

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS IDEAS**



ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRO EN EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

TESIS

**APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y
LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN LOS CENTROS DE HOSPEDAJE
TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE SAYÁN – HUAURA 2020**

Presentado por:

OSCAR ORLANDO RODRÍGUEZ VARGAS

ASESOR: DR. FERNANDO RAFAÉL VIGIL CORNEJO

**LIMA – PERÚ
2021**

Visualizador de documentos

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 03-may.-2022 10:41 a. m. -05
Identificador: 1827250573
Número de palabras: 26081
Entregado: 1

TESIS EJECUTIVA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS... Por Oscar Orlando Rodríguez Vargas

Índice de similitud 29%	Similitud según fuente	
	Internet Sources:	29%
	Publicaciones:	2%
	Trabajos del estudiante:	4%

[incluir citas](#)
[Excluir bibliografía](#)
[excluyendo las coincidencias < 2%](#)
 modo:

[imprimir](#)
[actualizar](#)
[descargar](#)

4% match (Internet desde 25-feb.-2021) http://repositorio.uiqv.edu.pe	✕
4% match (Internet desde 04-feb.-2021) https://economipedia.com/historia/historia-del-turismo.html	✕
3% match (Internet desde 27-mar.-2022) http://repositorio.uiqv.edu.pe	✕
3% match (Internet desde 15-feb.-2022) http://repositorio.uiqv.edu.pe	✕
3% match (Internet desde 07-ene.-2022) http://repositorio.uiqv.edu.pe	✕
3% match (Internet desde 10-mar.-2020) http://eprints.ucm.es	✕
3% match () Acosta Acosta, Fabiola María Elena. "Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones Turísticas, y las Ventas en las Agencias de Viaje del Distrito de Tacna, Período 2016.", Universidad Privada de Tacna, 2018	✕
2% match (Internet desde 10-mar.-2022) http://repositorio.uiqv.edu.pe	✕
2% match (Internet desde 13-feb.-2022) http://intra.uiqv.edu.pe	✕
2% match (Internet desde 13-feb.-2022) http://intra.uiqv.edu.pe	✕
2% match (Internet desde 03-oct.-2019) https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf	✕

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA NUEVOS TIEMPOS, NUEVAS IDEAS ESCUELA DE POSGRADO Dr. Luis Claudio Cervantes Liñán MAESTRÍA EN EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TESIS APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU IMPORTANCIA EN LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN LOS CENTROS DE HOSPEDAJE TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE SAYÁN – HUAURA 2020 Presentado por: OSCAR ORLANDO RODRÍGUEZ VARGAS ASESOR: DR. FERNANDO RAFAÉL VIGIL CORNEJO [LIMA – PERÚ 2021](#) ii [DEDICATORIA A Dios, por cuidarme y guiarme hasta estas instancias de mi vida. A mis padres Dione Alicia y Jorge que me brindaron su apoyo y amor incondicional, enseñándome que con esfuerzo y dedicación puedo lograr mis sueños. A mi novia Sonia por el apoyo y las fuerzas que me da para continuar con mis metas hasta lograrlo sin dejarme caer ante las dificultades y motivarme con mucha perseverancia hasta conseguirlo. Quedo agradecido. Oscar Orlando Rodríguez Vargas iii AGRADECIMIENTOS En primer lugar, agradezco a Dios por haberme guiado en todo momento de mi vida y permitiéndome cumplir con mis metas. En segundo lugar, a mis padres y a mi novia Sonia quienes me han dado el apoyo incondicional y la motivación suficiente para lograr lo que soy ahora, por todo el amor y comprensión que me han brindado en toda mi vida. \[A mis asesores y profesores de la escuela de postgrado de la UIGV, por compartir sus sabias enseñanzas y apoyarme\]\(#\)](#)

DEDICATORIA

A Dios, por cuidarme y guiarme hasta estas instancias de mi vida.
A mis padres Dione Alicia y Jorge que me brindaron su apoyo y amor incondicional, enseñándome que con esfuerzo y dedicación puedo lograr mis sueños.

A mi novia Sonia por el apoyo y las fuerzas que me da para continuar con mis metas hasta lograrlo sin dejarme caer ante las dificultades y motivarme con mucha perseverancia hasta conseguirlo.

Quedo agradecido.

Oscar Orlando Rodríguez Vargas

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme guiado en todo momento de mi vida y permitiéndome cumplir con mis metas.

En segundo lugar, a mis padres y a mi novia Sonia quienes me han dado el apoyo incondicional y la motivación suficiente para lograr lo que soy ahora, por todo el amor y comprensión que me han brindado en toda mi vida.

A mis asesores y profesores de la escuela de postgrado de la UIGV, por compartir sus sabias enseñanzas y apoyarme incondicionalmente, para así lograr mí tan anhelado sueño.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE CUADROS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Marco Histórico	3
1.2 Marco Teórico	12
1.3 Investigaciones relativas al objeto de estudio.....	30
1.4 Marco Conceptual.....	39
CAPITULO II. EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	43
2.1 Planteamiento del problema	43
2.1.1 Descripción de la realidad problemática	43
2.1.2 Definición del problema: General y Específicos.....	45
2.2 Finalidad y objetivos de la investigación	46
2.2.1 Finalidad	46
2.2.2 Objetivo General y Específicos	46
2.2.3 Delimitación del estudio.....	47
2.2.4 Justificación e importancia del estudio.....	47
2.3 Hipótesis y variables.....	48
2.3.1 Supuestos teóricos.....	48
2.3.2 Hipótesis, principal y específicas.....	49
2.3.3 Variables e indicadores.....	50
CAPITULO III. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	51
3.1 Población y muestra.....	51

3.1.1	Población.....	51
3.1.2	Muestra.....	51
3.2	Tipo, Nivel, Método y Diseño de Investigación.....	51
3.2.1	Tipo de investigación.....	51
3.2.2	Nivel de Investigación.....	52
3.2.3	Método y Diseño.....	52
3.3	Técnica (s) e instrumento (s) de recolección de datos.....	53
3.3.1	Técnicas.....	53
3.3.2	Instrumentos.....	53
3.4	Procesamiento de datos.....	54
3.4.1	Confiabilidad del Instrumento.....	54
CAPITULO IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....		56
4.1	Presentación de resultados.....	56
4.2	Contrastación de hipótesis.....	89
4.2.1	Prueba de hipótesis específicas.....	90
4.3	Discusión de resultados.....	97
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		103
5.1	Conclusiones.....	103
5.2	Recomendaciones.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....		105
ANEXOS.....		108

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Variables e Indicadores.....	50
Cuadro 2 Estadístico de Fiabilidad Sobre el Instrumento	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de Acceso a la Información	57
Figura 2 Mejorar el Nivel de Acceso a la Información	58
Figura 3 Nivel de Manejo de la Información	60
Figura 4 Mejorar el Nivel de Manejo de la Información.....	61
Figura 5 Nivel de Orden de la Información.....	63
Figura 6 Mejorar el Nivel de Orden de la Información	64
Figura 7 Nivel de Comprensión de la Información	65
Figura 8 Mejorar el Nivel de Comprensión de la Información	67
Figura 9 Nivel de Comunicación a Tiempo.....	68
Figura 10 Mejorar el Nivel de Comunicación a Tiempo.....	69
Figura 11 Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa.....	71
Figura 12 Mejorar el Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa	72
Figura 13 Nivel de Recursos Turísticos en los Centros.....	74
Figura 14 Mejorar el Nivel de Recursos Turísticos.....	75
Figura 15 Nivel de Oferta Turística en los Centros.....	76
Figura 16 Mejorar el Nivel de Oferta Turística.....	78
Figura 17 Nivel de Infraestructura Turística en los Centros	79
Figura 18 Mejorar el Nivel de Infraestructura Turística.....	80
Figura 19 Nivel de Infraestructura Cultural en los Centros.....	82
Figura 20 Mejorar el Nivel de Infraestructura Cultural.....	83
Figura 21 Nivel de Calidad de Vida	84
Figura 22 Mejorar el Nivel de Calidad de Vida	86

Figura 23 Nivel de Contaminación de la Población	87
Figura 24 Reducir el Nivel de Contaminación de la Población	88

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Nivel de Acceso a la Información	56
Tabla 2 Mejorar el Nivel de Acceso a la Información	58
Tabla 3 Nivel de Manejo de la Información.....	59
Tabla 4 Mejorar el Nivel de Manejo de la Información	61
Tabla 5 Nivel de Orden de la Información	62
Tabla 6 Mejorar el Nivel de Orden de la Información	64
Tabla 7 Nivel de Comprensión de la Información.....	65
Tabla 8 Mejorar el Nivel de Comprensión de la Información.....	66
Tabla 9 Nivel de Comunicación a Tiempo.....	68
Tabla 10 Mejorar el Nivel de Comunicación a Tiempo	69
Tabla 11 Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa	70
Tabla 12 Mejorar el Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa.....	72
Tabla 13 Nivel de Recursos Turísticos en los Centros	73
Tabla 14 Mejorar el Nivel de Recursos Turísticos	75
Tabla 15 Nivel de Oferta Turística en los Centros	76
Tabla 16 Mejorar el Nivel de Oferta Turística	77
Tabla 17 Nivel de Infraestructura Turística en los Centros.....	79
Tabla 18 Mejorar el Nivel de Infraestructura Turística	80
Tabla 19 Nivel de Infraestructura Cultural en los Centros	81
Tabla 20 Mejorar el Nivel de Infraestructura Cultural	83
Tabla 21 Nivel de Calidad de Vida	84
Tabla 22 Mejorar el Nivel de Calidad de Vida.....	85

Tabla 23 Nivel de Contaminación de la Población	87
Tabla 24 Reducir el Nivel de Contaminación de la Población.....	88
Tabla 25 Correlación de Spearman - hipótesis específica 1	91
Tabla 26 Correlación de Spearman - hipótesis específica 2.....	92
Tabla 27 Correlación de Spearman - hipótesis específica 3.....	93
Tabla 28 Correlación de Spearman - hipótesis específica 4.....	94
Tabla 29 Correlación de Spearman - hipótesis específica 5.....	95
Tabla 30 Correlación de Spearman - hipótesis específica 6.....	96

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de coherencia interna

Anexo 2 Instrumento de Recolección de Datos (Encuesta)

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo, determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación y las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020. Respecto a los aspectos metodológicos del trabajo, el tipo de investigación aplicado, de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal, la población de estudio estará integrada por 245 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura, la muestra estuvo conformada por 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura, a los cuales se les aplicó un instrumento que constó de 24 preguntas, con alternativas de respuesta múltiples utilizando la escala de Likert. Se procedió a analizar los resultados, luego se realizó la contrastación de hipótesis, utilizando la prueba estadística conocida como coeficiente de correlación de Spearman, debido a que las variables de estudio son cualitativas. Finalmente, se pudo determinar que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye y se relaciona significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

Palabras claves: Tecnologías, información, comunicación, centros de hospedaje, turismo.

ABSTRACT

The objective of this research work was to determine the influence of the application of information and communication technologies and the development strategies in tourist accommodation centers of the Sayán - Huaura 2020 district.

Regarding the methodological aspects of the work, the type of research was the Explanatory and the applied level.

The study population will be made up of 245 workers from the tourist centers of the Sayán - Huaura district.

The sample consisted of 150 workers from the tourist centers of the Sayán - Huaura district, to whom an instrument consisting of 24 questions was applied, with multiple response alternatives using the Likert scale.

The results were analyzed, then hypothesis testing was carried out, using the statistical test known as Spearman's correlation coefficient, since the study variables are qualitative.

Finally, it was determined that the application of information and communication technologies significantly influences the development strategies in the tourist accommodation centers of the Sayán - Huaura 2020 district.

Key words: Technologies, information, communication, lodging centers, tourism.

INTRODUCCIÓN

El permanente avance en el desarrollo de las tecnologías, en particular las que tienen que ver con la información y las comunicaciones (TIC), sumado al ambiente competitivo desatado por la globalización, han provocado una verdadera revolución en la industria del turismo a nivel mundial, generando nuevos modelos de negocio, redefiniendo objetivos y estrategias, cambiando la estructura de los canales de distribución y reinventando procesos. Proveedores, agentes turísticos y consumidores han sido impactados por las nuevas tecnologías. Sistemas de información y herramientas electrónicas que permiten minimizar las barreras de tiempo y distancia, facilitan el acceso a fuentes de información y potencian el desarrollo de nuevos productos y servicios, además, inciden favorablemente en la eficiencia operativa de las organizaciones, la calidad de los servicios prestados, el acercamiento con los clientes y la coordinación de actividades entre los diversos actores (públicos y privados) que intervienen en el turismo. En el transcurso de los últimos años, los avances en las tecnologías de la información y las comunicaciones, en especial de Internet, permiten tener acceso en línea, las 24 horas del día, los 365 días del año, a: información actualizada de todos los países del mundo, servicios meteorológicos, herramientas para calcular el cambio de divisas, horarios internacionales, facilidades de búsqueda, conversión de medidas, y en general, a toda la información referente al lugar de destino, con objeto de que el trayecto resulte familiar y seguro. Se cuenta con servicios de reservación y compra en línea, con lo que se evita a los viajeros, desplazamientos, largas filas y esperas innecesarias. Para quienes deciden adquirir el viaje, se les entrega personalmente su boleto y documentación en la dirección que elijan, con objeto de quitarles esa preocupación y ahorrarles tiempo. Así mismo, pueden pagar de manera segura por medio de una tarjeta de crédito. Comprender las necesidades y expectativas de sus

clientes ofrece a los proveedores la posibilidad, mediante tecnología, de ajustar a las preferencias de ellos cualquier tipo de búsqueda de información turística y enviarles puntualmente las mejores ofertas y novedades disponibles.

Es por esta razón, que la presente tesis, pretende determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación y las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

El presente trabajo fue estructurado en una serie secuencial de capítulos, estableciéndose así en el primero de ellos los fundamentos teóricos, donde se incluyen los antecedentes de la investigación, marco teórico, así como el marco conceptual correspondiente.

El segundo capítulo, que se titula el problema de la investigación, abarcó la descripción de la realidad problemática, delimitación de la investigación y planteamiento del problema, así como los objetivos, hipótesis y las variables e indicadores, luego concluyéndose con la justificación e importancia del estudio.

En el tercer capítulo, se muestra la metodología empleada, comprendiendo la misma el tipo y diseño, población y muestra, así como la técnica e instrumento de recolección de datos y las técnicas de procesamiento y análisis de datos.

En el cuarto capítulo, titulado presentación y análisis de resultados, se consideró la presentación de resultados, discusión de resultados y contrastar la hipótesis.

Finalmente, en el quinto capítulo se menciona las conclusiones que se arribaron durante el presente trabajo de investigación, así como también las recomendaciones que corresponda.

CAPITULO I. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Marco Histórico

Aplicación de las tecnologías de información y comunicación

La Organización Mundial del Turismo (OMT) promovió el turismo como actividad socioeconómica relacionada con el descanso recreativo y la libertad de movilización. Los países adoptaron las directrices de la OMT para estructurar un marco conceptual y regulatorio del turismo mundial. Se pueden distinguir diferentes tipos de turismo, como recreacional, de naturaleza, cultural, histórico y étnico. El turismo experiencial surge cuando un lugar de destino se prepara para recibir a los visitantes exigentes sin perder el confort. Se consolidaron tendencias como el turismo rural, verde, agroturismo, turismo de aventura, ecoturismo y etnoturismo. Sin embargo, el sector turístico se vio afectado por la crisis de la COVID-19, con descensos significativos en el flujo de turistas internacionales en todo el mundo. La región Asia-Pacífico mostró las mayores disminuciones, seguida del Oriente Medio, Europa y África. Las Islas del Caribe experimentaron un repunte debido a la percepción de menor riesgo de contagio (Rodríguez & Prieto, 2022).

De acuerdo con Cubillos (2012), El avance de las tecnologías en el campo de la electrónica inicia en años 70, fue el comienzo de la nueva era digital. “Los avances científicos en el campo de la electrónica tuvieron dos consecuencias inmediatas: la caída vertiginosa de los precios de las materias primas y la preponderancia de las TIC (Information Technologies) que combinaban esencialmente la electrónica y el software”.

Sin embargo, los avances en este campo de las nuevas tecnología de la información y la electrónica propuestas desde inicio de la década de los 80 a llevado a la integración de la informática, electrónica y las telecomunicaciones posibilitando la interrelación entre ellas.

Como resultado, las tecnologías de la información y las comunicaciones(TIC) se han convertido en un área clave para la "Nueva Economía".

De esta manera, el autor destaca que los criterios de éxito para una organización o empresa dependen cada vez en gran medida de su capacidad para adaptarse a las innovaciones tecnológicas y de su habilidad para saber explotarlas en su propio beneficio.

“La Informática es la ciencia del tratamiento automático de la información a través de un computador (llamado también ordenador o computadora). Entre las tareas más populares que ha facilitado esta tecnología se encuentran: elaborar documentos, enviar y recibir correo electrónico, dibujar, crear efectos visuales y sonoros, maquetar folletos y libros, manejar la información contable en una empresa, reproducir música, controlar procesos industriales y jugar” complementa Cubillos.

Tal como señala el autor, El término "informática" proviene del francés "informatique" y se forma a partir de la combinación de las palabras "information" y "automatique" para referencia a la automatización de la información realizada por los sistemas informáticos.

“La informática es un amplio campo que incluye los fundamentos teóricos, el diseño, la programación y el uso de las computadoras u ordenadores”.

Asimismo, el concepto de información utiliza las computadoras, un componente indispensable en la sociedad moderna para procesar datos con ahorro de tiempo y esfuerzo.

Empleando las palabras de Cubillos: “Si nos ceñimos a la definición que de tecnología hacen Harvey Brooks y Daniel Bell, el uso de un conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de un modo reproducible, podríamos decir que las Tecnologías de Información, más que herramientas generadoras de productos finales, son procesos científicos cuyo principal objetivo es la generación de conocimientos, que a la postre incidirán en los

modos de vida de las sociedades, no sólo en un ámbito técnico o especializado, sino principalmente en la creación de nuevas formas de comunicación y convivencia global”.

“Se podría establecer un punto de semejanza entre la revolución de las Tecnologías de la Información y la Revolución Industrial, cuya principal diferencia reside en la materia prima de su maquinaria, es decir, pasamos de una eclosión social basada en los usos de la energía a una sociedad cuyo bien primordial ha pasado a ser el conocimiento y la información” (Cubillos, 2012).

Adicionalmente, Según el autor, las ciencias, la microelectrónica, la computación (hardware y software), las telecomunicaciones y, según algunos analistas, la ingeniería genética puede ser incluidas en esta gran área. La última, a través de la decodificación, manipulación y reprogramación de los datos genéticos de la materia viviente.

Cubillos enfatiza que la revolución de las Tecnologías de la Información es un momento importante y crítico en la sociedad global desde el punto de vista histórico. Esto se debe a que ha penetrado en todas las áreas de la vida humana como un agente externo, sino como un motor que impulsa activamente las interacciones sociales.

Durante los últimos diez años del siglo pasado, se ha discutido enormemente la posibilidad de una nueva de oscurantismo informativo, causada por una especie de lucha contra el tiempo para obtener y generar información y conocimientos. “Sin embargo, las nuevas tecnologías de la información representan una oportunidad singular en el proceso de democratización del conocimiento, pues los usuarios pueden tomar el control de la tecnología, que usan y generan, y producir y distribuir bienes y servicios. Podría pensarse que las TI han abierto un territorio en el cual la mente humana es la fuerza productiva directa de mayor importancia en la actualidad” complementa el autor.

En consecuencia, Cubillos describe la capacidad del ser humano para transformar su pensamiento en bienes y servicios y distribuirlos a nivel mundial, no solo dentro de una frontera local. La forma en que vivimos, dormimos, soñamos y morimos ha sido significativamente alterada por las tecnologías de la información.

Finalmente, el autor hace referencia a las palabras de Jean Paul Sartre cuando dice que “no se trata de preguntarnos si la historia tiene un sentido, sino de que, ya que estamos metidos hasta el cuello, debemos darle el sentido que nos parezca mejor y prestar toda nuestra colaboración para las acciones que lo requieran. Esto se aplica perfectamente a la participación ciudadana activa en el desarrollo de las Tecnologías de la Información a nivel mundial, lo que por ende incidirá en el crecimiento económico, político, social y cultural de las naciones” (Cubillos, 2012).

Estrategias de desarrollo

Según Coll (2020), el turismo ha tenido una gran evolución a lo largo de la historia. Desde las cruzadas templarias para la conquista de Tierra Santa hasta la aparición del avión, el turismo ha vivido una gran cantidad de avances que, tras siglos de historia, lo han posicionado como uno de los mayores sectores económicos en la economía mundial.

A continuación, el autor hará un repaso del desarrollo del turismo a lo largo de la historia:

El turismo en la Edad Antigua

El turismo, tal y como se conoce en el siglo XXI, nace en el siglo XIX. La Revolución Industrial, en un contexto global, provocó un crecimiento exponencial de los viajes y los desplazamientos entre territorios. Con fines muy distintos, tales como las guerras, el ocio, el comercio, la conquista, así como otro tipo de fines, el turismo no ha dejado de crecer, en función que iban desarrollándose todas las infraestructuras y el transporte.

Sin embargo, aunque el turismo como tal considere sus inicios en el siglo XIX, Coll sostiene que este existe desde el inicio de la historia. Ya en la Edad Antigua, el imperio romano diseñó y construyó infraestructuras para promover el transporte entre los distintos territorios que poseía el imperio. Las calzadas romanas, de las que todavía se conservan grandes restos, fueron consideradas las primeras carreteras de la historia, por donde los romanos viajaban de un lado a otro.

“También en la Grecia clásica se desarrolló el turismo. Los viajes y desplazamientos de personas entre las distintas ciudades que conformaban el territorio griego representaban una imagen muy fidedigna de lo que hoy conocemos como turismo. Los juegos olímpicos, por ejemplo, celebrados en la ciudad de Olimpia, atraía a muchísimos ciudadanos de distintas partes del territorio griego. Esto hacía que miles de personas se desplazaran hasta la ciudad, con el fin de poder asistir a los juegos olímpicos” postula el autor.

La expansión territorial de Roma y Grecia motivó la creación de infraestructuras que facilitarían una mejor conexión entre regiones. Los griegos promovieron el transporte y la migración entre los distintos territorios mediante la creación de una conexión a través de las calzadas romanas mencionado anteriormente, así como toda la infraestructura marítima..

El turismo en la Edad Media

El sistema feudal deberá el turismo debido a la caída del imperio romano y la descentralización de los feudos, según Coll. La Edad Media fue un período de intensos conflictos bélicos que disminuyeron la popularidad del turismo. Debido a las relaciones de vasallaje entre los ciudadanos que no pudieron abandonar las tierras del señor feudal, así como la descentralización en pequeños feudos enfrentados entre sí, se redujo la frecuencia de las migraciones en comparación con la Edad Antigua.

Pese a esto, otros imperios como el islam, el cual, si poseía un extenso territorio conquistado, si ejerció el turismo entre sus territorios. La peregrinación de los islámicos a La Meca, así como todos los movimientos transfronterizos que realizaban los ciudadanos del imperio islámico entre los territorios conquistados, constituyeron rutas turísticas que fomentaban el transporte y el traslado de personas.

Asimismo, el autor destaca que la extensión de la religión cristiana en las grandes ciudades incentivó, en parte, el turismo religioso.

En otras palabras, las continuas expediciones a Tierra Santa, así como las cruzadas para la conquista del territorio que, para la religión cristiana, albergaba el origen del cristianismo, provocó que los desplazamientos se sucediesen con más frecuencia.

Sin embargo, tanto en el islam como en el cristianismo, estos movimientos eran más bien obligados por la propia religión que por deseos o impulsos personales de los viajeros.

El turismo en la Edad Moderna

En la edad moderna, con la creación de los estados y la transición hacia la desaparición del feudalismo, la historia del turismo ha experimentado momentos significativos y un fuerte impulso en el sector.

Principalmente debido a la introducción de las posadas y los hoteles, que dieron lugar a lo que actualmente se conoce como turismo. Coll afirma que estas zonas de descanso permitían a los viajeros descansar en lugares diferentes a sus lugares de origen, lo que originó el término de turista, que ya conocíamos.

El autor enfatiza que, durante la Edad Moderna, el turismo vive un gran auge sobre todo en el turismo de ocio. En otras palabras, el turismo que se realiza con fines de diversión, descanso y recreación. La mayor estabilidad institucional, hasta el comienzo del periodo de

entreguerras en la Edad Contemporánea, dota de mayor seguridad a los ciudadanos para las migraciones entre territorios. Es aquí cuando los británicos comienzan a impulsar tendencias como la del “Grand Tour”.

Una ruta que los jóvenes aristócratas británicos realizaban por Europa, con motivo de culturizarse y completar su formación en materias como el arte, las lenguas y el comercio. También aparecen las termas. Este tipo de lugares ganan una fuerte popularidad entre los ciudadanos de la Edad Moderna.

Edad Contemporánea

Durante la Edad Contemporánea, ocurren importantes acontecimientos que marcan la historia del turismo. Es en este momento en que el turismo experimenta el crecimiento necesario para mantener su impulso.

Los avances en tecnología e industria impulsaron el turismo y lo aumentaron en uno de los principales sectores económicos mundiales.

“Y es que, en la Edad Contemporánea, por ejemplo, se produce una expansión económica, así como un fuerte incremento de las rentas, en los distintos territorios europeos. La Revolución Industrial había llegado a Gran Bretaña y, junto con la posterior industrialización de Bélgica, así como el resto de los territorios europeos, el afianzamiento de la burguesía provoca que estos incrementos de renta se traduzcan en mayores recursos para viajar y visitar otros lugares” complementa el autor.

Asimismo, según Coll, “la consolidación de los territorios coloniales como potencias económicas en el mundo, donde ya se había establecido un negocio completamente directo entre territorios, provoca la migración de miles de personas a los Estados Unidos”.

La nueva tierra de oportunidades que, incluso, tuvo que implantar cartillas para controlar los flujos migratorios, pues estos eran una gran masa de gente. Esto, incentivado con el desarrollo de los transportes, provocó un fuerte incremento de los flujos turísticos.

El autor revela que “es en este preciso momento cuando James Watt desarrolla la máquina de vapor. Esto hace que la industria del ferrocarril, así como el ferrocarril en sí mismo, se extienda por todo el planeta”.

Tanto los países industrializados como los no industrializados desarrollan infraestructuras para fomentar la instalación de ferrocarriles en sus territorios y conectarlos entre sí. El turismo fue sin duda uno de los principales impulsores que impulsaron el desarrollo económico.

De esta manera, Coll describe “que comenzaron a extenderse las agencias de viajes, como la quebrada Thomas Cook, o la American Express, que se dedicaba al transporte de mercancías. El ferrocarril y la navegación marítima a vapor provocan un fuerte impulso para el desarrollo y la profesionalización del sector turístico. Es en este momento cuando se va consolidando un sector turístico de gran importancia para la economía. Un sector turístico que comienza a desarrollar subsectores paralelos”.

Dicho con palabras del autor “Y así es como comienza a desarrollarse el sector turístico. Posteriormente, la aparición de nuevas herramientas como el automóvil, con Henry Ford, así como el avión y los grandes barcos de transporte, incentivaron ya ese impulso final que provocó el posicionamiento del sector turístico como uno de los mayores sectores de nuestra economía. Siendo paralizado únicamente por el periodo de entreguerras, el turismo comienza a ganar presencia en la economía, experimentando un gran impulso tras la segunda guerra mundial. Un impulso que llegó a considerarse como el boom turístico”.

Finalmente, se concluye que “la estabilidad, la cooperación internacional, así como la paz establecida entre todos los territorios, también los acuerdos en Bretton Woods provocaron un fuerte impulso de un sector turístico que, posteriormente ya en el siglo XXI se convertiría, por detrás de la industria y con un peso en el producto interior bruto (PIB) mundial superior al 10%, en el segundo mayor sector de la economía global” (Coll, 2020).

1.2 Marco Teórico

Aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación

Según Raffino (2020), cuando se habla “de las TICs “hace referencia a un grupo diverso de prácticas, conocimientos y herramientas, vinculados con el consumo y la transmisión de la información y desarrollados a partir del cambio tecnológico vertiginoso que ha experimentado la humanidad en las últimas décadas, sobre todo a raíz de la aparición de Internet”.

Según el autor, "no existe un concepto claro de las TIC, pero este término se emplea de manera similar al de la Sociedad de la Información". En otras palabras, se utiliza para referirse al cambio de paradigma en la forma en que usamos la información en la actualidad en comparación con épocas pasadas. Esto tiene que ver con muchas cosas diferentes, como las relaciones amorosas, las finanzas corporativas, el entretenimiento e incluso el trabajo diario.

“Con ello se quiere decir que las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han revolucionado nuestra manera de vivir, permitiendo la invención de nuevos bienes y servicios, de nuevos métodos de comercialización y cobro, así como medios alternativos para el flujo de la información, que no siempre son legales o pasan por áreas controladas de la sociedad” (Raffino,2020).

Hoy en día, las TIC permiten la comunicación instantánea ya través de grandes distancias geográficas, superando fronteras y fomentando el proceso de interconexión mundial conocido como globalización , según el autor.

Ventajas de las TICs

Raffino destaca las siguientes virtudes de las TICs: “su mayor velocidad, capacidad y distribución de la información permiten que usuarios de distintas partes del planeta pueden conectarse usando computadores y otros aparatos especializados, para comunicarse de

múltiples maneras y emprender diversas transacciones: comprar y vender objetos e información, compartir datos personales, conversar en tiempo real, incluso jugar videojuegos en línea aún sin hablar el mismo idioma”.

A juicio del autor: “Esto, no cabe duda, ha revolucionado la vida cotidiana. La información que antes estaba en los libros, en servicios especializados y bases de datos, hoy está dispersa en los múltiples pasillos de la Red y puede circular mucho más libre y democráticamente, aunque a ratos de manera mucho menos organizada. La idea del servicio postal y de la mensajería dieron un vuelco, también: bastan un teléfono inteligente con cámara y conexión a Internet para compartir información con alguien del otro lado del mundo”.

Además, se da a conocer que “las TICs inauguraron áreas de trabajo especializado y nuevas formas de consumo de bienes y servicios, como son los Community Manager empresariales o como hacen los Freelancers a distancia. Incluso han dejado su huella en las relaciones interpersonales y amorosas, que ya no perciben la distancia como algo insalvable”.

Desventajas de las TICs

“No todo es positivo con las TICs. Entre otras cosas, han fomentado una dispersión de la información, desprovista de sistemas de catalogación y legitimación del conocimiento, lo cual se traduce en mayor grado de desorden del contenido (como ocurre con Internet) e incluso acceso prematuro al mismo, fomentando la ignorancia y la irresponsabilidad en el gran público, incapaz de discernir si las fuentes son confiables o no” manifiesta Raffino.

Adicionalmente, el autor enfatiza que “estas nuevas tecnologías han impulsado una enorme exposición de la vida íntima y personal, además de la obligación de una conexión permanente a las distintas comunidades virtuales que se han establecido, dando pie a conductas adictivas o poco saludables, y a nuevas formas de riesgo. El autismo cultural, el aislamiento social y la hiperestimulación infantil, así como los enormes riesgos a la

privacidad, son algunos de los inconvenientes que más preocupan alrededor de las TICs actualmente” (Raffino, 2020).

Nivel de acceso a la información

Como afirma Unesco (2017), “la información puede cambiar la manera en que se ve el mundo que nos rodea, nuestro lugar en él y la manera en que se organiza la vida para aprovechar al máximo los beneficios disponibles gracias los recursos locales. La adopción de decisiones basada en hechos puede modificar considerablemente nuestras perspectivas políticas, sociales y económicas”.

La libertad de información se relaciona directamente con la libertad de expresión. Por lo tanto, el derecho al acceso a la información puede interpretarse dentro de los marcos jurídicos que respaldan la libertad de información en lo que respecta a la información que está en manos de los órganos públicos o en un sentido más amplio, incluyendo la información de que disponen de otras partes.

“La libertad de información y la transparencia que promueve tienen una consecuencia directa en la lucha contra la corrupción, lo que a su vez tiene un efecto tangible en el desarrollo. El ex presidente del Banco Mundial, James Wolfensohn, solía indicar que la corrupción de las autoridades era el principal obstáculo al desarrollo y que un sector independiente de medios de comunicación era el instrumento primordial de la lucha contra la corrupción pública” declara el autor.

Unesco sostiene que “la libertad de información no garantiza el acceso. Aún en caso de que las autoridades sean modelos en cuanto a la divulgación, poniendo la información en línea mediante el gobierno electrónico, la población no podría ejercer plenamente su autonomía sin un medio de acceso a esa información. La posibilidad de conectarse a Internet y los recursos telemáticos son cruciales para un acceso irrestricto a la información”.

Esto también se aplica al acceso a las noticias nacionales o internacionales, o incluso para brindar opciones de medios de comunicación pluralistas. Si la falta de conectividad o equipamiento puede destacar la brecha digital y las diferencias en conocimiento entre los países en desarrollo y desarrollados, los grupos dentro de un país pueden verse aún más marginados debido a su incapacidad para acceder a la información que circula en Internet.

Empleando las palabras del autor: “No debemos subestimar la importancia del acceso a las tecnologías y la infraestructura, que aún escasean cruelmente en muchas partes del mundo. En efecto, ¿qué pueden significar los conceptos de “revolución digital” o “sociedad de la información” para el 80 por ciento de la población mundial que todavía no tiene acceso a las instalaciones básicas de telecomunicaciones, o para los cerca de 860 millones de personas analfabetas, o para los dos mil millones de habitantes del planeta que todavía carecen de electricidad? De aquí que se justifique plenamente la prioridad otorgada a la reducción de la brecha digital en todos sus aspectos”.

Se concluye que “aprender a utilizar las nuevas tecnologías o, en otras palabras, adquirir conocimientos básicos sobre los medios de comunicación y la información debe ser un objetivo primordial, a medida que esos adelantos se generalizan en el ámbito del acceso a la información y su intercambio” (Unesco, 2017).

Nivel de manejo de la información

De acuerdo con Gastelum (2020), “el manejo de información requiere el desarrollo de determinadas capacidades en la persona para que se pueda llevar una buena indagación al margen más apegado de lo que realmente se quiere saber”. A continuación, se citará las capacidades más importantes para realizar con éxito este proceso:

“1: Determinar necesidades de información.

Partir de intereses, necesidades, inquietudes o carencias propias para llenarte de conocimientos a través de la investigación esto requiere preguntarse o cuestionarse par a una vez finalizada tu información te respondas tus interrogantes, definir claramente lo que se quiere saber.

2: Planear la búsqueda de información.

Definir objetos de acuerdo con las necesidades de la información, determinar un plan de actividades para llevar un seguimiento ordenado como las tareas, objetivos, medios, recursos, determinar tiempos para la realización de cada tarea etc.

3: Usar estrategias de búsqueda.

Esto nos hace referencia al hacer una fabricación de herramientas que nos puedan ayudar a la organización de la búsqueda como el uso de palabras claves, subtemas, lectura rápida, subrayado, elaborar fichas de contenido, usar el índice temático etc.

4: Identificar y registrar fuentes.

Estos nos son de gran ayuda para obtener algo muy importancia dentro de una búsqueda, que es la realización de una bibliografía. Saber que puedo encontrar encada lugar, determinarme a ciertas fuentes, evaluar la confiabilidad de las fuentes, distinguir la fuente de información del medio de información.

5: Discriminar y evaluar información.

Esto nos forja un objetivo ver de qué calidad queremos nuestra información a través del uso de la discriminación de la información, hacer referencia a las técnicas de distinguir lo general y lo particular de la información, emplear criterios para captar seleccionar y organizar, ser capaz de ver la información que forme una evolución de mi trabajo positivamente, hacer una retroalimentación tantas veces como sea posible.

6: Procesar para producir información propia.

Dar una patente propia y no solo hacer el uso del copiar y pegar si no hacer una síntesis de diferentes tipos de información, dominar y aplicar principios de análisis y síntesis de información, ser capaz de hacer una reflexión y conclusión, hacer uso de cuadros sinópticos, esquemas, o tablas” (Gastelum, 2020).

Nivel de orden de la información

Dip (2018) alude que “en la Web existen millones de páginas con información que los usuarios modifican, eliminan y agregan constantemente. Para poder ubicarse en esa cantidad de información, es imprescindible aprender a buscar. Existen fundamentalmente dos formas de acceder a la información que los distintos sitios de internet ofrecen: directamente con las direcciones electrónicas de los sitios o mediante los buscadores”.

En la opinión del autor: “La manera más sencilla y directa de acceder a un sitio Web es escribiendo en el navegador, la dirección del sitio al que se desea acceder. La única dificultad es que necesitamos conocer la dirección electrónica del mismo, de lo contrario habrá que usar buscadores. La dirección del sitio trabaja don el Localizador de Recursos Uniformes o URL, es una dirección dentro de Internet que identifica a cualquier tipo de documento por medio de su descripción y su ubicación en la red. Ejemplo de estructura de una dirección URL:

<http://utn.edu.ar/>”.

Según Dip, “las páginas web están guardadas en servidores situados por todo el mundo. Al introducir en el navegador una URL o al hacer clic en un vínculo, se envía una petición al servidor que aloja la página. El servidor envía la página web a tu computadora y tu navegador la muestra en la pantalla”.

El autor da a conocer que “en Internet no existe un único ordenador central al que acudir, sino que la información se encuentra dispersa, en equipos situados por toda la red, en lugares desconocidos normalmente. En términos informáticos, esta situación se describe

diciendo que la información se encuentra distribuida, lo que conlleva la necesidad de herramientas y criterios de localización”.

“Una fuente de datos se considera localizada cuando se conoce su dirección Internet, consistente en cuatro grupos de números (0-255) que identifican de forma única una máquina dentro de todo el conjunto de redes. Existe un mecanismo que nos oculta las auténticas direcciones, bastante difíciles de memorizar, por cierto, y las sustituye por nombres mucho más intuitivos. Una dirección propia de Internet tiene la siguiente forma: “195.76.188.2”, mientras su alias es "nodo50.org". Es lo que se llama dirección IP” agrega Dip.

Como este “tipo de direcciones resultan poco prácticas a la hora de agendarlas o memorizarlas, existe un servicio denominado DNS (Sistema de Nombres de Dominio) que traduce las direcciones de IP en nombres sencillos y más significativos para los usuarios, según el autor. Las direcciones electrónicas son únicas e irrepetibles en Internet, ya que se representan algo así como un domicilio o una casilla de mensajes”.

Asimismo, un problema relacionado con la naturaleza distribuida de la red es la capacidad de saltar o moverse de una fuente de datos a otra. El protocolo de transferencia de hipertexto HTTP alcanzó su nivel más avanzado, ya que permitió incluir enlaces y otros documentos relacionados dentro de un documento, ya sea en la misma fuente de datos o en una remota, lo que facilitó la navegación fácil. La eficacia depende de lo siguiente, según Dip, porque cambiar entre fuentes de datos situados en lugares muy diferentes requiere una variedad de rutas o caminos.

“-Canal de comunicaciones variable.

-Lejanía física del servidor de información.

-La sobrecarga del servidor”.

El autor finaliza añadiendo que, dado que existen franjas horarias a lo largo del día en las que los servidores sufren picos de acceso que provocan auténticos embotellamientos en las autopistas de la información, son las tan conocidas “horas pico”. Recuerden que están en una red mundial, es decir, las horas de mayor afluencia varían si el servidor al que queremos acceder es europeo, americano, asiático, etc. (Dip, 2018).

Nivel de comprensión de la información

Desde la posición de Pinto (2019), “comprender y organizar la información implica ser capaces de hacer una representación mental de lo que el texto ha significado para nosotros, integrando de forma coherente la información del texto en la subjetividad de nuestros conocimientos y esquemas y luego organizarla (selección de ideas principales, elaboración de resúmenes, esquemas y mapas.) con el fin de poder incorporar esa información a nuestra base de conocimiento”.

El autor considera que comprender un texto es ser capaces de encontrar, en el archivo mental (la memoria), la configuración de esquemas que nos permiten explicar el texto en forma adecuada.

Según Pinto, hay dos tipos de memoria que actúan durante el proceso de comprensión:

La memoria a corto plazo, con capacidad limitada, nos permite almacenar datos durante un breve período de tiempo.

La memoria con capacidad ilimitada a largo plazo permite el procesamiento de datos y la integración de nuevo conocimiento con el conocimiento ya existente.

Finalmente, el autor destaca los siguientes puntos para lograr la comprensión de la información:

“-Es importante comprender el significado de todas las palabras que aparezcan en el texto.

-Conviene tener a mano un diccionario para consultar el significado de aquellas palabras que no conozcamos.

-Cuanto mejor se comprenda un concepto, más fácilmente se recordará” (Pinto, 2019).

Nivel de comunicación a tiempo

Tal como expresa Guerra (2020), es vital que una organización sea capaz de “diseminar información de manera clara, ordenada y en tiempo real. Los niveles de estrés y ansiedad de los colaboradores seguramente estarán más controlados si ellos saben que tienen a su disposición una plataforma a la que pueden ingresar cuando quieran, estén donde estén, y encontrar ahí todo lo que necesitan para sanar sus dudas, conocer el posicionamiento de la organización y enterarse de lo que está pasando día a día, teniendo en cuenta la velocidad de los cambios”.

“Gestionar la comunicación interna estratégicamente significa utilizar la tecnología para imprimir más dinamismo al flujo de información y posibilitar que todos tengan acceso a las noticias y acontecimientos que, de alguna forma, impactan a la organización de manera transversal, indistintamente del nivel jerárquico, atribución o lugar de trabajo” precisa el autor.

Guerra propone que, si la organización no toma las riendas de este proceso, actuando de manera proactiva, abre espacio para temores, dudas, “conversaciones de pasillo” e inquietudes, que tienen el potencial de amplificar el impacto de la crisis y, de esa forma, afectar el compromiso de los colaboradores y el clima organizacional.

Tal como lo hace notar el autor: “Aceptar los cambios y adaptarse a nuevos modelos de trabajo, como el home office, que ha sido adoptado masivamente, es mucho más fácil si las personas se sienten parte, si son consideradas. Por lo tanto, más allá de diseminar información, la organización debe preocuparse de generar instancias de diálogo e interacción”.

Por último, se sugiere que la clave para navegar esta crisis de la mejor forma posible es, por medio de la comunicación, reforzar los vínculos de confianza, darles voz a los colaboradores y priorizar siempre la transparencia. Tu organización no tiene todas las respuestas y no es capaz de saber qué tan profundos serán los impactos de esa contingencia para su operación. Sin embargo, al abrir espacio al diálogo, es posible enfrentar esos momentos con más tranquilidad, de manera que todos puedan apoyarse mutuamente para mirar hacia el futuro y seguir avanzando con aún más empeño y motivación (Guerra, 2020).

Nivel de comunicación efectiva y precisa

Como lo hace notar Raffino (2020), “la comunicación efectiva es aquella en la que el emisor y el receptor codifican un mensaje en forma equivalente. De esta manera, el mensaje es transmitido de forma exitosa: el receptor comprende el significado y la intención del mensaje emitido”.

El autor afirma que para que la comunicación sea efectiva, es crucial que el emisor sepa con claridad lo que quiere transmitir y esté al tanto de las cualidades de la persona o personas a las que quiere enviar el mensaje.

“En la comunicación efectiva, el emisor debe ser, o al menos parecer, creíble para quienes reciben el mensaje.

Para esto, la clave es demostrar que entiende, que es una voz autorizada sobre lo que se está comunicando. A la vez, debe transmitirlo de la mejor forma posible, con conceptos claros y precisos, para que no haya malentendidos ni interpretaciones erróneas” sugiere Raffino.

El autor concluye que “el mensaje formulado por el emisor no debe ser solo racional ni solo emocional, sino combinar ambas dimensiones. De esta forma, a quienes no los conmuevan los elementos emocionales pueden convencerlos los racionales y viceversa. Pero,

además, puede ser una buena estrategia para acaparar la atención del receptor del mensaje” (Raffino, 2020).

Estrategias de desarrollo

Gambarota y Lorda (2017) describen que “en los últimos años el turismo se ha convertido en un factor fundamental de desarrollo socioeconómico de los países, habiéndose otorgado a escala mundial, mucha importancia al desarrollo de distintas actividades relacionadas con el ocio y la recreación, con miras a satisfacer las crecientes e innovadoras demandas de los turistas”.

“Esta situación se halla enmarcada en tendencias o pautas de consumo en que las personas se encuentran inmersas, a causa de las nuevas tecnologías de comunicación y a la creciente necesidad de salir de la rutina que le producen sus actividades cotidianas.

Por otro lado, este proceso constituye una oportunidad de crecimiento y desarrollo para territorios que desarrollan nuevos destinos o actividades turísticas, atrayendo, de esta manera, nuevas dinámicas a su territorio que le permiten mayor diversificación de la economía y mejor calidad de vida para la población residente” agregan los autores.

De acuerdo con Gambarota y Lorda, relacionado a la cuestión planteada, se está dando una reconversión de la importancia de lo local frente a lo global, lo que posibilita una oportunidad nueva y diferente de desarrollo regional. Además, se encuentran las políticas públicas, que en forma de planes de fomento y promoción (la implementación de fines de semana largos, propiciados por el agrupamiento de feriados), influyen para que cada persona opte, utilizando su tiempo de ocio, para consumir turismo.

En ese sentido, “las concepciones más recientes sobre desarrollo, según los autores, se observan en propuestas tales como: desarrollo regional o endógeno, desarrollo a escala humana, desarrollo sustentable y desarrollo agropolitano”.

Bustos Cara afirma que “la búsqueda de una teoría que enmarque las actividades de intervención y mediación del desarrollo es fundamental”; significa pasar de una concepción tradicional del desarrollo a una nueva visión, como algo construido a partir de las capacidades de los actores locales.

Con base en los referido por Gambarota y Lorda: “Es necesario un marco de acción con la finalidad de encauzar las acciones a realizar para propiciar el desarrollo de un lugar.

En el caso de la actividad turística, han surgido muchos destinos sin una planificación previa, sin tomar en cuenta a los lugareños, los beneficios ni las consecuencias que traería aparejado su implementación; esto ha traído como resultado que, en numerosas oportunidades, surjan inconvenientes ambientales, de capacidad de carga, de insuficiencia de servicios públicos y/o degradación del paisaje, entre otros”.

Los autores argumentan que “la teoría del desarrollo endógeno se apoya en las contribuciones que han hecho los economistas clásicos y los contemporáneos, recuperando los aportes de Joseph Schumpeter y Simon Kuznets sobre formación de capital, cambio tecnológico y aumento de la productividad; Alfred Marshall y Paul Rosenstein Rodan sobre la organización de la producción y rendimientos decrecientes; Francois Perroux y Edgar M. Hoover sobre los polos de crecimiento, desarrollo urbano y economías de aglomeración; Ronald Coase y Douglas North sobre el desarrollo de las instituciones y la disminución de los costes de transacción”.

“Esta teoría sostiene que el desarrollo es un proceso territorial, de construcción social, en el que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo impulsor de los procesos de transformación de la empresa y de la sociedad. En ella se integran la economía y lo sociocultural en un proyecto sustentable que involucra a la sociedad local teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida de la población” se da a conocer por estos autores.

Por otro lado, Gambarota y Lorda aluden que el desarrollo regional comienza a ser tenido en cuenta a partir de la década de los años 70', cuando el Estado ve disminuida su capacidad de brindar condiciones de bienestar a la población, a partir de la incidencia del proceso de globalización y la descentralización de las decisiones públicas.

Asimismo, los autores citan a Sergio Boisier, quien define el desarrollo endógeno como “el progreso permanente de la región, de la comunidad regional como un todo y de cada persona en ella”.

Según estos Gambarota y Lorda, el modelo de desarrollo endógeno en América Latina se inscribe de la siguiente manera:

“-Concepciones y programas promovidos por organismos de planificación nacional y/o regional (planificación para el desarrollo), que proponían el equilibrio regional y la integración territorial sobre un planteo <top down>.

-Transformaciones y crisis del rol del Estado, que ha renunciado y/o desnaturalizado funciones que le resultan esenciales (la educación, la atención a la salud, la seguridad de los ciudadanos) y transfiere responsabilidades propias a la sociedad civil, lo cual da origen al surgimiento de ONG, que cumplen el rol de intercambio de información, búsqueda de apoyos y formulación de reclamos en salvaguarda de la sociedad civil.

-Incorporación del territorio puesto que la gente vive, trabaja y se relaciona en un lugar determinado, cuya observación es de interés para la planificación regional”.

De esta manera, se concluye que el desarrollo endógeno es la denominación atribuida a un modo de organización socioeconómica, sobre el cual las comunidades locales y regionales expresan y concretan sus propias propuestas de desarrollo comunitario.

La forma de realización de este modelo es de adentro hacia afuera y de abajo hacia arriba. De esta manera, de acuerdo con Gambarota y Lorda, ello permite:

“-Reconocer e identificar las necesidades y potencialidades reales de una comunidad.

-Integrar de modo participativo a los ciudadanos en el proceso de identificar oportunidades y la toma de decisiones.

-Generar conciencia acerca de un desarrollo sustentable y compatible con la conservación del medio ambiente”.

Los autores concluyen que este modelo tiene consecuencias sobre la organización social en su concepción, la participación política y las necesidades sociales y económicas, en particular, el nivel de empleo, la creación de valor a partir de recursos locales, la formación de capital social (inclusive capital humano) y la sostenibilidad del medio ambiente (Gambarota y Lorda, 2017).

Nivel de recursos turísticos

Como señala Entorno Turístico (2016), los recursos son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock (en español: conjunto de mercancías o productos que se tienen almacenados en espera de su venta o comercialización); son “materia prima” para las atracciones.

El autor hace referencia a Glare Gunn, investigador norteamericano que señaló en la revista *Tourism Educators News Letter* que: “a menos que haya lugares interesantes, divertidos y que valga la pena visitar, no hay necesidad de los servicios de hospedaje y comida”.

“Es decir, se debe tomar en cuenta que el recurso turístico es el elemento básico para poder desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia; es

alrededor de estos que se pueden crear servicios como: hoteles, restaurantes, centros de diversión, entre otros” precisa Entorno Turístico.

Por último, se destaca que los recursos turísticos en la mayoría de las ocasiones terminan por constituir el elemento principal que motiva el desplazamiento de los turistas, esencialmente por ocio. Asimismo, el autor enfatiza que es fundamental un correcto análisis del potencial de aprovechamiento que tienen estos recursos a fin de que se haga buen uso de ellos y no se “exploten” de sobre manera, ya que la gran mayoría pueden sufrir daños permanentes (Entorno Turístico, 2016).

Nivel de oferta turística

Desde el punto de vista de Glosario Turismo (2018), “la oferta turística comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista”.

En consecuencia, tal como lo hace notar el autor, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

“-Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.

-Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes sean turistas”.

Asimismo, Glosario Turismo define que la oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Dicho con las palabras del autor, la oferta turística se compone de tres elementos fundamentales:

“-Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

-Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos...

-Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.” (Glosario Turismo, 2018).

Nivel de infraestructura turística

Según Páez (2020), la infraestructura turística es el conjunto de instalaciones físicas y dotación de bienes y servicios de un país o región destinada a atender visitantes extranjeros.

Algunos ejemplos de estos elementos son instalaciones de alojamiento y gastronómicas, transporte, servicios de alquiler de productos, excursiones, etc., como lo hace notar el autor.

Adicionalmente, Páez revela que esta infraestructura comprende instalaciones con fines comerciales, de ocio, educativos, culturales y otros.

El autor analiza que la infraestructura turística puede clasificarse de diferentes formas. Por ejemplo, se puede clasificar según el titular de la propiedad:

“-Pública: Es la infraestructura proveída por las instituciones del Estado. Esta, incluye el tipo de infraestructura que el mercado podría no proveer de forma accesible. Por ejemplo, caminos y carreteras. Asimismo, se incluyen en esta clasificación otro tipo de instalaciones que provee el Estado como hoteles y centros culturales.

-Privada: Constituye las instalaciones proveídas por el sector privado. En esta sección se incluyen edificaciones, y la dotación de bienes y servicios.

-Mixto: Finalmente, también se consideran instalaciones en las que tienen participación el sector público y privado. Por ejemplo, las telecomunicaciones e información” (Páez, 2020).

Nivel de infraestructura cultural

De acuerdo con Mincultura Colombia (2013), la infraestructura, como intervención del hombre sobre el territorio, está profundamente vinculada con la organización y el funcionamiento de la sociedad y evidencia el nivel de desarrollo de una comunidad.

“Si la cultura es, según la conocida definición de la Unesco, “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias”, la infraestructura para la cultura o la infraestructura cultural, es, sin duda, una poderosa herramienta para promover el desarrollo económico y social y para integrar a las comunidades y generar su bienestar” indica el autor.

Tal como expresa Mincultura Colombia, la infraestructura cultural es uno de los elementos más evidentes de la identidad de un pueblo o de un grupo humano. La historia de la humanidad ha estado marcada por las construcciones que los seres humanos han hecho para acompañar y representar desde los actos más sencillos de su vida cotidiana, hasta la conmemoración de sus gestas históricas, los significados de la muerte o los ritos y ceremonias del encuentro y la festividad.

El autor considera que no se puede hacer referencia a la cultura de un pueblo sin el reconocimiento de los lugares que ha construido a través del tiempo para aproximarse a lo sagrado, impartir justicia, socializar a los integrantes de la comunidad o celebrar sus diversas

fiestas y conmemoraciones. La construcción de esos lugares, así como la asignación de sentido que sobre ellos lleva a cabo la comunidad, es el testimonio de sus creencias y comprensiones de la vida y el mundo, de sus relaciones con el entorno, del acervo de sus tradiciones y de su sentido de futuro (Mincultura Colombia, 2013).

Nivel de calidad de vida de la población

Como afirma Westreicher (2020), la calidad de vida es un conjunto de factores que da bienestar a una persona, tanto en el aspecto material como en el emocional. Es decir, la calidad de vida son una serie de condiciones de las que debe gozar un individuo para poder satisfacer sus necesidades. De manera que no solo sobreviva, sino que viva con comodidad.

Según el autor, la calidad de vida abarca diversos aspectos, los cuales pueden ser subjetivos, como el disfrutar del tiempo libre para un hobby, u objetivos, como el disponer de una vivienda con todos los servicios básicos.

A juicio de Westreicher: “Una forma de medir la calidad de vida puede ser el índice de desarrollo humano (IDH). Este es un indicador nacido de la mano del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que mide el nivel de desarrollo de cada país atendiendo a variables como la esperanza de vida, la educación o el ingreso per cápita”.

El autor concluye agregando que el indicador es realizado desde 1990 por parte de la ONU, sustituyendo los análisis de crecimiento previos, los cuales no destacaban el aspecto humano y su desarrollo, y se centraban especialmente en el punto de vista más del bienestar económico. En otras palabras, anteriormente solo se observaba el crecimiento del producto interior bruto (PIB) (Westreicher, 2020).

Nivel de contaminación

Roldán (2017) sostiene que la contaminación es la presencia de elementos o sustancias que son nocivas para la salud humana o para la vida en general. Puede afectar al agua, la

tierra, el aire u otros componentes del medio en el que viven seres humanos u otros organismos.

En ese sentido, el autor refiere que la contaminación es una alteración o degradación del ambiente y sus componentes. Tiene un efecto negativo sobre la salud y la biodiversidad. Asimismo, esta puede ocasionar graves enfermedades a los humanos, extinción de especies y un desequilibrio general en el planeta.

“La causa más importante de la contaminación es la acción humana. Entre los principales factores tenemos la producción con tecnologías que dejan desechos en el ambiente, el consumo excesivo, la sobreexplotación de recursos, y la falta de control sobre la emisión de ruidos, ondas magnéticas, radiación u otras externalidades negativas” indica Roldán.

Además, el autor alude que la contaminación no sólo tiene efectos perjudiciales sobre la vida, sino que también sobre la economía. De acuerdo con un estudio de la OCDE, podría costar 2,6 billones de dólares al año, o el 1% del PIB mundial, para el año 2060. Los costos estimados se relacionan con gastos médicos, pérdida de trabajo por enfermedad y disminución de la producción agrícola (Roldán, 2017).

1.3 Investigaciones relativas al objeto de estudio

En primer lugar, se mencionará el antecedente **“Relación de la innovación y el uso de las TIC en las agencias de viajes minoristas de Miraflores, Lima, 2010-2016”** presentada ante la Universidad San Martín de Porres el año 2017 por María Núñez.

El objetivo que tuvo la presente investigación fue evaluar la relación de la innovación y el uso de las TIC en las Agencias de Viajes Minoristas de Miraflores de Lima, en el periodo 2010-2016.

El tipo de investigación es aplicada, de nivel evaluativo, el diseño corresponde al descriptivo no experimental. Las técnicas que se utilizaron en el proceso de recolección de datos fueron: observación directa y encuestas.

Núñez concluye lo siguiente:

“El análisis de la presente investigación se centró directamente en el ámbito de la comercialización y las relaciones entre los clientes e intermediarios de servicios turísticos.

El nivel de creatividad con un promedio de 65.20% de relación con el uso de las TIC en las agencias de viaje minoristas.

El nivel de competitividad en la innovación tecnológica esta con un nivel significativo de 79.05% de relación con el uso de las TIC en las agencias de viaje.

La aplicación de estrategias en los servicios en la innovación tecnológica esta con un promedio de 79.57% de relación con el uso de las TIC en las agencias de viaje.

En el contexto del desarrollo tecnológico esta investigación confirma la validez de la hipótesis nula postulada que la innovación tecnológica no está en relación directa con el uso de las TIC en las agencias de viaje minoristas con un 74.61% de relación entre las variables y consecuentemente un coeficiente de Spearman $r_s \geq -0.8$ por lo que se rechaza la H_1 .

Esto significa que las agencias de viajes minoristas de Miraflores utilizan las TIC por la necesidad de establecer una vinculación entre los proveedores turísticos como son líneas aéreas, hoteles, operadores turísticos, etc. y la exigencia de su mercado final (clientes) y no necesariamente por su búsqueda de innovar dentro de su visión empresarial.

Cabe destacar que esta investigación podría ser realizada en agencias de viajes mayoristas y tour operadoras que son las que realmente tienen el potencial para innovar y desarrollar productos y servicios utilizando tecnología de punta” (Núñez, 2017).

Luego, se citará la investigación relacionada **“Las tecnologías de la información y comunicaciones turísticas, y las ventas en las agencias de viaje del distrito de Tacna, periodo 2016”** presentada ante la Universidad Privada de Tacna el año 2018 por Fabiola Acosta.

Esta investigación se desarrolla con el fin de analizar el impacto de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en las agencias de viaje. Para esto en primer lugar se describe brevemente la historia de las TICS a través del tiempo.

La investigación es de tipo básica, de nivel correlacional y un diseño no experimental, transeccional correlacional-causal. La muestra de estudio fue de 38 agencias de viajes, vendedores de productos turísticos, calculada a través de la fórmula de muestreo para poblaciones conocidas.

Acosta concluye lo siguiente:

“1. La investigación permite determinar que las tecnologías de la información y comunicaciones generan impacto sobre las ventas de las agencias de viajes en el distrito de Tacna.

Este resultado se justifica en el análisis estadístico en el que se obtuvo un p-valor de 0.00, y un coeficiente R-cuadrado que explica que las ventas tienen variabilidad en un 63.09% dada la implementación de las TICS en las operaciones de las Agencias.

Este resultado revela la importancia de estas herramientas para asegurar el éxito de las operaciones de ventas de las Agencias Turísticas, las cuales deben mantenerse a la vanguardia tecnológica.

2. El nivel de desarrollo de las tecnologías de la información y comunicaciones de las agencias de viajes del distrito de Tacna es alto. Ello se comprueba dada una media de calificación de 3.80, lo cual revela este nivel de desarrollo por parte de las agencias, las cuales

toman en cuenta el uso de las tecnologías para asegurar un acceso la información de forma sencilla y rápida, contar con herramientas para el proceso de datos , generar transferencia de información, contar con almacenamiento de datos, automatización de las tareas, interactividad, optimización de los recursos, y lograr apertura de nuevas oportunidades de negocio y laborales. Todo ello gracias al uso de las TICS.

3. Tras analizar los niveles de ventas de las agencias de viajes del distrito de Tacna, se encontró que las empresas muestran niveles positivos en sus ventas, es decir altos, dada una media de calificación de 3.75, que explica ese resultado. Ello interpreta que las empresas mantienen niveles de ingresos monetarios alentadores y un flujo de clientes también alto, que garantiza el desarrollo de la empresa. Ello nos da a entender que las empresas están logrando efectos positivos en sus operaciones en el mercado local (Acosta, 2018).

A continuación, se hará referencia al antecedente **“Tecnologías de información y comunicación y su relación con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018”** presentada ante la Universidad Nacional del Altiplano el año 2019 por Edgar Hualpa.

La presente investigación tiene por objeto analizar la satisfacción del turista con relación al uso de las TICs en los hoteles de cuatro estrellas de la ciudad de Puno.

La investigación es de tipo descriptivo correlacional y el diseño no experimental, para medir la variable satisfacción, se recolectó la información utilizando un cuestionario del modelo SERVPERF, La muestra estuvo conformada por 200 huéspedes entre turistas nacionales y extranjeros. Luego, se analizó la información con el programa estadístico SPSS, donde se utilizó el análisis factorial, análisis de fiabilidad, estadística descriptiva y estadística inferencial.

Hualpa concluye lo siguiente:

“PRIMERA: Las Tecnologías de Información y Comunicación tiene una correlación positiva considerable con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018, ya que el valor ($r=0.743$) y el valor de la significancia es $p=0.000$.

Esto da entender que si hay una buena implementación adecuada de Tecnologías de Información y Comunicación como wifi, llaves magnéticas, aplicativos móviles, sistema de luz inteligente, sistema de reducción de ruido, alarma inteligente, calefacción inteligente, sistema de aire acondicionado, camas inteligentes, televisores inteligentes, en los hoteles de cuatro estrellas, la satisfacción del turista necesariamente será buena, por lo tanto, recomendará a sus amigos a que visiten tal establecimiento.

SEGUNDA: Con respecto a las Tecnologías de Información y Comunicación que cuentan los hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018, en promedio el 66.4% si cuentan con wifi, llaves magnéticas, aplicativos móviles, sistema de luz inteligente, sistema de reducción de ruido, alarma inteligente, calefacción inteligente, sistema de aire acondicionado, camas inteligentes, televisores inteligentes, mientras tanto el 33.6% no cuentan con los requerimientos de una buena tecnología de información y comunicación, esto indica que en promedio los hoteles si están implementados con las últimas tecnologías de información y comunicación.

TERCERA: Con respecto a la satisfacción de los turistas en los hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018, en promedio es satisfacción buena con una mayoría de 32.7%, también el 29.2% tienen una satisfacción muy buena, el 19.3% excelente, el 14.1% regular y el 4.7% tienen una satisfacción mala. Esto indica la conformidad y como una forma de agradecimiento por del trato que recibió el turista por parte del personal del hotel, por su paso de los hoteles de 4 estrellas de nuestra ciudad de Puno” (Hualpa, 2019).

Por otra parte, se encuentra la investigación relacionada **“El desarrollo comunicacional de tecnología móvil en el campo del turismo. Caso del Líbano”**

presentada ante la Universidad Complutense de Madrid el año 2015 por Rabih El Khatib.

El objeto de estudio de esta investigación es la comunicación turística a nivel social, con el uso de las nuevas tecnologías. Se estudia cómo éstas han contribuido al desarrollo del Turismo como fenómeno social y a su incorporación como un elemento de desarrollo de las comunidades.

Los métodos utilizados en esta investigación han servido para comprender más cabalmente lo que significa ser “investigador” y cómo desarrollar una tesis doctoral académicamente correcta.

El Khatib concluye lo siguiente:

“La aparición de “Turismática” ha generado cambios significativos en la forma en que se desempeña el Turismo tradicional, a la que no se ha escatimado el mundo laboral. Se ha transformado en un factor esencial para la industria turística, aumentando la productividad, mejorando y acelerando los procesos de comunicación.

Implementar Turismática en el negocio del turismo trae grandes beneficios. Además de aumentar la productividad y el posicionamiento a través de diferentes métodos sociales tales como los blogs y las redes sociales, la Turismática permite acelerar la comunicación, facilita el acceso a la información que día a día se sigue aumentando y generando, es decir, desde lo académico acceder a las actas, modificarlas, tener pleno conocimiento de los cambios que se generan a propósito del evento; desde lo comercial donde crece el conocimiento del control de patrocino, gestión de recursos, gestión de compras, órdenes de producción, con el fin de

cambiar el proceso de elevar a la productividad y mejorar la agilidad en la prestación de los servicios turísticos.

Desde lo profesional, la Turismática acelera el acceso a la información proporcionando una mayor eficiencia disminuyendo el número de llamadas telefónicas, y visitas a proveedores y clientes, lo que llevaría a una reducción en los costos, y generaría al mismo tiempo una mejor atención, más información sobre sus servicios y por lo tanto aumento en el número de clientes potenciales.

La Turismática puede permitir que la comunicación externa sea más rápida, mejor y sólida.

A partir de esto, también promueve una interactividad que reemplaza la relación presencial en tiempo presente, ya que proporciona una comunicación que puede ser sincrónica y asincrónica, es decir sin límites de tiempo y permite acceder a la información cuando se requiere, al mismo tiempo, es posible acceder desde cualquier parte del mundo proporcionando una interacción virtual con otras personas.

Las innovaciones en los sistemas de Turismática, representan hoy más que nunca un sistema clave para competir en un entorno complejo como los cambios de la demanda en los atributos de servicio turístico. Ante la nueva situación, las empresas deben contar con información completa y precisa para ayudar a analizar las situaciones y tomar las decisiones necesarias con más rapidez.

Por esta razón, muchas empresas del sector han comenzado a incorporar sistemas intensivos con el objeto de mejorar la gestión y la toma de decisiones, al tiempo servir de apoyo a las estrategias de negocios fijadas por las empresas” (El Khatib, 2015).

Asimismo, se hará mención del antecedente **“El impacto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en las estrategias de mercadeo en el turismo a nivel**

internacional” presentado ante la Universidad Interamericana de Puerto Rico el año 2015 por Verónica Cedeña.

El propósito de la investigación es analizar cuál es el impacto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en las estrategias de mercadeo en el turismo a nivel internacional. Además, se examinó en qué forma se utilizan las estrategias de mercadeo la tecnología de información y comunicación (TIC) en la industria del turismo.

La metodología de la investigación cualitativa de un diseño transeccional descriptivo. En la investigación se analizaron quince estudios relacionados con el uso de las TIC en el turismo y su impacto en las estrategias de mercadeo.

Cedeña concluye lo siguiente:

“1. Las TIC han alterado drásticamente la forma en que la información es transmitida a las empresas y clientes reduciendo distancias.

2. Las TIC crean mercados digitales para la gestión de cadenas de suministro y automatizan las transacciones, aumentando la eficiencia y la apertura a nuevos mercados.

3. Las estrategias de mercadeo utilizando las TIC proveen más información a los clientes sin la necesidad de intermediarios.

4. El comercio electrónico ha fomentado el desarrollo económico permitiendo el acceso de las empresas locales al mercado mundial.

5. El turismo a través de las TIC se ha convertido en una agencia virtual que las utiliza para comercializar y promover los destinos a nivel global, garantizando el suministro de información y los servicios necesarios para la planificación y disfrute de las vacaciones a los posibles turistas.

6. La tecnología provee a las compañías la alternativa de distribuir productos de manera más eficiente y les permite una comunicación efectiva ya sea a un cliente como a grandes grupos.

7. Las Tecnologías de Información y Comunicación han cambiado la forma cómo los clientes hacen sus compras”.

8. Uno de los elementos más importantes con la implantación de las TIC es la reducción de costos operacionales (Cedeña, 2015).

Por último, se presentará la investigación relacionada **“Análisis del uso de las TICs como herramienta para potencializar el turismo: Caso Cantón Colimes”** presentada el año 2018 ante la Universidad de Guayaquil por Rudy Reyes.

El presente proyecto tiene como objetivo potencializar el turismo en el cantón Colimes y se enfoca en el análisis del uso que hacen de las TIC’s, específicamente en las herramientas de internet para generar turismo en este cantón.

Para el desarrollo del proyecto se realizó recolección de datos históricos y visitas al sitio para identificar sus atractivos turísticos y se emplearon técnicas e instrumentos de investigación tales como la observación que se aplicó sobre las redes sociales y páginas web de los establecimientos turísticos privados, así como del GAD y de la prefectura del Guayas para identificar su contenido; entrevistas a los gestores de los lugares mencionados para conocer más sobre estos y sobre el uso que hacen de las TIC’s, obteniendo así información interna para su análisis posterior junto con la observación basados en el modelo seleccionado y por último las encuestas a los turistas para recopilar datos en cuanto a las preferencias relacionadas con la simbiosis TIC’s-turismo.

Reyes concluye lo siguiente:

No existe un método establecido y generalizado para el análisis del uso de herramientas de internet. La propuesta está planteada para ser gestionada por el GAD con mezcla de actividades y/o estrategias permanentes y a corto plazo.

Los establecimientos turísticos privados del cantón Colimes, están presentes en la mayor parte de las redes sociales existentes, pero no aprovechan al máximo los beneficios que les ofrecen las TIC's, debido al poco conocimiento del tema y a los bajos recursos que poseen.

El GAD hace uso de las redes sociales y de su página web sólo con el propósito de comunicar sobre las gestiones que realiza y no específicamente para información turística, dejando mucho campo por explotar en cuanto a la gestión de esta área se refiere, ya que no promocionan los atractivos del cantón previo a la realización de un proyecto sino hasta que este se pone en marcha.

La prefectura del Guayas en sus redes sociales y página web utilizada específicamente para el turismo, incluye al cantón Colimes como parte de la “ruta del arroz” a más de publicaciones de eventos que se realizan en este cantón, lo cual ayuda en gran manera para promocionar el cantón.

Se concluye que gran cantidad de personas prefieren las redes sociales al momento de informarse sobre algún sitio turístico, dando mucha importancia a la calidad de información que en ella puedan encontrar y confiándole su elección en mayor parte a las recomendaciones de amistades” (Reyes, 2018).

1.4 Marco Conceptual

Acceso a la información: El acceso a la información pública es un derecho fundamental por medio del cual toda persona puede conocer la información que se genera por

posesión, uso o administración de recursos públicos, a menos que existan razones legales para mantenerla protegida (Itei, 2016).

Aplicación de las tecnologías de la información y comunicación: Las TIC son las Tecnologías de la Información y la Comunicación, son las herramientas que utilizamos para el proceso, administración y distribución de la información a través de elementos tecnológicos, como: teléfonos celulares, televisores, tablets, laptops, computadoras, etc (Ipp, 2020).

Calidad de vida de la población: Al hablar de calidad de vida, se hace referencia a un concepto que hace alusión a varios niveles de la generalidad, desde el bienestar social o comunitario hasta ciertos aspectos específicos de carácter individual o grupal. Por lo tanto, calidad de vida tiene diferentes definiciones desde el aspecto filosófico y político hasta el relacionado a la salud (Gobierno de México, 2017).

Comprensión de la información: La comprensión es sin dudas una de las capacidades más importantes que disponen los seres humanos porque es a través de ella que se puede conocer y entender aquellas cosas que los rodean y las situaciones que se van presentando en la vida (Ucha, 2014).

Comunicación a tiempo: Ésta consiste en comunicar y asegurarse de que el receptor de la comunicación ha recibido el mensaje y lo ha entendido. Sin esta confirmación, la comunicación se puede haber truncado o interferido, lo que equivale a no haberse comunicado en lo absoluto (Brainly, 2018).

Comunicación efectiva y precisa: La comunicación efectiva es una forma de comunicación, que logra que quien transmite el mensaje lo haga de modo claro y entendible para su interlocutor/es, sin que genere confusión, dudas o interpretaciones erróneas (DeConceptos, 2021).

Contaminación: La contaminación es la introducción de un agente contaminante, que puede ser líquido, sólido o gaseoso, en un medio natural. Por sus características químicas, estos agentes o elementos producen inestabilidad y dañan el funcionamiento del ecosistema (Raffino, 2020).

Estrategias de desarrollo: Se define como el establecimiento de políticas gubernamentales y supranacionales que modifican las relaciones socioeconómicas y científico-técnicas del país respecto a sus componentes internos y aquellos que conforman la economía mundial, distribuyendo los recursos entre las principales industrias, territorios y la población (Eumed, 2021).

Infraestructura cultural: “La Infraestructura Cultural está conformada por Casas de Cultura, museos, bibliotecas, escuelas de formación artística, centros culturales, entre otros. Algunos inmuebles, de carácter patrimonial y con gran significación histórica y cultural, se consideran como infraestructura cultural” (Alcaldía de Barranquilla, 2020).

Infraestructura turística: La infraestructura turística es un conjunto de instalaciones e instituciones que constituyen la base material y organizacional para el desarrollo del turismo. Está conformada por servicios básicos, sistema vial, transportes, alojamiento, gastronomía, servicios para actividades culturales y lúdicas, red de comercios, servicios de protección al turista y otros (Cajal, 2021).

Manejo de la información: “Es la recolección y el manejo de la información de uno o más fuentes y la distribución de esa información a uno o más audiencias. Esto en algunos casos involucra a ellos quienes tienen un papel en la producción o un derecho sobre la información. Gerenciar significa la organización de y el control sobre la estructura, el procesamiento y el envío de la información” (Ocha Colombia, 2014).

Oferta turística: Se define como el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo (Cpyp, 2013).

Orden de la información: Este tipo de problemas se caracterizan por presentar un conjunto de datos desordenados que contienen toda la información que se requiere para dar respuesta al problema. La manera más sencilla de resolverlos es haciendo figuras, líneas, gráficos, cuadros, etc (Cabrejos, 2019).

Recursos turísticos: El conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del ser humano que pueden utilizarse para satisfacer sus necesidades turísticas (Arnandis, 2019)

CAPITULO II. EL PROBLEMA, OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Planteamiento del problema

2.1.1 Descripción de la realidad problemática.

Las tecnologías de la información y de las comunicaciones han experimentado un crecimiento vertiginoso a lo largo de los últimos diez años y han promovido innovaciones que afectan a todos los ámbitos de la economía y de la sociedad.

Están presentes en la mayoría de las actividades realizadas, educación, comunicación, ocio, en la forma de relacionarnos con los demás y en el mundo de los negocios. Hoy en día es imposible ser una empresa exitosa sin el apoyo de tecnologías de información y comunicación (TICS) para administrar sus procesos de negocio, ya que agregan valor a las actividades operacionales y de gestión empresarial, logrando la obtención de ventajas competitivas, posicionamiento en el mercado y mayor alcance a los clientes; en otras palabras, contribuyen al desarrollo empresarial.

En Colombia, Botello, Pedraza y Contreras (2015) en su estudio titulado “Análisis de los impactos de la implementación de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios del país” tuvo como objetivo medir el impacto de TIC en el desempeño empresarial, a través del análisis de datos, aplicación de encuestas, entrevistas y el método de observación, se concluyó que aquellas empresas de servicios que adoptan tecnologías tienen un indicador de ventas por trabajador de 4.3 % por encima del mismo indicador promedio de las empresas analizadas, validando la importancia de este tipo de herramientas para el desempeño de las organizaciones en la actualidad.

Sánchez, De Llano y López (2016) en su investigación Las TIC como inductores de competitividad y facilitadores del éxito empresarial, la cual tuvo como objetivo examinar el impacto de las inversiones en TIC sobre la supervivencia empresarial, entendida como un indicador externo de salud financiera y éxito, para la recopilación de datos se aplicaron cuestionarios y se realizaron entrevistas personales con los responsables de TIC o bien CIO de las empresas y se concluyó la importancia de la adopción de las TIC para el mejoramiento de la gestión, la productividad y la competitividad de las empresas. por su parte, tras una evaluación de más de cuatrocientas empresas sugieren que las tecnologías tienen un impacto positivo en las ventas y la rentabilidad. Esto, de hecho, en mayor proporción que otras inversiones como la publicidad y la I+D.

Carreño, Orellana & Pesantez (2013) en su estudio titulado “Las herramientas del marketing y las TIC su uso en las Pymes para el desarrollo empresarial” el cual tuvo como objetivo identificar si estas organizaciones productivas están usando adecuadamente las herramientas que el marketing y las TIC les proporciona para alcanzar una mejor gestión empresarial, se usó la técnica de la encuesta para el levantamiento de la información, los resultados demuestran que todas las pymes están conectadas a Internet y solo 3 de cada 10 tienen departamento de marketing y no emplean adecuadamente las herramientas que el marketing y las TIC les proporcionan para alcanzar un mejor desarrollo empresarial. Se concluyó puede afirmarse que no existe una cultura de marketing en las pymes de la ciudad de Manta – Ecuador.

En el distrito de Sayán, aún es escaso el uso de las tecnologías de información y comunicación, por lo que es limitado el desarrollo y la modernización de los centros turísticos de la mencionada zona.

Bajo este contexto, se hace necesario determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación y las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2.1.2 Definición del problema: General y Específicos.

2.1.2.1 Problema General

¿De qué manera la aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

2.1.2.2 Problemas Específicos (PE).

PE1. ¿De qué manera el nivel de acceso a la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

PE2. ¿De qué manera el nivel de manejo de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

PE3. ¿De qué manera el nivel de orden de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

PE4. ¿De qué manera el nivel de comprensión de la información comunicación influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

PE5. ¿De qué manera el nivel de comunicación a tiempo influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

PE6. ¿De qué manera el nivel de comunicación efectiva y precisa influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?

2.2 Finalidad y objetivos de la investigación

2.2.1 Finalidad

La finalidad de la presente investigación es determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación y las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2.2.2 Objetivo General y Específicos

2.2.2.1 Objetivo General

Determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2.2.2.2 Objetivos Específicos

OE1. Determinar la influencia del nivel de acceso a información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

OE2. Determinar la influencia del nivel de manejo de la información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

OE3. Determinar la influencia del nivel de orden de la información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

OE4. Determinar la influencia del nivel de comprensión de la información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

OE5. Determinar la influencia del nivel de comunicación a tiempo en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

OE6. Determinar la influencia del nivel de comunicación efectiva y precisa en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2.2.3 Delimitación del estudio.

La presente investigación con fines metodológicos tiene delimitados los siguientes aspectos:

Delimitación espacial. La investigación se desarrolló en las instalaciones de los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Delimitación temporal. El periodo que abarcó el presente estudio fue de enero a diciembre del 2020.

Delimitación social. Se trabajó a nivel de los trabajadores de los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura .

2.2.4 Justificación e importancia del estudio.

El proyecto surge debido a que se ha observado que las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación trajo consigo nuevas formas de soluciones a diferentes actividades del hombre, las cuales no han sido utilizadas como herramientas estratégicas en sus centros de hospedaje lo cual ha impedido el crecimiento del rubro.

Los resultados de este trabajo van a permitir el correcto uso de esta herramienta y sus estrategias para poder lograr una ventaja competitiva en el sector.

2.3 Hipótesis y variables

2.3.1 Supuestos teóricos.

El Investigador Sánchez, De Llano y López (2016) en su investigación Las TIC como inductores de competitividad y facilitadores del éxito empresarial, la cual tuvo como objetivo examinar el impacto de las inversiones en TIC sobre la supervivencia empresarial, entendida como un indicador externo de salud financiera y éxito, para la recopilación de datos se aplicaron cuestionarios y se realizaron entrevistas personales con los responsables de TIC o bien CIO de las empresas y se concluyó la importancia de la adopción de las TIC para el mejoramiento de la gestión, la productividad y la competitividad de las empresas. por su parte, tras una evaluación de más de cuatrocientas empresas sugieren que las tecnologías tienen un impacto positivo en las ventas y la rentabilidad.

Así también, encontramos que siguiendo con la misma temática en Colombia, Botello, Pedraza y Contreras (2015) en su estudio titulado “Análisis de los impactos de la implementación de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios del país “ tuvo como objetivo medir el impacto de TIC en el desempeño empresarial, a través del análisis de datos, aplicación de encuestas, entrevistas y el método de observación, se concluyó que aquellas empresas de servicios que adoptan tecnologías tienen un indicador de ventas por trabajador de 4.3 % por encima del mismo indicador promedio de las empresas analizadas, validando la importancia de este tipo de herramientas para el desempeño de las organizaciones en la actualidad.

Bajo ese contexto, se han planteado las siguientes hipótesis:

2.3.2 Hipótesis, principal y específicas.

2.3.2.1 Hipótesis general (HG).

La aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye significativamente y las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2.3.2.2 Hipótesis específicas (HE).

HE1. El nivel de acceso a la información influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

HE2. El nivel de manejo de la información influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

HE3. El nivel de orden de la información influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

HE4. El nivel de comprensión de la información influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

HE5. El nivel de comunicación a tiempo influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

HE6. El nivel de comunicación efectiva y precisa influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2.3.3 Variables e indicadores.

2.3.3.1 Variables

VI. (X) Aplicación de las tecnologías de información y comunicación.

VD. (Y) Estrategias de desarrollo.

2.3.3.2 Operacionalización de las variables

Cuadro 1

Variables e Indicadores

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
X: Aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación (variable independiente)	Información	X ₁ : Nivel de acceso a la información. X ₂ : Nivel de manejo de la información. X ₃ : Nivel de orden la información. X ₄ : Nivel de comprensión de la información.
	Comunicación	X ₅ : Nivel de comunicación a tiempo. X ₆ : Nivel de comunicación efectiva y precisa.
Y: Estrategias de Desarrollo (variable dependiente)	Recursos	Y ₁ : Nivel de recursos turísticos. Y ₂ : Nivel oferta turística.
	Infraestructura	Y ₃ : Nivel de infraestructura turística. Y ₄ : Nivel de infraestructura cultural.
	Calidad de vida	Y ₅ : Nivel de calidad de vida de la población. Y ₆ : Nivel de contaminación.

Fuente: Autora de la tesis (2020)

CAPITULO III. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.1 Población y muestra

3.1.1 Población.

La población de estudio estuvo integrada por 245 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

3.1.2 Muestra

La muestra para esta investigación cuya población es finita se consideró la siguiente fórmula estadística:

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

dónde:

- p : Posibilidad de acierto al 50%
- q : Posibilidad de no acierto (1-p = 50%)
- d : probabilidad de error 5%
- N : Población (245)
- n= El tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza 95% (según tabla equivale a 1.96)

Se obtiene el siguiente resultado:

$$n = 150$$

3.2 Tipo, Nivel, Enfoque y Diseño de Investigación

3.2.1 Tipo de investigación aplicada.

Según (Arias y otros, 2022) señala que la investigación aplicada “Se abastece por el tipo básico o puro, ya que mediante la teoría, se encarga de resolver problemas prácticos, se

basa en los hallazgos, descubrimientos y soluciones que se planteó en el objetivo del estudio.” (pág. 70).

Esta investigación es aplica porque buscamos resolver un problema de investigación en base a teorías básicas.

3.2.2 Nivel de Investigación Correlacional.

Según (Hernández y otros, 2014) señala que “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular” (pág. 93).

Para esta investigación se busca relacionar la variable aplicación de las tecnologías de información y comunicación y la variable estrategias de desarrollo.

3.2.3 Enfoque y Diseño.

3.2.3.1 Enfoque Cuantitativo

Para (Arias y otros, 2022) señala que el enfoque es “un proceso estructurado y preestablecido bajo un método científico que permite recoger datos de una población determinada. Estos datos son sistematizados mediante tablas de distribución, diagramas de dispersión, regresión lineal, entre otros. Asimismo, para probar una hipótesis de investigación” (pág. 59).

En esta investigación se definió de enfoque cuantitativo porque se ha procesado datos obtenidos en la encuesta para probar la hipótesis de investigación.

3.2.3.2 *Diseño No Experimental.*

Según (Romero y otros, 2021) señala que “En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan las situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza” (pág. 105).

Para esta investigación que no manipulo los datos obtenidos en la encuesta y procesados cuantitativamente se definió el diseño no experimental.

Se tomó una muestra en la cual

$$M = O_y (f) O_{x_1}$$

Donde:

M = Muestra.

O = Observación.

f = En función de.

X₁ = Aplicación de las tecnologías de información y comunicación.

Y₁ = Estrategias de desarrollo

3.3 Técnica (s) e instrumento (s) de recolección de datos

3.3.1 Técnicas.

(Vara, 2010) señala que la técnica “consiste en recopilar información sobre la muestra, la información recogida podrá emplearse para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial o imprecisa” (pág. 221).

La principal técnica que se utilizó en el presente estudio fue la encuesta.

3.3.2 Instrumentos.

Según (Romero y otros, 2021) señala que el cuestionario “consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo”.

Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario que, por intermedio de una encuesta de preguntas, en su modalidad cerradas, se tomarán a la muestra señalada.

3.4 Procesamiento de datos

Para obtener información sobre las variables de estudio, se utilizaron herramientas de recopilación de datos como encuestas o entrevistas. Luego, se creó una base de datos utilizando la herramienta o paquete estadístico SPSS versión 27.

Se desarrollaron tablas, imágenes que empezaron a interpretar frecuencias y porcentajes, entre otras cosas. Luego se estadística inferencial.

La prueba conocida como consecuencias de Spearman se produjo para contrastar la hipótesis.

Confiabilidad del Instrumento.

La fiabilidad del instrumento dirigido a los 245 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura, son considerados como consistencia interna de la prueba, alfa de Cronbach Instrumento ($\alpha=0,837$), la cual es considerada como buena (según Hernández Sampieri, 2005).

Esta confiabilidad se ha evaluado en función de los 24 puntos principales, lo que significa que la encuesta fue confiable, válida y aplicable. Los resultados del coeficiente de

confiabilidad alfa de Cronbach se muestran en el cuadro 2. **Cuadro 2**

Estadístico de Fiabilidad Sobre el Instrumento

Resumen del proceso			
		N	%
Casos	Validados	245	100,0
	Excluidos	0	0
	Total	245	100,0

Resultado Estadístico	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,837	24

CAPITULO IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

Como resultado de la aplicación del instrumento en aplicación para esta investigación a partir de 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - abril 2020.

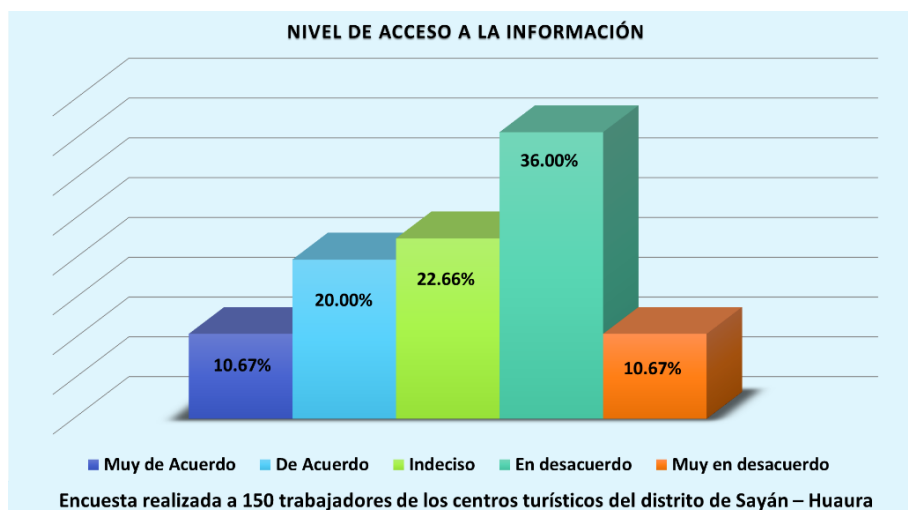
Cuyo propósito de investigación fue determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

Tabla 1

Nivel de Acceso a la Información

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	16	10.67%
De Acuerdo	30	20.00%
Indeciso	34	22.66%
En desacuerdo	54	36.00%
Muy en desacuerdo	16	10.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 1***Nivel de Acceso a la Información***

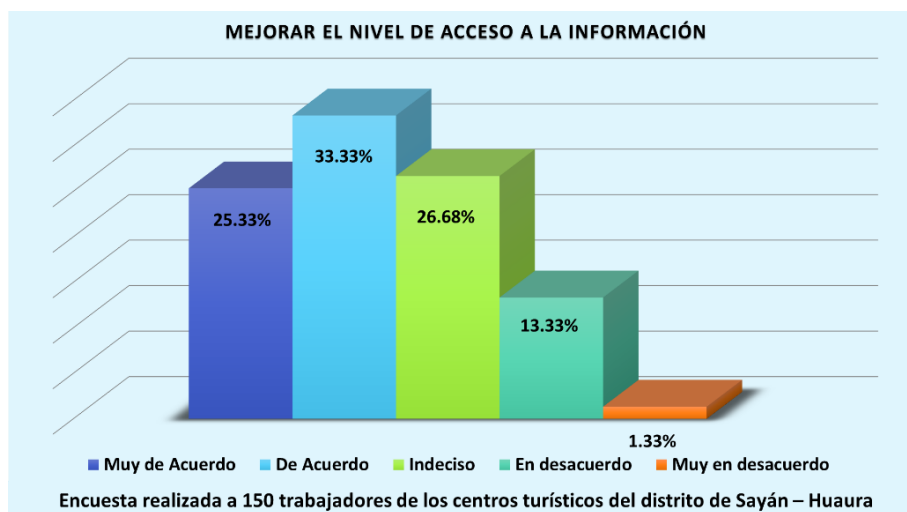
De la tabla anterior se muestran los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de acceso a la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 54 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 36.00%, 34 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 22.66%, 30 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 20.00%, 16 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 10.67% y 16 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 10.67%.

Es decir, el 46.67% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de acceso a la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 2***Mejorar el Nivel de Acceso a la Información***

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	38	25.33%
De Acuerdo	50	33.33%
Indeciso	40	26.68%
En desacuerdo	20	13.33%
Muy en desacuerdo	2	1.33%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 2***Mejorar el Nivel de Acceso a la Información***

Según la tabla precedente se puede indicar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de acceso a la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 50 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 33.33%, 40 trabajadores

que están indecisos, lo que representa el 26.68%, 38 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 25.33%, 20 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 13.33% y 2 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 1.33%.

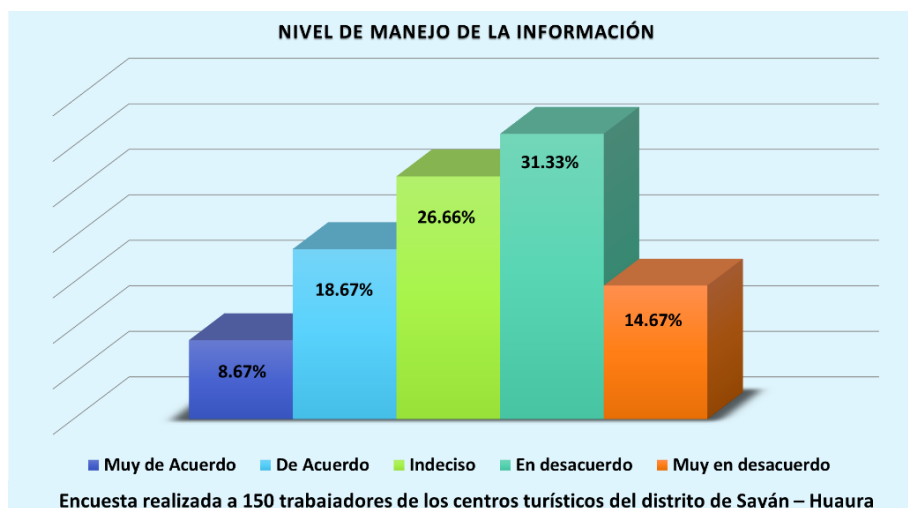
Es decir, el 58.66% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de acceso a la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 3

Nivel de Manejo de la Información

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	13	8.67%
De Acuerdo	28	18.67%
Indeciso	40	26.66%
En desacuerdo	47	31.33%
Muy en desacuerdo	22	14.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 3***Nivel de Manejo de la Información***

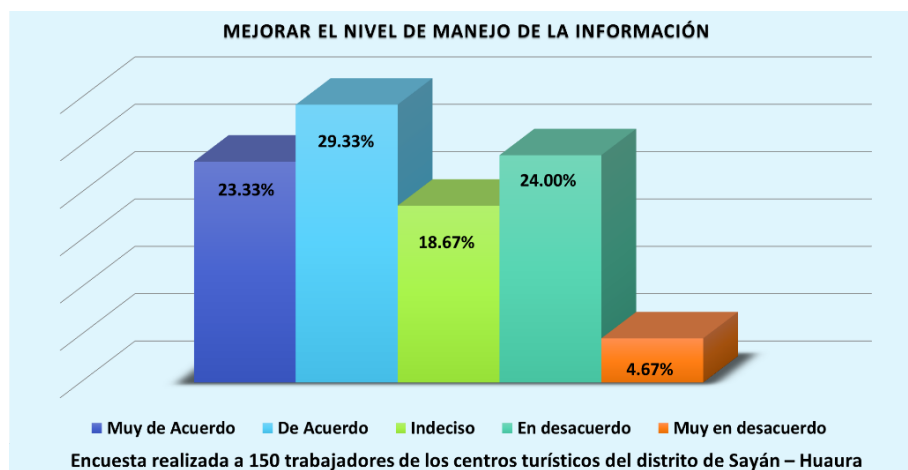
La tabla anterior nos permite mostrar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de manejo de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 47 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 31.33%, 40 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 26.66%, 28 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 18.67%, 22 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 14.67% y 13 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 8.67%.

Es decir, el 46.00% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de manejo de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 4***Mejorar el Nivel de Manejo de la Información***

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	35	23.33%
De Acuerdo	44	29.33%
Indeciso	28	18.67%
En desacuerdo	36	24.00%
Muy en desacuerdo	7	4.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 4***Mejorar el Nivel de Manejo de la Información***

En la tabla precedente nos indica los resultados de la Según la tabla anterior se puede apreciar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de manejo de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 44 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 29.33%, 36 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que

representa el 24.00%, 35 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 23.33%, 28 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 18.67% y 7 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 4.67%.

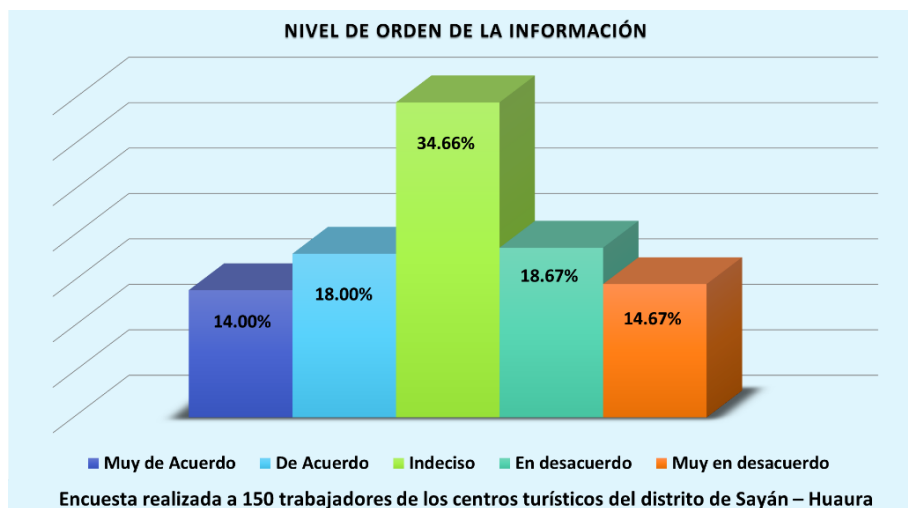
Es decir, el 52.66% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de manejo de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 5

Nivel de Orden de la Información

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	21	14.00%
De Acuerdo	27	18.00%
Indeciso	52	34.66%
En desacuerdo	28	18.67%
Muy en desacuerdo	22	14.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 5***Nivel de Orden de la Información***

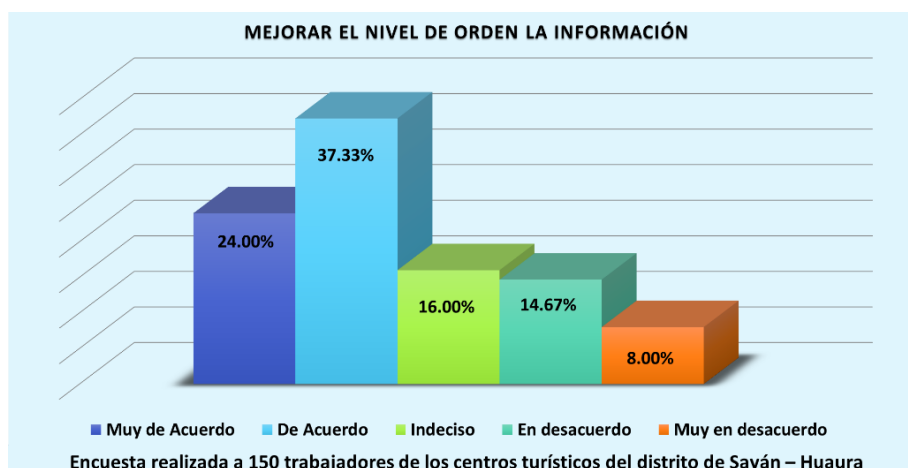
Se puede apreciar en la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de orden de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 52 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 34.66%, 28 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 18.67%, 27 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 18.00%, 22 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 14.67% y 21 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 14.00%.

Es decir, el 33.34% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de orden de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 6***Mejorar el Nivel de Orden de la Información***

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	36	24.00%
De Acuerdo	56	37.33%
Indeciso	24	16.00%
En desacuerdo	22	14.67%
Muy en desacuerdo	12	8.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 6***Mejorar el Nivel de Orden de la Información***

En la tabla precedente nos permite mostrar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de orden la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 56 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 37.33%, 36 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 24.00%, 24 trabajadores que

están indecisos, lo que representa el 16.00%, 22 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 14.67% y 12 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 8.00%.

Es decir, el 61.33% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de orden la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 7

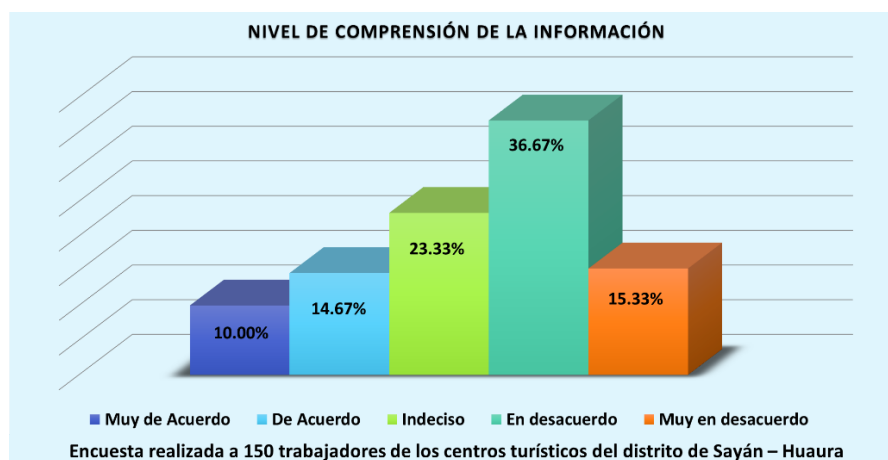
Nivel de Comprensión de la Información

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	15	10.00%
De Acuerdo	22	14.67%
Indeciso	35	23.33%
En desacuerdo	55	36.67%
Muy en desacuerdo	23	15.33%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 7

Nivel de Comprensión de la Información



Según la tabla precedente se puede indicar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de comprensión de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 55 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 36.67%, 35 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 23.33%, 23 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 15.33%, 22 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 14.67% y 15 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 10.00%.

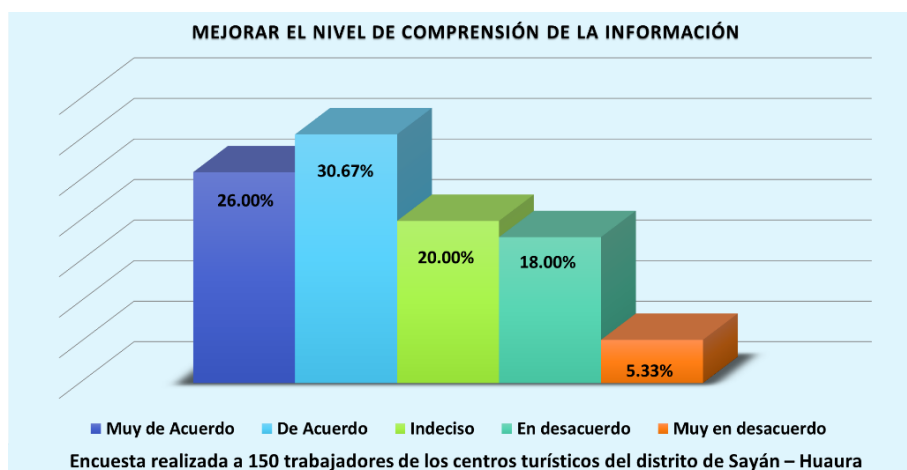
Es decir, el 52.00% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de comprensión de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 8

Mejorar el Nivel de Comprensión de la Información

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	39	26.00%
De Acuerdo	46	30.67%
Indeciso	30	20.00%
En desacuerdo	27	18.00%
Muy en desacuerdo	8	5.33%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 8***Mejorar el Nivel de Comprensión de la Información***

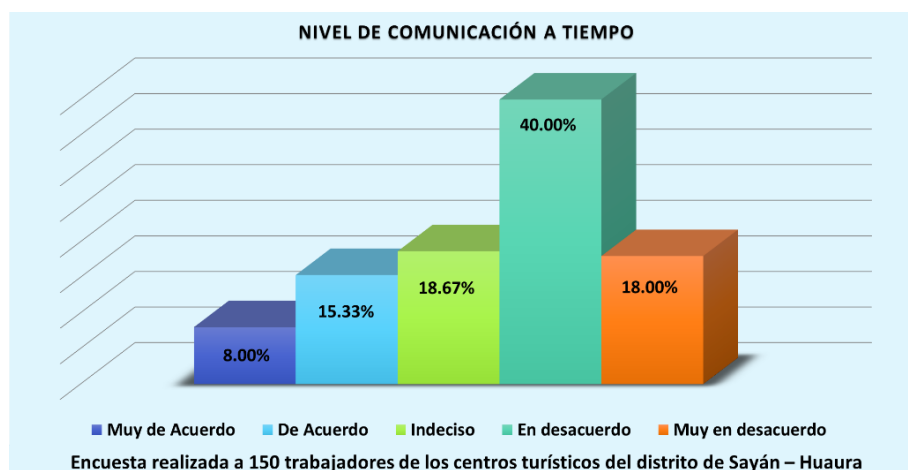
Según la tabla anterior se puede apreciar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de comprensión de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 46 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 30.67%, 39 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 26.00%, 30 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 20.00%, 27 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 18.00% y 8 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 5.33%.

Es decir, el 56.67% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de comprensión de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 9*Nivel de Comunicación a Tiempo*

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	12	8.00%
De Acuerdo	23	15.33%
Indeciso	28	18.67%
En desacuerdo	60	40.00%
Muy en desacuerdo	27	18.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 9*Nivel de Comunicación a Tiempo*

Respecto a la tabla anterior se evidencia los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de comunicación a tiempo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 60 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 40.00%, 28 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 18.67%, 27 trabajadores que señalaron estar muy en

desacuerdo, lo que representa el 18.00%, 23 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 15.33% y 12 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 8.00%.

Es decir, el 58.00% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de comunicación a tiempo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 10

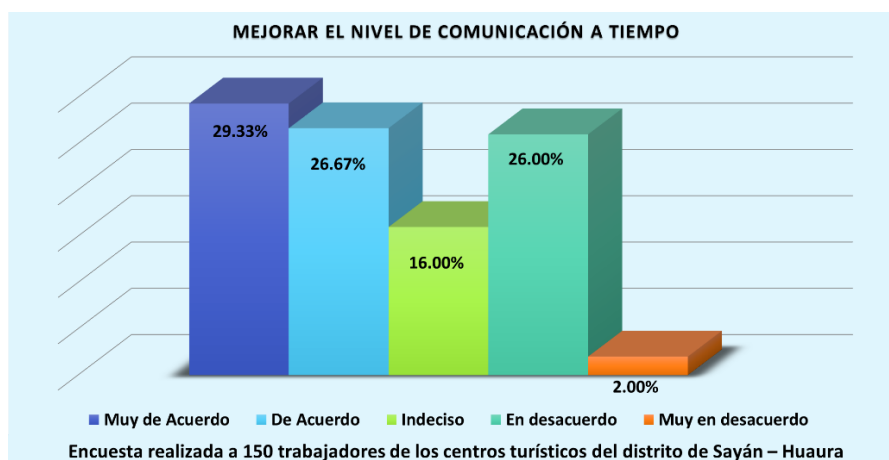
Mejorar el Nivel de Comunicación a Tiempo

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	44	29.33%
De Acuerdo	40	26.67%
Indeciso	24	16.00%
En desacuerdo	39	26.00%
Muy en desacuerdo	3	2.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 10

Mejorar el Nivel de Comunicación a Tiempo



Según la tabla anterior se puede apreciar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de comunicación a tiempo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 44 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 29.33%, 40 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 26.67%, 39 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 26.00%, 24 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 16.00% y 3 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 2.00%.

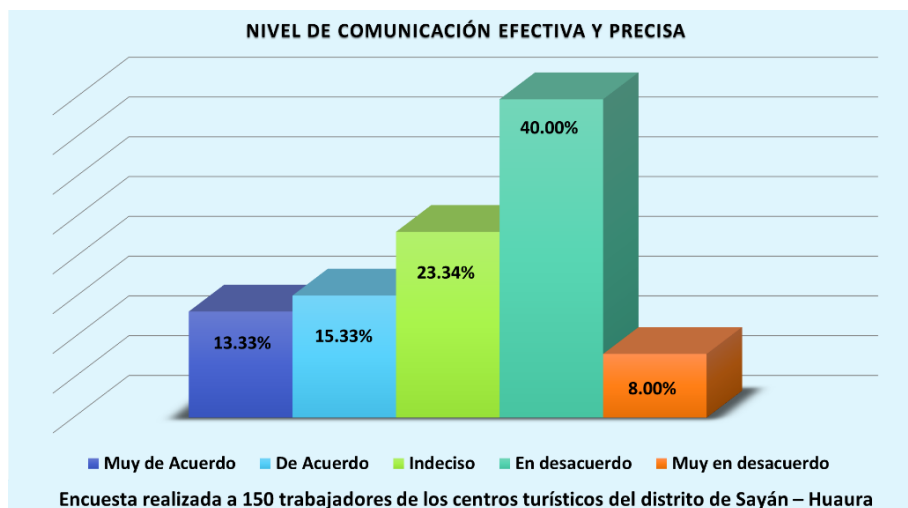
Es decir, el 56.00% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de comunicación a tiempo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 11

Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	20	13.33%
De Acuerdo	23	15.33%
Indeciso	35	23.34%
En desacuerdo	60	40.00%
Muy en desacuerdo	12	8.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 11***Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa***

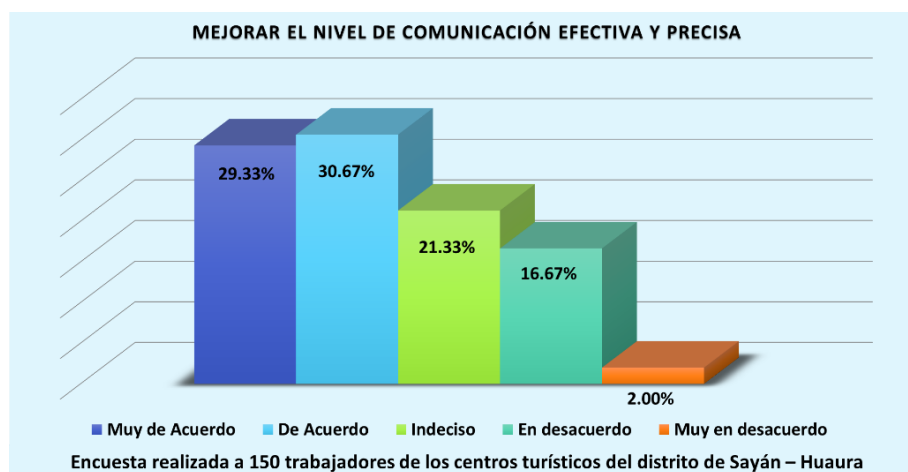
Como se aprecia en la tabla precedente se muestran los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de comunicación efectiva y precisa en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 60 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 40.00%, 35 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 23.34%, 23 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 15.33%, 20 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 13.33% y 12 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 8.00%.

Es decir, el 48.00% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de comunicación efectiva y precisa en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 12***Mejorar el Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa***

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	44	29.33%
De Acuerdo	46	30.67%
Indeciso	32	21.33%
En desacuerdo	25	16.67%
Muy en desacuerdo	3	2.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 12***Mejorar el Nivel de Comunicación Efectiva y Precisa***

Se puede apreciar en la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de comunicación efectiva y precisa en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 46 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 30.67%, 44 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 29.33%, 32

trabajadores que están indecisos, lo que representa el 21.33%, 25 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 16.67% y 3 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 2.00%.

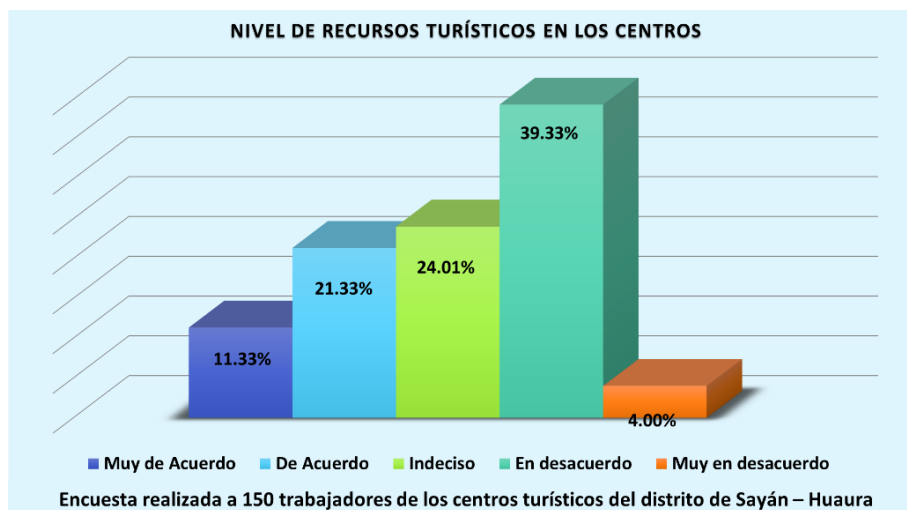
Es decir, el 60.00% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de comunicación efectiva y precisa en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 13

Nivel de Recursos Turísticos en los Centros

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	17	11.33%
De Acuerdo	32	21.33%
Indeciso	36	24.01%
En desacuerdo	59	39.33%
Muy en desacuerdo	6	4.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 13***Nivel de Recursos Turísticos en los Centros***

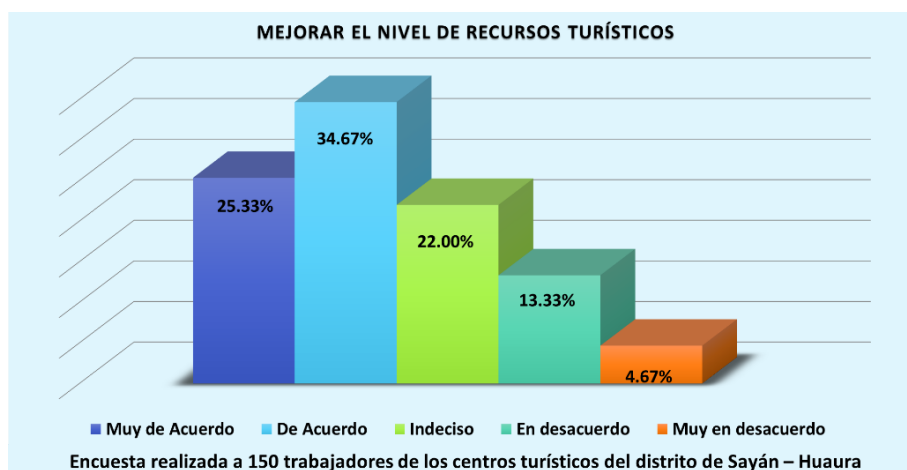
Respecto a la tabla anterior se evidencia los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de recursos turísticos en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 59 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 39.33%, 36 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 24.01%, 32 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 21.33%, 17 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 11.33% y 6 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 4.00%.

Es decir, el 43.33% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de recursos turísticos en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 14***Mejorar el Nivel de Recursos Turísticos***

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	38	25.33%
De Acuerdo	52	34.67%
Indeciso	33	22.00%
En desacuerdo	20	13.33%
Muy en desacuerdo	7	4.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 14***Mejorar el Nivel de Recursos Turísticos***

En la tabla anterior se aprecia los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de recursos turísticos en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 52 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 34.67%, 38 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 25.33%, 33 trabajadores que están

indecisos, lo que representa el 22.00%, 20 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 13.33% y 7 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 4.67%.

Es decir, el 60.00% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de recursos turísticos en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 15

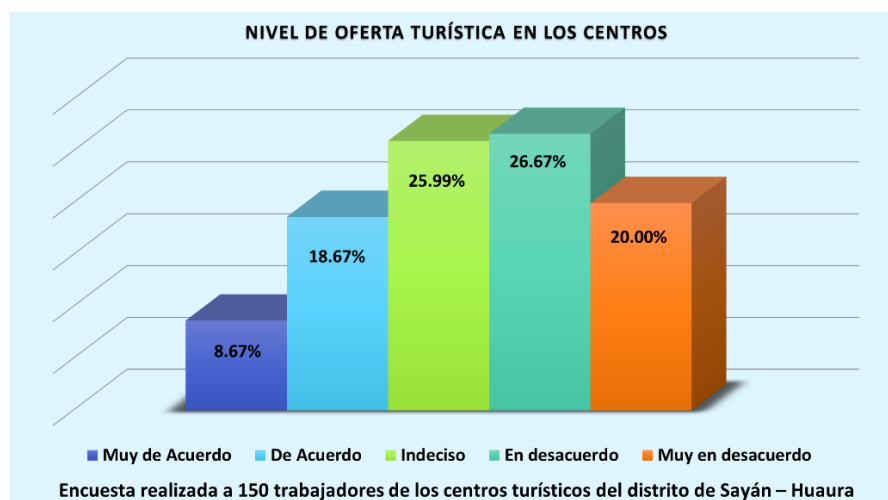
Nivel de Oferta Turística en los Centros

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	13	8.67%
De Acuerdo	28	18.67%
Indeciso	39	25.99%
En desacuerdo	40	26.67%
Muy en desacuerdo	30	20.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 15

Nivel de Oferta Turística en los Centros



Según la tabla anterior se puede apreciar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de oferta turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 40 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 26.67%, 39 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 25.99%, 30 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 20.00%, 28 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 18.67% y 13 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 8.67%.

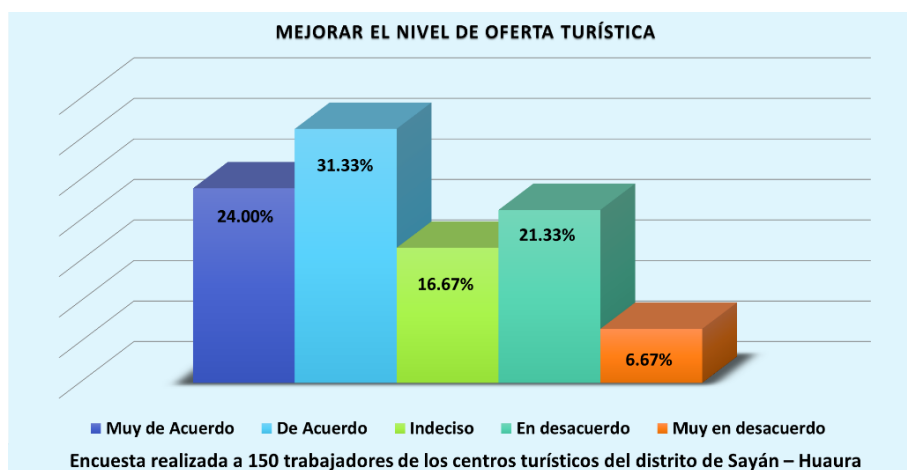
Es decir, el 46.67% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de oferta turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 16

Mejorar el Nivel de Oferta Turística

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	36	24.00%
De Acuerdo	47	31.33%
Indeciso	25	16.67%
En desacuerdo	32	21.33%
Muy en desacuerdo	10	6.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 16***Mejorar el Nivel de Oferta Turística***

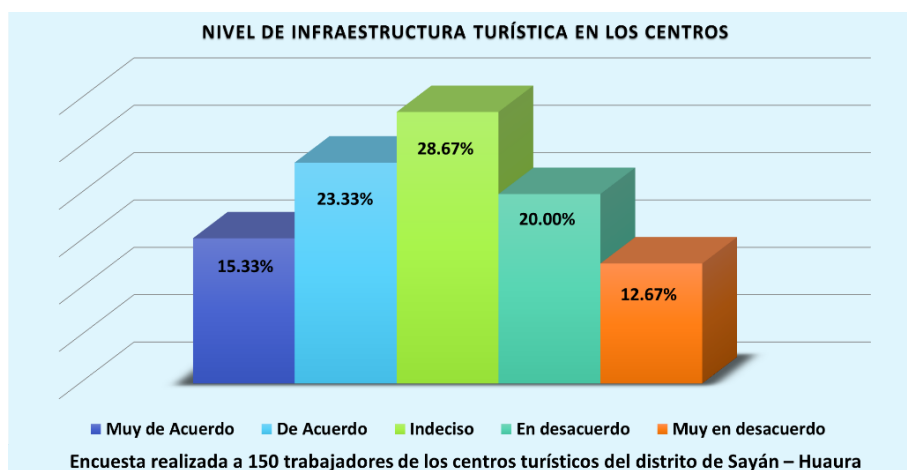
Se puede indicar en función a la tabla precedente Según la tabla anterior se puede apreciar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de oferta turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 47 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 31.33%, 36 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 24.00%, 32 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 21.33%, 25 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 16.67% y 10 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 6.67%.

Es decir, el 55.33% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de oferta turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 17*Nivel de Infraestructura Turística en los Centros*

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	23	15.33%
De Acuerdo	35	23.33%
Indeciso	43	28.67%
En desacuerdo	30	20.00%
Muy en desacuerdo	19	12.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 17*Nivel de Infraestructura Turística en los Centros*

A continuación se muestran en relación a la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de infraestructura turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 43 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 28.67%, 35 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 23.33%, 30 trabajadores refieren que están en

desacuerdo, lo que representa el 20.00%, 23 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 15.33% y 19 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 12.67%.

Es decir, el 38.66% está de acuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de infraestructura turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 18

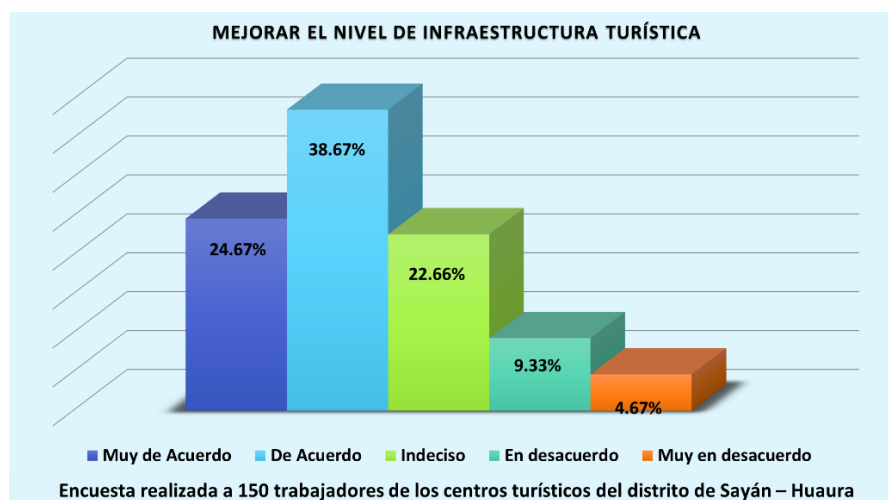
Mejorar el Nivel de Infraestructura Turística

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	37	24.67%
De Acuerdo	58	38.67%
Indeciso	34	22.66%
En desacuerdo	14	9.33%
Muy en desacuerdo	7	4.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 18

Mejorar el Nivel de Infraestructura Turística



Respecto a la tabla anterior se aprecia los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de infraestructura turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 58 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 38.67%, 37 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 24.67%, 34 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 22.66%, 14 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 9.33% y 7 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 4.67%.

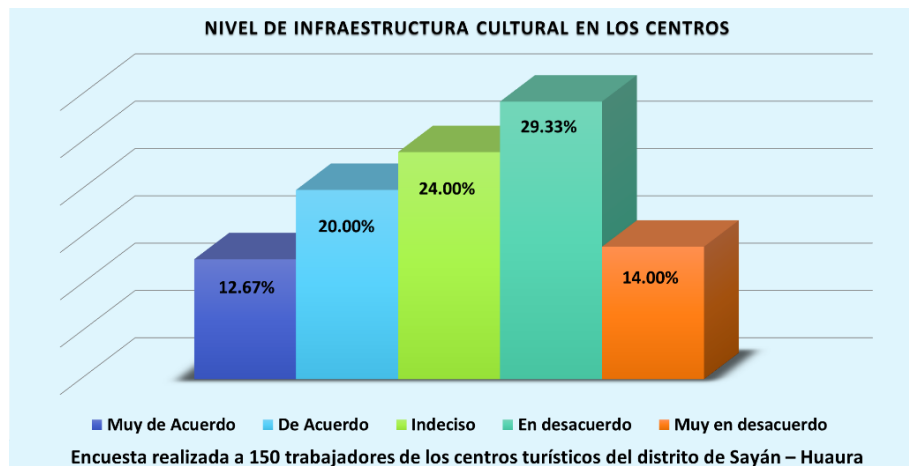
Es decir, el 63.34% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de infraestructura turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 19

Nivel de Infraestructura Cultural en los Centros

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	19	12.67%
De Acuerdo	30	20.00%
Indeciso	36	24.00%
En desacuerdo	44	29.33%
Muy en desacuerdo	21	14.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 19***Nivel de Infraestructura Cultural en los Centros***

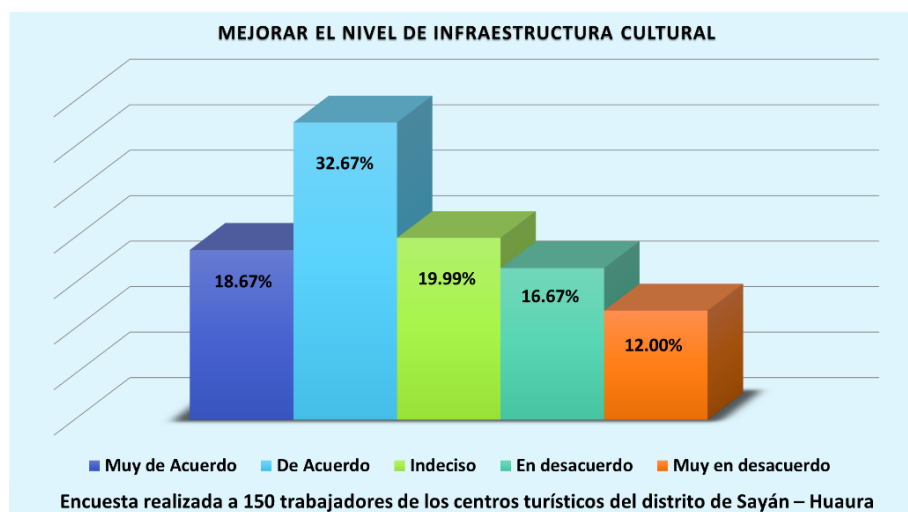
De la tabla anterior se muestran los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 44 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 29.33%, 36 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 24.00%, 30 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 20.00%, 21 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 14.00% y 19 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 12.67%.

Es decir, el 43.33% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 20***Mejorar el Nivel de Infraestructura Cultural***

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	28	18.67%
De Acuerdo	49	32.67%
Indeciso	30	19.99%
En desacuerdo	25	16.67%
Muy en desacuerdo	18	12.00%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 20***Mejorar el Nivel de Infraestructura Cultural***

Respecto a la tabla anterior se evidencia los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 49 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 32.67%, 30 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 19.99%, 28 trabajadores que indicaron que se

encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 18.67%, 25 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 16.67% y 18 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 12.00%.

Es decir, el 51.34% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 21

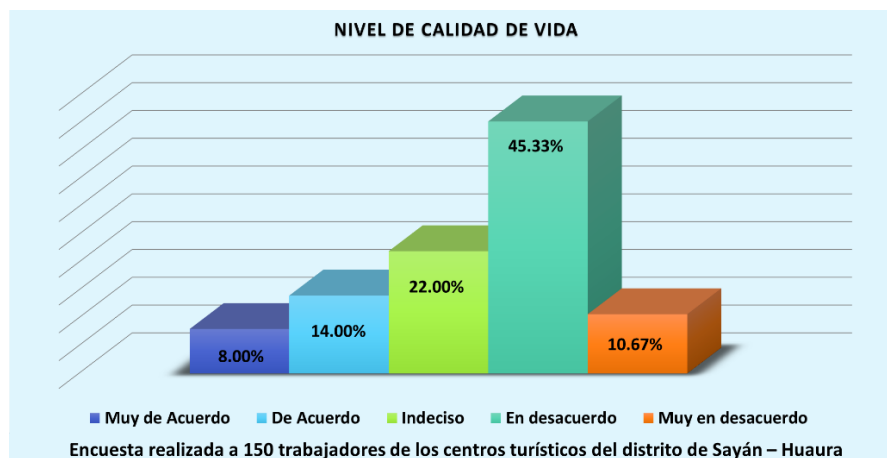
Nivel de Calidad de Vida

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	12	8.00%
De Acuerdo	21	14.00%
Indeciso	33	22.00%
En desacuerdo	68	45.33%
Muy en desacuerdo	16	10.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 21

Nivel de Calidad de Vida



Se puede apreciar en la tabla precedente los De la tabla anterior se muestran los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura; 49 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 32.67%, 30 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 19.99%, 28 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 18.67%, 25 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 16.67% y 18 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 12.00%.

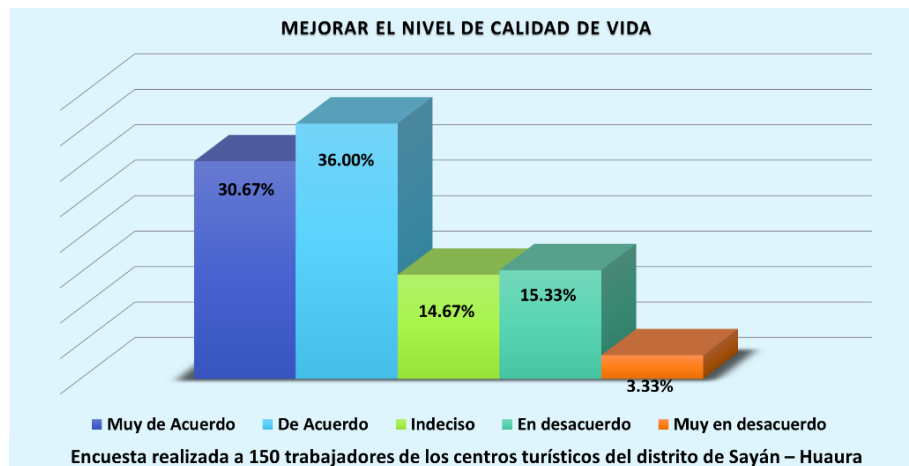
Es decir, el 56.00% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de calidad de vida de la población del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 22

Mejorar el Nivel de Calidad de Vida

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	46	30.67%
De Acuerdo	54	36.00%
Indeciso	22	14.67%
En desacuerdo	23	15.33%
Muy en desacuerdo	5	3.33%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 22***Mejorar el Nivel de Calidad de Vida***

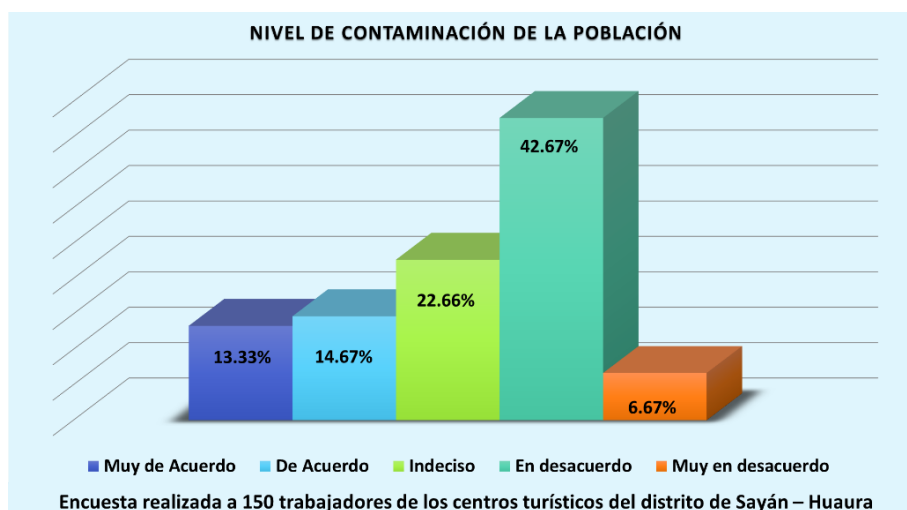
La tabla anterior nos permite mostrar los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que puede mejorar el nivel de calidad de vida de la población del distrito de Sayán – Huaura; 54 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 36.00%, 46 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 30.67%, 23 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 15.33%, 22 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 14.67% y 5 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 3.33%.

Es decir, el 66.67% está de acuerdo respecto a si considera que puede mejorar el nivel de calidad de vida de la población del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 23*Nivel de Contaminación de la Población*

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	20	13.33%
De Acuerdo	22	14.67%
Indeciso	34	22.66%
En desacuerdo	64	42.67%
Muy en desacuerdo	10	6.67%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 23*Nivel de Contaminación de la Población*

Se aprecia en la tabla precedente los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera adecuado el nivel de contaminación de la población del distrito de Sayán – Huaura; 64 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 42.67%, 34 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 22.66%, 22 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el

14.67%, 20 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 13.33% y 10 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 6.67%.

Es decir, el 49.34% está en desacuerdo respecto a si considera adecuado el nivel de contaminación de la población del distrito de Sayán – Huaura.

Tabla 24

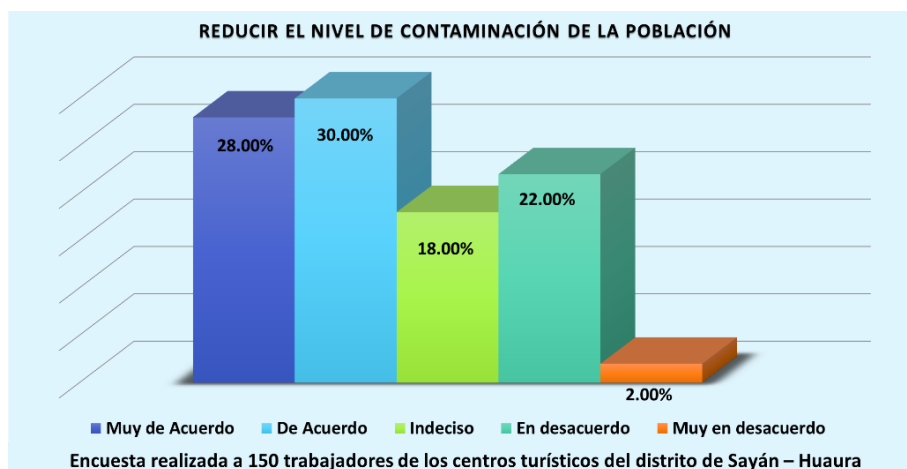
Reducir el Nivel de Contaminación de la Población

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Muy de Acuerdo	21	26.25%
De Acuerdo	26	32.50%
Indeciso	13	16.25%
En desacuerdo	17	21.25%
Muy en desacuerdo	3	3.75%
N° de Respuestas	150	100.00%

Encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020

Figura 24

Reducir el Nivel de Contaminación de la Población



En la tabla precedente nos indica los resultados de la encuesta realizada a 150 trabajadores de los centros turísticos del distrito de Sayán – Huaura - Abril 2020, de los

trabajadores encuestados manifiestan respecto a si considera que se puede reducir el nivel de contaminación de la población del distrito de Sayán – Huaura; 45 trabajadores que se encuentran de acuerdo, lo que representa el 30.00%, 42 trabajadores que indicaron que se encuentran muy de acuerdo, lo que representa el 28.00%, 33 trabajadores refieren que están en desacuerdo, lo que representa el 22.00%, 27 trabajadores que están indecisos, lo que representa el 18.00% y 3 trabajadores que señalaron estar muy en desacuerdo, lo que representa el 2.00%.

Es decir, el 58.00% está de acuerdo respecto a si considera que se puede reducir el nivel de contaminación de la población del distrito de Sayán – Huaura.

4.2 Contratación de hipótesis

Para contrastar la hipótesis, se produjo el coeficiente de conexiones de Spearman, ρ (ro), que es una medida de las conexiones entre dos variables, que son las variables del estudio actual. Luego, el valor p permitió tomar una decisión estadística que se ajustó a cada una de las hipótesis planteadas. El coeficiente de aparición de Spearman proporciona un rango que facilita la identificación del grado de conexión (asociación o interdependencia) entre dos variables a través de un conjunto de datos de estas, así como la determinación de si la conexión es positiva o negativa (si la pendiente de la línea correspondiente es positiva o negativa). El estadístico ρ viene dado por la expresión:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Donde D es la diferencia entre los correspondientes estadísticos de orden de x - y. N es el número de parejas.

4.2.1. Prueba de hipótesis Principal

Hipótesis Principal:

H₀: La aplicación de la tecnologías de la información y comunicación no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

H₁: La aplicación de la tecnologías de la información y comunicaciones influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

Nivel de confianza: 99%, **NIVEL DE SIGNIFICACIÓN:** 1%

1. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 25

Correlación de Spearman - hipótesis principal

			La aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	La aplicación de las tecnologías de la información y comunicaciones	Correlation	1,000	0,821
		Coefficient		0,000
		Sig. (2-tailed)		
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation	0,821	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	150	150

2. Decisión: Dado que $p < 0,01$ se rechaza la H₀

3. **Interpretación:** Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que la aplicación de las tecnologías de la información y comunicaciones influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

3.4.1 Prueba de hipótesis específicas

1. Hipótesis específica 1:

H₀: El nivel de acceso a la información no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

H₁: El nivel de acceso a la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2. **Nivel de confianza:** 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3. **Estadístico de prueba:** Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 26

Correlación de Spearman - hipótesis específica 1

			Nivel de acceso a la información	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	Nivel de acceso a la información	Correlation	1,000	0,812
		Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation	0,812	1,000
Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000		
N		150	150	

- 4. Decisión:** Dado que $p < 0,01$ se rechaza la H_0
- 5. Interpretación:** Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que el nivel de acceso a información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

1. Hipótesis específica 2:

H_0 : El nivel de manejo de la información no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

H_2 : El nivel de manejo de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2. Nivel de confianza: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 27

Correlación de Spearman - hipótesis específica 2

			Nivel de manejo de la información	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	Nivel de manejo de la información	Correlation	1,000	0,819
		Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation	0,819	1,000
Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000		
N		150	150	

4. Decisión: Dado que $p < 0,01$ se rechaza la H_0

5. Interpretación: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que el nivel de manejo a información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

1. Hipótesis específica 3:

H₀: El nivel de orden de la información no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

H₃: El nivel de orden de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2. Nivel de confianza: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 28

Correlación de Spearman - hipótesis específica 3

			Nivel de orden de la información	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	Nivel de orden de la información	Correlation	1,000	0,823
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)		0,000
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation	0,823	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	150	150

4. Decisión: Dado que $p < 0,01$ se rechaza la H_0

5. Interpretación: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que el nivel de orden de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

1. Hipótesis específica 4:

Ho: El nivel de comprensión de la información no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

H4: El nivel de comprensión de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2. Nivel de confianza: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 29

Correlación de Spearman - hipótesis específica 4

			Nivel de comprensión de la información	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	Nivel de comprensión de la información	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	1,000	0,831
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed)	0,831	1,000
		N	150	150

4. Decisión: Dado que $p < 0,01$ se rechaza la Ho

5. Interpretación: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que el nivel de comprensión de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

1. Hipótesis específica 5:

Ho: El nivel de comunicación a tiempo no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

Hs: El nivel de comunicación a tiempo influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2. Nivel de confianza: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 30

Correlación de Spearman - hipótesis específica 5

			Nivel de comunicación a tiempo	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	Nivel de comunicación a tiempo	Correlation	1,000	0,827
		Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation	0,827	1,000
		Coefficient Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	150	150

4. Decisión: Dado que $p < 0.01$ se rechaza la Ho

5. Interpretación: Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que el nivel de comunicación a tiempo influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

1. Hipótesis específica 6:

H₀: El nivel de comunicación efectiva y precisa no influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

H₆: El nivel de comunicación efectiva y precisa influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

2. Nivel de confianza: 99%, NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: 1%

3. Estadístico de prueba: Coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 31

Correlación de Spearman - hipótesis específica 6

			Nivel de comunicación efectiva y precisa	Estrategias de desarrollo
Rho Spearman	Nivel de comunicación efectiva y precisa	Correlation	1,000	0,835
		Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000
		N	150	150
	Estrategias de desarrollo	Correlation	0,835	1,000
Coefficient Sig. (2-tailed)		0,000		
N		150	150	

- 4. Decisión:** Dado que $p < 0.01$ se rechaza la H_0
- 5. Interpretación:** Utilizando el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si existe asociación o interdependencia entre las variables del estudio, se puede comprobar que existe evidencia que el nivel de comunicación efectiva y precisa influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

Luego de haber comprobado las seis hipótesis específicas, se comprobó la hipótesis general:

La aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

4.3 Discusión de resultados

Luego de analizar las encuestas aplicadas a los 245 trabajadores de los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020, se llegaron a algunas similitudes y diferencias con otras investigaciones.

A continuación, algunas investigaciones:

El estudio: **“Relación de la innovación y el uso de las TIC en las agencias de viajes minoristas de Miraflores, Lima, 2010-2016”** presentada ante la Universidad San Martín de Porres el año 2017 por María Núñez, llegó a las siguientes conclusiones:

“El análisis de la presente investigación se centró directamente en el ámbito de la comercialización y las relaciones entre los clientes e intermediarios de servicios turísticos.

El nivel de creatividad con un promedio de 65.20% de relación con el uso de las TIC en las agencias de viaje minoristas.

El nivel de competitividad en la innovación tecnológica esta con un nivel significativo de 79.05% de relación con el uso de las TIC en las agencias de viaje.

La aplicación de estrategias en los servicios en la innovación tecnológica esta con un promedio de 79.57% de relación con el uso de las TIC en las agencias de viaje.

En el contexto del desarrollo tecnológico esta investigación confirma la validez de la hipótesis nula postulada que la innovación tecnológica no está en relación directa con el uso de las TIC en las agencias de viaje minoristas con un 74.61% de relación entre las variables y consecuentemente un coeficiente de Spearman $rs \geq -0.8$ por lo que se rechaza la h1.

Esto significa que las agencias de viajes minoristas de Miraflores utilizan las TIC por la necesidad de establecer una vinculación entre los proveedores turísticos como son líneas aéreas, hoteles, operadores turísticos, etc. y la exigencia de su mercado final (clientes) y no necesariamente por su búsqueda de innovar dentro de su visión empresarial.

Cabe destacar que esta investigación podría ser realizada en agencias de viajes mayoristas y tour operadoras que son las que realmente tienen el potencial para innovar y desarrollar productos y servicios utilizando tecnología de punta” (Núñez, 2017).

La investigación relacionada: **“Las tecnologías de la información y comunicaciones turísticas, y las ventas en las agencias de viaje del distrito de Tacna, periodo 2016”** presentada ante la Universidad Privada de Tacna el año 2018 por Fabiola Acosta, llegó a las siguientes conclusiones:

“1. La investigación permite determinar que las tecnologías de la información y comunicaciones generan impacto sobre las ventas de las agencias de viajes en el distrito de Tacna.

Este resultado se justifica en el análisis estadístico en el que se obtuvo un p-valor de 0.00, y un coeficiente R-cuadrado que explica que las ventas tienen variabilidad en un 63.09% dada la implementación de las TICS en las operaciones de las Agencias.

Este resultado revela la importancia de estas herramientas para asegurar el éxito de las operaciones de ventas de las Agencias Turísticas, las cuales deben mantenerse a la vanguardia tecnológica.

2. El nivel de desarrollo de las tecnologías de la información y comunicaciones de las agencias de viajes del distrito de Tacna es alto. Ello se comprueba dada una media de calificación de 3.80, lo cual revela este nivel de desarrollo por parte de las agencias, las cuales toman en cuenta el uso de las tecnologías para asegurar un acceso a la información de forma sencilla y rápida, contar con herramientas para el proceso de datos, generar transferencia de información, contar con almacenamiento de datos, automatización de las tareas, interactividad, optimización de los recursos, y lograr apertura de nuevas oportunidades de negocio y laborales. Todo ello gracias al uso de las TICS.

3. Tras analizar los niveles de ventas de las agencias de viajes del distrito de Tacna, se encontró que las empresas muestran niveles positivos en sus ventas, es decir altos, dada una media de calificación de 3.75, que explica ese resultado. Ello interpreta que las empresas mantienen niveles de ingresos monetarios alentadores y un flujo de clientes también alto, que garantiza el desarrollo de la empresa. Ello nos da a entender que las empresas están logrando efectos positivos en sus operaciones en el mercado local (Acosta, 2018).

El estudio: **“Tecnologías de información y comunicación y su relación con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018”** presentada ante la Universidad Nacional del Altiplano el año 2019 por Edgar Hualpa, llegó a las siguientes conclusiones:

“PRIMERA: Las Tecnologías de Información y Comunicación tiene una correlación positiva considerable con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018, ya que el valor ($r=0.743$) y el valor de la significancia es $p=0.000$.

Esto da entender que si hay una buena implementación adecuada de Tecnologías de Información y Comunicación como wifi, llaves magnéticas, aplicativos móviles, sistema de luz inteligente, sistema de reducción de ruido, alarma inteligente, calefacción inteligente, sistema de aire acondicionado, camas inteligentes, televisores inteligentes, en los hoteles de cuatro estrellas, la satisfacción del turista necesariamente será buena, por lo tanto, recomendará a sus amigos a que visiten tal establecimiento.

SEGUNDA: Con respecto a las Tecnologías de Información y Comunicación que cuentan los hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018, en promedio el 66.4% si cuentan con wifi, llaves magnéticas, aplicativos móviles, sistema de luz inteligente, sistema de reducción de ruido, alarma inteligente, calefacción inteligente, sistema de aire acondicionado, camas inteligentes, televisores inteligentes, mientras tanto el 33.6% no cuentan con los requerimientos de una buena tecnología de información y comunicación, esto indica que en promedio los hoteles si están implementados con las últimas tecnologías de información y comunicación.

TERCERA: Con respecto a la satisfacción de los turistas en los hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018, en promedio es satisfacción buena con una mayoría de 32.7%, también el 29.2% tienen una satisfacción muy buena, el 19.3% excelente, el 14.1% regular y el 4.7% tienen una satisfacción mala. Esto indica la conformidad y como una forma de agradecimiento por del trato que recibió el turista por parte del personal del hotel, por su paso de los hoteles de 4 estrellas de nuestra ciudad de Puno” (Hualpa, 2019).

Finalmente, la investigación relacionada: **“El desarrollo comunicacional de tecnología móvil en el campo del turismo. Caso del Líbano”** presentada ante la Universidad Complutense de Madrid el año 2015 por Rabih El Khatib, llegó a las siguientes conclusiones:

“La aparición de “Turismática” ha generado cambios significativos en la forma en que se desempeña el Turismo tradicional, a la que no se ha escatimado el mundo laboral. Se ha transformado en un factor esencial para la industria turística, aumentando la productividad, mejorando y acelerando los procesos de comunicación.

Implementar Turismática en el negocio del turismo trae grandes beneficios. Además de aumentar la productividad y el posicionamiento a través de diferentes métodos sociales tales como los blogs y las redes sociales, la Turismática permite acelerar la comunicación, facilita el acceso a la información que día a día se sigue aumentando y generando, es decir, desde lo académico acceder a las actas, modificarlas, tener pleno conocimiento de los cambios que se generan a propósito del evento; desde lo comercial donde crece el conocimiento del control de patrocino, gestión de recursos, gestión de compras, órdenes de producción, con el fin de cambiar el proceso de elevar a la productividad y mejorar la agilidad en la prestación de los servicios turísticos.

Desde lo profesional, la Turismática acelera el acceso a la información proporcionando una mayor eficiencia disminuyendo el número de llamadas telefónicas, y visitas a proveedores y clientes, lo que llevaría a una reducción en los costos, y generaría al mismo tiempo una mejor atención, más información sobre sus servicios y por lo tanto aumento en el número de clientes potenciales.

La Turismática puede permitir que la comunicación externa sea más rápida, mejor y sólida.

A partir de esto, también promueve una interactividad que reemplaza la relación presencial en tiempo presente, ya que proporciona una comunicación que puede ser sincrónica y asincrónica, es decir sin límites de tiempo y permite acceder a la información cuando se requiere, al mismo tiempo, es posible acceder desde cualquier parte del mundo proporcionando una interacción virtual con otras personas.

Las innovaciones en los sistemas de Turismática, representan hoy más que nunca un sistema clave para competir en un entorno complejo como los cambios de la demanda en los atributos de servicio turístico. Ante la nueva situación, las empresas deben contar con información completa y precisa para ayudar a analizar las situaciones y tomar las decisiones necesarias con más rapidez.

Por esta razón, muchas empresas del sector han comenzado a incorporar sistemas intensivos con el objeto de mejorar la gestión y la toma de decisiones, al tiempo servir de apoyo a las estrategias de negocios fijadas por las empresas” (El Khatib, 2015).

Como se puede apreciar, en las investigaciones precedentes, existen similitudes que permiten indicar que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye significativamente en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. Se determinó que el nivel de acceso a información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.
2. Se determinó que el nivel de manejo de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.
3. Se determinó que el nivel de orden de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.
4. Se determinó que el nivel de comprensión de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.
5. Se determinó que el nivel de comunicación a tiempo influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.
6. Se determinó que el nivel de comunicación efectiva y precisa influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.
7. Se determinó que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

5.2 Recomendaciones

1. Al personal administrativo de los hospedajes deben de realizar diagnósticos utilizando herramientas de gestión como planeamiento estratégico a fin de identificar oportunidades y establecer mejoras estratégicas de negocio adaptándose, siendo flexible

y cambiando constantemente para adquirir nuevas tecnologías en los Centros de Hospedaje turístico del distrito de Sayán – Huaura 2020

2. A los administrativos de los hospedajes deben utilizar en los negocios el uso correcto del comercio electrónico y de acuerdo a las tendencias actuales con el fin de poder adquirir nuevos procesos y poder atender de manera eficiente a los clientes, reduciendo costos, mayor alcance al público, seguridad para vender y comprar en los Centros de Hospedaje turístico del distrito de Sayán – Huaura 2020
3. Los inversionistas o propietarios de los hospedajes, motivar a los directivos, gerentes, administradores que tomen decisiones en los negocios de hospedaje para poder realizar nuevas formas de distribución y canales de comunicación, como las redes sociales, el Instagram y otros medios para interrelacionarse con sus clientes en los Centros de Hospedaje turístico del distrito de Sayán – Huaura 2020
4. Los grupos de interés deben realizar constantemente en los usuarios, consumidores y clientes encuestas sobre los servicios en los Centros de Hospedaje turístico del distrito de Sayán – Huaura 2020, con el fin de determinar nuevos servicios y mejorar los servicios de hospedaje ya existentes
5. El personal administrativo debe fomentar en los Centros de Hospedaje turístico del distrito de Sayán – Huaura 2020 las reservas de habitaciones por medio de páginas web. Esto ayudaría a que los consumidores y especialmente los clientes puedan realizar en tiempo real consultas u otros servicios.
6. Los grupos de interés de los hospedajes fomentar la inteligencia de los negocios para que la información lo vuelvan conocimiento y puedan tomar decisiones y ser más competitivos y productivos en el sector hotelero.

7. Los administradores de los hospedajes difundir los resultados de la investigación para que sirvan como aporte a los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, F. (2018). Las tecnologías de la información y comunicaciones turísticas, y las ventas en las agencias de viaje del distrito de Tacna, periodo 2016. Obtenido de http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/519/1/Acosta_Acosta_Fabiola.pdf
- Alcaldía de Barranquilla. (2020). Infraestructura Cultural. Obtenido de <https://www.barranquilla.gov.co/cultura/licbic/infraestructura-cultural>
- Arandis, R. (2019). ¿Qué es un recurso turístico? Un análisis Delphi a la Academia Hispana. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/332907116_Que_es_un_recurso_turistico_Un_analisis_Delphi_a_la_Academia_Hispana
- Brainly. (2018). Comunicación oportuna. Obtenido de <https://brainly.lat/tarea/9163304>
- Cabrejos, M. (2019). Orden de información. Obtenido <https://matemathweb.com/razonamiento-matematico/orden-de-informacion/>
- Cajal, A. (2021). Infraestructura turística: ¿qué es y cómo está conformada? Obtenido de <https://www.lifeder.com/infraestructura-turistica/>
- Cedeña, V. (2015). El impacto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en las estrategias de mercadeo en el turismo a nivel internacional. Obtenido de https://ponce.inter.edu/cai/Tesis_Graduado/Veronica-Cedeno-Gonzalez/index.pdf
- Coll, F. (2020). Historia del turismo. Obtenido de <https://economipedia.com/historia/historia-del-turismo.html>
- Cpyp. (2013). Características de la oferta y la demanda turísticas. Obtenido de <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- Cubillos, D. (2012). Evolución de la historia de las TIC. Obtenido de <https://sites.google.com/site/ticsyopal5/assignments/homeworkforweekofoctober18th>
- DeConceptos. (2021). Concepto de comunicación efectiva. Obtenido de

- <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/comunicacion-efectiva>
- Dip, P. (2018). Tecnología e Informática. Obtenido de <http://latecnologiavirtual.blogspot.com/2018/10/manejo-de-la-informacion.html>
- El Khatib, R. (2015). El desarrollo comunicacional de tecnología móvil en el campo del turismo. Caso del Líbano. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/38063/1/T37351.pdf>
- Entorno Turístico. (2016). ¿Qué son los recursos turísticos y cómo se clasifican? Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Eumed. (2021). Estrategias alternativas frente a la globalización y al mercado: la experiencia socialista. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2005/mga/1b.htm>
- Gambarota, D. y Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Gastelum, P. (2020). Manejo de Información. Obtenido de <https://sites.google.com/site/gastelumlopezpedroingsistemas/unidad-1/1-3-4-manejo-de-informacion>
- Glosario Turismo. (2018). Oferta turística. Obtenido de <https://glosarios.servidor-alicante.com/turismo/oferta-turistica>
- Gobierno de México. (2017). ¿Qué es la calidad de vida? Obtenido de <https://www.incmnsz.mx/opencms/contenido/investigacion/comiteEtica/calidadVida.html>
- Guerra, J. (2020). Comunicación para todos, en tiempo real. Obtenido de <https://blog.gointegro.com/comunicacion-para-todos-en-tiempo-real>
- Hualpa, E. (2019). Tecnologías de información y comunicación y su relación con la satisfacción de los turistas en hoteles de categoría cuatro estrellas de la ciudad de Puno 2018. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12945/Hualpa_Ccorimayo_Edgar_Paul.pdf
- Ipp. (2020). ¿Qué son las TIC y para qué sirven? Obtenido de <https://www.ipp.edu.pe/blog/que-son-las-tic-y-para-que-sirven/>
- Itei. (2016). Acceso a la información. Obtenido de https://www.itei.org.mx/v4/procedimientos/acceso_info
- Mincultura Colombia. (2013). Política de infraestructura cultural. Obtenido de

- https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-de-infraestructura-cultural/Documents/16_politica_infraestructura_cultural.pdf
- Núñez, M. (2017). Relación de la innovación y el uso de las TIC en las agencias de viajes minoristas de Miraflores, Lima, 2010-2016. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4292/nunez_bmmp.pdf
- Ocha Colombia. (2014). Manejo de Información. Obtenido de https://wiki.salahumanitaria.co/wiki/Manejo_de_Informaci%C3%B3n
- Páez, G. (2020). Infraestructura turística. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/infraestructura-turistica.html>
- Pinto, M. (2019). Estrategias de lectura. Obtenido de http://www.mariapinto.es/alfineees/aprender_analizar/como.htm
- Raffino, M. (2020). Comunicación efectiva. Obtenido de <https://concepto.de/comunicacion-efectiva/>
- Raffino, M. (2020). Contaminación. Obtenido de <https://concepto.de/contaminacion/>
- Raffino, M. (2020). TICs. Obtenido de <https://concepto.de/tics/>
- Reyes, R. (2018). Análisis del uso de las TICs como herramienta para potencializar el turismo: Caso Cantón Colimes. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34814/1/tesis%20RUDY%20REYES.pdf>
- Roldán, P. (2017). Contaminación. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/contaminacion.html>
- Ucha, F. (2014). Definición de Comprensión. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/comprension.php>
- Unesco. (2017). El acceso a la información. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday2009001/themes/access-to-information/>
- Westreicher, G. (2020). Calidad de vida. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/calidad-de-vida.html>.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de coherencia interna

Título	Definición del Problema	Objetivos	Formulación de Hipótesis	Clasificación de variables	Definición Operacional	Metodología	Población, Muestra y Muestreo	Técnica e Instrumento
APLICACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU IMPORTANCIA EN LAS ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN LOS CENTROS DE HOSPEDAJE TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE SAYÁN – HUAURA 2020	Problema general ¿De qué manera la aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?	Objetivo General Determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.	Hipótesis Principal La aplicación de las tecnologías de información y comunicación influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.	Variables a) Aplicación de las tecnologías de información y comunicación	➤ Información - Nivel de acceso a la información - Nivel de manejo de la información - Nivel de orden de la información - Nivel de comprensión de la información ➤ Comunicación - Comunicación a tiempo - Comunicación efectiva y precisa.	Tipo De acuerdo con el tipo de investigación, el presente estudio es de tipo Aplicado. Nivel Explicativo. Método En la presente investigación utilizamos el método Ex Post facto. Diseño Correlacional: Su diseño se representa así:	Población 245 personas. Muestra 150 personas. Muestreo Probabilístico.	Técnica La principal técnica que se utilizó en el presente estudio será la encuesta. Instrumento Cuestionario que, por intermedio de una encuesta de preguntas, en su modalidad cerradas, se tomó a la muestra señalada.
	Problemas Específicos ¿De qué manera el nivel de acceso a la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?	Objetivos Específicos Determinar la influencia del nivel de acceso a información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.	Hipótesis Específicas El nivel de acceso a información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.					
	¿De qué manera el nivel de manejo de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?	Determinar la influencia del nivel de manejo de la información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.	El nivel de manejo de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.					
	¿De qué manera el nivel de orden de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?	Determinar la influencia del nivel de orden de la información en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.	El nivel de orden de la información influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.					
	¿De qué manera el nivel de comprensión de la información comunicada influye en las	Determinar la influencia del nivel de comprensión de la información en las estrategias	El nivel de comprensión de la información influye en las			$M = O_y (f) O_{x_1}$		

	<p>estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?</p> <p>¿De qué manera el nivel de comunicación a tiempo influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?</p> <p>¿De qué manera el nivel de comunicación efectiva y precisa influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020?</p>	<p>de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.</p> <p>Determinar la influencia del nivel de comunicación a tiempo en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.</p> <p>Determinar la influencia del nivel de comunicación efectiva y precisa en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.</p>	<p>estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.</p> <p>El nivel de comunicación a tiempo influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.</p> <p>El nivel de comunicación efectiva y precisa influye en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.</p>	<p>b) Estrategias de desarrollo</p>	<p>➤ Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de recursos turísticos. - Nivel de oferta turística. <p>➤ Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de infraestructura turística. - Nivel de infraestructura cultural. <p>➤ Calidad de vida</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nivel de calidad de vida de la población. - Nivel de contaminación. 			
--	--	--	--	---	---	--	--	--

Anexo 2 Instrumento de Recolección de Datos (Encuesta)

Objetivo: Determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en las estrategias de desarrollo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura 2020.

PREGUNTAS	MA	A	I	D	TD
1. ¿Considera adecuado el nivel de acceso a la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
2. ¿Considera que puede mejorar el nivel de acceso a la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
3. ¿Considera adecuado el nivel de manejo de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
4. ¿Considera que puede mejorar el nivel de manejo de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
5. ¿Considera adecuado el nivel de orden de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
6. ¿Considera que puede mejorar el nivel de orden la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
7. ¿Considera adecuado el nivel de comprensión de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
8. ¿Considera que puede mejorar el nivel de comprensión de la información en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
9. ¿Considera adecuado el nivel de comunicación a tiempo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
10. ¿Considera que puede mejorar el nivel de comunicación a tiempo en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
11. ¿Considera adecuado el nivel de comunicación efectiva y precisa en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					

12.¿Considera que puede mejorar el nivel de comunicación efectiva y precisa en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
13.¿Considera adecuado el nivel de recursos turísticos en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
14.¿Considera que puede mejorar el nivel de recursos turísticos en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
15.¿Considera adecuado el nivel de oferta turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
16.¿Considera que puede mejorar el nivel de oferta turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
17.¿Considera adecuado el nivel de infraestructura turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
18.¿Considera que puede mejorar el nivel de infraestructura turística en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
19.¿Considera adecuado el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
20.¿Considera que puede mejorar el nivel de infraestructura cultural en los centros de hospedaje turísticos del distrito de Sayán – Huaura?					
21.¿Considera adecuado el nivel de calidad de vida de la población del distrito de Sayán – Huaura?					
22.¿Considera que puede mejorar el nivel de calidad de vida de la población del distrito de Sayán – Huaura?					
23.¿Considera adecuado el nivel de contaminación de la población del distrito de Sayán – Huaura?					
24.¿Considera que puede mejorar el nivel de contaminación de la población del distrito de Sayán – Huaura?					

ANEXOS

VALIDACION DEL INSTRUMENTO



ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

Menos de	50 - 60 - 70 - 80 - 90 - 100
1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con este instrumento se logrará el objetivo propuesto?	() () () () () (X)
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a ¿Las variables del estudio?	() () () () () (X)
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?	() () () () () (X)
4. ¿En qué porcentaje, los ítems son de fácil comprensión?	() () () () () (X)
5. ¿Qué porcentaje de los ítems siguen secuencia lógica?	() () () () () (X)
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con este instrumento se obtendrán datos similares en otras muestras?	() () () () () (X)

SUGERENCIAS

1. ¿Qué ítems considera Usted deberían agregarse?
 .Ninguno.....

2. ¿Qué ítems estima podrían eliminarse?
 ...Ninguno.....

3. ¿Cuáles ítems considera deberán reformularse o precisarse mejor?
 Ninguno.....

Fecha: 27/04/2023.....

Validado por Mag. Daniel Amadeo Robles Fabián:

Firma



ESCUELA DE POSGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

Item	Menos de	50	60	70	80	90	100
1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con este instrumento se logrará el objetivo propuesto?							X
2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a las variables del estudio?							X
3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos?							X
4. ¿En qué porcentaje, los ítems son de fácil comprensión?							X
5. ¿Qué porcentaje de los ítems siguen secuencia lógica?							X
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con este instrumento se obtendrán datos similares en otras muestras?							X

SUGERENCIAS

1. ¿Qué ítems considera Usted deberían agregarse?

Ninguna.....
.....

2. ¿Qué ítems estima podrían eliminarse?

Ninguna.....
.....

3. ¿Cuáles ítems considera deberán reformularse o precisarse mejor?

Ninguna.....
.....

Fecha: Lima, 27 de abril del 2023

Validado por: Mg. Juan Ramón Méndez Vicuña

Firma



ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

- | | Menos de | 50 - 60 - 70 - 80 - 90 - 100 |
|---|---------------------------|-------------------------------------|
| 1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con este instrumento se logrará el objetivo propuesto? | () () () () () (X) | |
| 2. ¿En qué porcentaje considera que los ítems están referidos a ¿Las variables del estudio? | () () () () () (X) | |
| 3. ¿Qué porcentaje de los ítems planteados son suficientes para lograr los objetivos? | () () () () () (X) | |
| 4. ¿En qué porcentaje, los ítems son de fácil comprensión? | () () () () () (X) | |
| 5. ¿Qué porcentaje de los ítems siguen secuencia lógica? | () () () () () (X) | |
| 6. ¿En qué porcentaje valora Usted que con este instrumento se obtendrán datos similares en otras muestras? | () () () () () (X) | |

SUGERENCIAS

1. ¿Qué ítems considera Usted deberían agregarse?
Ninguna
2. ¿Qué ítems estima podrían eliminarse?
Ninguna
3. ¿Cuáles ítems considera deberán reformularse o precisarse mejor?
Ninguna

Fecha: 27/04/2023

Validado por: Mg Ruben Oscar Cerda Garcia

Firma