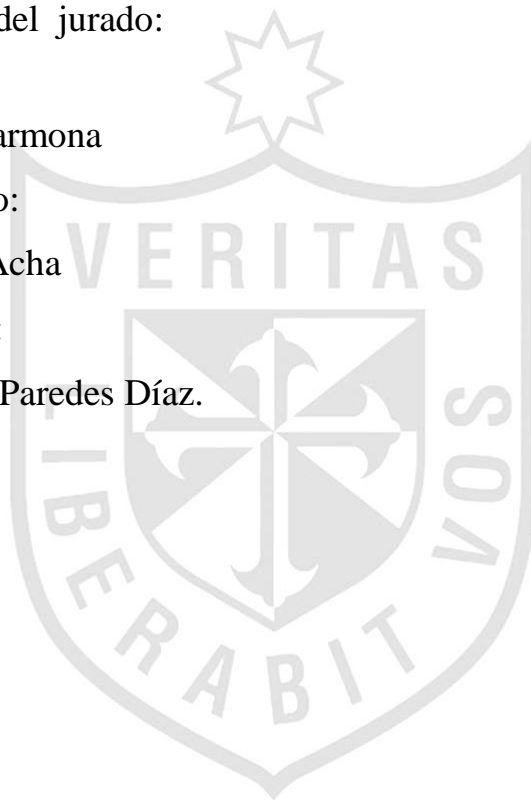
Mgr. Ana alemán Carmona

Presidente del jurado:

DR. Sergio Zapata Acha

Miembro del jurado:

Mgr. Juana Marivel Paredes Díaz.





Dedicatoria

A Dios, por brindarme sabiduría para emprender esta investigación, a mi querida madre y a toda la familia que me ha brindado todo su apoyo.

Agradecimiento

A Dios, por permitirme concluir con éxito este gran peldaño en mi vida.

A mi madre y a mis tías, por tener fe en mí y por apoyarme en todo momento.

A la Universidad de San Martín de Porres por sus sabias enseñanzas.

A mí querida asesora de tesis, Mgr. Ana Alemán Carmona, por el apoyo constante en la elaboración de la tesis.

A la Dra. Juana Marivel, Dr. Julio Carmona, la Mgr. Milena Noblecilla; por el apoyo, colaboración, comprensión y motivación constante en esta investigación.

A la Planta turística de Piura, Catacaos, Colán y Máncora por la información brindada.

Agradezco en especial a mis amigos por el apoyo incondicional al incentivar me para seguir adelante.

Índice

Portada.....	i
Título	ii
Asesor y miembros del jurado:.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Índice	vi
Índice de tablas	x
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	2
1.2.1. Problema general.....	2
1.2.2. Problemas específicos	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.4. Justificación de la investigación	4
1.5. Limitaciones del estudio	5
1.6. Viabilidad del estudio	5

CAPÍTULO II: BALANCE DE LA LITERATURA	7
2.1 Antecedentes de la investigación	7
2.1.1 Importancia de la generación de empleo	7
2.1.2 El empleo y turismo	8
2.1.3 La actividad turística y desarrollo	13
2.2 Información existente sobre el tema de investigación.	18
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	23
3.1 Bases teóricas de la investigación	23
3.1.1 Actividad turística	23
3.1.1.1 Turismo, empleo y oportunidades	23
3.1.1.2 Teorías de turismo como generador de empleos	24
3.1.1.3 Teoría del empleo directo, indirecto en turismo	24
3.1.1.4 Teoría de la administración estratégica para el diagnóstico	25
3.1.2 Empleo	26
3.1.2.1 Teorías de empleo en turismo	27
3.1.2.2 Teoría del modelo econométrico	28
3.2 Definiciones conceptuales	29
3.2.1 Empleo turístico	29
3.2.2 Actividad turística	29
3.2.3 Población Económicamente Activa Ocupada (PEA)	30
3.2.4 Flujo turístico o corriente turística	30
3.2.5 Diagnóstico Turístico.	30
3.2.5.1 Matriz Análisis de Evaluación Externa.	31
3.2.5.2 Matriz Análisis de Evaluación Interna	31
3.2.5.3. Matriz del Perfil Competitivo (MPC)	32
3.3. Formulación de hipótesis	33
3.3.1 Hipótesis general	33
3.3.2 Hipótesis específicas	33
3.4 Variables e indicadores	33
CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO	35

4.1 Tipo de investigación.....	35
4.2 Diseño	35
4.3 Nivel o profundidad	36
4.4 Enfoque.....	36
4.5 Población y muestra.....	36
4.6 Definición y operacionalización de las variables.....	38
4.7 Instrumentos y técnicas de recolección de datos	39
4.7.1 Descripción de los instrumentos.	39
4.8 Técnicas para el procesamiento de la información.....	39
4.9 Matriz de consistencia.....	39
4.10 Aspectos éticos	40
CAPÍTULO V: RESULTADOS	41
5.1 Análisis externo: Político – legal, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico (PESTE).....	41
5.1.1 Análisis Político legal.....	41
5.1.2 Análisis económico	45
5.1.3 Análisis Social y Cultural.....	46
5.1.4 Análisis Tecnológico.....	48
5.1.5 Análisis Ecológico.....	48
5.2 Identificación de oportunidades y amenazas	49
5.2.1 Matriz de evaluación de factores externos – EFE	53
5.3 Análisis Interno	55
5.3.1 Gerencia o administración.....	55
5.3.2 Marketing	56
5.3.3 Finanzas.....	59
5.3.4 Servicios	61
5.3.5 Recurso Humano	62
5.3.6 Sistemas de información de gerencia.	71
5.4 Identificación de Fortalezas y Debilidades	71
5.5 Matriz de Evaluación de Factores Internos – EFI.....	74
5.6 Matriz de Perfil Competitivo- MPC	76
5.7 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas - FODA	77
5.8. Etapas del Modelo econométrico.....	80
5.8.1 Especificación Del Modelo Econométrico.....	80
5.8.1.1 Supuestos.....	80

5.8.1.2. Limitaciones	80
5.8.1.3. Definición de variables.....	81
5.8.2 Estimación del modelo	81
5.8.3 Validación del modelo	83
5.8.3.1 Evaluación Económica	83
5.8.3.2 Criterio Estadístico	83
5.8.3.3 Criterio Econométrico:.....	84
5.8.3.3.1 Test de Normalidad	84
5.8.3.3.2 Test de autocorrelación	85
5.8.3.3.3 Test de Heterocedasticidad.....	87
5.8.3.4 . Explicación del modelo original	88
5.9. Evolución de las variables de estudio	89
5.9.1 Evolución de la PEA ocupada de hoteles y restaurantes.....	89
5.9.2 Evolución de Flujo de turistas nacionales y extranjeros	91
5.9.3 Evolución del número de hoteles y restaurantes	94
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
6.1 Discusión	96
6.2 Conclusiones	100
6.3 Recomendaciones	101
FUENTES DE INFORMACIÓN	102
REFERENCIAS.....	102
Anexos.....	107
Anexo 1: Matriz de consistencia.....	108
Anexo 2: Data para el modelo econométrico.....	111
Anexo 3: Diseño de propuesta	113
Anexo 4: Archivo fotográfico.....	119

Índice de tablas

Tabla 3.1 Etapa comparativa.....	¡Error!
Marcador no definido..	26
Tabla 4.1 Hoteles y restaurantes.....	37
Tabla 4.2 Número de hoteles y restaurantes; ¡Error! definido.....	Marcador no definido.....38
Tabla 4.3 Operacionalización de las variables; ¡Error! definido.....	Marcador no definido.....38
Tabla 5.1 Proyectos de inversión en turismo; ¡Error! definido.....	Marcador no definido.....42
Tabla 5.2 Evaluación de factores externos; ¡Error! definido.....	Marcador no definido.....50
Tabla 5.3 Matriz de evaluación de factores externos.....	53
Tabla 5.4 Certificación de calidad y/o reconocimiento de hoteles y restaurantes	61
Tabla 5.5 Número de trabajadores en hoteles.....	63
Tabla 5.6 Número de trabajadores en restaurantes.....	63

Tabla 5.7 Edad y sexo de trabajadores en hoteles.....	64
Tabla 5.8 Edad y sexo de trabajadores en restaurantes.....	64
Tabla 5.9 Área de recursos humanos en hoteles.....	65
Tabla 5.10 Área de recursos humanos en restaurantes.....	65
Tabla 5.11 Personal especializado en hoteles.....	66
Tabla 5.12 Personal especializado en restaurantes.....	66
Tabla 5.13 Empleados conocen las políticas o normas en hoteles.....	67
Tabla 5.14 Empleados conocen las políticas o normas.....	67
Tabla 5.15 Existe un especialista en seleccionar a los trabajadores en hoteles.....	67
Tabla 5.16 Existe un especialista en seleccionar a los trabajadores en restaurantes.....	68
Tabla 5.17 Requisitos para la selección de personal en hoteles.....	68
Tabla 5.18 Requisitos para la selección de personal en restaurantes.....	68
Tabla 5.19 Capacitación al personal en hoteles.....	69
Tabla 5.20 Capacitación al personal en restaurantes.....	69
Tabla 5.21 Contratación del personal en hoteles.....	69
Tabla 5.22 Contratación del personal en restaurantes.....	70
Tabla 5.23 Fortalezas y debilidades.....	73
Tabla 5.24 Matriz de evaluación de Factores Internos- EFI.....	75
Tabla 5.25 Matriz de Perfil Competitivo- MPC.....	78
Tabla 5.26 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas- FODA.....	79
Tabla 5.27 Variable dependiente PEA.....	83

Tabla 5.28.a Test de Breusch-Godfrey Modelo original orden 1.....	87
Tabla 5.28.b Test de Breusch-Godfrey Modelo original orden 2.....	87
Tabla 5.29.a Test de Arch Modelo Original de orden 1.....	88
Tabla 5.29.b Test de Arch Modelo Original de orden 2.....	89



Índice de figuras

Figura 5.1.C Test de Normalidad Modelo original	86
Figura 5.2 Evolución de la PEA de hoteles y restaurantes	90
Figura 5.3 Evolución del flujo de turistas.....	92
Figura 5.4 Evolución del número de hoteles y restaurantes	94



RESUMEN

La presente investigación se planteó como objetivo de estudio comprobar a través del modelo econométrico si la actividad turística tiene una relación con la generación de empleo en hoteles y restaurantes. Se llevó a cabo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013. La investigación es de tipo aplicada con un diseño no experimental.

Se encontró la validez del modelo econométrico en las variables de estudio: la evolución de la Población Económicamente Activa Ocupada, flujo de turistas y número de hoteles y restaurantes se incrementó en 0.44%, 100% y 97%, respectivamente.

Por lo tanto, se aceptó que existe una relación directa entre la actividad turística y la generación de empleo, y la evolución de los indicadores económicos es positiva.

Palabras clave: Actividad turística, generación de empleo, Piura, población económicamente activa ocupada.

ABSTRACT

The present research this study aims at verifying, by means of the econometric model, if tourist activity has a relationship to employment generation in hotels and restaurants in the districts of Piura, Catacaos, Colán and Máncora during the period 2005-2013. This is an applied research with a non-experimental design.

The econometric model showed to have validity in the study variables; with respect to the evolution of the economically active-occupied population, tourist flow and number of hotels and restaurants got increased in 0.44%, 100% and 97%, respectively.

Thut, it is concluded that there is a direct relationship between tourist activity and employment generation, and the evolution of the economic indicators is positive.

Key words: Tourist activity, employment generation, Piura, economically active-occupied population.

INTRODUCCIÓN

El turismo ocupa el cuarto lugar dentro de las actividades económicas del país y contribuyó al PBI en 3.75%, el año 2014, es decir, S/ 17 537 475 (BADATUR-OTP, 2014). Generó empleo de manera significativa, y se consideró uno de los objetivos principales de la política turística orientada al desarrollo sistémico y, por ende, integral de la actividad.

El problema local que se presenta en Piura, Catacaos, Colán y Máncora es que no se ha demostrado si la actividad turística tiene una relación directa con la generación de empleo en hoteles y restaurantes. Para resolver esto, se realizó este trabajo de investigación.

El Gobierno Regional, municipalidades, DIRCETUR, PROMPERÚ, instituciones públicas o privadas deberían considerar al turismo como una actividad socioeconómica a escala local en lugares como Piura, Catacaos, Colán y Máncora. Estos, por tener centros turísticos que son destino preferido por los viajeros, deberían estar dispuestos a realizar proyectos pendientes que potenciarían sus ventajas competitivas.

En la investigación, se elaboró una data que contiene la Población Económicamente Activa Ocupada (PEA) en hoteles y restaurantes, la cantidad de turistas nacionales y extranjeros, y el número de hoteles y restaurantes durante el período 2005-2013 en los distritos de Piura,

Catacaos, Colán y Máncora. La información sirvió para elaborar el modelo econométrico que validó la hipótesis planteada.

En el capítulo I, se planteó la siguiente pregunta: ¿Qué relación existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?

Los pobladores de estos distritos tienen un nivel de vida de baja calidad que imposibilita la satisfacción de todas sus necesidades, por la desocupación que los aqueja. La investigación tuvo como fin proponer alternativas de solución a esta problemática.

El objetivo general fue determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013. De este se han podido deducir los siguientes objetivos específicos: demostrar la relación entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la PEA ocupada en hoteles y restaurantes; demostrar la evolución de la PEA ocupada en hoteles y restaurantes; demostrar la evolución del número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas; y, por último, se elaboró un diagnóstico del sector turismo en las zonas de estudio en el 2013.

En el capítulo II, se ha considerado los antecedentes del estudio, tomando en cuenta los aportes de diversos autores locales y extranjeros.

En el capítulo III, se aborda el Marco Teórico que respalda el estudio con todas las bases epistemológicas que se ha creído conveniente considerar: la teoría de empleo y actividad

turística, teoría del diagnóstico, teoría del modelo econométrico lo que le da el sustento científico a la investigación.

En el capítulo IV, se determina el tipo de investigación y el diseño de las técnicas de recolección y análisis.

En el capítulo V, resultados, se finalizó la investigación con la discusión, conclusiones y recomendaciones.



CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En Piura, la demanda más urgente de la juventud es el empleo. Muchos jóvenes que cuentan con trabajo se desempeñan como ambulantes, moto taxistas y otros.

Los pobladores de Piura, Catacaos, Colán y Máncora tienen un nivel de vida de baja calidad que les imposibilita satisfacer todas sus necesidades primarias, secundarias y superflúas a causa de la desocupación. En un reportaje realizado por (ENAHU, 2012), se mostró que la tasa de desempleo en el 2006 fue de 6% y en el 2013 de 3.7%.

El problema es que no se han realizado trabajos de investigación para conocer la relación entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes. De continuar con la situación problemática descrita, se tiende a subestimar el potencial turístico de estas zonas de estudio y a dejar de lado la relevancia de la generación de empleo que se desprenda de la actividad turística, ya que no podrán tomarse medidas al respecto.

Las medidas que se deben tomar incluyen que el turismo se mire como una actividad socio económico a escala local para promocionar y hacer crecer el turismo con la participación de las organizaciones tanto públicas como privadas. El

empleo debe considerarse como una variable social porque puede solucionar en parte la desocupación que aqueja a Piura, Catacaos, Colán y Máncora.

Además, el turismo debe constituirse en un sector clave para la economía de nuestro departamento dada su capacidad como multiplicador económico ya que el crecimiento de este sector tiene fuertes implicancias sobre otros sectores como transporte, comunicación, comercio y construcción.

El departamento de Piura ubicado en la zona norte del país, contribuye sustancialmente al PBI (INEI, 2013) : en el 2005, fue 5 409 216 miles de nuevos soles, pero en 2013 se incrementó a 9 129 272 miles de nuevos soles. Con respecto al PBI de restaurantes y hoteles en el 2005 fue de 200 653.0 miles de nuevos soles, pero en 2013 se incrementó a 307 238.0 miles de nuevos soles. Se deduce de esto que el turismo conlleva al incremento del ingreso nacional y, por ende, a la generación de empleo ya sea directa e indirectamente.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- Ante la problemática descrita, se planteó la siguiente pregunta general:
¿Qué relación existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el periodo 2005-2013?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada (PEA) en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?
- ¿Cómo ha evolucionado la Población Económicamente Activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?
- ¿Cómo ha evolucionado el número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?
- ¿Cuál es la situación del sector turismo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el 2013?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.

- Demostrar la evolución de la Población Económicamente Activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.
- Demostrar la evolución del número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.
- Elaborar un diagnóstico de sector turismo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el 2013.

1.4. Justificación de la investigación

El turismo genera empleo y contribuye al Producto Bruto Interno (PBI) de un país. En esta investigación se consideró solamente dos aspectos fundamentales: sector turístico y el empleo generado en hoteles y restaurantes. Este estudio contribuye a encontrar si la actividad turística genera empleo en las zonas de estudio.

En el departamento de Piura no se han realizado trabajos de investigación para conocer la relación entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora, que, sin lugar a dudas, son sitios importantes de la región Piura en los que existe un gran flujo de turistas que practican turismo histórico-cultural, religioso, gastronómico, y un turismo de sol y playa; por ese motivo, se ha considerado realizar el estudio en estos distritos, ya que son los lugares que presentan mayor flujo de visitantes, y que generan ingresos económicos en mayor cuantía en la región en el sector turismo. Cabe resaltar que estos lugares se consideran originales e inconfundibles por la diversidad de actividades que en ellos se realizan, tales como la cerámica, artesanía,

orfebrería y gastronomía, además de brindar a los visitantes parajes naturales que contribuyen a un turismo de sol y playa.

Con el modelo econométrico se comprobó si el turismo generó empleo, y ha solucionado en parte la desocupación, problema social en el departamento.

1.5. Limitaciones del estudio

Se consideró lo siguiente:

Límite temporal: la investigación consideró el periodo 2005 - 2013.

Límite espacial: se tuvo en cuenta los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora pertenecientes al departamento de Piura.

Límite temático: se abordó la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes. Se realizó entrevistas a los administradores de hoteles y restaurantes, pero se presentó la dificultad de que algunos administradores de estas empresas turísticas no colaboraron con la información respectiva.

1.6. Viabilidad del estudio

El proyecto ha sido autofinanciado.

El propósito de la tesis es comprobar a través del modelo econométrico si la actividad turística tiene una relación directa con la generación de empleo en hoteles y restaurantes.

Desde el punto de vista económico, el proyecto considera los gastos correspondientes de viajes a los distritos de Catacaos, Colán y Máncora para realizar las entrevistas a los empresarios del rubro de hoteles y restaurantes, los gastos de recopilación de información y elaboración del marco teórico.

Desde el punto de vista social, el proyecto aportará un beneficio a la comunidad piurana pues da a conocer que la actividad turística genera empleo en los hoteles, restaurantes y resuelve uno de los principales problemas sociales más importantes que tiene en los últimos años.

Desde el punto de vista técnico, actividad turística y generación de empleo en hoteles y restaurantes.



CAPÍTULO II: BALANCE DE LA LITERATURA

En el presente capítulo, se recopilan trabajos de investigación presentados anteriormente para determinar en qué medida la actividad turística genera empleo y contribuye al incremento del PBI de un país. Es preponderante analizar la generación de empleo en el ámbito mundial, latinoamericano y nacional.

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Importancia de la generación de empleo

Uno de los antecedentes más cercanos es la tesis presentado por Zapata y Borrego (2013) Trujillo, quien estudió la influencia que ejerce la actividad turística en el desarrollo local de las comunidades de Huanchaco y Moche, como parte del destino turístico Trujillo-Perú; cuyo objetivo fue establecer cuál es el aporte concreto que genera el turismo en las comunidades receptoras; la metodología del análisis fue cuantitativa; se usó instrumentos de recolección de datos: encuestas a turistas, cuestionarios de entrevistas a las autoridades de las comunidades. Se concluyó que los pobladores de Huanchaco establecen que las expresiones más tangibles de la influencia del turismo en el desarrollo local de sus comunidades es el empleo, mientras que la población de Moche determina que el principal efecto positivo generado por el turismo es la mejora de calles y áreas públicas. La

generación de empleo en Moche asciende a un total de 317 empleos permanentes y 12950 servicios de transporte, producido por la movilización de turistas en el año 2012. En esta investigación se dio a conocer que la afluencia de turistas en las zonas de estudio genera empleo en las empresas de la actividad turística.

En esta misma línea; Mercado y Palmerín (2012), México, investigaron el impacto del turismo en la economía de México. El objetivo de la investigación fue conocer cómo el turismo multiplica la economía de México. La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativa, la población de Michoacán- México, se utilizó datos estadísticos, en las bases teóricas se tomó en cuenta estudios realizados por la OMT (Organización Mundial del Turismo) y del WTC (Consejo Mundial de viajes y Turismo), en los que se identificó que el turismo aporta la generación de empleo en un 5.1 % millones de plazas en su sector. Se concluyó que para México el turismo es el impulsor del desarrollo nacional, ya que genera divisas, empleo y participa del progreso regional en una gran escala. Como se puede ver, en México el aporte del turismo a la economía de este país es de gran importancia, por lo que el Perú debe tomar estos modelos como referencia para desarrollar una actividad turística que genere empleos para la población de las zonas en estudio.

2.1.2 El empleo y turismo

Mendoza (2012), Colombia, considera las estrategias más acertadas que deben establecerse para mejorar los problemas del sector turismo en

Cartagena y hacerlo más competitivo en el mercado internacional. Por eso, es importante tener en cuenta el objetivo, analizar el sector turismo en Cartagena realizando un diagnóstico a través de la matriz FODA para establecer las estrategias más acertadas a los problemas encontrados, con el propósito de mejorar este producto turístico y hacerlo más competitivo en el mercado internacional. La metodología que se utilizó en la investigación es exploratoria ya que destaca los aspectos fundamentales de la problemática en el sector turístico. La población está conformada por tres hoteles en la ciudad de Cartagena: Hotel Sonesta, Hotel Las Américas y Hotel Capilla del Mar. La muestra es de 60 turistas en las empresas. Se concluyó que el análisis en el sector turismo en Cartagena con la matriz FODA permitió detectar amenazas, debilidades y, a su vez, formular estrategias que mejoren este producto para poder competir en el mercado Internacional. Esta investigación ha servido como base para poder realizar el diagnóstico en las zonas de estudio.

El empleo, la motivación laboral y el turismo son tres variables que van de la mano; hasta se puede decir que mantienen relaciones intrínsecas, puesto que para ingresar en el rubro turístico la persona debe estar motivada y satisfecha con el trabajo que realiza, por lo que es muy importante que existan políticas de planificación para brindar un buen clima laboral a los empleados, teniendo en cuenta que los trabajadores necesitan estabilidad laboral, un buen clima organizacional y una cultura empresarial. Al respecto, Martín y Gaspar (2010). España, manifiesta la capacidad para planificar y gestionar los recursos humanos de las empresas turísticas

agregando a este tema la cultura empresarial o el desarrollo de la organización, la vida profesional, la flexibilidad laboral y la subcontratación, y cómo estos afectan en la gestión del factor humano. Este autor manifiesta la preocupación por el empleado para lo cual toma en cuenta todas las aristas que una empresa debe tener con respecto al bienestar de sus trabajadores, es por ello que se ha tomado como referencia en la presente investigación.

Atmark y Larruina (2011), Uruguay, explican que el aporte de las empresas turísticas a la economía del país es considerable, y propone las estrategias para generar empleo a través de este rubro, lo que ha sido de gran aporte al presente estudio. Su tesis tuvo como objetivo elaborar un indicador de los puestos de trabajo y analizar la situación del empleo en las distintas industrias turísticas, con un enfoque cuantitativo. Se utilizó la encuesta continua de hogares del Instituto Nacional de Estadística. Se concluyó que la participación del empleo turístico es cercana al 8 % del total de empleo.

Con respecto a la generación de empleo planteado en el informe de Elizabeth Tinoco (2012) Directora de la Organización Internacional del trabajo, Lima, afirmó que el turismo es un sector que genera empleo, y se debe aprovechar sobre todo en las personas más jóvenes, ya que en América Latina el desempleo juvenil urbano es de 14.9%, más del doble de la tasa general y el triple de la de los adultos.

Para mantener y mejorar la generación de empleo es necesario tomar en cuenta los siguientes desafíos: optimizar la calidad del servicio a través de

las mejores condiciones de trabajo, evitar la alta rotación de personal y lograr que el sector turístico esté vinculado con otros sectores como el transporte, la construcción y el comercio. Tinoco muestra extrañeza frente al problema de la desocupación de los jóvenes y considera que en este rubro se debe tener presente a este sector de la población, además de todas las condiciones laborales para mantener un equilibrio empresarial. Esta información contribuye al sector turismo y solucionaría en parte la desocupación laboral, sobre todo en la juventud de América Latina.

Por otro lado, en uno de los informes emitidos por la OIT (2011), muestra que el sector turismo puede resolver el problema de la desocupación en América Latina y el Caribe. Se registró 980 millones de llegadas turísticas en todo el mundo y actualmente la contribución de este sector al PBI mundial es de 2.8%. En América Latina han crecido más de 15 millones de empleos directos e indirectos de acuerdo con las cifras del Consejo Mundial de Viajes y turismo y la Organización Mundial del Comercio.

Para mantener y mejorar la generación de empleo en el Turismo es necesario abordar algunos desafíos para el sector tales como: el mejoramiento de la calidad del servicio a través de mejores condiciones de trabajo y evitar la alta rotación de personal que perjudica la calidad del servicio y no motiva a los empleados. El Turismo en el Perú tiene tasas de crecimiento mucho más altas en el mundo, y en el 2011 se registró un avance de 13% con 2 millones y 97.803 visitantes, en tanto que la media mundial sólo fue del 4%. Las zonas en estudio deben considerar que el

turismo no solo contribuye al crecimiento del Producto Bruto Interno sino también al desarrollo de las mismas zonas.

Un estudio de SELA (2013), El Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe con el Medio Oriente, precisa que la situación actual en áreas de oportunidad del turismo a nivel mundial permite el incremento de nuevos mercados, en tanto es considerada la mayor industria de desarrollo y crecimiento (OMT); y es en ese sentido que la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) también considera al turismo como una actividad económica que genera uno de cada doce puestos de trabajo en el mundo, así se tiene que 84 % del empleo mundial pertenece al sector. Y, a pesar de la crisis de 2008, el turismo se incrementó de manera muy considerable, así se tiene que en 2011 el turismo representa 8.6% del PBI de América Latina y el Caribe. Se espera que el PBI crezca a un ritmo de 3.6 % en la próxima década. El sector turismo a nivel mundial es considerado como el empleador mundial porque además de generar empleos contribuye al incremento del PBI.

Como se ha podido observar hasta aquí, todos los estudios consideran que la empresa turística no solo contribuye al incremento del PBI, sino también a generar empleo y a elevar el nivel de vida de los pobladores involucrados en la zona de impacto y desarrollo turístico; sobre todo ofreciendo oportunidades laborales a los jóvenes.

2.1.3 La actividad turística y desarrollo

Para el anterior presidente de CANATUR, Canales (2013) en Perú, el empleo en el sector turismo crecería 9%, y tiene como objetivo el requerimiento de poca inversión para la generación de puestos de trabajo. Se estima que al final del año habrá un incremento de 9% en el sector turismo. En Lima ya existen 4.5 millones de trabajadores, de los cuales el 56% está involucrado en el negocio de servicios; el 50 %, en la actividad turística directa e indirectamente y esto equivale a 16 % de la Población Económica Activa (PEA). El Total de la masa laboral en la actividad turística asciende a 2.5 millones de empleados, de los cuales 1.2 millones de trabajadores pertenece a los rubros de hotelería y restaurantes; el millón restante está dedicado al transporte turístico. Lo que se debe resaltar es que la empresa turística no requiere de mucha inversión, por supuesto siempre que las vías de acceso y todo lo relativo a salubridad de la zona esté resuelto; de lo contrario la inversión sería alta. Se considera que, en las zonas de estudio, el problema está en este aspecto: vías de acceso, agua y desagüe.

Canales resalta que la actividad turística ha ido incrementándose. Por otro lado, el Ministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Silva (2013) manifiesta que es posible que el turismo se convierta en una excelente fuente de divisas, e indica que el Turismo generó 1 081 035 empleos en el 2012. El principal objetivo de este funcionario era mostrar que la actividad turística generó una cantidad importante de empleos en el 2012. La metodología que aplicó fue cuantitativa. Se plantea que la proyección para

el 2016 es que la actividad turística se convierta en la segunda fuente generadora de divisas después de la minería. El turismo es activador de ocupación, permite generar un empleo directo en las instalaciones turísticas como hoteles, restaurantes; también genera empleo indirecto en los rubros de construcción, transporte, agencias de viaje, casas de cambio y seguridad, lo que implica el desarrollo de las zonas en estudio.

En esta misma línea, en Europa encontramos a Marrero y Huete (2013). España, en esta investigación se afirmó que el turismo repercute en la generación de empleo en la comunidad de Valencia y se analiza la opinión pública acerca de las características del empleo en el sector turístico. En este trabajo se realizó un enfoque cuantitativo y cualitativo por el uso de entrevistas y encuestas; asimismo, se utilizó la Teoría del Intercambio Social, que explica los impactos sociales del turismo. El resultado de la investigación es que el turismo es una actividad económica valorada positivamente, por lo tanto hay una relación entre el turismo y su capacidad para generar empleo y riqueza; sin embargo, las condiciones laborales a veces no son óptimas, es por eso que las personas mejor calificadas prefieren trabajar en otros ámbitos quedando el sector turístico como un ámbito de atracción para los trabajadores que no están capacitados profesionalmente. En este caso, se destaca las condiciones laborales de los trabajadores, las mismas que deben ser óptimas y atractivas, aspecto que debe considerarse en el presente estudio de tal manera que se puedan entender y explicar las características del empleador para lograr el equilibrio laboral con sus empleados.

En este mismo sentido, Moreré y Perello (2013), indican que cuando empieza a configurarse el turismo cultural surge la necesidad de centrarse en el empleo. Uno de los objetivos es analizar el empleo en el turismo cultural; la empleabilidad será eje vertebrador y el instrumento para la identidad del turismo cultural. La perspectiva de la empleabilidad en el futuro tendrá dos tipos de formaciones: la de turismo y cultura, razón por la cual se va a constituir la empleabilidad como fortaleza del turismo cultural, es decir, ampliar el análisis de la oferta y de los atractivos turísticos. La metodología es de tipo cualitativa y cuantitativa.

Es evidente que el nivel cultural de los sectores involucrados se eleva con el desarrollo de las empresas turísticas, además de las mejoras en el ornato, vías de acceso y preparación de la población en su natalidad de tal manera que toda la población esté preparada para atender a los turistas.

EXCELTUR (2013), Alianza para Excelencia Turística, España, manifestó que en el 2013 la actividad turística en España incrementó su PBI en 0.6 % y generó 22394 empleos, es decir, creció 1.8 % más que en el 2012, lo que significó que fue el único sector que creó empleo. Esto ha servido para la recuperación de España. Este crecimiento fue posible por la demanda externa en 60.3 millones de turistas y unos ingresos de divisas de 45 millones de euros, lo que compensó el nuevo descenso de la demanda interna. Comparando esta situación con el año 2007, la actividad del sector turístico se encuentra 9 puntos por debajo de la crisis de ese año. Como se ve, el turismo de España es un factor clave para consolidar el proceso de la

recuperación económica y por eso EXCELTUR está exigiendo que se dé una mayor prioridad política para mejorar su competitividad. El incremento de la actividad turística en España se debe al nuevo crecimiento del turismo ruso del 18,9%, en Francia del 9.8%, mercados Nórdicos 8.9 % y Reino Unido de 4.5 %. Según EXCELTUR un 78.9% de los empresarios turísticos españoles espera incrementar sus ventas en el 2014 y un 74.6%, que ese incremento les permita mejorar sus márgenes de resultados. Por tal motivo se reclamó al gobierno que otorgue al sector Turismo mayor prioridad política y estímulos concretos para mejorar su competitividad y consolidar el proceso de recuperación económica española.

Con estos resultados, se puede notar que el crecimiento del empleo se produce en todos los países y que el Perú no es ajeno a este crecimiento. Los casos analizados se deben tener como referentes para un desarrollo turístico que sea de la más alta calidad, y que convierta a los empresarios del Perú en pioneros en este rubro.

También se considera la investigación realizada por Leyva, Caro y Pérez (2010), México, cuya pregunta de investigación fue: ¿Cuál es la influencia de la inversión en el subsector turístico sobre los niveles de empleo en Mérida, Yucatán? El objetivo de este trabajo es determinar la relación entre la generación de empleos fijos y temporales del subsector turístico en la ciudad de Mérida, Yucatán y los niveles de inversión pública y privada en las empresas turísticas.

La metodología es no experimental, transeccional correlacional; porque explica y analiza la relación existente entre la inversión y generación de empleos en el subsector turístico de Mérida, Yucatán. La población o universo son las actividades turísticas en Mérida, Yucatán tomada del registro estadístico de la secretaría de fomento turístico estatal. Esta población de actividades está conformada por hospedajes y agencias de viaje. La muestra es de tipo probabilística, se aplica el método de muestreo aleatorio estratificado. La base teórica de esta investigación se basa en el desarrollo y aplicación de un modelo econométrico.

Se concluye que la cantidad de empleos generados anualmente en el subsector turístico de Mérida resultó baja; y, como consecuencia, hay un mayor nivel de desempleo en la capital de Yucatán. La evidencia empírica es que se han creado pocos empleos nuevos en esta ciudad, principalmente porque los empresarios turísticos no han invertido en sus empresas por este concepto, es decir, se han enfocado en el mercado local ya que invierten en las necesidades primarias de esta actividad y en temporadas altas, y el Gobierno no ha motivado el potencial turístico que tiene Mérida; no ha invertido en infraestructura para generar mayores oportunidades de empleo. El estudio demuestra desde el punto de vista económico que los empleos que se pueden generar por el subsector turístico en Mérida dependen en gran medida de la inversión pública y privada. Por lo tanto, se determinó que en el ámbito del turismo en Mérida, Yucatán, los empresarios están poco informados y desinteresados de las oportunidades de inversión en el sector. Solo el 50 % de las empresas turísticas consideran que los empleos se generaron por incrementos en los niveles de inversión de sus negocios. Esto

se comprobó a través del modelo econométrico, y las diferencias del número de empleos generados de un año con otro y los montos invertidos en Mérida, Yucatán en el ramo turístico resultaron estrechamente enlazados en forma positiva y directa; esto se comprobó a través de las pruebas de autocorrelación de las perturbaciones aleatorias (Durbin- Watson de 1.163); de R^2 (0.917) y de la homocedasticidad del modelo; por lo tanto, se confirma que la variable independiente (inversión), explica adecuadamente a la variable dependiente (empleo), con lo que la generación de empleos fijos y temporales del subsector turístico en Mérida, Yucatán es reducida, por los escasos niveles de inversión pública y privada en las empresas turísticas locales (válida estadísticamente).

La validación económica: La tasa de Ocupación está relacionada directamente con la rentabilidad de una inversión turística. Se debe adoptar esto para generar nuevos y mayores empleos. La evidencia empírica en los resultados del estudio sustenta que esto es ocasionado por las complicadas oportunidades en la obtención de créditos productivos a tasas preferenciales por parte de los inversionistas de este ramo en Mérida, se valida entonces la hipótesis y por consiguiente esta es aceptada.

2.2 Información existente sobre el tema de investigación.

Según OMT (2009), Cuba, México y República Dominicana, explican la importancia económica del turismo y su capacidad de generación de divisas, y, por ende, su aporte al empleo. En Cuba, en el 2007, el PBI alcanzó los 58. 603,6 millones de pesos y su distribución por sectores fue de la siguiente forma: agricultura 5 %, industria 18 %, servicios 77 % y la llegada de turistas fue de 2 119,000 provenientes de Canadá,

Alemania, Italia, España, Francia, Reino Unido; que constituyen los principales mercados emisores de turistas hacia Cuba, y representan el 65.75 % de los visitantes que arriban al país. En el año 2009, el turismo generó empleo a unos 100 000 trabajadores de manera directa, cifra que en 1990 alcanzaba los 52000. En México, en el año 2000, el personal empleado en actividades turísticas fue de 39.7% mujeres, el resto es hombres. El 98.8% del total del personal empleado en actividades turísticas es de nacionalidad mexicana y el 6,3 mil personas fue de nacionalidad extranjera, y en el 2008 el PBI es de 1.353 miles de millones de pesos. En República Dominicana, en el 2007, el número de empleos generados por la actividad turística fue de 190,259 mil empleos; de estos, 54,359 está conformado por empleos directos y 135,900, empleos indirectos. En 2008, se recibieron 91.5 millones de visitantes internacionales y el turismo doméstico llegó a 62 millones de turistas, el PBI fue de 1.4 62.9 33.8 millones de pesos dominicanos.

En Guatemala, del 2000 al 2008, es importante el crecimiento respecto al número de llegada de turistas al país, pero no hay un dato que permita cuantificar la cantidad de empleos generados por el sector turismo. El número de trabajadores afiliados en el sector servicios pasó de 385. 441 en el 2002 a 436.970 en 2006; este sector es el que ha generado mayor número de empleos en el país; pero no se puede establecer cuántos de estos corresponden al sector turismo.

En este mismo sentido, en Salvador los empleos generados en el 2008 fueron de 42, 939. En Colombia, el año 2008, la Asociación Hotelera Colombiana COTELCO, informa que las empresas hoteleras generaron el año anterior 46, 873 empleos directos. En Perú y Brasil el aporte estimado del PBI turístico fue del 4,54 % para el

año 2008, la tasa de crecimiento para el turismo interno peruano para los siete próximos años será de 2,95 %, estimándose un flujo turístico interno para el 2015 de 15 101 574 turistas. La mayor parte de los turistas extranjeros que visitó Brasil en el 2007 provenían de Europa en un 37.93 % y de América del Sur en un 37.93 %. Argentina tiene el PBI turístico de 88.23% con un ingreso de 17 372 millones de dólares en el 2008, además de una generación de empleos de 1 269 millones que representa un 87.47 %, lo que constituye un porcentaje significativo en la actividad turística del país. Uruguay, en el 2008, tuvo un PBI turístico de 1 858 73 millones de dólares que equivale a 9.44%, con 110, 61 miles de empleos producidos por el sector turístico que equivale a un porcentaje de 7.62 % de empleos. Como se puede apreciar la actividad turística genera el mayor aporte a la economía mundial y es una gran fuente generadora de riquezas; es por ello que insistimos en que el Gobierno conjuntamente con los sectores involucrados deben trabajar de tal manera que la atracción de turistas sea óptima y no tan descuidada como en el caso de las zonas que compete al presente estudio.

En el informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2012) se menciona que el turismo es una fuente importante de crecimiento y de empleo en todo el mundo y es un factor clave para la reducción de la pobreza. En un documento titulado *Perspectivas internacionales sobre las mujeres empleadas en la hotelería, restaurantes y el turismo* (HRT) se dice que el turismo empleó a más de 260 millones de personas en el mundo, es decir, esta actividad genera uno de cada 12 empleos y representa el 9 % del PBI mundial. El turismo representa el 33 % de las exportaciones de los PMA (Países en Desarrollo y menos adelantados) y el 65% de los países insulares menos avanzados. Entre los trabajadores del turismo el 60 y 70 % son

mujeres y la mitad de mujeres son menores de 25 años, estas ganan menos y casi no ocupan cargos directivos; su trabajo es de limpieza, atención al cliente, mientras que el trabajo de los varones es de meseros, porteros, jardineros y técnicos de mantenimiento.

En el ámbito mundial el sector está muy fragmentado, con alrededor de 20 % de la fuerza laboral trabajando en empresas multinacionales y el 80 % en trabajo de pequeñas y medianas empresas (Pymes). El turismo en el aspecto social guarda una estrecha relación con otros sectores de la economía como agricultura, transporte, entretenimiento y artesanía.

En este sentido, la OIT propone la mejora de las condiciones de trabajo de tal manera que el turismo no solo sea atractivo para los turistas, sino también para los empleados y los empresarios del sector. Entendiéndose que la mayor cantidad de empleados serían las mujeres, como lo muestran los informes de la OIT, a través de todos los países de Latinoamérica y Europa. Esto debería conllevar a otorgar más oportunidades al género femenino lo que produciría un equilibrio laboral tan necesario en este momento.

La revisión de la literatura a través de los diferentes trabajos muestra que el turismo es la actividad que ha generado la mayor cantidad de los puestos de trabajo y esto se puede notar, por ejemplo, en uno de los artículos de Meyer (2013), Argentina, en el que explica el hecho de haberse generado más de un millón de puestos de trabajo en ocho años en ese país, basado en el objetivo de generar el empleo directo e indirecto en la actividad turística en un 25.2 %, según el Ministro de Turismo. Se constató que

la mayor cantidad de esos empleos fue generado por los siguientes rubros: transporte, gastronomía y hotelería. Se aplicó la metodología de descripción/ explicación detallada, y se concluyó que en la generación de empleo con respecto al año anterior, el turismo había generado 1 104 439 puestos de trabajo, un 2,5 % más que en el 2011. Se considera que el empleo se da de una manera directa e indirecta en el turismo con un gran porcentaje lo que permite lograr un desarrollo económico en el país antes mencionado beneficiando a la comunidad.

En este sentido, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2009) de Perú, en el Boletín Estadístico de Restaurantes y Hoteles, dio a conocer datos y cifras de la actividad turística empresarial en la ciudad de Lima, destacando que el principal aporte es el nivel de empleo generado en la rama de restaurantes y hoteles lo que repercutió en el incremento de los trabajadores. La muestra es de restaurantes y hoteles, en la que se tuvo en cuenta la técnica e instrumentos estadísticos, como encuestas y cuadros estadísticos. Se concluyó que en el 2008 el empleo en restaurantes y hoteles creció y que la demanda de trabajo total en estas empresas fue 68.3% hombres, 31.7% mujeres. Los trabajadores de este sector el 40.1% se encuentran en el rango de 30 a 44 años y el 25 % de 25 a 29 años; se determinó que el turismo generó empleo en restaurantes, hoteles y nos da a conocer las remuneraciones que estos perciben. De esta manera el Perú no es ajeno al crecimiento económico en el sector turístico y podría ser mejor en este ámbito si es que las condiciones para el desarrollo de este sector fueran óptimas en todas las zonas y no solo en la capital, donde las políticas son diferentes con respecto a las provincias.

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se refiere teorías de la actividad turística entre las que se ha considerado a Figuerola, Keller y Smelar, Mathieson y Wall quienes han estudiado el empleo en el turismo. Su aporte se considera de gran importancia para el respaldo de esta investigación, pues contribuyó a comprobar las hipótesis, sin dejar de lado la contrastación de variables de estudio.

3.1 Bases teóricas de la investigación

3.1.1 Actividad turística

El turismo contribuye al cambio económico, incentiva el crecimiento productivo y propulsor del desarrollo local y regional (Guzmán, 1986, Citado en Camacho y Lunar, 2009)

La actividad turística necesita empresas de servicios para poder atender la demanda turística que promueva el desarrollo, y genere ingresos al país y, además, se considera una fuente generadora de empleo. (Bote, 1999, citado en Camacho y Lunar, 2009).

3.1.1.1 Turismo, empleo y oportunidades

El aporte de Quesada (2010) es que uno de los resultados sociales y económicos del turismo es la generación de empleos directos e indirectos. El

turismo es considerado intersectorial y multidisciplinario para poder hacer posible el consumo turístico. Los empleos directos se generan en hoteles, restaurantes, agencias de viaje, tour operadores, parques y atracciones, tiendas de souvenirs y otros servicios complementarios. También, contribuye en otras actividades económicas, considerando a personas en la construcción de hoteles, restaurantes, tiendas, oficinas; así como los pescadores, agricultores y ganaderos encargados de abastecer la materia prima para el funcionamiento de los servicios turísticos.

3.1.1.2 Teorías de turismo como generador de empleos

El turismo tiene un efecto multiplicador sobre la generación de empleo, que, directa e indirectamente influye en muchas ramas de la economía (Keller y Smeral, 1997, citado en Porto, 2004).

El turismo genera un número de empleos directos en hoteles, restaurantes y medios de transporte y en forma indirecta a las empresas que prestan servicio a los sectores productivos (Picornell, 1993, citado en Porto, 2004).

3.1.1.3 Teoría del empleo directo, indirecto en turismo

El empleo turístico, desde el punto de vista económico, es la cantidad de empleados que han producido el valor de los bienes y servicios pagados por los turistas. También relaciona el número de empleos con los empleados que han producidos los servicios consumidos por los turistas. Además, trata de un empleo turístico directo en hoteles y restaurantes, es decir, aquel que atiende las necesidades del consumo de los viajeros durante su estadía. (Figuerola, 1998, citado en Szmulewicz, 2008).

3.1.1.4 Teoría de la administración estratégica para el diagnóstico

La planificación estratégica es fundamental puesto que a partir de aquí se determinan las directrices para el buen funcionamiento de la empresa. Si no hay un plan estratégico, podríamos decir que esa empresa está a la deriva y, por ende, corre el riesgo de naufragar, metafóricamente hablando. Los planes estratégicos involucran un trabajo en equipo, coordinado y armonioso. Chiavenato (2015) afirma que los neoclásicos desarrollaron la Escuela de Planeación Estratégica e introdujeron la Administración Estratégica, y que esta implica un proceso por el cual una organización formula estrategias para alcanzar los objetivos propuestos, entendiéndose que estrategia es el medio por el cual uno desarrolla un programa de acción que lleva consigo una misión. Se consideran los objetivos y las políticas que se desean alcanzar en la organización con una dirección. (p.205)

En esta misma línea, David (2008) plantea la descripción del modelo de planeación estratégica y afirma que está formado por tres etapas principales: formulación de estrategias, etapa comparativa y la etapa final que está relacionada con las decisiones y estrategias, para lo cual se detalla:

a.- Formulación de estrategias: Fred propone que es necesario identificar la misión, objetivos, estrategias y que estas se inician con la auditoría externa en la cual se identifican las amenazas y oportunidades, luego se realiza la auditoría interna en la que se identifican las debilidades y fortalezas lo que permite ver la nueva misión de la empresa.(p.5)

Con el análisis de las auditorías, se elaboran las matrices: Matriz de Evaluación Externa (MEFE), la Matriz de Evaluación Interna (MEFI), Matriz de Perfil Competitivo, que conforman la primera etapa llamada entrada de datos.

b.- Etapa comparativa: está enfocada a la ejecución de las estrategias y a las técnicas que propone la FODA, PEYEA, BCG, apoyándose en la MEFE, MEFI, como lo describe en la tabla 3.1

Tabla 3.1: Etapa Comparativa

MATRIZ FODA	PEYEA	BCG	MIE	MGE
Debilidades	Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción.	Matriz del Grupo Consultor Boston	Matriz Interna Y Externa.	Matriz de Gran Estrategia.
Oportunidades				
Fortalezas				
Amenazas				

Fuente: Modelo de Gerencia estratégica (p. 1), Fred D., México. Upiicsa

Elaboración: Fred, D. (2008)

c.- Etapa de las decisiones: formada por la matriz cuantitativa de planeación estratégica (CPE). Para realizar esta matriz, se necesita los resultados de las matrices anteriores, por lo que debe dominarse las estrategias de planeación.

3.1.2 Empleo

Para Krugman y Wells (2007), empleo es el número de personas con trabajo en un momento dado.

3.1.2.1 Teorías de empleo en turismo

El turismo es una gran fuente de empleo y no solo tiene impacto sobre los turistas, sino también en la población y en el país que posee los atractivos turísticos. En este sentido, (Mathieson y Wall, 1997, citado en Szmulewicz, 2008) explica que la actividad turística tiene la capacidad de generar empleo y establece tres tipos de empleo:

- Empleo directo: resulta de los ingresos que generó la prestación de servicios turísticos básicos del turismo como por ejemplo: hoteles, agencias de turismo.
- Empleo indirecto: está constituido por el puesto de trabajo que generó el servicio complementario; transporte, banca, artesanía.
- Empleo inducido: es el empleo adicional que resulta de los efectos multiplicadores del turismo, como por ejemplo; cambio de moneda, suministro de mercancías desde otros sectores, comercio, industria, farmacéutica, entre otros. Con lo citado anteriormente se comprueba que este sector contribuiría al desarrollo de varios sectores económicos de las zonas de estudio, además de elevar el nivel cultural de la población beneficiada.

Por otro lado Lombo (2010) señala la teoría de Keynes quien desarrolla la teoría de empleo bajo el siguiente esquema:

Cuando el salario se incrementa también se incrementarán las cantidades de consumo e inversión (aumento de la demanda efectiva), esto conlleva a un incremento de las cantidades de trabajo, producción y las industrias que

generan bienes y servicios; por lo tanto, se va a contratar más mano de obra, lo que sería una solución a corto plazo (p.3)

A largo plazo, el nivel de empleo queda determinado cuando hay un equilibrio entre la oferta global y la demanda global, es el nivel preciso para determinar la cantidad de empleos en una empresa. Si se traslada a una empresa netamente turística, el empleo y sus condiciones no son contrarios. Esto es importante para que las personas con obligaciones sociales y familiares tengan unos ingresos para suplir sus necesidades. Sin embargo, para esta teoría, cuando la oferta global es mayor que la demanda global surge el desempleo.

3.1.2.2 Teoría del modelo econométrico

El Modelo Econométrico es un modelo económico que tiene por finalidad comprobar hipótesis y teorías formuladas por la ciencia económica. Esta verificación se hace con el auxilio imprescindible de las matemáticas, de la estadística, y debe de tener las especificaciones necesarias para su aplicación empírica.

Concordando con nuestro planteamiento tenemos a García (2010) quien afirma que este modelo sirve para comprobar las hipótesis y teorías formuladas por la Ciencia Económica y esta verificación hace que, con la ayuda de las matemáticas y de la Estadística, se fundamente la Teoría de la Probabilidad. Con el Modelo Econométrico se comprueba la hipótesis.

Los tipos de los modelos econométricos, están en función de distintas clasificaciones:

Según el tipo de datos de las variables utilizadas en el modelo:

- Series temporales: son las que corresponden a los valores del tiempo ya sea anual, mensual o trimestral.
- Series de corte transversal: son aquellos valores que corresponden a distintos sujetos para un mismo momento en el tiempo.

3.2 Definiciones conceptuales

3.2.1 Empleo turístico

Por otro lado, el empleo, según Atmark & Larruina (2011) es el número de puestos de trabajo generados por turistas al consumir y usar servicios ofrecidos por empresas turísticas.

3.2.2 Actividad turística

En la actualidad, la actividad turística permite un desarrollo económico, por lo tanto, genera divisas y genera empleo.

Según la OMT (2007) el turismo es un sector que genera fuentes de ingresos para el país, que es indispensable para la difusión y promoción del Perú, de la misma manera contribuye al PBI, por lo cual forma parte del desarrollo económico de la población. Por eso, en esta tesis, es importante conocer las diversas actividades turísticas entre ellas están las histórico- culturales, sol y playa, y gastronómicas, que están relacionadas con los servicios turísticos, lo

que va a permitir analizar las deficiencias para mejorar la competitividad y así generar más empleo para los pobladores del lugar.

MINCETUR (2009) considera que la actividad turística está destinada a prestar a los turistas un servicio de alojamiento, alimentación, traslado, asistencia e información, o cualquier otro servicio relacionado al turismo.

3.2.3 Población Económicamente Activa Ocupada (PEA)

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA, 2012), la PEA ocupada es la que labora en una actividad económica específica: tiene un empleo propio o al servicio de un empleador y recibe a cambio una remuneración en dinero o especie.

3.2.4 Flujo turístico o corriente turística

Según afirma Valencia (2010) el flujo turístico es el desplazamiento temporal y motivado por viajeros que desde el lugar de origen se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos. De la misma manera, Guido (2011) dice que es el conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan por mar, tierra, aire de un lugar a otro para realizar actividades ajenas a la rutina.

3.2.5 Diagnóstico Turístico.

Según Díaz (2013), el diagnóstico turístico es un análisis que permite conocer cuál es la situación actual del sector turismo para así saber cuál es el fondo del problema en las zonas de estudio y ver el crecimiento del flujo turístico y las

empresas turísticas que ofrecen un servicio de calidad, y de esta manera formular estrategias para contribuir a la solución del problema y, por ende, al crecimiento de este sector.

Para llegar a un diagnóstico turístico se realizó un análisis de la evaluación externa: Político- legal, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico. (PESTE); y de las Oportunidades y Amenazas del entorno a nivel nacional del sector turismo. Además, a partir del Análisis de la Evaluación Interna de las zonas de estudio que representan las Fortalezas y Debilidades, se diseñó la Matriz de Evaluación de Factores Externas (EFE), la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI) y la Matriz de Perfil Competitivo (MPC).

3.2.5.1 Matriz Análisis de Evaluación Externa.

Por otro lado, tenemos la matriz de evaluación externa que permite detectar y evaluar las tendencias del sector turismo, el cual involucra una relación entre las fuerzas externas: políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas, Aquí se tienen en cuenta las oportunidades y amenazas.

Oportunidades: Son los aspectos positivos del entorno en el sector turismo, que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas.

Amenazas: Son los aspectos negativos externos que podrían ser obstáculos para el logro de los objetivos en el sector turismo.

3.2.5.2 Matriz Análisis de Evaluación Interna

Es un proceso en el cual tienen que participar todos los miembros que conforman la organización como: Gerencia o Administración, Marketing,

Finanzas/ Contabilidad, Producción/Operaciones, Investigación y Desarrollo, Sistemas de Información de la Gerencia.

-Fortalezas: Vienen a ser las capacidades y recursos positivos con los que cuenta el turismo.

-Debilidades: Vienen a ser los factores negativos en el sector turismo.

3.2.5.3. Matriz del Perfil Competitivo (MPC)

Permite ver a los competidores de la empresa teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades. Por ende, se consideran los factores críticos para el éxito:

- La matriz FODA

Permite realizar el diagnóstico estratégico a través de estrategias del sector turismo, se tiene en cuenta las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas a partir de las cuales se propondrán soluciones al análisis que se ha realizado.

Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del sector turismo, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso para tomar decisiones estratégicas y mejorar la situación actual.

Estrategias FO: Se utilizan las fuerzas internas de la empresa para aprovechar las oportunidades externas.

Estrategias DO: Trata de superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

Estrategias FA: Aprovecha las fuerzas internas para disminuir las amenazas externas.

Estrategias DA: Trata de disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno.

3.3. Formulación de hipótesis

3.3.1 Hipótesis general

La actividad turística está relacionada directamente con la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.

3.3.2 Hipótesis específicas

- Existe una relación directa entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada (PEA) en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.
- La Población económicamente activa ocupada en hoteles y restaurantes se incrementó en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.
- El número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas se incrementó en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.
- El sector turismo ha mejorado significativamente en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el año 2013.

3.4 Variables e indicadores

Generación de empleo: Indicadores cuantitativos.

- Cantidad de empleados en los hoteles y restaurantes.

Actividad Turística: Indicadores cuantitativos.

- Flujo de turistas nacionales y extranjeros.
- Crecimiento de hoteles y restaurantes.



CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se detallan el diseño, enfoque, población y muestra, así como las técnicas de recolección que se emplearon para estudiar con éxito el empleo y la actividad turística en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.

4.1 Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo aplicada, porque propone alternativas de solución a un problema de la realidad social que es la carencia de empleo en las zonas de estudio.

4.2 Diseño

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, ya que el investigador no tiene el control sobre la variable independiente y el fenómeno o hecho ya ha ocurrido. En la investigación la variable independiente es la Actividad Turística: el flujo turístico, el número de hoteles y restaurantes son variables que carecen de manipulación intencional y no poseen grado de control, se trata de hechos que ya han sucedido del 2005 al 2013 en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora.

Después de describir la variable independiente: La actividad turística, se busca conocer también los efectos que provoca sobre el otro fenómeno que es la variable dependiente: La generación de empleo, entendida como la cantidad de empleados que laboran en la actividad turística.

El diseño tuvo una aproximación, de tipo transeccional-correlacional, ya que analiza y estudia los hechos y fenómenos de la realidad (variables), para conocer la relación entre las variables que se estudian, formulando el problema de la siguiente manera: ¿Cuál es la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el periodo 2005-2013?

4.3 Nivel o profundidad

El nivel de la investigación fue correlacional ya que se demostró que la generación de empleo depende de la actividad turística que genera mayor dinamismo en el flujo de turistas y en el crecimiento de hoteles y restaurantes.

4.4 Enfoque.

La investigación se planteó con un enfoque cuantitativo, ya que estaba basada en datos estadísticos, necesarios para procesar el modelo econométrico que permitió determinar si las variables referidas a la actividad turística estaban relacionadas con la generación de empleo. Este modelo utilizó el programa EVIEW. También, Excel para el procesamiento de las entrevistas lo que permitió elaborar el diagnóstico del recurso humano en hoteles y restaurantes.

4.5 Población y muestra

El tamaño de la población representada por la cantidad de hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán (Paita) y Máncora (Talara) fueron obtenidos del directorio de las empresas de servicios turísticos según DIRCETUR (Dirección de

Comercio Exterior de Turismo) y PROMPERÚ. (Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el Turismo). Se utilizó la siguiente información en la tabla 4.1:

Tabla 4.1: Hoteles y restaurantes

Distritos	Hoteles		Restaurantes	
	Categorizados	No categorizados	Categorizados	No categorizados
Piura	46	126	5	247
Catacaos	2	7	0	18
Colán	2	3	0	1
Máncora	3	24	0	6
Total	53	160	5	272

Fuente: DIRCETUR

Elaboración: Propia.

En base a la información anterior se determinó el tamaño de la muestra y para ello se utilizó el muestreo probabilístico simple en base a la siguiente fórmula

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 NPQ}{(N-1)e^2 + Z_{1-\alpha/2}^2 PQ}$$

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la Población

Z: Límite de confianza $Z_{0.975} = 1.96$ para $\alpha = 0.05$

P: probabilidad de éxito. $P = 0.5$

Q: Probabilidad de fracaso $1 - P = 0.5$

e: error , $e = 0.05$

Sin embargo, es importante mencionar que se determinó el número de entrevistas calculándolas independientemente según la clasificación establecida para hoteles y restaurantes. Se obtuvo la siguiente información en la tabla 4.2:

Tabla 4.2: Número de hoteles y restaurantes

Distritos	Hoteles		Restaurantes	
	Categorizados	No Categorizados	Categorizados	No categorizados
Piura	40	89	5	144
Catacaos	2	5	0	11
Colán	2	2	0	0
Máncora	3	17	0	4

Fuente: DIRCETUR

Elaboración: Propia

-No se realizaron todas las entrevistas, porque algunos dueños de los hoteles y restaurantes no colaboraron con la información.

4.6 Definición y operacionalización de las variables.

Tabla 4.3 Operacionalización de las variables

VARIABLES	INDICADORES
Generación de empleo	Indicadores cuantitativos : -Cantidad de empleados en los hoteles y restaurantes
Actividad Turística	Indicadores cuantitativos : -Flujo de turistas nacionales y extranjeros en los distritos en estudio. -Crecimiento de hoteles y restaurantes.

Fuente: propia

Elaboración: propia

4.7 Instrumentos y técnicas de recolección de datos

4.7.1 Descripción de los instrumentos.

En esta investigación se empleó la entrevista como técnica de recolección de datos.

Análisis de documentos estadísticos que brindaron información sobre el tema de investigación, dichas fuentes provienen de DIRCETUR, INEI y MINCETUR.

4.8 Técnicas para el procesamiento de la información.

La entrevista empleada fue cerrada estandarizada tipo cuestionario, dirigida a gerentes o administradores de hoteles y restaurantes de los distritos en estudio; este instrumento se procesó a través del programa Excel. Esta información permitió conocer el recurso humano en hoteles y restaurantes de los distritos en estudio.

Ficha de estudio 1

Técnica : Cuantitativa

Instrumento : Entrevista cerrada estandarizada.

Target objetivo : Empresarios del sector hotelero y restaurantes

Ámbito geográfico : Piura, Catacaos, Colán y Máncora.

Técnica de muestreo : Probabilístico simple.

Se utilizó la técnica de muestreo probabilístico simple, porque es sencillo y fácil de calcular, en este se selecciona una muestra de tamaño n de una población N unidades.

4.9 Matriz de consistencia

Ver en Anexo 1: matriz de consistencia

4.10 Aspectos éticos

En este proyecto de tesis no se ha copiado en forma indebida documentación alguna, por el contrario, se ha tomado la precaución de realizar un análisis exhaustivo de los antecedentes de tesis para evitar interferencias de otras investigaciones, y así lograr un resultado exitoso y excelente.

Existió, por parte del investigador, el compromiso ético de no realizar ningún plagio en lo que respecta a otros trabajos de investigación, por el contrario, se deseó siempre contribuir con un aporte teórico fundamental para quienes realicen futuras investigaciones.



CAPÍTULO V: RESULTADOS

Para el diagnóstico, se realizó el análisis de evaluación externo en los ámbitos Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico (PESTE) para así, poder determinar las oportunidades y amenazas, que permitan desarrollar estrategias beneficiosas para las oportunidades externas, y eludir las amenazas perjudiciales para el turismo.

Según INEI (2013), la población del distrito de Piura en 2013 fue 292 784; la de Catacaos, 71703; la de Colán, 12 523 y la de Máncora, 12 353.

5.1 Análisis externo: Político – legal, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico (PESTE)

5.1.1 Análisis Político legal

En los últimos años, el Gobierno buscó proporcionar igualdad en servicios básicos, empleo, seguridad social; y trabajó para reducir la pobreza, prevenir los conflictos sociales, mejorar el control, proteger el medio ambiente y desarrollar una agenda de inclusión social.

El sector de Comercio Exterior y Turismo dio a conocer una política de proyectos de inversión pública, por tal motivo se tuvo en cuenta la infraestructura turística. A través del Plan COPESCO, Comisión Especial para Coordinar y Supervigilar el Plan Turístico y Cultural, se puede observar en la

tabla 5.1 el presupuesto en el 2013, S/ 71.6 millones, que tuvieron como destinos; Amazonas-Kuélap, Lima, ruta Paracas-Nazca, ruta playas del norte; lago Titicaca en Puno, río Amazonas, ruta Moche, valle del Colca en Arequipa.

Tabla 5.1 Proyectos de inversión en turismo.

Destino	Estudios de pre inversión	N°	Estudios definitivos	N°	Obras	N°	Proyectos asignado	Proyectos
Amazonas-Kuélap	77,642	1	2,912,314	3	3,509,798	2	6,499,754	4
Lima	9,000	1	370,081	3	13,383,260	7	13,762,341	9
Ruta Paracas-Nazca	512,100	2	331,169	2	2,068,590	3	2,911,859	5
Ruta playas del norte	150,600	2	133,100	1	1,767,012	3	2,050,712	5
Lago Titicaca-Puno	563,268	3			5,463,763	2	6,027,031	5
Río Amazonas	1,259,329	2					1,259,329	2
Ruta Moche	348,900	2	932,552	3	12,353,504	4	13,634,956	6
Valle del Colca Arequipa	108,000	1			918,002	1	1,026,002	2
Proyectos íconos	687,598	6	836,336	5	16,333,039	11	17,856,973	17
Subtotal	3,716,437	20	5,515,552	17	55,796,968	33	65,028,957	55
Gestión de proyectos							6,606,043	
Total							71,635,000	55

Fuente: Sector Comercio Exterior y Turismo (2013)
Elaboración: MINCETUR

En las zonas de estudio, en los destinos turísticos, se brindan condiciones óptimas para conservar los recursos naturales en las playas de Máncora y Colán; conservar el patrimonio cultural de museos, casonas, iglesias, entre otros; para así evitar el deterioro de estos recursos y la integridad de nuestros monumentos. Los productos turísticos y las formas de gestión del turismo en Piura integran el aspecto económico, social, político y cultural de todos los grupos sociales excluidos y vulnerables de la región. Esto se promueve a través de programas y proyectos por DIRCETUR como son: la artesanía y orfebrería

en Catacaos, integrando así las comunidades campesinas. Promperú (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo) realiza la promoción del turismo y logra una inversión nacional y extranjera que favorece generar nuevos puestos de trabajo y, además, incrementar el mercado.

Para tener éxito en las políticas turísticas se requiere un compromiso del gobierno peruano (cooperación gubernamental), de los gobiernos regionales, locales y de las asociaciones privadas del sector ya que se debe desarrollar una buena gestión y planificación de los destinos turísticos.

En los últimos años, se desarrolló un turismo sostenible y se consideró lo siguiente:

- Innovar los productos turísticos para responder las exigencias de los turistas nacionales y extranjeros.
- La inversión nacional y extranjera contribuyó a la generación de empleo y mejoró la calidad de vida de las comunidades.
- Transformó productos turísticos y servicios de calidad que fueron la base de la competitividad de los destinos turísticos.
- Hubo una participación de gobiernos regionales, locales y los gremios representativos APAVIT (Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo), CANATUR, (Cámara Nacional de Turismo), AHORA, (Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines) otros del sector turismo.

Se realizó un convenio entre MINCETUR y UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia) para prevenir la explotación sexual infantil que aqueja a zonas vulnerables del país.

Se aplicó una política tributaria por la SUNAT (2013) a las empresas dedicadas a la actividad turística como son hoteles, hostales, restaurantes y agencias de viaje. Estas empresas de servicio tienen que pagar el impuesto a la renta de tercera categoría y tributar de acuerdo al régimen elegido por la misma; asimismo, deben tener licencia municipal de funcionamiento y un certificado apto que extiende Defensa Civil, entre otros requisitos más.

En el aspecto legal, MINCETUR (2009) promulgó la Ley General del Turismo N° 29408, en cuyo artículo 2, se habla acerca de los principios de la actividad turística en el Perú y se privilegia el desarrollo sostenible, es decir, conservar, preservar e integrar el patrimonio cultural, natural y humano. Todo esto beneficia a las comunidades en todos los aspectos. En esta ley no hay discriminación, es decir, respeta la igualdad entre varones y mujeres; además, incentiva la inversión privada y esto trae como consecuencia la generación de empleo y la promoción del turismo interno y receptivo; promueve la descentralización, es decir, la participación de los gobiernos regionales y locales para el desarrollo del turismo; estimula la calidad en los servicios turísticos para que haya mayor afluencia de turistas; por último, promueve la competitividad, y que haya una coordinación entre los consejos y empresas de servicios turísticos para poder ofrecer y desarrollar productos turísticos competitivos.

Se concluye que el Gobierno invierte en proyectos turísticos en las regiones y destaca la participación de los gobiernos regionales y municipalidades a través de MINCETUR, PROMPERÚ, CANATUR; ya que el Gobierno ve al sector turismo como una actividad que incrementa el ingreso de divisas al país después de la pesca y minería.

5.1.2 Análisis económico

El Perú, en estos últimos cinco años, mejoró la situación económica: la disminución de la inflación, el crecimiento del PBI y el ingreso de divisas en millones de dólares han sido beneficiosos para el sector turismo, es decir, hubo una estabilidad macroeconómica.

En el Perú, el sector turismo (interno y receptivo) contribuyó al PBI con el 6 % o 7 % según el presidente de la Cámara Nacional de Turismo, Canales (2013), quien dijo que la cuenta satélite de turismo es la herramienta indispensable para poder posicionar la actividad turística dentro del aporte de la economía. La inflación del Perú fue de 2.86 % al cierre de 2013, cifra que sitúa dentro del rango meta del BCR entre 1 % y 3 %, según reportó INEI (2013).

La OMT menciona que el turista es aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo, con una pernoctación mínima de una noche. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2014), el turismo mundial ha crecido en un 5 % en el 2013, con 1 087 millones de llegadas de turistas internos, con un mayor crecimiento del turismo en Europa, África y Asia-Pacífico. En América del Norte y América Central el crecimiento ha sido del 4 %; en América del Sur, del 2 %; y en el Caribe, del 1%.

MINCETUR en el 2013 registró la llegada de 3 163 639 millones de turistas - internacionales al Perú. Los principales países emisores de turistas al Perú a nivel mundial fueron: Chile (29.7 %), Venezuela y Estados Unidos (16 %), Ecuador (6.3 %), y Brasil (4.4 %).

En el 2013, Perú tuvo un ingreso por divisas de 3,700 millones de dólares según MINCETUR, y se previó que en el 2014 habría 3.6 millones de turistas extranjeros que llegarían a Perú y generarían divisas por 4 000 millones de dólares lo que significaría un incremento de 14 % en el 2014 en el crecimiento de turistas extranjeros, esto se debía a que el Perú se proyectaba en destino de inversiones y de negocios, MINCETUR (2013)

En el Perú, Jochamowitz (2014), el Presidente de Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), informó en mayo sobre una desaceleración de 6 % con respecto al turismo receptivo en enero y febrero, es decir, hubo una disminución en 2 %, pues venía creciendo a un 8 %. Esto se debió al descenso de visitantes latinoamericanos a causa de la crisis que atraviesa Argentina y al mundial de fútbol que se organizó en Brasil; otro factor para la poca afluencia de turistas europeos fue el económico. Se concluye que los indicadores económicos eran estables y esto favoreció a la inversión privada en el sector Turismo.

5.1.3 Análisis Social y Cultural.

La forma de gestión del producto turístico debe promover la incorporación no solo política- económica, sino social y cultural de los grupos excluidos, incentivando la inclusión social desde una óptica de turismo responsable, para que mejore las condiciones de vida de los pobladores de los destinos turísticos. Esto se logra mediante el desarrollo del turismo rural comunitario y artesanal.

Un destino turístico debe ofrecer al turista y a la población un clima propicio para garantizar su integridad física y económica; la delincuencia y las movilizaciones sociales crean un clima de inseguridad y esto hace poco atractiva

la demanda de visitantes. Para promocionar el turismo en el Perú, es indispensable mejorar las condiciones de seguridad porque si no la publicidad sería negativa, ya que el turista al regresar a su país de origen va a dar referencia directa de lo que sucede en el Perú.

La tasa de desempleo en 2013, en el Perú fue de 6%, lo que la ubica a un nivel más bajo que el promedio de Latinoamérica, que es del 6.3% y, el año 2014 en el Perú subió al 7%. En España el desempleo fue del 25%, Italia 12.9%, Colombia 8.4%, México 7.6%, Argentina 6.4%, EEUU 6.6%, Venezuela 5.6%, y Chile 5.8%. El turismo empleó el 11 % de la PEA en Perú: 484, 000 empleos directos y 340,000 indirectos, la mayor parte en hostelería, y transporte, (Zuñiga Q., 2014).

El Perú ocupó el puesto 52 en Marca País según el ranking mundial de Turismo (Comercio, 2013). La consultora Bloom Consulting Brand Ranking. Perú tuvo el primer lugar de 21 países latinoamericanos en la categoría Historia y Patrimonio Cultural. Los turistas tienen un gran interés en su arte, cultura, autenticidad, historia y belleza natural.

El Perú ocupó el quinto lugar de marca país en Latinoamérica después de Brasil, Argentina, Costa Rica y Chile; el segundo lugar en gastronomía. En calidad de vida ocupó el decimosegundo lugar; y en actitud para los negocios ocupó el noveno lugar.

Se concluyó que el turismo en gran parte está resolviendo el problema del desempleo que aqueja a nuestra sociedad ya que es un sector que genera empleo con inclusión social.

5.1.4 Análisis Tecnológico

En los últimos años, el sector turístico ha introducido cambios importantes para su desarrollo, usando nuevas tecnologías como son los equipos informáticos, lo que da lugar a un cambio no solo en los métodos de trabajo, sino en la contratación de personal calificado. Hay empresas que han adaptado las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) en las que el elemento más importante de la actividad turística es la red. Esto ocurre en agencias de viaje, compañías aéreas y tour operadores que son beneficiados por estas tecnologías de información y comunicación. Las TIC han desempeñado un papel importante en el desarrollo del turismo moderno. Los sistemas integrales de reservas (CRS), desarrollados y operados por compañías aéreas con el fin de enfrentar el creciente volumen de pasajeros. Las cadenas de hoteles y restaurantes utilizan las TIC para mejorar el servicio a nivel nacional. El desarrollo de la tecnología permite ofrecer un mejor servicio al turista: a través de la web se logra conocer los destinos turísticos y servicios turísticos entre agencias de viaje, operadores, hoteles y restaurantes; y se puede realizar reservas de una manera rápida.

Se concluyó que las nuevas tecnologías de información y comunicación ayudan a brindar un mejor servicio al turista, porque se da a conocer a través de la página web los destinos y servicios turísticos.

5.1.5 Análisis Ecológico

En el ámbito turístico, tenemos la desaparición de la caverna de hielo de Pastoruri en Ancash, esto se debe al calentamiento global; otra amenaza en las

zonas costeras es el aumento del nivel del Océano Pacífico con los posibles tsunamis y la contaminación ambiental consiguiente.

MINCETUR y la ley del turismo establecen una industria basada en el desarrollo sostenible y competitivo. La creación de nuevos productos turísticos como por ejemplo; el ecoturismo, el turismo de aventura, de deporte, turismo vivencial. El desarrollo de estos ha permitido una nueva tendencia social reflejada en las preferencias del consumo. Estos tipos de turismo pueden dañar el medio ambiente debido a que generan una aglomeración de personas en un mismo lugar, quienes a veces tienen un comportamiento inadecuado frente a los recursos naturales, culturales, ya que no están informados ni capacitados para cuidar el medio ambiente, y carecen de conciencia ecológica.

El ecoturismo en Perú según Type (2012) es una solución para sensibilizar y educar en lo ambiental y cultural tanto a los visitantes como a los guías de turismo por ser un generador de beneficios económicos, sociales y medio ambientales, y para empleos directos ya que es una alternativa de trabajo.

Se concluyó que el análisis ecológico contribuye al desarrollo turístico, la conservación, protección de las zonas turísticas y para cumplir con este objetivo se debe concientizar a los pobladores y turistas.

5.2 Identificación de oportunidades y amenazas

El sector turismo en las zonas de estudio: Piura, Catacaos, Colán y Máncora presenta oportunidades y amenazas que se encuentra en la tabla 5.2 lista de evaluación de factores externos.

Tabla 5.2 Evaluación de factores externos

Análisis Externo		Oportunidades	Amenazas
Aspectos políticos y legales			
1	Política de proyectos de inversión pública teniendo en cuenta la infraestructura turística.	X	
2	Conservar destinos turísticos. Se debe tener condiciones óptimas de recursos naturales, arqueológicos, culturales, gastronómicos y ecológicos.	X	
3	La seguridad turística es primordial para el desarrollo de cada región.		x
4	El éxito de las políticas turísticas requiere un compromiso del gobierno peruano.	X	
5	Calidad en los servicios turísticos para incrementar competitividad.		x
6	El desarrollo sostenible beneficia a las comunidades del país.	X	
7	Promoción turística a través de PROMPERÚ para lograr nuevos mercados.	X	
8	Compromiso de la participación de la población y turistas para el desarrollo turístico.	X	
9	La inversión nacional y extranjera contribuye la generación de empleo y mejora la calidad de vida de la comunidad.	X	
10	La participación de DIRCETUR, gobiernos regionales y gremios representativos (APAVIT, AHORA en Piura) del sector turismo.	X	
11	La promoción del turismo de naturaleza y esotérico en Huancabamba.		x
12	La contaminación de las playas en Máncora se debe al petróleo.		x

Fuente: DIRCETUR

Elaboración: propia.



Tabla 5.2 Evaluación de factores externos

Análisis externo	Oportunidades	Amenazas
Aspectos económicos		
1 Situación económica actual ha mejorado	X	
2 Se generó en 2014 el ingreso de divisas en 4 000 millones de dólares con un 14 % de crecimiento de turistas extranjeros.	X	
3 El turismo emplea el 11% de la PEA en Perú.	X	
4 El turismo contribuye al PBI del Perú en 6% o 7%.	X	
5 Alcanzar el crecimiento del turismo en 8 % a través de la promoción de los destinos turísticos.	X	
6 En 2013, la llegada de turistas internacionales ha sido 3 163 639 al Perú.	X	
7 La desaceleración en 6% en el turismo en enero y febrero de 2014, se debe al descenso de visitantes latinoamericanos (chilenos), se redujo a 1.4 % equivale 3,634 turistas, se debe al fallo de La Haya y la devaluación del peso de Argentina.		x
Aspectos sociales y culturales		
1 La actividad turística debe operarse desde una óptica de turismo responsable.	X	
2 La marca país ocupó el puesto 52 en el ranking mundial.	X	
3 Perú ocupa el quinto lugar de marca país en Latinoamérica.	X	
4 El clima propicio para ofrecer al turista su integridad física y económica.		x
5 Los conflictos sociales crean un clima de inseguridad para promocionar el turismo en el Perú.		x
6 Tratar de mejorar las condiciones de vida de los pobladores de los destinos turísticos.		x
7 En la marca país el Perú ocupó el segundo lugar en gastronomía.	X	
8 En historia y patrimonio cultural el Perú tiene el primer puesto en Latinoamérica.	X	
Aspectos tecnológicos		
1 Las herramientas tecnológicas se constituyen como un aliado para las empresas al momento de contratar personal calificado.	X	
2 La tecnología de la información y la comunicación se constituyen como un elemento importante en la actividad turística moderna.	X	
3 Las agencias de viaje, tour operadores son beneficiadas con las tecnologías de información y comunicación.	X	
4 La implementación de las Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) en las empresas del sector es una gran limitante por la alta inversión que se requiere.		x

Fuente: INEI, PROMPERÚ

Elaboración: propia

Tabla 5.2 Evaluación de factores externos

Análisis externo Aspectos ecológicos	Oportunidades	Amenazas
1 Desaparición de la caverna de hielo de Pastoruri.		x
2 La creación de nuevos productos turísticos: deporte, de aventura, turismo vivencial.	x	
3 El exceso de visitantes en un lugar turístico deteriorará el medio ambiente.		x
4 La infraestructura turística ha mejorado el atractivo de diversos destinos turísticos.	x	
5 Falta de cultura ambiental por parte de los pobladores y turistas.		x
6 El turismo ecológico es fuente generadora de beneficios económicos, sociales y medio ambientales en Perú.	x	

Fuente : El Comercio

Elaboración : Propia



5.2.1 Matriz de evaluación de factores externos – EFE

Tabla 5.3 Matriz de evaluación de factores externos – EFE

	Análisis externo Oportunidades	Peso	Calificación	Peso ponderado
1	Política de proyectos de inversión pública teniendo en cuenta la infraestructura turística.	0.03	2	0.06
2	Conservar destinos turísticos manteniendo condiciones óptimas de recursos naturales, arqueológicos, culturales, gastronómicos.	0.03	3	0.09
3	Mejorar las condiciones de vida de los pobladores de los destinos turísticos.	0.03	2	0.06
4	La Marca País: el Perú ocupó el segundo lugar en gastronomía	0.03	3	0.09
5	La implementación de tecnología genera cambios en la contratación de personal.	0.02	3	0.06
6	El desarrollo sostenible beneficia a las comunidades del país.	0.02	3	0.06
7	Promoción turística a través de PROMPERÚ para lograr nuevos mercados.	0.03	4	0.12
8	Compromiso de la población y turistas para el desarrollo turístico.	0.02	2	0.04
9	Creación de nuevos productos turísticos como: deportes de aventura y turismo vivencial.	0.03	2	0.06
10	Proyecciones del ingreso de divisas de 4000 millones de dólares y un 14% de crecimiento de turistas extranjeros	0.03	3	0.09
11	El sector turismo emplea el 11% de la PEA en Perú.	0.03	3	0.09
12	El sector turismo contribuye entre 6 % y 7 % del PBI.	0.03	3	0.09
13	Alcanzar un nivel de crecimiento del sector del 8 % a través de la promoción de los destinos turísticos.	0.03	2	0.06
14	Las TIC desempeñan un papel importante en el desarrollo del turismo moderno.	0.03	3	0.09
15	La marca país ocupó el puesto 52 en el ranking a nivel mundial y el quinto lugar en Latinoamérica.	0.05	4	0.20
16	Competencia débil en el sector.	0.03	2	0.06
17	Mercado turístico mal atendido (Tumbes)	0.03	2	0.06

18	Necesidad del producto turístico (Máncora).	0.02	4	0.08
AMENAZAS				
1	Inseguridad ciudadana para los turistas.	0.03	3	0.09
2	Deficientes políticas del Gobierno para mejorar la planta turística.	0.03	2	0.06
3	Disminución de visitantes latinoamericanos por la copa Brasil y la crisis de Argentina.	0.03	3	0.09
4	Altos costos para implementar TIC en las empresas del sector.	0.03	3	0.09
5	Deterioro del medio ambiente al exceso de visitantes.	0.02	2	0.04
6	Deficiencia en la infraestructura turística en diversos lugares.	0.03	3	0.09
7	Falta de cultura ambiental por parte de los visitantes.	0.02	3	0.06
8	Variedad de destinos turísticos latinoamericanos.	0.02	2	0.04
9	Conflictos sociales	0.03	3	0.09
10	Calentamiento global.	0.02	2	0.04
11	Alto nivel de precios del transporte aéreo.	0.03	3	0.09
12	Disminución de turistas chilenos debido al acuerdo de La Haya.	0.02	2	0.04
13	Crisis económica mundial.	0.02	2	0.04
14	Contaminación del sector minero.	0.02	2	0.04
15	Los desastres naturales, ejemplo: terremoto en Chile	0.03	2	0.06
16	Deforestación de bosques	0.03	2	0.06
17	Competencia agresiva	0.02	2	0.04
18	Aumento del precio de insumos.	0.02	2	0.04
19	La inversión privada se ha mantenido en cero en el 2014 (Roberto Abusada, columnista del diario El Comercio)	0.03	2	0.06
Total		1		2.62

Fuente: INEI, PROMPERÚ, DIRCETUR
Elaboración propia

El total ponderado es de 2.62, que indica que este sector está por encima de la media en su esfuerzo por seguir estrategias que capitalicen las oportunidades externas y eviten las amenazas

5.3 Análisis Interno

Se requiere reunir, asimilar y evaluar la información sobre las operaciones de: Gerencia o Administración, Marketing, Finanzas, Servicios, Sistemas de Información y Recurso Humano.

De la misma manera, para determinar las fortalezas y debilidades del turismo en las zonas de estudio, se tomó los resultados de la entrevista a los gerentes de hoteles y restaurantes de las zonas de estudio, asimismo se utilizó como instrumento la Matriz de los Factores Internos que evaluó las fortalezas y debilidades más importantes del sector. Posteriormente, se elaboró la Matriz de Perfil Competitivo, para identificar a los principales competidores de la zona norte en el sector turismo y, finalmente, en base a toda la información anterior se elaboró la matriz FODA.

5.3.1 Gerencia o administración

Entre las entidades ligadas al Turismo en Piura se tiene: la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), Gerencia Regional de Desarrollo, Comité Consultivo Regional de Turismo de Piura (CCRT), PROMPERÚ, Municipalidad de Piura, Catacaos, Colán y Máncora. Estas elaboran el Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR), Plan Operativo Regional 2011- 2014, y tienen metas y objetivos a largo plazo, los cuales tienen que ser reales, medibles y participativos para tener un turismo sostenible.

En cuanto a la participación de las municipalidades en las zonas de estudio, se observa que sus recursos y presupuestos son escasos y, por ende, el apoyo, la promoción al turismo es mínimo. Por otro lado, la participación de las instituciones educativas especializadas en el sector turismo contribuye a la formación turística. El

Gobierno Central a través de MINCETUR establece un presupuesto para la región Piura y se concentra en playas, no considerando otros aspectos. En las zonas de estudio existe inseguridad debido a los constantes robos de los que son víctimas los turistas, maltrato en los servicios turísticos, y un alto nivel de especulación de los precios en el sector transporte.

Se concluyó que el Gobierno Regional y Municipalidades asignan un presupuesto mínimo al sector turismo.

5.3.2 Marketing

En Piura, la promoción está patrocinada por PROMPERÚ, DIRCETUR, AHORA, APAVIT, CANATUR, para difundir atractivos turísticos: Histórico-cultural, playas y gastronomía. La comunicación turística se da a través de la televisión, paneles, prensa, revistas, anuncios, folletos, páginas web; también se han realizado ferias en gastronomía. En los hoteles utilizan o emplean la estrategia a través de una encuesta para ver la satisfacción del cliente y el nivel de calidad del servicio que estos ofrecen. En Catacaos, el año 2013, con la participación de la Municipalidad, DIRCETUR Y PROMPERÚ, la Asociación de Artesanos realizó ferias por Semana Santa, además organizaron ferias en gastronomía, artesanía y orfebrería. También, se aplican estrategias de fidelización de clientes en restaurantes: la elaboración de platos típicos con insumos frescos, cuidando la forma de presentación para crear un agradable impacto visual. En cuanto al servicio al consumidor la atención no responde de forma rápida y oportuna a las necesidades. En ocasiones especiales, las tarifas de precios se incrementan (Semana Santa, carnavales) y no se ofrece un servicio de

calidad, pese a que la preparación de los platos típicos, desde el punto de vista culinario, es excelente.

Según PROMPERÚ (2013), los turistas extranjeros que visitan Piura vienen de Ecuador (25 %), Chile (12%), Estados Unidos (10 %), Argentina (10 %); y estos prefieren un Turismo Cultural en un 76%, Turismo de Sol y Playa un 55%. Entre los principales lugares visitados tenemos Máncora en un 76%; Piura, 55 %; Catacaos, 8% y Colán, 3% (Total Múltiple). El gasto del turista extranjero durante el viaje en promedio es de \$ 989. El turista vacacionista que visitó Piura prefiere un turismo de sol y playa (75%), turismo de cultura (53%), turismo para comprar artesanía y dulces típicos (45 %). El gasto por turista nacional durante el viaje en promedio es S/ 645. Promperú promociona las playas de Máncora y Colán, y con la participación de las empresas turísticas; los hoteles, restaurantes y agencias de viaje han empleado estrategias de marketing como la publicidad con la inserción de anuncios en los diversos medios de comunicación como la tv, seminarios turísticos, prensa, revistas, guías turísticas, folletos, páginas web de los operadores turísticos y de las municipalidades. Además, hacen un marketing directo, es decir, cuando el turista llega a los hoteles, estos en la mayoría cuentan con restaurantes, y dan a conocer el servicio, las promociones, precios, y tratan de fidelizar al cliente. Los operadores turísticos y agencias de viajes promocionan paquetes del destino turístico que van de acuerdo al segmento de mercado.

La oferta de Máncora está dirigida principalmente al segmento de jóvenes, porque es un turismo de sol y playa, además de tener una exquisita gastronomía. En Máncora y Colán el mercado está eficazmente segmentado, también se da el segmento de lujo, que busca ubicaciones perfectas para desarrollar experiencias memorables y elevar las expectativas. En el año 2013 Piura y Máncora se han convertido en un desafío

para la cadena de hoteles Los Portales al implementar el hotel de lujo Las Arennas. (El segundo hotel de lujo, después del Country Club de Lima) que tiene un área de 20,000 m², 300 m de frente de playa y 22 habitaciones y suites con amplios espacios, terraza privada y vista al mar, que aloja a viajeros que gastan hasta US \$ 7 mil diarios en servicios de lujo y que creció un 7 % en visitantes, y se espera que este año alcance un nivel de crecimiento del 9%, este ha sido reconocido e incluido en la lista de los mejores hoteles del mundo según Rodrigo (2014)

- Atractivos turísticos

En la presente investigación, se ha considerado el estudio en Piura, Catacaos, Colán y Máncora; porque son los lugares en los que hay mayor flujo turístico; por tal motivo, es necesario conocer los atractivos de estas zonas, los encantos naturales, culturales, gastronómicos y religiosos que caracterizan la región Piura.

Según PROMPERÚ (2011) la ciudad de Piura cuenta con los mágicos atractivos:

-La Catedral, donde se encuentran las pinturas de Ignacio Merino como: San Martín de Porres y la Virgen. El altar mayor está revestido de pan de oro.

-La Iglesia San Francisco, la más antigua de la ciudad, donde se proclamó la Independencia de Piura.

-La Casa Museo Almirante Miguel Grau y Seminario, lugar donde nació y vivió el marino piurano.

-Museo Arqueológico Municipal de Piura, que contiene la cerámica y objetos metálicos de la cultura Vicús.

-Museo de Arte Religioso, que exhibe oleos del pintor piurano Felipe Cossío del Pomar.

-Iglesia del Carmen, que fue declarada como monumento histórico nacional en 1974, actualmente se encuentra habilitado como Museo de Arte Religioso.

-La Paloma de la Paz, construida por el escultor Víctor Delfín.

El distrito de Catacaos, capital artesanal de Piura, es reconocido por su orfebrería, principalmente en filigranas en oro y plata, como las famosas dormilonas. Su riqueza gastronómica en la que destaca el cebiche, seco de chavelo entre otros. Además, el Templo Arqueológico de Narihuala, posible lugar de culto.

En Colán, a 15 Km de Paita, se encuentra una de las playas más grandes del litoral: tiene 20 km de largo y 50 a 100 mts de ancho. La playa es arenosa, de aguas tibias y cálidas.

En Máncora, ubicada a 45 minutos de Talara, la playa tiene agua cálida y cristalina.

5.3.3 Finanzas

En el análisis financiero se registró una inversión en las zonas turísticas de Piura, Catacos, Colán (Paita), Máncora (Talara) en proyectos de Turismo en lo que respecta a las playas del Norte. En el sector turismo, se aprecia que el Gobierno Regional de Piura junto a las municipalidades de sus respectivas provincias tienen buena comunicación con las empresas privadas del sector; sin embargo, las actividades para el desarrollo turístico no están programadas o priorizadas de acuerdo al grado de urgencia en las zonas de estudio y se corren riesgos ya que aún se observan situaciones de inseguridad y falta de higiene lo que no permite responder eficientemente a la demanda turística; además, según ANDINA (2014), dentro de la actividad turística en Piura, con la participación conjunta de las municipalidades, se impulsó el 29 de enero de 2014 una ruta turística con el nombre. “Piura sorprende: la naturaleza nos cuenta su historia y tradición”, que integra los recursos naturales y

culturales entre Piura y Sechura. Su objetivo fue promover el turismo ecológico o ecoturismo.

Según DIRCETUR (2014), las asociaciones de artesanos de Catacaos se contactaron con compradores internacionales para realizar una feria internacional de artículos de regalo y decoración de alta calidad en mayo de 2014 en la ciudad de Lima, financiada por empresas internacionales interesadas en la artesanía regional.

Consultoría (Vizcarra, 2014) manifiesta que en Colán existe un plan de negocios para implementar un hotel de cinco estrellas, el cual estaría ubicado en el balneario de Colán a 58 km de Paita, para atender a los niveles socioeconómicos A y B, localizados en todo el Perú, así como a los turistas nacionales e internacionales; este contaría con dos plantas, 80 habitaciones, suites con vista al mar y un jardín; para ofrecer un servicio de confort, calidad y lujo. También se realizará un proyecto para la construcción de un boulevard para los recurrentes turistas urbanos; asimismo, tenemos que a 30 minutos de Paita se encuentra ubicada la Isla Foca que se ha convertido en un atractivo turístico para los visitantes del país y el extranjero, por lo cual inversionistas privados ofrecen tours para esta zona.

En Talara (Máncora), participó DIRCETUR (Dirección de Comercio Exterior y Turismo), MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo), IPERÚ (Información Turística del Perú) y la Municipalidad de Talara planteó una nueva propuesta en la ruta turística que estuvo orientada a la observación de fauna marina; a partir de lo cual se priorizó el potencial turístico y se implementó la infraestructura hotelera y otros servicios en Cabo Blanco, Punta Balcones y Los órganos, El Ñuro, Vichayito y Máncora. (Comercio, 2014).

5.3.4 Servicios

Para conocer los servicios en hoteles y restaurantes en las zonas de estudio, se analizó información del DIRCETUR para determinar los hoteles y restaurantes con certificación de calidad y /o reconocimiento a nivel nacional o internacional, se obtuvo los siguientes resultados en la tabla 5.4:

Tabla 5.4 Certificación de calidad y/o reconocimiento de hoteles y restaurantes

HOTELES	RESTAURANTES
<p>En Piura</p> <p><u>Costa del Sol</u>: tiene certificado bajo las normas internacionales calidad ISO 9001.</p> <p>Reconocimientos :</p> <p>-Cinta de Plata en mejor empresa peruana del año 2010.</p> <p><u>Los Portales</u>:</p> <p>-Tiene certificado de calidad ISO 9001 y 14001.</p> <p>-Tiene el primer puesto en excelencia otorgado por Trip advisor</p> <p><u>Río Verde</u>:</p> <p>-El 4 puesto de 13 hoteles en Piura, certificado de excelencia 2014 otorgado por Trip advisor.</p> <p>En Máncora</p> <p>Hoteles de certificado de excelencia 2014 según Trip Advisor:</p> <p>-Arennas de Máncora.</p> <p>- Don Giovanni/ Balinese Suites y Gelatería.</p> <p>-Hotel Grand Mare & Bungalows.</p> <p>-Hotel Casa Barco (Ganador del premio Travellers Choice 2014)</p> <p>-Vichayito Bungalows y Carpos de Plaza.</p> <p>- Don Suites, Lounge & Spa.</p>	<p>-Canastas tiene ISO 9001: 2000</p> <p>-Los Portales. ISO 9001.</p> <p>-Los ocho mejores ceviches de Piura: según los expertos en cocina Norma Córdova del instituto Ceturgh, Mauro Gómez de la escuela del Chef, Alex García de Enterprise. (Fuente: El Comercio 28 de Junio del 2014)</p> <p>-El Nuevo Ajicito. Jorge y Pelena Castillo.</p> <p>-La Chayo: Rosario Imaz Sosa (Catacaos).</p> <p>- El Ganzo Azul :José Silva Sosa.(Catacaos)</p> <p>- El Estadio: Doña Rufino Palomino.</p> <p>- Donde Pedrito: Teobaldo García Pintado.</p> <p>-La Socorrito (La Legua)</p> <p>-La Tomasita.</p> <p>-El Tiburón.</p> <p>Certificado de excelencia 2014, según Trip Advisor.</p> <p>-Arennas Certificado de excelencia.</p>

Fuente: (Trip Advisor, 2013)

Elaboración: propia

5.3.5 Recurso Humano

En el distrito de Piura el recurso humano en los hoteles y restaurantes de categoría; tales como los de cinco, cuatro y tres estrellas (entre ellos el Río Verde, el Hotel Costa del Sol, Los Portales, El Angolo y Esmeralda), el personal administrativo como el contador, recepcionista, cuarteros, cocineros, ayudantes de cocina, cajeros, mozos, entre otros están especializados en Turismo, Hotelería y otra especialidad, esto permitió dar un buen servicio y responder muy bien a las expectativas del turista y de esta manera se hizo posible que sean competitivos en el sector hotelero. Sin embargo, en los no categorizados el recurso humano no tiene el mismo nivel de preparación.

En Catacaos y Colán existen profesionales en Gastronomía, y en Máncora existen profesionales en Hotelería y otra especialidad. En estas zonas, el recurso humano fue contratado solamente por 3 a 6 meses, porque existe una temporada alta y a veces no les pagan conforme lo acordado. Se observó que existe un incremento en la informalidad en las empresas turísticas tales como, hoteles y restaurantes; por tal motivo la Municipalidad coordina con el Gobierno Regional para la supervisión y fiscalización de las empresas que brindan estos servicios.

Se realizó una entrevista en el 2013 a los gerentes de los hoteles y restaurantes para conocer la realidad de los empleados o colaboradores en las empresas turísticas. Se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 5.5 Número de trabajadores en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Hombres	164	48	4	67	20	65	36	47
Mujeres	176	52	2	33	11	35	40	53
Total	340	100	6	100	31	100	76	100

Fuente y elaboración: Propia

En la tabla 5.5 el sector hoteles, el número de trabajadores en Piura fue 340 (48 % hombres y 52 % mujeres), Catacaos 6 (67% hombres y 33 % mujeres), Colán 31 (65 % hombres y el 35 % mujeres) y Máncora 76 (47 % hombres y 53 % mujeres). En Piura hay más trabajadores que en Máncora, Colán y Catacaos.

Tabla 5.6 Número de trabajadores en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Hombres	49	52	37	70	17	77	19	46
Mujeres	46	48	16	30	5	23	22	54
Total	95	100	53	100	22	100	41	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.6 el mayor porcentaje de trabajadores varones se encontró en Piura, Catacaos y Colán debido a que el trabajo en restaurantes es laborioso.

Tabla5.7 Edad y sexo de trabajadores en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
18-30 h	18	38	2	33	6	40	12	50
31-43 h	6	13	2	33	2	13		
18-30 m	18	38	2	33	6	40	12	50
31-43 m	6	13			1	7		
Total	48	100	6	100	15	100	24	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.7 Piura, Colán y Máncora la edad promedio de trabajadores 18-30 tanto en hombres y mujeres.

Tabla5.8 Edad y sexo de trabajadores en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Piura	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
18-30 h	10	45	3	60			3	25
31-43 h	1	5	2	40			3	25
18-30 m	10	45			2	67	3	25
31-43 m	1	5			1	33	3	25
Total	22	100	5	100	3	100	12	100

Fuente y elaboración : propia

La tabla 5.8 en Piura, la edad promedio de trabajadores tanto en sexo masculino y en femenino 18-30 años, sin embargo, en Catacaos la edad promedio en hombres de 18-30 , en Colán la edad de 18 a 30, el mayor porcentaje de mujeres y en Máncora los trabajadores de diferentes edades.

Tabla 5.9 Área de recursos humanos en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sí	10	41.67			4	67	11	92
No	14	58.33	2	100	2	33	1	8
Total	24	100	2	100	6	100	12	100

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.9 los hoteles que tienen área de recursos humanos se encuentran en Piura, Colán y Máncora. Catacaos no cuenta con dicha área.

Tabla 5.10 Área de recursos humanos en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	1	9			4	67	11	92
No	10	91	2	100	2	33	1	8
Total	11	100	2	100	6	100	12	100

Fuente y elaboración : Propia

En la tabla 5.10 los restaurantes de Máncora, Colán y Piura contaron con el área de recursos humanos a excepción de Catacaos.

Tabla 5.11 Personal especializado en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Profesional de Turismo	8	33	2	100				
Profesional Hotelería	2	8					7	58
Profesional de gastronomía		0			5	100		0
Profesional otra especialidad	14	58					5	42
Total	24	100	2	100	5	100	12	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.11 en Piura existen trabajadores en mayor porcentaje de otras especialidades; sin embargo, en Catacaos y Colán existen trabajadores especializados en Gastronomía. Y en Máncora, los trabajadores en mayor porcentaje están especializados en hotelería.

Tabla 5.12 Personal especializado en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Profesional de Turismo								
Profesional Hotelería								
Profesional de gastronomía	11	100	3	43	5	100	6	100
Profesional otra especialidad	0	0	4	57	0	0	0	0
Total	11	100	7	100	5	100	6	100

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.12 Piura, Colán y Máncora los trabajadores son especialistas en gastronomía. Por el contrario, en Catacaos los trabajadores son de otra especialidad.

Tabla 5.13 Empleados conocen las políticas o normas en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	24	100	7	100	8	100	12	100
No								
Total	24	100	7	100	8	100	12	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.13 Piura, Catacaos, Colán y Máncora en los hoteles los empleados sí conocen las políticas o normas de la empresa en un 100%.

Tabla 5.14 Empleados conocen las políticas o normas en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	11	100	1	50	5	100	6	100
No			1	50				
Total	11	100	2	100	5	100	6	100

Fuente y elaboración : Propia

En la tabla 5.14 Piura, Colán y Máncora los empleados sí conocen las políticas de la empresa.

Tabla 5.15 Existe un especialista en seleccionar a los trabajadores en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	24	100	7	100	8	100	12	100
No								
Total	24	100	7	100	8	100	12	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.15 Piura, Catacaos, Colán y Máncora sí existe una persona para seleccionar el personal de los hoteles.

Tabla 5.16 Existe un especialista en seleccionar a los trabajadores en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	11	100	1	50	5	100	6	100
No			1	50				
Total	11	100	2	100	5	100	6	100

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.16 los restaurantes de Piura, Colán y Máncora sí tienen especialista para seleccionar a los empleados.

Tabla 5.17 Requisitos para la selección del personal en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Experiencia laboral	20	83	5	71	4	50	7	58
Estudios profesionales	3	13	2	29	4	50	5	42
Habilidades	1	4		0		0		
Actitudes				0				
Total	24	100	7	100	8	100	12	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.17 Piura, Catacaos, Máncora y Colán exigen experiencia laboral.

Tabla 5.18 Requisitos para la selección del personal en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Experiencia laboral	9	82	2	100	5	100	6	100
Estudios profesionales	2	18		0		0		0
Habilidades		0		0		0		
Actitudes				0				
Total	11	100	2	100	5	100	6	100

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.18 Piura, el 82% de los restaurantes exige experiencia laboral; el 18 %, estudios profesionales; en Catacaos, Colán y Máncora, el 100 % exigen experiencia laboral.

Tabla 5.19 Capacitación al personal en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Si	21	88	7	100	8	100	12	100
No	3	13		0		0		0
Total	24	100	7	100	8	100	12	100

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.19 el 88% de los hoteles en Piura capacitan al personal; el 12 % no; en Catacaos, Colán y Máncora el 100 % sí capacita al personal hotelero.

Tabla 5.20 Capacitación al personal en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sí	11	100	0	0	5	100	6	100
No		0	2	100		0		0
Total	11	100	2	100	5	100	6	100

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.20 Piura, Colán y Máncora, el 100% de los restaurantes sí capacitan al personal; en Catacaos, el 100% no capacita al personal.

Tabla 5.21 Contratación del personal en hoteles

	Hoteles							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Anual	3	13			2		4	33
Seis meses	11	46		0	3	100	3	25
Tres meses	9	38	2	100	3	0	5	42
Indefinido	1	4						
Total	24		2	100	8	100	12	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.21 Piura y Colán, la contratación del personal en hoteles fue de seis meses; sin embargo, en Catacaos y Máncora, de tres meses.

Tabla 5.22 Contratación del personal en restaurantes

	Restaurantes							
	Piura		Catacaos		Colán		Máncora	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Anual							1	17
Seis meses	3	27	2	28.6		100	1	17
Tres meses	8	73	3	42.9	4	0	4	67
Indefinido			2	28.6	1			
Total	11	100	7	100	5	100	6	100

Fuente y elaboración : propia

En la tabla 5.22 Piura, Catacaos, Colán y Máncora el contrato al personal de restaurantes es a tres meses.

Se concluyó:

- En Piura, Catacaos, Colán y Máncora el mayor porcentaje de trabajadores son hombres tanto en hoteles como en restaurantes y la edad promedio es de 18-30.

-En Piura, Colán y Máncora se cuenta con el área de recursos humanos tanto en hoteles como en restaurantes a excepción de Catacaos.

-Se identificó que en Piura y Catacaos, los trabajadores eran de otras especialidades tanto en hoteles como en restaurantes. En Colán, existió personal especializado en Gastronomía tanto en hoteles como en restaurantes. En Máncora, los trabajadores estaban especializados en Hotelería y Gastronomía.

-En Piura, Catacaos, Colán y Máncora la capacitación del personal en hoteles se realizó dos veces al año, de preferencia en temporada alta. Esta capacitación se ejecutó por parte de la gerencia y se evaluó al personal de acuerdo a las actividades que realizó. Con respecto a restaurantes se capacitó en Piura, Colán y Máncora, a excepción de Catacaos.

-El nivel de calidad de servicios en hoteles ha sido buena en Piura y Máncora; en Colán, regular; y en Catacaos no hay hoteles de tres, ni cuatro estrellas, y, por estar cerca de Piura, se alojan en esta ciudad.

-Con respecto a los restaurantes en Piura y Máncora la calidad del servicio es buena, en Colán y Catacaos, pese a ofrecer exquisitos platos típicos, la calidad es regular. La atención al cliente en Hoteles y restaurantes en Piura y Máncora es buena, pero en Colán y Catacaos el personal no está altamente capacitado para atender a los turistas.

5.3.6 Sistemas de información de gerencia.

Algunos de los hoteles y restaurantes de categoría en la ciudad de Piura cuentan con el sistema Opera.

El Hotel Los Portales usa el sistema opera multipropiedad que sirve para realizar el Checking, Checkout y reservas. En el restaurante y bar El Márquez utiliza el Micros para hacer los cargos de comida y bebida que se vende. También existe un sistema que hace pedidos en el almacén. El hotel Mango verde no cuenta con un sistema de información ya que su base de datos está en Excel. Los hoteles de categoría tienen sistemas de información y otros no. Los restaurantes de Piura sólo cuentan con un sistema simple para procesar sus pedidos.

En Catacaos y Colán, en hoteles y restaurantes con una data que está en el Programa Excel.

En Máncora, los hoteles y restaurantes solo cuentan con una data en el programa Excel; a excepción de Las Arenas que es un hotel de lujo, perteneciente a la cadena hotelera de Los Portales y cuenta con los sistemas de Opera Multipropiedad, Check King, Check Out y reservas.

5.4 Identificación de Fortalezas y Debilidades

En base a la información anterior del sector en Piura, Catacaos, Colán y Máncora, se identificó en la tabla 5.23 las siguientes fortalezas y debilidades.

Tabla 5.23 Fortalezas y Debilidades

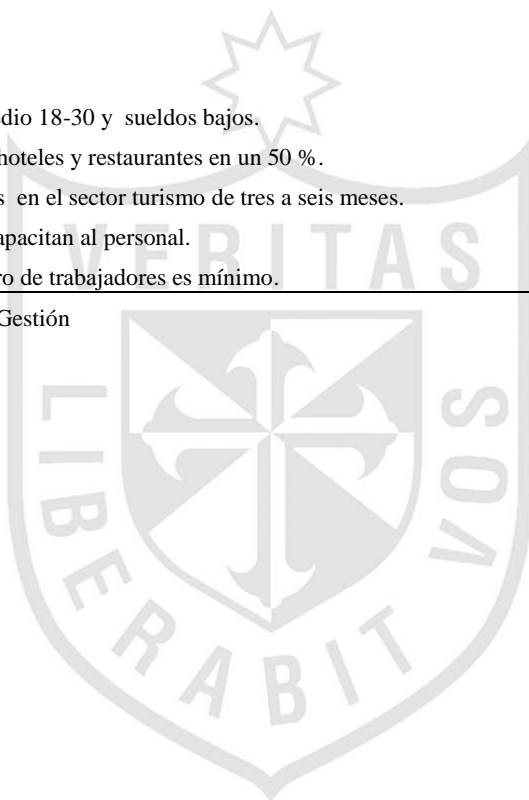
N°	Análisis interno Gerencia o Administración	Fortalezas	Debilidades
1	Amplia participación de las instituciones educativas especializadas en el sector turismo.	X	
2	El presupuesto de la región Piura se concentra en playas.		X
3	Recursos económicos centralizados.		X
4	Inseguridad ciudadana en las zonas de estudio		X
5	Especulación de precios en el transporte.		X
6	Centralismo en la región ya que el 60 % hoteles se encuentran en Piura.	X	
7	Las actividades turísticas no están programadas o priorizadas al grado de urgencia de estudio en las zonas estudiadas.		X
Finanzas			
1	El impulso de una ruta turística "Piura sorprende: la naturaleza nos cuenta su historia y tradición " (Piura- Sechura)	X	
2	El impulso de una ruta turística orientada a la observación de la fauna marina en Cabo Blanco, Punta Balcones y Los órganos, El Ñuro, Vichayito y Máncora. (Talara)	X	
3	Interés en la artesanía regional en la feria internacional de Lima.	X	
4	En las municipalidades de la localidad, el recurso económico es mínimo en el sector turismo.		X
Marketing			
1	En las zonas de estudio la difusión de los tipos de turismo: Histórico-Cultural, de Sol y Playa, y Gastronómico lo hace PROMPERÚ, DIRCETUR, AHORA, APAVIT Y CANATUR.	X	
2	Los medios de comunicación para marketear el destino de las zonas en estudio: a través de la tv, paneles, prensa, revistas y folletos.	X	
3	Las municipalidades, los hoteles y restaurantes categorizados utilizan páginas web.	X	
4	En Catacaos se realizan ferias en Gastronomía, Artesanía y Orfebrería.	X	
5	En los restaurantes, la estrategia de desarrollo del producto es la preparación de los platos típicos, que son muy exquisitos	X	
6	En los restaurantes de Catacaos, la atención al cliente no es rápida, la infraestructura no es moderna.		X
7	El arribo de turistas en Piura y Catacaos fue el 60 % de extranjeros, en Máncora y Colán el 70 % de extranjeros y el 78 % de turistas nacionales.	X	
8	En los hoteles y restaurantes fidelizan el cliente a través de promociones en los precios.	X	
9	En Máncora tenemos el hotel de lujo " Arennas" (cadena de Los Portales), está incluido entre los mejores hoteles del mundo.	X	
10	Principales atractivos turísticos en Piura, Catacaos, Colán y Máncora.	X	

Tabla 5.23 Fortalezas y Debilidades

Análisis Interno		Fortalezas	Debilidades
Servicios			
N°			
1	El turismo en Colán es de segmento familiar.	X	
2	Colán y Máncora promueven el turismo de sol y playa para turistas nacionales y extranjeros.	X	
3	Constante afluencia de turistas en la zonas de estudio	X	
4	Precios accesibles y altamente competitivos en temporada baja.	X	
5	Excelente calificación en su gastronomía regional.	X	
6	Incrementaron empresas de servicio como hoteles y restaurantes.	X	
N° Sistema de Información de Gerencia			
1	Carencia de tecnología de información en los hoteles y restaurantes en las zonas de estudio.		X
N° Recurso Humano			
1	Mano de obra, edad promedio 18-30 y sueldos bajos.		X
2	Personal especializado en hoteles y restaurantes en un 50 %.		X
3	Contratación de empleados en el sector turismo de tres a seis meses.		X
4	Hoteles y restaurantes si capacitan al personal.	X	
5	Catacaos y Colán el número de trabajadores es mínimo.		X

Fuente : Diario El Comercio y Gestión

Elaboración: propia



5.5 Matriz de Evaluación de Factores Internos – EFI

Tabla 5.24 Matriz de Evaluación de Factores Internos- EFI

N°	Fortalezas	Peso	Calificación	Peso ponderado
1	Amplia participación de las instituciones educativas especializadas en el sector turismo.	0.02	3	0.06
2	Implementación de un hotel en Máncora a un nivel socioeconómico alto.	0.04	3	0.12
3	Turismo en Colán es de segmento familiar.	0.02	3	0.06
4	Colán y Máncora promueven el turismo de sol y playa para turistas nacionales y extranjeros.	0.06	3	0.18
5	En Piura y Catacaos el tipo de Turismo es Histórico-Cultural y gastronómico.	0.05	3	0.15
6	Piura tiene un buen nivel de posicionamiento con respecto a los competidores de Lambayeque y Tumbes.	0.05	3	0.15
7	Generación de puestos de trabajo en las zonas de estudio.	0.05	3	0.15
8	Capacitación al personal en hoteles y restaurantes en Piura, Colán y Máncora.	0.02	3	0.06
9	El impulso de una ruta turística orientada a la observación de la fauna marina en Cabo Blanco, Punta Balcones y Los órganos, El Ñuro, Vichayito y Máncora. (Talara)	0.03	3	0.09
10	Interés en la artesanía regional en la feria internacional de Lima.	0.02	3	0.06
11	Mayor cantidad de trabajadores en hoteles y restaurantes en Piura y Máncora.	0.02	3	0.06
12	Diversidad en categorías de paquetes turísticos.	0.01	3	0.03
13	Constante flujo de turistas en la zonas de estudio	0.03	3	0.09
14	Precios accesibles y altamente competitivos en temporada baja.	0.03	3	0.09
15	Excelente calificación en su gastronomía regional.	0.04	3	0.12
16	Incremento de empresas de servicio como hoteles y restaurantes.	0.02	3	0.06
17	Dircetur, Promperú y municipalidades realizan una gestión proactiva como por ejemplo: elaboración del PERTUR.	0.02	3	0.06
18	El turismo de Sol y Playa en Máncora está considerado en el quinto lugar dentro de los diez destinos turísticos más populares del Perú.	0.04	3	0.12
19	Posibilidad de acceder a créditos en el sector turismo en Piura, Catacaos, Colán y Máncora.	0.02	3	0.06

Tabla 5.24 Matriz de Evaluación de Factores Internos- EFI

N°	Debilidades	Peso	Calificación	Peso Ponderado
1	El presupuesto de la región Piura se concentra en playas.	0.02	2	0.04
2	Recursos económicos centralizados.	0.03	1	0.03
3	Inseguridad ciudadana en las zonas de estudio	0.03	1	0.03
4	Especulación de precios en el transporte.	0.04	2	0.08
5	Falta de promoción de parte de los gobiernos locales en el sector turístico.	0.01	1	0.01
6	En las municipalidades de la localidad, el recurso económico es mínimo en el sector turismo.	0.02	2	0.04
7	Mano de obra parcialmente calificada	0.02	2	0.04
8	Los sueldos en los hoteles y restaurantes en temporada baja son mínimos.	0.01	1	0.01
9	La contratación de empleados en hoteles y restaurantes generalmente es de 3 a 6 meses.	0.03	1	0.03
10	Alto nivel de informalidad en los servicios turísticos.	0.03	1	0.03
11	Centralismo en la región ya que el 60 % hoteles, restaurantes se encuentran en Piura.	0.01	1	0.01
12	Las actividades turísticas no están programadas o priorizadas al grado de urgencia en las zonas de estudio	0.02	2	0.04
13	Insuficiente o inadecuada infraestructura básica	0.01	2	0.02
14	Catacaos y Colán el número de trabajadores es mínimo.	0.02	1	0.02
15	Deficiente calidad de servicios	0.02	1	0.02
16	Escasa conciencia cívica y turística en la población.	0.03	1	0.03
17	Carencia de tecnología de información en los hoteles y restaurantes en las zonas de estudio.	0.02	2	0.04
18	Parcialmente la gestión reactiva en el sector.	0.02	1	0.02
19	Los trabajadores en hoteles y restaurantes es 18-30años	0.01	1	0.01
20	Falta de motivación del recurso humano.	0.01	1	0.01
Total		1.00		2.33

Nota: Calificación de Evaluación de Factores Internos; debilidad mayor=1, debilidad menor=2, fuerza menor=3, fuerza mayor=4.

Fuente y elaboración: propia

En la tabla 5.24 el total ponderado de 2.33, que indica que este sector está por debajo de la media en su esfuerzo por aplicar estrategias que capitalicen las fortalezas internas, neutralicen las debilidades.

Finalmente, se concluyó que pese a las deficiencias determinadas anteriormente el flujo de Turistas sigue creciendo, sin embargo, a largo plazo pudo ser perjudicial ya que la mala percepción de los turistas se puede ir difundiendo lo cual afectó el ritmo de crecimiento del turismo.

5.6 Matriz de Perfil Competitivo- MPC

Para llevar a cabo este análisis, se consideró los departamentos de Piura, Tumbes y Lambayeque y en base a la información obtenida en la MPC elaborada a continuación tenemos que Piura tiene un promedio ponderado de 2.77, Lambayeque de 2.27 y Tumbes 1.37; es decir, Piura tuvo algunos factores fortalecidos ya que dentro de sus destinos turísticos se tiene a Máncora y otro factor fortalecido: la Gastronomía; por ello, es más popular que Lambayeque ya que ocupó el quinto lugar dentro de los diez destinos turísticos más populares del Perú y, por ende, tuvo mayor flujo turístico tanto nacional como extranjero.



Tabla 5.25 Matriz de Perfil Competitivo

Factores críticos para el éxito	Peso	Piura		Tumbes		Lambayeque	
		Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
1 Política de proyectos de inversión pública teniendo en cuenta la infraestructura turística.	0.10	3	0.30	1	0.1	2	0.20
2 Posicionamiento de destino turístico en el mercado	0.05	4	0.20	2	0.1	2	0.1
3 Flujo turístico de nacionales y extranjeros.	0.05	4	0.20	2	0.1	3	0.15
4 Posicionamiento de la oferta turística: hoteles, restaurantes y agencias de viaje.	0.05	3	0.15	1	0.05	3	0.15
5 Generación de puestos de trabajo.	0.07	4	0.28	2	0.14	3	0.21
6 En Gastronomía	0.10	4	0.40	3	0.3	3	0.30
7 Promoción por parte de los gobiernos locales en el sector turismo.	0.04	4	0.16	1	0.04	2	0.08
8 Personal especializado en los hoteles y restaurantes.	0.10	2	0.20	1	0.1	2	0.20
9 Nivel de informalidad en los servicios turísticos.	0.10	2	0.20	1	0.1	2	0.2
10 Conciencia cívica y turística en la población.	0.08	2	0.16	1	0.08	2	0.16
11 Recurso humano tenga dominio en idiomas.	0.06	2	0.12	1	0.06	2	0.12
12 Calidad en el servicio	0.20	2	0.40	1	0.2	2	0.4
Total	1		2.77		1.37		2.27

Nota: Los valores de las calificaciones son los siguientes:

- 4 = Mayor fuerza ,
- 3 = Menor fuerza ,
- 2 = Menor debilidad
- 1= Mayor debilidad

Fuente : Diario Gestión y Comercio

Elaboración: propia

5.7 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas - FODA

FODA recogió la información de la matriz EFE Y EFI. La matriz Foda y MPC permitió determinar cuáles son las estrategias más resaltantes.

Tabla 5.26 Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas- FODA

		ANÁLISIS INTERNO	
		Fortalezas	Debilidades
FODA		<p>1. Amplia participación de las instituciones educativas especializadas en el sector turismo.</p> <p>2. Implementación de un hotel en Máncora para un nivel socioeconómico alto.</p> <p>3. Turismo en Colán es de segmento familiar.</p> <p>4. Colán y Máncora promueven el turismo de sol y playa para turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>5. En Piura y Catacaos se da turismo Histórico-Cultural y Gastronómico.</p> <p>6. Piura tiene un buen nivel de posicionamiento con respecto a los competidores de Lambayeque y Tumbes.</p> <p>7. Generación de puestos de trabajo en las zonas de estudio</p> <p>8. El impulso de una ruta turística "Piura sorprende: la naturaleza nos cuenta su historia y tradición" (Piura-observación de la fauna marina en Cabo Blanco, Punta Balcones y Los órganos, El Ñuro, Vichayito y Máncora(Talara)</p> <p>10. Interés en la artesanía regional en la feria internacional de Lima .</p> <p>11. Biodiversidad de recursos naturales y culturales.</p> <p>12. Diversidad en categoría de paquetes turísticos.</p> <p>13. Constante flujo de turistas en las zonas de estudio</p> <p>14. Precios accesibles y altamente competitivos en temporada baja.</p> <p>15. Excelente calificación en su gastronomía regional.</p> <p>16. Incrementaron empresas de servicio como hoteles y restaurantes.</p> <p>17. Dircetur, Promperú y municipalidades realizan una gestión proactiva como por ejemplo: elaboración del</p> <p>18. El turismo de Sol y Playa en Máncora esta considerado el quinto lugar dentro de los diez destinos</p> <p>19. Posibilidad de acceder a créditos en el sector turismo en Piura, Catacaos, Colán y Máncora.</p>	<p>1. El presupuesto de la región Piura se concentra en playas.</p> <p>2. Recursos económicos centralizados.</p> <p>3. Inseguridad ciudadana en las zonas de estudio</p> <p>4. Especulación de precios en el transporte terrestre.</p> <p>5. Falta de promoción de parte de los gobiernos locales en el sector turístico.</p> <p>6. En las municipalidades de la localidad el recurso económico es mínimo en el sector turismo.</p> <p>7. Mano de obra no calificada y sueldos bajos en la mayoría de la planta turística.</p> <p>8. Falta de personal especializado en los hoteles y restaurantes .</p> <p>9. Alto nivel de informalidad en los servicios turísticos.</p> <p>10. Centralismo en la región ya que el 60 % hoteles se encuentran en Piura.</p> <p>11. Las actividades turísticas no están programadas o priorizadas al grado de urgencia en</p> <p>12. Insuficiente o inadecuada infraestructura básica</p> <p>13. Catacaos y Colán el número de trabajadores es mínimo.</p> <p>14. Deficiente calidad de servicios</p> <p>15. Escasa conciencia cívica y turística en la población para proteger los recursos</p> <p>16. Carencia de tecnologías de información en hoteles y restaurantes en las zonas de estudio .</p> <p>17. Salarios bajos en el sector.</p> <p>18. Parcialmente la gestión reactiva en el sector.</p> <p>19. Capital de trabajo mal utilizado en las zonas de estudio del sector turismo.</p> <p>20. Falta de motivación del recurso humano.</p>
ANÁLISIS EXTERNO			
Oportunidades	<p>1. Política de proyectos de inversión pública teniendo en cuenta la infraestructura turística.</p> <p>2. Conservar destinos turísticos manteniendo condiciones óptimas de recursos naturales, arqueológicos, culturales y gastronómicos.</p> <p>3. Mejorar las condiciones de vida de los pobladores de los destinos turísticos.</p> <p>4. La Marca País el Perú ocupó el segundo lugar en Gastronomía</p> <p>5. La implementación de tecnología genera cambios en la contratación de personal.</p> <p>6. El desarrollo del turismo sostenible beneficia a las comunidades del país.</p> <p>7. Promoción turística a través de PROMPERÚ para lograr nuevos mercados.</p> <p>8. Compromiso de la población y turistas para el desarrollo turístico.</p> <p>9. Creación de nuevos productos turísticos como: deportes de aventura y turismo vivencial.</p> <p>10. Proyecciones del ingreso de divisas de 4000 millones de dólares y un 14% de crecimiento de turistas extranjeros</p> <p>11. El sector turismo contribuye entre el 6 y 7% del</p>		
PBI.	<p>12. El sector turismo emplea el 11% de la PEA en Perú.</p> <p>13. Alcanzar un nivel de crecimiento del sector del 8% a través de la promoción de los destinos turísticos (2014).</p> <p>14. Los TIC desempeñan un papel importante en el desarrollo del turismo moderno.</p> <p>15. La marca Perú ocupa el puesto 52 en el ranking a nivel mundial y el quinto lugar en Latinoamérica.</p> <p>16. Competencia débil en el sector.</p> <p>17. Mercado Turístico mal atendido (Tumbes)</p> <p>18. Necesidad del producto turístico (Máncora).</p>		
		FO	DO
		<p>2,1 El gobierno debe implementar los proyectos de inversión pública para mejorar la infraestructura turística en las zonas de estudio</p> <p>8,9-7 Promover las rutas turísticas a través del internet, paneles, tv (Piura- Talara) para lograr nuevos mercados.</p> <p>4 10 Promover la difusión de videos de las playas de Máncora y Colán caracterizadas por sus aguas tranquilas, limpias donde se puede practicar el surf con un nivel de riesgo bajo.</p> <p>6, 9 Promocionar el nuevo destino turístico de la Isla La Foca (Paíta), para ello la municipalidad de este distrito debe instalar una flota de lanchas para que los turistas tengan fácil acceso a este destino.</p> <p>4,5 Realizar constantemente una investigación de mercado para el crecimiento del turismo</p> <p>18, 8 La ubicación privilegiada de la playa de Máncora en comparación con mis competidores y para que esta ventaja competitiva perdure en el tiempo, se debe mejorar las vías de acceso para que el turista llegue con facilidad.</p> <p>17, 8 La elaboración del PERTUR con el apoyo de la población permite un compromiso de todos para incrementar el desarrollo turístico en las zonas de estudio.</p> <p>18, 1 El distrito de Máncora debe desarrollarse urbanísticamente en pistas y agua con el apoyo del presupuesto que da el gobierno.</p>	<p>2, 2 La planificación de recursos económicos se debe descentralizar para conservar los destinos turísticos en condiciones óptimas en las zonas de estudio.</p> <p>5, 7 Integración de los gobiernos locales con los gremios turísticos para promocionar el turismo a través de PROMPERÚ e incursionar en nuevos mercados.</p> <p>8, 11 Firma de convenios de Hoteles y restaurantes con las universidades que tienen la carrera de turismo, Hotelería y Gastronomía con la finalidad de contar con personal especializado y contribuir al crecimiento de la PEA del sector.</p> <p>10, 13 DIRCETUR y la municipalidad deben controlar exhaustivamente la informalidad de los servicios turísticos con la finalidad de garantizar la calidad de los servicios y mejorar los niveles de crecimiento del sector.</p>

ANÁLISIS INTERNO

	Fortalezas	Debilidades
FODA	<p>1. Amplia participación de las instituciones educativas especializadas en el sector turismo.</p> <p>2. Implementación de un hotel en Máncora para un nivel socioeconómico alto.</p> <p>3. Turismo en Colán es de segmento familiar.</p> <p>4. Colán y Máncora promueven el turismo de sol y playa para turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>5. En Piura y Catacaos el tipo de turismo Histórico- Cultural y Gastronómico.</p> <p>6. Piura tiene un buen nivel de posicionamiento con respecto a los competidores de Lambayeque y Tumbes.</p> <p>7. Generación de puestos de trabajo en hotelería y rest. en las zonas de</p> <p>8. Capacitación al personal en hoteles y restaurantes en Piura, Colán y Máncora.</p> <p>9. El impulso de una ruta turística orientada a la observación de la fauna marina en Cabo Blanco, Punta Balcones y Los órganos, El Nuro, Vichayito y Máncora (Talara)</p> <p>10. Interés en la artesanía regional en la feria internacional de Lima .</p> <p>11. Mayor cantidad de trabajadores en hoteles y restaurantes en Piura y</p> <p>12. Diversidad en categoría de paquetes turísticos.</p> <p>13. Incremento flujo de turistas en las zonas de estudio</p> <p>14. Precios accesibles y altamente competitivos en temporada baja.</p> <p>15. Excelente calificación en su gastronomía regional.</p> <p>16. Incrementaron empresas de servicio como hoteles y restaurantes.</p> <p>17. Dircetur, Promperú y municipalidades realizan una gestión proactiva como por ejemplo: elaboración del PERTUR.</p> <p>18. El turismo de Sol y Playa en Máncora está considerado el quinto lugar dentro de los diez destinos turísticos más populares del Perú.</p> <p>19. Posibilidad de acceder a créditos en el sector turismo en Piura, Catacaos, Colán y Máncora.</p>	<p>1. El presupuesto de la región Piura se concentra en playas.</p> <p>2. Recursos económicos centralizados.</p> <p>3. Inseguridad ciudadana en las zonas de estudio</p> <p>4. Especulación de precios en el transporte terrestre.</p> <p>5. Falta de promoción de parte de los gobiernos locales.</p> <p>6. En las municipalidades de la localidad el recurso económico es mínimo en el sector turismo.</p> <p>7. Mano de obra parcialmente calificada y sueldos bajos en la mayoría de la planta turística.</p> <p>8. Falta de personal especializado en los hoteles y restaurantes. Los sueldos en temporada baja son mínimos.</p> <p>9. La contratación de empleados en hoteles y restaurantes generalmente es de 3 a 6 meses.</p> <p>10. Centralismo en la región ya que el 60 % hoteles se encuentran en Piura.</p> <p>11. Las actividades turísticas no están programadas o priorizadas al grado de urgencia en las zonas de estudio</p> <p>12. Insuficiente o inadecuada infraestructura básica</p> <p>13. Catacaos y Colán el número de trabajadores es mínimo.</p> <p>14. Deficiente calidad de servicios</p> <p>15. Escasa conciencia cívica y turística en la población para proteger los recursos</p> <p>16. Carencia de tecnologías de información en hoteles y restaurantes en las zonas de estudio .</p> <p>17. Salarios bajos en el sector.</p> <p>18. Parcialmente la gestión reactiva en el sector.</p> <p>19. Los trabajadores en hoteles y restaurantes es 18-30 años.</p> <p>20. Falta de motivación del recurso humano.</p>
Análisis Externo		
Amenazas		
<p>1. Inseguridad ciudadana para los turistas.</p> <p>2. Deficientes políticas del gobierno para mejorar la planta turística.</p> <p>3. Disminución de visitantes latinoamericanos por la copa Brasil y la crisis de Argentina.</p> <p>4. Altos costos para implementar TIC en las empresas del sector.</p> <p>5. Deterioro del medio ambiente al exceso de visitantes.</p> <p>6. Deficiencia en la infraestructura turística en diversos lugares.</p> <p>7. Falta de cultura ambiental por parte de los visitantes.</p> <p>8. Variedad de destinos turísticos latinoamericanos.</p> <p>9. Conflictos sociales</p> <p>10. Calentamiento global.</p>	FA	DA
<p>11. Alto nivel de precios del transporte aéreo.</p> <p>12. Disminución de turistas chilenos debido al acuerdo de la Haya.</p> <p>13. Crisis económica mundial.</p> <p>14. Contaminación del sector minero.</p>	<p>13.1 Control de seguridad ciudadana a través de cámaras e instalación de puestos policiales en los lugares turísticos.</p> <p>8,9-2 Impulsar las rutas turísticas ampliando el presupuesto del gobierno regional en este sector con la finalidad de mejorar la planta turística que brinde la posibilidad de crecimiento de nuevos mercados.</p> <p>4,5-5 Promover la Firma de convenios con empresas de tecnología con la finalidad de Implementar TICs a precios competitivos y que estén al alcance de las empresas turísticas en Piura, Catacaos, Colán y Máncora.</p> <p>13,8 Promover la cultura ambiental a través de publicidad visual para proteger y conservar los lugares turísticos con flujo de turistas, y difundirlos en agencias de viaje, hoteles, restaurantes con fondos económicos del gobierno regional y consejos municipales.</p>	<p>4, 1 Las municipalidades deben controlar a las empresas que brinden el servicio de transporte a destinos turísticos con la finalidad de garantizar la seguridad de los turistas.</p> <p>8, 4 Las empresas turísticas deben contratar personal especializado en turismo y con conocimientos en tecnologías de información.</p> <p>10, 2 Para incentivar la formalidad en el sector la SUNAT debe exonerar a las empresas turísticas de algunos impuestos.</p> <p>1 2 Priorización de parte de las municipalidades Piura, Catacaos, Colán y Máncora en su presupuesto en el sector turismo para promover su desarrollo.</p> <p>16, 7 Promoción e implementación de leyes de protección del medio ambiente para proteger los recursos naturales y establecimiento de sanciones por el incumplimiento de las mismas generando recursos para la contratación de promotores ecológicos que supervisen los lugares turísticos en Piura, Catacaos, Colán y Máncora.</p>
<p>15. Los desastres naturales, ejemplo : terremoto en Chile</p> <p>16-Deforestación de bosques</p> <p>17. Competencia agresiva</p> <p>18. Aumento del precio de insumos.</p> <p>19. Competencia con destinos turísticos internacionales.</p>	<p>11, 17 Control en la biodiversidad de recursos naturales y culturales para así evitar la deforestación</p> <p>2,4 Creación de sucursales de los restaurantes y hoteles exitosos y brindan servicio de calidad en la ciudad de Piura, Colán, Catacaos y Máncora.</p> <p>16, 2-4 Contratación de gerentes con orientación al cumplimiento de las especificaciones y políticas que rijen los procedimientos para brindar servicios de calidad y por ende satisfacer al cliente.</p>	

Fuente y elaboración : propia

5.8. Etapas del Modelo econométrico

5.8.1 Especificación Del Modelo Econométrico

El modelo considerado en la investigación no ha sido desarrollado en Piura, ya que se realizaron las consultas pertinentes en diferentes universidades e instituciones nacionales y privadas. Con el modelo econométrico se validó la generación de empleo y la actividad turística en las zonas de estudio.

5.8.1.1 Supuestos

El modelo que se propone consideró los siguientes supuestos:

- Se aceptó la relación directa del flujo de turistas, número de hoteles y restaurantes con la Población Económicamente Activa Ocupada (PEA) en estas empresas de servicio en las zonas de estudio.
- Se aceptó como indicador de crecimiento la generación de empleo en el sector turismo (Población Económicamente Activa ocupada PEA del sector).
- Se aceptó que los factores que determinan el crecimiento de la PEA ocupada del sector son el flujo de turistas y el crecimiento del número de hoteles y restaurantes.

5.8.1.2. Limitaciones

El modelo enfrenta las siguientes limitaciones:

- Conseguir la información para las variables no ha sido tan fácil de obtener ya que es muy limitada, la fuente de donde se obtuvo: INEI, PROMPERU y otros.

5.8.1.3. Definición de variables

Variable dependiente : PEA ocupada del sector expresado en %

Variable independiente : FLUTUR, NUMHOTRES

Donde:

PEA : Población económicamente activa ocupada (%)

FLUTUR : Flujo de turistas

NUMHOTRES : Número de hoteles y restaurantes

Se mencionó que el modelo propuesto está sujeto a cambios en su estructura, de modo que el modelo econométrico que mejor explique la relación del crecimiento de la PEA ocupada se estima de manera definitiva a lo largo del desarrollo de este estudio. Lo mismo se puede decir del método a utilizar, es decir el método Mínimos Cuadrados Ordinarios puede ser reemplazado según los criterios econométricos para la evaluación de los resultados.

5.8.2 Estimación del modelo

Para el desarrollo del presente estudio, se utilizó el modelo econométrico:

$$PEA = f(FLUTUR, NUMHOTRES)$$

Estimation Equation:

=====

$$PEA = C(1) + C(2)*FLUTUR + C(3)*NUMHOTRES$$

Tabla 5.27 : Variable Dependiente PEA

Dependent Variable: PEA

Method: Least Squares

Date: 09/04/14 Time: 18:55

Sample: 2005Q1 2013Q4

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.80E-05	8.45E-05	1.040460	0.3057
FLUTUR	7.26E-10	1.22E-09	0.593641	0.5568
NUMHOTRES	1.64E-06	1.41E-07	11.62284	0.0000
R-squared	0.929848	Mean dependent var		0.001817
Adjusted R-squared	0.925597	S.D. dependent var		0.000388
S.E. of regression	0.000106	Akaike info criterion		-15.38955
Sum squared resid	3.70E-07	Schwarz criterion		-15.25759
Log likelihood	280.0119	F-statistic		218.7042
Durbin-Watson stat	1.193285	Prob(F-statistic)		0.000000

Fuente y elaboración: Propia

Sustituyendo coeficientes:

$$PEA = 8.795405904e-005 + 7.25796934e-010*FLUTUR + 1.644570858e-006*NUMHOTRES$$

5.8.3 Validación del modelo

Para determinar la validez del modelo planteado se realizó evaluación económica, estadística y econométrica

Bondad de ajuste

$$R^2 = 0.929848$$

Tiene un R cuadrado muy cercano al 100%, esto quiere decir que las variables explican bien al modelo en su conjunto .por lo tanto son significativas a nivel general.

5.8.3.1 Evaluación Económica

$$\alpha_1 = \partial \text{ PEA} / \partial \text{ FLUTUR} = 0.000000000726$$

Significa que el aumento en una unidad del flujo de turistas generó un incremento en la PEA ocupada del 726% x 10⁻¹⁰ durante el periodo de análisis, esto reflejó la relación directa entre el incremento de la PEA ocupada y el flujo de turistas en las zonas de estudio.

$$\alpha_2 = \partial \text{ PEA} / \partial \text{ NUMHOTRES} = 0.00000164$$

Significa que el aumento en una unidad de hoteles y restaurantes generó un incremento en la PEA ocupada de 164% x 10⁻⁶ durante el periodo de análisis, esto reflejó la relación directa entre la PEA ocupada y el número de hoteles y restaurantes.

Por lo tanto esta variable cumple con el criterio económico.

5.8.3.2 Criterio Estadístico

Prueba de significancia individual

El análisis de Significancia individual se hace con una probabilidad de 5%.

T tabla = 1.68

FLUTUR

H₀: No es significativo.

H₁: Si es significativo.

T- statistc /0.5936/ < Tt (0.95, 36) =1.68

Debido a que el T-statisc es menor al t de la tabla se rechazó la hipótesis alterna es decir a un nivel de significancia del 5% el parámetro asociado a la variable flujo de turistas NO es significativo.

NUMHOTRES

H₀: No es significativo.

H₁: si es significativo.

T- statistc /11.62284/ > Tt (0.95,36) =1.68

Debido a que el T-static es mayor al t de la tabla se aceptó la hipótesis alterna, es decir, a un nivel de significancia del 5% el parámetro asociado al número de hoteles y restaurantes es significativo.

5.8.3.3 Criterio Econométrico:

5.8.3.3.1 Test de Normalidad

HO: μ se distribuye normalmente

H1: μ no se distribuye normalmente

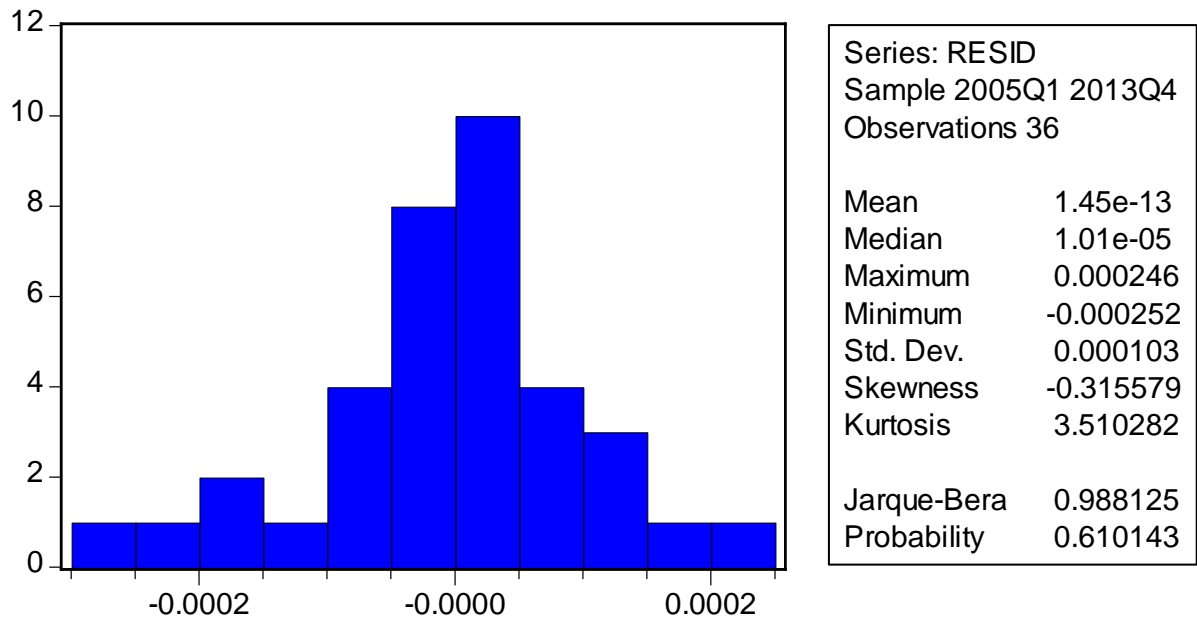


Figura 5.1.C Test de normalidad modelo original.

Fuente y elaboración: propia.

Jarque Bera: 0.988125 < $X^2(0.95,2)=5.99$.

Con un nivel de 5% de significancia y dos grados de libertad se compara el Chi-cuadrado con el Jarque Bera resultando menor el valor de este último. Por lo tanto, aceptó H_0 que significa que los residuos de la ecuación se distribuyen normalmente.

5.8.3.3.2 Test de autocorrelación

Test de Breusch – Godfrey.

a) Autocorrelación de Primer Orden

H_0 : Ausencia de Autocorrelación de primer orden.

H_1 : Existencia de Auto correlación de primer orden.

$X^2(0.95, 1) = 3.84$

Tabla 5.28 a: Test de Breusch – Godfrey modelo original orden 1

Breusch-Godfrey serial correlation lm test:

F-statistic	4.850947	Prob. F(1,32)	0.034953
Obs*R-squared	4.738931	Prob. Chi-Square(1)	0.029487

Fuente y elaboración: propia

$$N \cdot R^2 = 4.738931 \sim \chi^2(5\%, 1)$$

$$N \cdot R^2 = 4.738931 > 3.84$$

Por lo tanto, se aceptó H_1 . Existe Autocorrelación de primer orden.

b) Autocorrelación de Segundo Orden

H_0 : Ausencia de Autocorrelación de segundo orden.

H_1 : Existencia de Autocorrelación de segundo orden.

$$\chi^2(0.95, 2) = 5.99$$

Tabla 5.28. b Test de Breusch – Godfrey modelo original orden 2

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	4.188625	Prob. F(2,31)	0.024536
Obs*R-squared	7.658762	Prob. Chi-Square(2)	0.021723

Fuente y elaboración: propia

$$N \cdot R^2 = 7.658762 \sim \chi^2(5\%, 2)$$

$$N \cdot R^2 = 7.658762 > 5.99$$

Por lo tanto, se Aceptó H_1 . Existe Autocorrelación de Segundo orden.

5.8.3.3 Test de Heterocedasticidad

Test de Arch

a) Heterocedasticidad de primer orden

H_0 : Ausencia de heterocedasticidad auto regresiva de orden 1.

H_1 : Presencia de heterocedasticidad auto regresiva de orden 1.

Tabla 5.29. a: Test de Arch modelo original orden 1

ARCH Test:

F-statistic	1.151782	Prob. F(1,33)	0.290962
Obs*R-squared	1.180388	Prob. Chi-Square(1)	0.277277

Fuente y elaboración: Propia

$$\text{Obs} \cdot R^2 = 1.180388 < X^2(0.95, 1) = 3.84.$$

Por lo tanto rechazó H_1 , es decir no existe heterocedasticidad de primer orden.

b) Heterocedasticidad de segundo orden

H_0 : Ausencia de heterocedasticidad auto regresiva de orden 2

H_1 : Presencia de heterocedasticidad auto regresiva de orden 2

Tabla 5.29.b: Test de Arch modelo original orden 2

ARCH Test:

F-statistic	0.529024	Prob. F(2,31)	0.594404
Obs*R-squared	1.122140	Prob. Chi-Square(2)	0.570598

Fuente y elaboración: Propia

$$\text{Obs} \cdot R^2 = 1.122140 < X^2(0.95,1) = 3.84$$

Por lo tanto rechazo H1, es decir NO existe heteroscedasticidad de segundo

Orden.

5.8.3.4 . Explicación del modelo original

Según la evaluación realizada en el modelo inicial se tiene que las variables son significativas a nivel general, además, todas las variables son significativas a nivel económico; sin embargo, al realizar el análisis según el criterio estadístico encontramos que la variable: FLUTUR no cumple con el criterio estadístico; asimismo, encontramos que el modelo presenta autocorrelación de primer y segundo orden, lo cual nos muestra que desde el punto de vista de la econometría se debe una característica que puede presentar el término de error de un modelo econométrico debido a que es un análisis de series temporales; asimismo, no presenta Heterocedasticidad de primer y segundo orden, por lo cual se concluye que el modelo propuesto tiene validez en términos generales. Por lo tanto se acepta la hipótesis general.

5.9. Evolución de las variables de estudio



Figura 5.2: Evolución de la PEA ocupada de Hoteles y Restaurantes

Fuente: DIRCETUR. Elaboración: propia

5.9.1 Evolución de la PEA ocupada de hoteles y restaurantes.

En la figura 5.2 en el año 2005, la PEA ocupada de hoteles y restaurantes fue 0.50 %; en lo que respecta al empleo, el Gobierno Regional se orienta por ley a la promoción y, por lo tanto, no es generador de empleo. Esto se precisa, porque aún se cree que el Estado es el empleador, especialmente en la ciudad de Piura. Esto impulsa a establecer mecanismos y grandes esfuerzos por promover la inversión privada en el sector hoteles y restaurantes como herramienta básica de la generación de empleo en la economía regional.

En el año 2006, la PEA ocupada fue 0.55% en las zonas de estudio, este incremento se debe a que el gobierno promovió el turismo e incentivó el proceso

de formalización de las empresas de este rubro y también hay mayor inversión privada en el sector de hoteles y restaurantes, es importante mencionar la tendencia ascendente con respecto al año anterior.

En el año 2007, la PEA ocupada fue 0.60 % esto significa que no hubo mejoras en los niveles de empleo de este rubro.

En el año 2008, la PEA ocupada fue 0.69 % debido a que ha incrementado progresivamente la infraestructura de hoteles y restaurantes y, por ende, se necesitan más empleados.

En el año 2009, la PEA ocupada fue 0.77 %, este leve crecimiento se debió al turismo histórico y de negocios en Piura y en las zona de Colán y Máncora disminuyó el Turismo de sol y playa por el efecto del Fenómeno El Niño.

En el año 2010, la PEA ocupada fue 0.79 %, este pequeño incremento se debe a que el flujo de turistas extranjeros que llegaron en mayor porcentaje se fueron a Lima, porque se produjo el Boom Gastronómico Nacional esto lo informó Canales (2010), presidente de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) en el diario Gestión (7/6/2010).

En el 2011, con la PEA ocupada fue 0.70 %, esta disminución se debe que loas que hicieron turismo se fueron al Cusco, lo mismo ocurrió con los turistas nacionales, debido a que Machu Picchu cumplió un centenario de ser descubierto por el explorador Hiran Bingham.

En el año 2012, la PEA ocupada fue de 0.90%, en ese año se produjo una inversión de negocios en centros comerciales y se inauguró nuevas cadenas de restaurantes y hoteles.

En el año 2013, la PEA ocupada fue 0.94 %, esto se debe a un mejoramiento y mayor difusión de los servicios turísticos, capacitación de personal y mayor inversión en sector turismo.

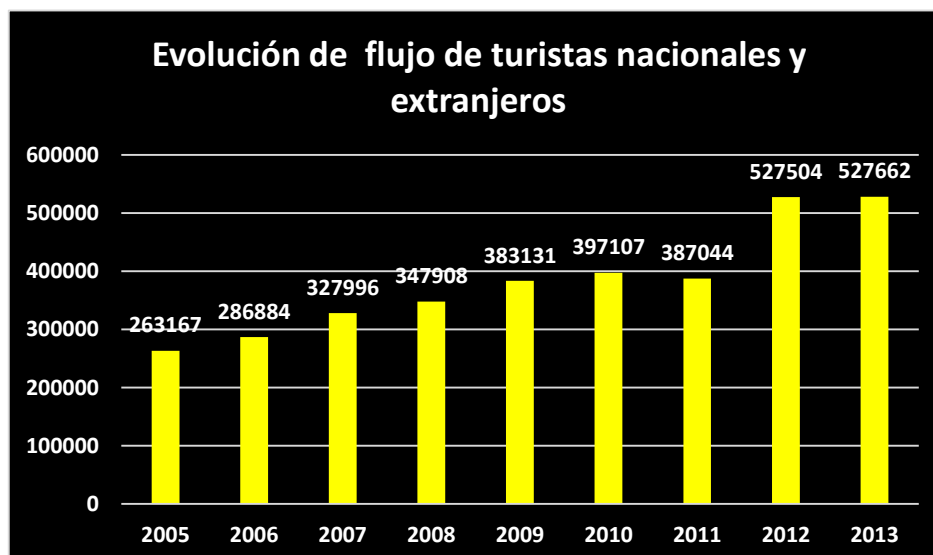


Figura 5.3: Evolución de Flujo de Turistas

Fuente: Dircetur. Elaboración Propia

5.9.2 Evolución de Flujo de turistas nacionales y extranjeros

En la figura 5.3 el año 2005, el flujo de turistas nacionales y extranjeros ascendió a 263167 y en el 2006 fue de 286884 esto muestra un incremento del 9.01%, lo que permitió una tasa media anual de crecimiento de turismo interno en Piura de 4.87% , en el año 2006 se incrementó el empleo, por lo tanto se tuvo una mayor capacidad adquisitiva para poder realizar turismo, hubo mayor inversión privada en Máncora y está contó con sus recursos naturales originales como son las playas; sin embargo, el distrito de Máncora tuvo las siguientes restricciones: la disponibilidad de agua fue por horas al día, las condiciones de saneamiento inadecuadas: el alcantarillado colapsado y los desagües que desembocan en el mar.

Comparando el año anterior con el flujo de turistas nacionales y extranjeros del 2007 fue de 327996. Esto muestra un incremento en 14.3%, esto se debe a que el Gobierno del presidente Fujimori incentivó al turismo y, tiempo después, sucedió un acontecimiento histórico en Cuzco: la ciudadela de Machu Picchu fue declarada una de las Siete Maravillas del Mundo (7 de Junio de 2007) lo que dio resultados positivos para nuestro país en este ámbito.

En el 2008, el flujo de turistas fue de 347908 esto muestra un incremento de 6.07 %, con respecto al año anterior, lo que repercute en el mejoramiento de la oferta de servicios y desarrollo del comercio.

En el 2009, el flujo de turistas nacionales y extranjeros ascendió a 383131, esto significó un incremento de 10.12%. Este incremento se da en mayor porcentaje en los turistas nacionales que realizan turismo interno. Según el Banco Central de Reserva del Perú (2009), en enero de este año el consumo privado siguió creciendo a una tasa de 6 % y la inversión privada aumentó en 13%, la economía aún presenta signos de solidez. Por otro lado, MINCETUR (2009) menciona que en el turismo en la zona norte de Piura y Tumbes se produjo una leve caída en relación con los turistas internacionales, procedentes especialmente de Ecuador.

En el 2010, el flujo de turistas nacionales y extranjeros fue 397107, hubo un incremento de 3.65 %, y se inicia una ligera recuperación de la crisis mundial.

En el 2011, el flujo de turistas nacionales y extranjeros fue 387044, disminuyó en 2.53 % con respecto al año anterior, debido a la pérdida del poder adquisitivo de los turistas provenientes de EE.UU y Europa, y los que hicieron turismo se fueron al Cusco, lo mismo ocurrió con los turistas nacionales. La razón es que Machu Picchu cumplió un centenario de ser descubierto por el explorador Hiram Bingham.

En el 2012, el flujo de turistas nacionales y extranjeros fue de 527504 mostrándose un incremento de 36.29 %; esto se debe a que se dinamizó el turismo interno que atienden 388 mil arribos mensuales. Se sabe que Máncora se llevó el 50 % del flujo turístico que en promedio fue de 4 mil personas por fin de semana (en temporada alta), y que el 20 % de turistas provenientes de Ecuador gastó unos s/ 20 millones al año.

En el año 2013, el flujo de turistas nacionales y extranjeros fue 527662 mostrándose un incremento de 0.03 %; y en el mes de febrero de ese año, Colán y Máncora se han convertido en potencial turístico y presentan múltiples alternativas de inversión lo cual favorece el desarrollo turístico de la región Piura.



Figura 5. 4: Evolución del Número de Hoteles y Restaurantes

Fuente: DIRCETUR.- Elaboración Propia

5.9.3 Evolución del número de hoteles y restaurantes

En la figura 5.4 el año 2005, la evolución del número de hoteles y restaurantes fue de 2787 y en el 2006 de 3093, esto mostró un incremento de 10.98 %, se debe a que la demanda de turistas se incrementó por los atractivos turísticos que ofrecieron los distritos en estudio.

En el año 2007, el número de hoteles y restaurantes fue de 3388, el incremento fue de 9.54 %, lo que significa un aumento en establecimientos en los servicios debido a que en el último trimestre de ese año llegaron 74 349 turistas, y, por ende, hubo crecimiento en la economía de Piura.

En el año 2008, el número de hoteles y restaurantes ascendió a 3735, el incremento fue de 10.24 %. El crecimiento de hoteles y restaurantes está en relación directa con el incremento de turistas nacionales y extranjeros, y con la PEA ocupada que se incrementó de 0.17 a 0.19 % al finalizar el año.

En el año 2009, el número de hoteles y restaurantes fue de 4016, el incremento fue de 7.52 %. La actividad turística en Piura continuó desarrollándose a pesar de la crisis económica que se vivió a nivel internacional y continuó el crecimiento de las empresas de este sector, ya que la economía peruana aún presenta signos de solidez.

En el año 2010, el número de hoteles y restaurantes fue de 4235, el incremento fue mínimo, de 5.45 % por la influenza AH₁N₁ que ingresó en el mes de mayo y repercutió de manera negativa en el turismo. Después, se inició una ligera recuperación de la crisis mundial.

En el año 2011, 2012, 2013 el número de hoteles y restaurantes fue de 4615, 4941 y 5510, respectivamente, habiendo un incremento de 8.97% a 11.52%.

Para Gamarra, F. (2012) este incremento se debe a que cada vez llegan más empresarios a Piura y existe la necesidad de construir hoteles y restaurantes para ofrecerles un servicio turístico. También, existe interés en invertir en restaurantes, porque la gente gusta de salir más y disfrutar de la gastronomía piurana. Cabe resaltar que los inversionistas son nacionales.



CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Discusión

En el presente trabajo de investigación se hizo una revisión documentaria en las instituciones como DIRCETUR, INEI, PROMPERÚ, para recoger información estadística del sector turismo; los ítems de interés son: PEA ocupada de flujo de turistas nacionales y extranjeros, número de hoteles y restaurantes y la situación del sector turismo; también se usa recursos web, libros, tesis y publicaciones periódicas en línea y un instrumento como la entrevista dirigida a gerentes o administradores de hoteles y restaurantes en las zonas de estudio. Se contactó economistas de experiencia, Magister Milena Noblecilla, especialistas en sistemas de informática el Dr. Alex Huamán y a la Dra. Consuelo Ugarte directora de DIRCETUR. El objetivo principal fue tener una información válida y veraz en este trabajo de investigación.

Se presentaron limitaciones en la obtención de documentos en algunas instituciones, la información no fue inmediata se tuvo que esperar un tiempo por la elaboración del compendio turístico 2013, necesario para elaborar la data estadística. No se han encontrado trabajos de investigación en Piura que han utilizado el modelo econométrico en el sector turismo.

El número total de entrevistas no se realizó debido a la falta de colaboración de gerentes o administradores de hoteles y restaurantes, porque no tenían confianza para brindar la información, creían que la entrevistadora era una trabajadora de la SUNAT o Municipalidad.

Para el contraste de antecedentes con los resultados, se revisó investigaciones anteriores como Mercado & Palmerín (2012) México: el turismo es el impulsor del desarrollo nacional ya que genera divisas, empleo y participa del progreso regional. Por otro lado, se tiene el aporte de Atmark & Larruina (2011) Uruguay. En esta investigación se construyeron indicadores como puestos de trabajo generados por la economía, puestos de trabajo turístico y participación del empleo turístico (PETU). En este trabajo, se buscó medir el impacto del turismo en un aspecto primordial de la actividad de un país, como lo es el empleo y las características del trabajador turístico. Se concluyó que la participación del empleo turístico es cercana al 8 % del total de puestos de trabajo generados por la economía.

Marrero & Huete (2013) España, en esta investigación queda clara la relación entre el turismo y su capacidad para generar empleo, riqueza y las condiciones laborales que son peores en el sector turístico que en otras actividades económicas. Estos antecedentes descritos demostraron que el sector turismo no solo genera empleo, sino divisas y es el impulsor del desarrollo regional. Se diferencian de la tesis Actividad Turística y Generación de Empleo porque se demuestra que existen otros indicadores como flujo de turistas, número de hoteles y restaurantes que tienen una relación directa generando empleo en estas empresas.

Se aplicó el modelo econométrico a través del programa Eviews, y se obtuvo un $R^2 = 0.929848$ muy cercano al 100 % lo que demuestra el flujo de turistas y el crecimiento del número de hoteles y restaurantes explican bien el modelo, por lo tanto, son significativas a nivel general, aceptándose la hipótesis planteada. Por ello esta investigación aún puede ser estudiada analizando otras variables del sector como agencias de viajes turísticas, empresas comerciales dedicadas a la orfebrería, cerámica entre otras. También es pertinente realizar un estudio en Piura de la generación de empleo en otras actividades económicas como la minería, manufactura y comercio, utilizando el modelo econométrico.

Así también con el aporte de Mendoza (2012). Bogotá, el diagnóstico se hizo elaborando la matriz FODA, en la que se evidencian debilidades y amenazas lo que permitió formular estrategias para mejorar el sector turismo en Cartagena. Se considera que presenta una similitud con la hipótesis enunciada: “El sector turismo ha mejorado significativamente en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el 2013. Para realizar el diagnóstico se elaboró una Matriz de Evaluación de Factores Internos cuyo resultado es 2.33 lo que significa que existen ciertas deficiencias en las zonas de estudio, el turismo es internamente débil y hay aspectos que es necesario desarrollar. Pese a las deficiencias determinadas, el flujo de turistas se ha ido incrementando.

También se elaboró la Matriz de Evaluación de Factores Externos. El total ponderado es 2.62 que indica que este sector está por encima de la media y ciertas oportunidades se están capitalizando, ya que están creando nuevos productos turísticos como el turismo de negocios, aventura, rural comunitario y artesanal, destacando el destino turístico de playa en Máncora, por lo que se formulan

estrategias para posicionar el sector turismo de las zonas de estudio a un nivel nacional e internacional.

Para esclarecer ciertos conceptos, se considera a Valencia (2010) España, quien dice que el flujo de turistas es el desplazamiento temporal de viajeros desde el lugar de origen a otro destino que ofrece bienes y servicios turísticos. Según Quiroga (2010) España, los hoteles son establecimientos que ofrecen alojamiento turístico y servicios complementarios, con requisitos mínimos establecidos en la legislación vigente de cada país y para Guido, R. (2011) Argentina, el hotel es un establecimiento que ofrece alojamiento con o sin servicios complementarios, que reúnen los requisitos técnicos establecidos por reglamentación.

En la tesis, la evolución del flujo de turistas nacionales y extranjeros se incrementó en el 2005 de 263 167 a 527 662 (2013) turistas nacionales y extranjeros, mostrando en el período de análisis un crecimiento de 100.5 %. Respecto a la evolución de hoteles y restaurantes durante el año 2005 es de 2787 y en el 2013 es 5510, el incremento es de 97.7 %. La PEA de hoteles y restaurantes es 0.50 % en el 2005 y 0.94 % en el 2013, esto nos demuestra que hay un incremento del 0.44%. Por ello, los resultados obtenidos permiten verificar la hipótesis enunciada por lo que ésta se acepta.

Se deben realizar ferias de trabajo con la participación de las empresas de servicio turístico en la región Piura, para promover el empleo directo en esta actividad y así beneficiar a la juventud piurana.

6.2 Conclusiones

La investigación ha llegado a las siguientes conclusiones:

Sobre el objetivo general: Determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013; existe una relación directa y se comprobó con el modelo econométrico propuesto que tiene validez en términos generales.

Sobre el objetivo: Determinar la relación entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013; para la contrastación de la hipótesis en el modelo econométrico se afirma que existe una relación directa entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada en estas empresas.

Sobre el objetivo: Demostrar la evolución de la Población económicamente activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013, la investigación arrojó que la Población Económicamente Activa ocupada, ha evolucionado positivamente, incrementándose a través del tiempo.

Acerca del objetivo: Demostrar la evolución número hoteles, restaurantes y flujo de turistas en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013, la investigación demostró que estos han evolucionado positivamente, incrementándose a través del tiempo.

Respecto al objetivo de elaborar un diagnóstico de sector turismo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en 2013: con el diagnóstico del sector turismo se elaboró la matriz FODA, y se pudo evidenciar debilidades y amenazas las cuales después de ser analizadas se pueden transformar en fortalezas y oportunidades para la formulación de estrategias que mejoren el turismo en estas zonas, lo que permitiría poder competir a nivel nacional.

6.3 Recomendaciones

Como recomendaciones se propone que se continúe estudiando las relaciones entre la generación de empleo y el turismo tanto en la Región Piura, como en otras del país. Con ello se podrá tener una visión más clara del impacto real de esta actividad socio económica en las comunidades.

FUENTES DE INFORMACIÓN

REFERENCIAS

- ANDINA, R. (30 de Enero de 2014). Impulsan ruta Piura sorprende : la naturaleza nos cuenta su historia y tradición. Piura.
- Atmark, S., & Larruina, K. (2011). *Cuantificación y caracterización general del empleo turístico en Uruguay*. Uruguay. Uruguay: Economía y Management del turismo y los eventos.
- BADATUR-OTP. (Diciembre de 2014). *Observatorio Turístico del Perú*. Recuperado de www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/pbisturi.pdf
- Banco Central (2009). Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas.html>
- Camacho, M., & Lunar, L. (2009). *Empleo juvenil y actividad turística en la Isla de Margarita en Venezuela*. Tesis de pregrado, Universidad de Oriente, Venezuela, Venezuela.
- Canales, C. (7 de Junio de 2010). Por el boom gastronómico aumenta la llegada de turistas y de importantes escuelas culinarias. *Diario el Comercio*. Recuperado de <http://elcomercio.pe/gastronomia/peruana/boom-gastronomico-aumenta-llegada-turistas-importantes-escuelas-culinarias-noticia-491124>
- Canales, C. (2013). El sector turismo contribuye al PBI con el 6 % y 7%. *El peruano*, pág. 1. Recuperado de <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=15639>
- Canales, C. (1 de mayo de 2013). *Empleo en el sector turismo crecería 9 % Perú*. (P. 21, Ed.) Recuperado de <http://peru21.pe/economia/empleo-sector-turismo-creceria-9-2129018>
- Chiavenato, I. (2015). *Introducción a la teoría General de la Administración*. México, México: Chiavenato.
- Comercio. (11 de febrero de 2014). Propuesta de una ruta turística orientada a la observación marina. *El Comercio*
- Comercio, E. (21 de 01 de 2013). Perú ocupó el puesto 52 en Marca País. *El Comercio*
- David, F. (2008). *Modelo de Gerencia estratégica*. México: Upiicsa.
- Díaz, J. (4 de Mayo de 2013). *Qué es un diagnóstico empresarial*. Recuperado de <http://www.emprendices.co/que-es-un-diagnosticoempresarial/?PageSpeed=noscrip>
- DIRCETUR. (MAYO de 2014). *Asociación de artesanos en Catacaos*. Dirección de Comercio Exterior y Turismo, Piura, Piura. Recuperado de www.dircetur.gob.pe

- ENAHU, E. N. (2012). *RPP NOTICIAS*. Recuperado de <http://rpp.pe/peru/actualidad/indice-de-desempleo-disminuyo-en-2-en-piura-noticia-501037>
- EXCELTUR. (2013). *La Actividad turística creció en España en 2013 por el aumento de la demanda internacional*. Recuperado de <http://www.rtve.es/noticias/20140115/actividad-turistica-crecio-06-espana-2013-aumento-demanda-internacional/849820.shtml>
- Gamarra, F. (17 de julio de 2012). La construcción repunta en mayo por el boom de los proyectos mobiliarios. *La República*, pág. 1.
- García, V. (2010). *¿Qué es la econometría?*
- Guido, R. (2011). *Glosario Ambiental Turístico y Hotelería*. Argentina: Universidad Nacional de Lanús.
- INEI. (2013). *El PBI en hoteles y restaurantes en Piura*. estadístico, Instituto Nacional de Estadística e Informática, Piura. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones.../libro.pdf>
- INEI. (2013). *La inflación del Perú fue 2.86%*. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Lima. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/peru-cerro-2013-inflacion-286-reporto-inei-2085058>
- INEI. (2013). *Población de distritos de Piura*. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Piura. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/buscador/?tbusqueda=POBLACI%C3%93N+DISTRITOS+DE+PIURA>
- INEI. (2014). *La tasa de desempleo en Perú en el 2013 fue 6 %*. Instituto Nacional de Estadística e Informática, Lima. Recuperado de <http://larepublica.pe/columnistas/el-pronostico/la-tasa-de-desempleo-en-el-peru-19-03-2014>
- Jochamowitz, J. (7 de 05 de 2014). Avance del turismo receptivo bajo a 6% en primer bimestre. *El Comercio*. Recuperado de <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=15639>
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía*. En *Macroeconomía una visión Global*. España: Reverte.
- Leyva, C., Caro, M., & Pérez, H. (2010). *Influencia de la inversión en el subsector turístico sobre los niveles de empleo en Mérida, Yucatán*. Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Yucatán, México.
- Lombo, H. (2010). *Teoría del empleo y desempleo. consideraciones para el caso Colombiano*. Colombia.

- Marrero, J., & Huete, R. (2013). *La opinión pública sobre el empleo turístico en la comunidad valenciana*. Tesis de maestría, Universidad de la Laguna y Universidad de Alicante, España.
- Martín, I., & Gaspar, A. (2010). *Administración de los Recursos Humanos en las empresas turísticas*. España: Pirámide.
- Mendoza, G. (2012). *Análisis del sector turismo en Cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad*. Tesis de pregrado, Universidad del Rosario, Bogotá. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3662/1018407436-2012.pdf%3Fsequence%3D3>
- Mercado, H., & Palmerín, M. (2012). *El turismo y su impacto en la economía de México y del estado de Michacán*. México: eumed. Recuperado de www.eumed.net/rev/turydes/12/mmvpc.html
- Meyer, E. (2013). *El turismo generó más de un millón puestos de trabajo en ocho años*. TELAM, Argentina. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201308/27512-el-turismo-genero-mas-de-un-millon-de-puestos-de-trabajo-en-ocho-anos.html>
- MINCETUR. (2009). *Conceptos fundamentales de turismo*. Ministerio de Comercio Exterior y turismo, Lima.
- MINCETUR. (2009). *Ley General de turismo N° 29408*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Lima. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf
- MINCETUR. (2013). Perú tuvo el ingreso por divisas de 3,700 millones de dólares. *Diario Gestión*.
- MINTRA. (2009). *Boletín de estadísticas ocupacionales N°3. I Trimestre restaurantes y hoteles*. Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, Perú. Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/beo/BEO2009-I_3.pdf
- MINTRA. (2012). *Glosario de términos de temas de empleo*. Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo, Lima, Lima.
- Moreré, N., & Perello, S. (2013). *El turismo cultural, patrimonio, museo y empleabilidad*. Argentina.
- OIT. (2011). *Tendencias mundiales del empleo*. Recuperado de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---.../wcms_150442.pdf
- OIT. (2012). *Crisis del empleo juvenil en América Latina y el Caribe*. América Latina. Recuperado de http://www.lim.ilo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2496:oit-consulta-a-jovenes-de-america-latina-y-el-caribe-sobre-la-crisis-del-empleo-juvenil&catid=117:ultimas-noticias&Itemid=1305

- OIT. (2012). *El turismo es clave para ofrecer más y mejores empleos a jóvenes*. Lima.
- OMT. (2007). *Entender el turismo glosario básico*. Organización Mundial del Turismo, España.
- OMT. (2009). *El estudio de la Oferta y la Demanda de formación de los recursos humanos en el sector turístico en América Latina. Informe final de la OMT*. América Latina. Recuperado de http://www.segib.org/...Informe%20Final%20SEGIB-OMT_051009%5B2%5D.pdf
- OMT. (2014). Recuperado de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-09-15/el-turismo-internacional-suben-un-5-en-la-primera-mitad-del-año>
- Porto, N. (2004). *Economía del turismo un enfoque desde la teoría del comercio Internacional*. Tesis doctoral, Universidad de la Plata, Argentina.
- PROMPERÚ. (2011). *Piura los atractivos turísticos*. Comisión de la Promoción del Perú para la exportación y el turismo, Lima. Recuperado de www.promperu.gob.pe
- PROMPERÚ. (2013). *El perfil del turista Extranjero que visita Piura*. Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, Piura.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: EUNED.
- Quiroga, H. (2010). *Hotelería y Turismo : Manual de Administración hotelera*. España: Dally.
- Rodrigo, Y. (Marzo de 2014). La llave del éxito. *Diario Ladevi Travel*, 3.
- SELA. (17-19 de OCTUBRE de 2013). *Las relaciones de América Latina y el Caribe con el medio oriente : Situación actual y áreas de oportunidad*. Recuperado de http://www.agci.cl/attachments/article/695/T023600004688-0-Relaciones_de_ALC_con_el_Medio_Oriente.pdf
- Silva, J. (10 de mayo de 2013). Turismo en Perú generó un millón 81,035 empleos el año pasado. *Diario 16*. Recuperado de <http://diario16.pe/noticia/27159-mincetur-turismo-en-peru-genero-un-millan-81-035-empleos-el-año-pasado>
- SUNAT. (2013). Recuperado de <http://www2.sunat.gob.pe/pdt/pdtModulos/independientes/renta2011/cartillas/cartilla-Renta3ra-2011.pdf>
- Szmulewicz, P. (2008). *Generación de empleo y desarrollo de recursos humanos en turismo rural. El caso de la comunidad valenciana*. Tesis doctoral , Universidad de Valencia, España.
- Tinoco, E. (2012). *El turismo es clave para ofrecer más y mejores empleos a jóvenes*. Lima. Recuperado de www.oit.org.pe

Type, E. (2012). Recuperado de <http://peruecoturism.blogspot.pe/2012/07/el-ecoturismo-en-la-actualidad.html>

Valencia, J. (2010). Diccionario de términos turísticos. España.

Vizcarra. (9 de Abril de 2014). *vizcarra proyectos*. Recuperado de <http://vizcarraproyectos.com/web/plan-de-negocio-para-implementar-un-hotel-5-estrellas-en-el-balneario-de-colan/>

Zapata, M., & Borrego, C. (2013). *La influencia del turismo en el desarrollo local de las comunidades de Huanchaco y Moche de Trujillo-Perú*. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

Zuñiga Q., J. (19 de Marzo de 2014). *La tasa de desempleo en el Perú*. Recuperado de <http://larepublica.pe/columnistas/el-pronostico/la-tasa-de-desempleo-en-el-peru-19-03-2014>





Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: “La actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA	CONCLUSIONES
<p>Problema general</p> <p>¿Qué relación existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora, en el período 2005-2013?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.</p>	<p>Hipótesis General.</p> <p>La actividad turística está relacionada directamente con la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.</p>	<p>V. dependiente</p> <p>Generación de Empleo</p>	<p>Indicadores cuantitativos</p> <p>•Cantidad de empleados en hoteles y restaurantes en los distritos en estudio</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Aplicada porque tiene un marco teórico en una realidad social con el ánimo de mejorar y de generar un enfoque en particular.</p>	<p>Conclusión General</p> <p>Existe una relación directa y se comprobó con el modelo econométrico propuesto que tiene validez en términos generales.</p>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Qué relación existe entre el número de hoteles, restaurantes,</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>-Determinar la relación de número de hoteles, restaurantes,</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe una relación directa entre el número de hoteles, restaurantes,</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Actividad Turística</p>	<p>Actividad Turística</p> <p>Indicadores cuantitativos</p>	<p>Diseño No experimental porque el investigador no tiene el control sobre la variable independiente (actividad</p>	<p>Conclusiones específicas.</p> <p>Para la contrastación de la hipótesis en el modelo econométrico se</p>

flujo de turistas y la Población Económicamente Ocupada (PEA) en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005 -2013?	flujo de turistas y la Población Económicamente Activa Ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.	flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada (PEA) en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.		Flujo de turistas nacionales y extranjeros.	turística), y el fenómeno o hecho ya ha ocurrido cuando el investigador realiza el estudio.	afirma que existe una relación directa entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turistas y la Población Económicamente Activa ocupada en estas empresas.
--	--	--	--	---	---	--

¿Cómo ha evolucionado la Población Económicamente Activa ocupada en hoteles y restaurantes en Los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?	Demostrar la evolución de la población económicamente activa ocupada en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.	La Población económicamente activa ocupada en hoteles y restaurantes se incrementó en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.	Variable independiente Actividad Turística	Actividad Turística Indicadores cuantitativos -Crecimiento de hoteles y restaurantes.	Nivel Es correlacional ya que se demostrará que el empleo depende de la actividad turística Enfoque Cuantitativo basado en datos estadísticos necesarios para procesar el método econométrico	Que la Población Económicamente Activa ocupada, ha evolucionado positivamente, incrementándose a través del tiempo
--	--	--	---	--	--	--

<p>¿Cómo ha evolucionado el número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?</p> <p>¿Cuál es la situación del sector turismo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el 2013</p>	<p>Demostrar la evolución del número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.</p> <p>-Elaborar un diagnóstico de sector turismo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el 2013.</p>	<p>El número de hoteles, restaurantes y flujo de turistas se incrementó en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013</p> <p>El sector turismo ha mejorado significativamente en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el 2013.</p>			<p>Población y muestra</p> <p>El tamaño muestral de la población representada por la cantidad de hoteles, restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán (Paita), Máncora (Talara).</p> <p>Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará el muestreo probabilístico simple.</p>	<p>Que el número de hoteles y restaurantes han evolucionado Positivamente.</p> <p>Con el diagnóstico del sector turismo se elaboró la matriz FODA, y se pudo evidenciar debilidades y amenazas las cuales después de ser analizadas se pueden transformar en fortalezas y oportunidades para la formulación de estrategias que mejoren el turismo en estas zonas, lo que permitiría poder competir a nivel nacional.</p>
---	--	---	--	--	---	--

Anexo 2: Data para el modelo econométrico

Período	PEA	hoteles y restaurantes	Turistas nacionales y extranjeros	n° hoteles y restaurantes
		0.12%	69822	653
2005		0.12%	60657	674
		0.13%	68309	720
		0.13%	64379	740
		0.12%	78265	726
2006		0.13%	61769	736
		0.13%	72501	752
		0.17%	74349	879
		0.14%	86344	793
2007		0.16%	73309	887
		0.13%	84718	796
		0.17%	83625	912
		0.17%	95151	941
2008		0.17%	75153	952
		0.16%	90271	855
		0.19%	87333	987
		0.21%	102554	1077
2009		0.18%	85295	952
		0.19%	93555	985
		0.19%	101727	1002
		0.23%	101030	1151

2010	0.18%	85051	1026
	0.19%	101667	1029
	0.19%	109359	1029
	0.21%	50430	1185
2011	0.20%	102235	1169
	0.21%	116776	1179
	0.18%	117603	1082
	0.22%	132713	1210
2012	0.22%	129140	1215
	0.23%	128395	1264
	0.23%	137256	1252
	0.25%	155514	1368
2013	0.23%	120093	1275
	0.23%	122880	1444
	0.23%	129175	1423

Fuente: DIRCETUR

Elaboración Propia



Anexo 3: Diseño de propuesta

“REALIZACIÓN DE UN CONVENIO ENTRE LAS MUNICIPALIDADES, LAS EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS E INSTITUTOS DE TURISMO Y GASTRONOMÍA PARA BRINDAR CAPACITACIÓN GRATUITA A LOS ALUMNOS DE QUINTO AÑO DE SECUNDARIA”

I INTRODUCCIÓN

1.1 Propósito y contenido

En “La actividad turística y la generación de empleo en los distritos de Piura, Catacaos, Colán, Máncora en el período 2005-2013” se propone un convenio entre las municipalidades, las empresas de servicios turísticos e institutos de Turismo y Gastronomía para brindar una capacitación gratuita de seis meses a los 500 alumnos del quinto año de secundaria, de precaria situación económica y a la vez, el Municipio tendrá que llevar una propuesta a los institutos para que cobren un precio accesible para que este pueda subvencionar dicha capacitación.

Para ello, se tendrá en cuenta los colegios con alumnado del nivel socioeconómico pobre, se hace una selección de estos y se les invita para ser capacitados. Los municipios también deberán firmar convenios con empresas turísticas: hoteles, restaurantes y agencias de viaje para que contraten a estos estudiantes capacitados en los hoteles como: botones, housekeeping (jefe de limpieza), asistentes de limpieza. En los restaurantes como: mozos o meseras, asistentes de cocina. En las agencias de viaje como guías de turismo. Al realizarse este convenio con la cadena de servicios turísticos se generarán nuevas ofertas de empleo.

II. ANTECEDENTES

Definición del problema.

Se ha podido observar que el sector turismo en Piura, Catacaos, Colán y Máncora ha incrementando el flujo de turistas nacionales y extranjeros; el problema radica en que el personal que labora en las empresas turísticas no recibe capacitación permanente, y, por otro lado, no se tiene personal suficiente para ofrecer un servicio de excelente calidad.

Oportunidad o situación que origina el proyecto

Sin lugar a dudas, el problema de investigación: ¿Qué relación existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013? A partir de allí es que nace la oportunidad de formular la propuesta entre las municipalidades, las empresas de servicios turísticos e institutos de Turismo y Gastronomía para brindar una capacitación gratuita a los alumnos pobres del último año de secundaria.

Propuesta

Se proyecta realizar un convenio entre las municipalidades, las empresas de servicios turísticos e institutos de Turismo y Gastronomía para brindar una capacitación gratuita a los alumnos del último año de secundaria de situación económica pobre, con deseos de superarse y trabajar en el sector turismo.

Beneficios

Para generar empleo en la actividad turística se realizarán las capacitaciones gratuitas, y serán beneficiados los alumnos precarios del último año de secundaria que tengan deseos de trabajar; esto les servirá de gran ayuda para poder desempeñarse en

los empleos que les brindarán los empresarios de servicios turísticos como son las agencias de viaje, hoteles y restaurantes.

III OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Realizar convenios entre las municipalidades, las empresas de servicios turísticos e institutos de turismo, hotelería y gastronomía para brindar capacitación gratuita durante seis meses a los alumnos del último año de secundaria de situación económica pobre con la finalidad de generar empleo.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar Convenio entre las municipalidades, institutos y empresas turísticas.
- Determinar cuáles son los institutos que van a impartir la capacitación y definir los cursos relacionados con el servicio turístico.
- Seleccionar a 500 alumnos de bajos recursos del quinto año de secundaria.
- Contratar al personal capacitado en las empresas turísticas.

IV DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

4.1 Realizar convenios entre las municipalidades, institutos de Turismo, Hotelería y Gastronomía y empresas turísticas

Las municipalidades ofrecerán financiar la capacitación de alumnos de situación económicamente precaria, por tal motivo le propone a los Institutos que hagan una concesión para que las cuotas por mes sean de s/100 NS por cada alumno y s/20 NS por matrícula. Por alumno el gasto de capacitación ascendería a s/620 NS. Al

finalizar la capacitación, estos deben ser contratados por las empresas turísticas (hoteles, restaurantes y agencias de viaje).

4.2 Determinar la institución encargada de brindar las capacitaciones y los cursos relacionados con el servicio turístico

Se visitará a todos los institutos y se realizará un convenio con las municipalidades para coordinar cuál va ser el costo de la enseñanza durante los seis meses. El convenio es para realizar una proyección a la comunidad al igual que las municipalidades y las empresas de servicios turísticos. Se tendrán en cuenta los cursos relacionados con el servicio turístico tales como; atención al cliente, calidad en el servicio y guiado de los atractivos turísticos.

4.3 Seleccionar a 500 alumnos de bajos recursos del quinto año de secundaria.

Realizar una selección de los colegios en donde los alumnos cuentan con escasos recursos económicos para que puedan participar en la capacitación que se desea realizar. El instrumento que se utilizará para la selección de alumnos serán encuestas.

4.4 Contratar al personal capacitado en las empresas turísticas.

Los hoteles, restaurantes se comprometerán a contratar a dichos estudiantes capacitados

para poder brindar un servicio de excelente calidad.

V BENEFICIOS DEL PROYECTO

5.1 Ayuda a los jóvenes de escasos recursos económicos.

5.2 Capacitación a los jóvenes para que laboren en el servicio turístico y lograr que este sea de calidad.

VI RESULTADOS

Los hoteles y restaurantes generarán empleo, y el personal estará capacitado para ofrecer un servicio de calidad.

Con el convenio que se realizará entre las municipalidades, institutos de Turismo, Hotelería y Gastronomía, y empresarios de servicios turísticos como resultado se generará fuentes laborales para los alumnos del quinto año de secundaria de escasos recursos económicos, los cuales recibirán capacitación por parte del instituto. El resultado es dar empleo a 500 estudiantes que estarán capacitados para dar una excelente atención al turista y un servicio de calidad.

VII CRONOGRAMA DE EJECUCION

N°	Actividades	Fechas
1	Realizar el convenio entre las municipalidades, institutos y empresas turísticas.	5 de enero de 2016
2	Determinar cuáles van a ser los institutos que van a dar capacitación.	19 de enero de 2016
3	Establecer los cursos relacionados con el servicio turístico.	26 de enero de 2016
4	Elaboración de una lista de colegios de las zonas de estudio.	2 de febrero de 2006
5	Aplicación de una encuesta para la selección de los 500 alumnos pobres del quinto año de secundaria.	9 de febrero de 2016
6	Redacción y entrega de la propuesta final.	16 de febrero de 2016
7	Realización de las capacitaciones gratuitas a los 500 alumnos del quinto año de secundaria durante seis meses.	2 de marzo hasta 2 de agosto termina la capacitación
8	Contratar al personal capacitado por las empresas turísticas.	5 de setiembre de 2016

Fuente y elaboración: propia

VIII PROPUESTA ECONÓMICA

La elaboración de la propuesta tiene un costo de **S/. 313,000, 000** nuevos soles, la cual será cancelada en tres armadas, para ello se necesita el apoyo financiero de las Municipalidades de Piura, Catacaos, Colán y Máncora con convenio previo entre los institutos y empresas de los servicios turísticos, como se indica en el siguiente cuadro:

N°	Descripción	Fecha	Requisito	Monto S/.
01	Primera armada Instituto posible para convenio: "CETURGHT", CEVATUR - Costo de la capacitación. Es de s/620 NS por 500 alumnos	2 Marzo- 2 Mayo	Presentación de Propuesta	310,000.00
02	Segunda armada : - Local que lo asignará la municipalidad durante los seis meses.	3 Mayo- 2 Julio 2016	Propuesta preliminar	2,000.00
03	Tercera armada : - Digitación, tinta, impresiones.	2 Julio- 2 Agosto 2016	Propuesta final	1,000.00

Fuente y elaboración: Propia

IX. CONCLUSIÓN

-La propuesta se formula con el fin de generar empleo a los estudiantes de quinto año de secundaria de situación precaria para laborar en las empresas de servicios turísticos.

-Los estudiantes capacitados brindarán una excelente atención al cliente y un servicio de calidad.

-Se realiza una proyección a la comunidad con el convenio entre las municipalidades, institutos de Turismo, Hotelería y Gastronomía y las empresas de servicios turísticos.

X CALIFICACIONES

-Nombre: Diana Angélica Ruiz Yenque.

-Licenciada en Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Alas Peruanas.

-Egresada de la Maestría de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Escuela de Turismo, Hotelería de la Universidad San Martín de Porres

-Certificado del Centro de Idiomas de UDEP- Inglés Pre intermedio.

-Estudios en Windows Word, Excel Avanzado, Paint, Spss, Microsoft Project desarrollado en el curso de Ofimática I y II UAP – 2008.

-Certificado de estudios realizados en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, en el curso de extensión profesional- CEP sobre “Turismo Receptivo” de la Universidad San Martín de Porres.

Período: 22 de febrero al 17 de marzo 2011.

XI BIBLIOGRAFIA

- www.promperu.com
- www.munipiura.gob.pe/turismo/centro3.shtml
- www.piuravirtual.com/pag_2_2

