



**PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN A LA DEMANDA DEL
SECTOR TURÍSTICO EN PARACAS – PISCO - ICA. 2017.**

TESIS

Para optar el Grado de:

**MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y
FINANZAS INTERNACIONALES – MBA INTERNACIONAL**

**Román Junior Balvin Azaña
Juan Roberto Chávez Navarro**

Asesora: Mg. Carmen Rosa Valdivia Arenas

LIMA, 2018

Dedicatoria

A Dios por derramar sus bendiciones sobre mí y llenarme de fuerza para vencer todos los obstáculos desde el principio de mi vida. A mi hijo Adrián, quién es mi motivo de vida y fuente inspiración. A Angélica mi compañera de vida, a mi padre que desde el cielo me cuida y me protege. Finalmente, a mi madre por su ejemplo de perseverancia y constancia que la caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y su amor incondicional.

Román Junior Balvin Azaña

Agradecimientos

A nuestra asesora, Mg. Carmen Rosa Valdivia Arenas, por su compromiso, guía, paciencia y profesionalismo mostrado en el desarrollo de la presente investigación.

A la Universidad Católica Sedes Sapientiae, por darnos la oportunidad de cursar los estudios de Postgrado y por la invaluable labor social que realiza en el país.

Resumen

El turismo, por un país, es una de las actividades de mayor importancia, ya que genera de manera directa o indirecta actividad económica en los lugares visitados. La industria turística del Perú en el año 2017 ha representado el 3.8% del PBI nacional (US\$ 8,135 millones), ayudando el crecimiento económico del país, generando puestos de trabajo, facilitando el desarrollo de industrias conexas y la reducción de la pobreza.

Si bien es cierto de manera global, el turismo nacional ha mejorado; sin embargo, todavía hay cosas que se deben trabajar. Prueba de ello, son las deficiencias observadas en el destino turístico de Ica, distrito de Paracas, ciudad de Pisco: falta de servicios básicos, servicios recreativos de mala calidad, falta de limpieza y mantenimiento de los recursos turísticos, entre otros. El objetivo de esta investigación ha sido identificar los factores principales que afectan a la demanda del sector turístico en la ciudad de Paracas a fin de proponer estrategias adecuadas para el desarrollo del mismo. Los datos que se han recogido provienen de dos fuentes de información: primarias (encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros) y secundarias (guías, boletines y base de datos de instituciones públicas).

Al finalizar el trabajo se ha podido constatar que existen factores como la publicidad estatal, los servicios conexas y las vías de acceso que afectan de manera importante la percepción del turista y, a largo plazo, pueden incidir en una disminución de los visitantes a este balneario.

Palabras clave: Paracas, turismo, oferta turística, sector turístico, demanda turística.

Abstract

The tourism of a country is one of the most important activities, since it directly or indirectly generates economic activity in the places visited. The tourism industry of Peru in the year 2017 represented 3.8% of the national GDP (US \$ 8,135 million), this helped the economic growth of the country, increase of jobs, development of related industries and reduction of poverty.

While it is true globally, national tourism has improved, there are still things that must be worked on. Proof of this are the deficiencies observed in the tourist destination of Ica, specifically in the district of Paracas, city of Pisco: lack of basic services, poor quality recreational services, lack of cleanliness and maintenance of tourist resources, among others. The objective of this research has been to identify the main factors that affect the demand of the tourist sector in the city of Paracas in order to propose suitable strategies for the development of it. The data that has been collected comes from two sources of information: primary (surveys applied to national and foreign tourists) and secondary (guides, bulletins and database of public institutions).

At the end of the work, it has been found that factors such as state advertising, related services and access routes, significantly affect the perception of tourists and in the long term may affect a decrease in visitors to this spa

Keywords: Paracas, tourism, tourist offer, tourist sector, tourist demand.

Índice temático

Dedicatoria.....	i
Agradecimientos.....	ii
Resumen	iii
Abstract.....	iv
Introducción.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Formulación del problema.....	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos.....	3
1.3. Justificación del tema de la investigación.....	3
1.4. Objetivos de la investigación.....	3
1.4.1. Objetivo general.....	3
1.4.2. Objetivos específicos.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1 Antecedentes del estudio.....	5
2.1.1 Internacionales.....	5
2.1.2 Nacionales	8
2.2 Bases teóricas.....	10
2.2.1. Turismo	10
2.2.2. Oferta turística	20
2.2.3. Demanda turística.....	23
2.3 Definición de términos básicos.....	28
2.4 Hipótesis de investigación.....	31
2.4.1. Hipótesis general	31
2.4.2. Hipótesis específicas.....	31
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	32
3.1 Enfoque de la investigación.....	32
3.2 Alcance de la investigación	32
3.3 Diseño de la investigación	32
3.4 Descripción del ámbito de la investigación	33
3.5 Variables	33

3.5.1.	Definición conceptual de la(s) variable(s).....	33
3.5.2.	Definición operacional de la(s) variables(s).....	34
3.6	Delimitaciones.....	35
3.7	Limitaciones (obstáculos que se pueden presentar en la investigación).....	35
3.8	Población y muestra (dependerá de la investigación)	35
3.9	Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	35
3.10	Validez y confiabilidad del instrumento	36
3.11	Plan de recolección y procesamiento de datos.....	36
CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN		37
4.1	Características geopolíticas, sociales y económicas de Paracas – Ica	37
4.1.1	Características geopolíticas de Paracas – Ica	37
4.1.2	Características sociales de Paracas – Ica.....	38
4.1.3	Características económicas de Paracas – Ica.....	39
4.2	Caracterización del turista que llega a Paracas	42
4.2.1	Turista de origen extranjero.....	42
4.2.2	Turista de origen nacional	61
4.3	Características de la oferta del sector turístico de la ciudad de Paracas	80
4.3.1	Recursos turísticos de Paracas	80
4.3.2	Operadores turísticos en Paracas	83
4.3.3	Infraestructura para el turismo en Paracas	94
4.4	Factores que afectan a la demanda turística de Paracas	97
4.4.1	Publicidad estatal.....	97
4.4.2	Vías de acceso a Paracas.....	99
4.4.3	Calidad de los servicios turísticos	102
4.4.4	Servicios conexos	107
4.4.5	Precios de los servicios turísticos	112
4.4.6	Seguridad.....	117
4.4.7	Limpieza y mantenimiento de atractivos turísticos.....	118
4.5	Contrastación de hipótesis	119
4.5.1	Planteamiento de las hipótesis	120
4.5.2	Significación.....	122
4.5.3	Estadísticos de prueba	122
4.5.4	Regla de decisión.....	122
4.5.5	Toma de decisión.....	122
4.5.6	Fórmulas utilizadas.....	123
4.5.7	Contrastación.....	123
4.6	FODA del sector turístico de Paracas	135

4.7	Estrategias para la mejora del sector turístico de la ciudad de Paracas	137
4.7.1	Estrategia para mejorar la publicidad estatal.....	137
4.7.2	Estrategia para mejorar las vías de acceso terrestre a Paracas.....	138
4.7.3	Estrategia para mejorar los servicios de diversión	139
4.7.4	Estrategia para mejorar la seguridad de los destinos turísticos de Paracas	140
4.7.5	Estrategia para mejorar la limpieza de los recursos turísticos de Paracas	141
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES		142
5.1	Conclusiones	142
5.2	Recomendaciones	144
BIBLIOGRAFÍA		145
ANEXOS		150

Índice de tablas

Tabla 1: Operacionalización de las variables del estudio.....	34
Tabla 2: Plan de recopilación y procesamiento de datos.....	36
Tabla 3: Sexo del turista extranjero.....	43
Tabla 4: Ingresos de los turistas extranjeros.....	43
Tabla 5: Sexo del turista extranjero.....	44
Tabla 6: Edad del turista extranjero.....	44
Tabla 7: Grado de instrucción del turista extranjero	45
Tabla 8: Ocupación del turista extranjero.....	45
Tabla 9: Motivación, para viajar a Paracas, del turista extranjero	46
Tabla 10: País de origen del turista extranjero	47
Tabla 11: Punto de ingreso del turista extranjero	48
Tabla 12: Grupo de viaje del turista extranjero	48
Tabla 13: Demanda de servicios de hostales por parte de turistas extranjeros. Paracas 2017	49
Tabla 14: Demanda de hoteles, turistas extranjeros, en Paracas 2017	52
Tabla 15: Demanda, de turistas extranjeros, de establecimientos hoteleros no categorizados en Paracas	55
Tabla 16: Turistas extranjeros que visitaron la Reserva Nacional de Paracas	58
Tabla 17: Turistas extranjeros que visitaron las Islas Ballestas	59
Tabla 18: Contratación de paquetes turísticos por parte de los turistas extranjeros.....	60
Tabla 19: Frecuencia de visita de los turistas extranjeros	60
Tabla 20: Sexo del turista nacional.....	61
Tabla 21: Nivel socioeconómico del turista nacional.....	61
Tabla 22: Estado civil del turista nacional.....	62

Tabla 23: Edad del turista nacional	62
Tabla 24: Grado de instrucción del turista nacional	63
Tabla 25: Ocupación del turista nacional	63
Tabla 26: Motivos de viaje del turista nacional.....	64
Tabla 27: Gasto por persona - turista nacional	65
Tabla 28: Gasto diario por persona - turista nacional.....	65
Tabla 29: Ciudad de origen del turista nacional	66
Tabla 30: Medio de transporte del turista nacional	66
Tabla 31: Grupo de viaje del turista nacional.....	67
Tabla 32: Demanda de hostales, de turistas nacionales, en Paracas 2017.....	68
Tabla 33: demanda de hoteles, de turistas nacionales, en Paracas	71
Tabla 34: demanda, de turistas nacionales, de establecimientos hoteleros no categorizados en Paracas	74
Tabla 35: Turistas nacionales que visitaron la Reserva Nacional de Paracas	77
Tabla 36: Turistas nacionales que visitaron las Islas Ballestas	78
Tabla 37: Contratación de tour guiado - turista nacional	79
Tabla 38: Razones por las que no se contrató un tour guiado - turista nacional	79
Tabla 39: Establecimientos de comida	84
Tabla 40: Oferta de hostales en Paracas	88
Tabla 41: Oferta de hoteles en Paracas.....	89
Tabla 42: Establecimientos hoteleros no categorizados en Paracas	90
Tabla 43: Centro de esparcimientos en Paracas	91
Tabla 44: agencias de viaje de acuerdo a su razón social.....	93
Tabla 45: Análisis FODA del sector turístico de Paracas	136

Índice de gráficos

Gráfico 1: Distintas formas de clasificar la actividad turística.....	14
Gráfico 2: Permanencia en promedio en hostales, turistas extranjeros 2017	50
Gráfico 3: Total pernoctaciones en hostales, turistas extranjeros 2017	51
Gráfico 4: Permanencia en promedio en hoteles, turistas extranjeros 2017.....	53
Gráfico 5: Total pernoctaciones en hoteles, turistas extranjeros 2017	54
Gráfico 6: Permanencia promedio de turistas extranjeros en hostales y hoteles, 2017.....	56
Gráfico 7: Pernoctaciones promedio de turistas extranjeros en hostales y hoteles, 2017 ...	57
Gráfico 8: Turistas extranjeros que visitaron la Reserva Nacional de Paracas	58
Gráfico 9: Turistas extranjeros que visitaron las Islas Ballestas	59
Gráfico 10: Permanencia en promedio en hostales, turistas nacionales 2017	69
Gráfico 11: Total pernoctaciones en hostales, turistas nacionales 2017	70
Gráfico 12: Permanencia en promedio en hoteles, turistas nacionales 2017.....	72
Gráfico 13: Total pernoctaciones en hoteles, turistas nacionales 2017	73
Gráfico 14: Permanencia promedio de turistas nacionales en hostales y hoteles, 2017.....	75
Gráfico 15: Pernoctaciones promedio de turistas nacionales en hostales y hoteles, 2017 ..	76
Gráfico 16: Turistas nacionales que visitaron la Reserva Nacional de Paracas	77
Gráfico 17: Turistas nacionales que visitaron las Islas Ballestas	78
Gráfico 18: Vista de publicidad antes de visitar el lugar.....	98
Gráfico 19: Influencia de la publicidad en la decisión de visita a Paracas.....	98
Gráfico 20: Opinión sobre la publicidad de Paracas	99
Gráfico 21: Señalización de las vías de acceso Paracas	100
Gráfico 22: Facilidad para el acceso a Paracas.....	100
Gráfico 23: Transporte aéreo a Paracas	101
Gráfico 24: Transporte terrestre a Paracas	101

Gráfico 25: Estado de las vías de acceso a Paracas	102
Gráfico 26: Trato de las personas que laboran en los atractivos turísticos.....	103
Gráfico 27: Calidad de los servicios hoteleros de Paracas	103
Gráfico 28: Calidad y Limpieza de los restaurantes de Paracas.....	104
Gráfico 29: Calidad de los productos que se ofrecen en las bodegas de la zona.....	105
Gráfico 30: Calidad de los servicios de las agencias de viaje	105
Gráfico 31: Calidad de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos.....	106
Gráfico 32: Trámites para visitar Perú	107
Gráfico 33: Facilidad para realizar operaciones bancarias en Paracas	108
Gráfico 34: Seguridad y limpieza de los servicios de diversión.....	108
Gráfico 35: Servicio de telefonía en Paracas	109
Gráfico 36: Servicios de salud en Paracas.....	110
Gráfico 37: Servicios de transporte interno de Paracas.....	110
Gráfico 38: Servicio brindado por los guías turísticos	111
Gráfico 39: Servicio básicos en Paracas.....	112
Gráfico 40: Accesibilidad de los precios de los servicios turísticos.....	113
Gráfico 41: Relación precio calidad de los hoteles / hostales en Paracas.	113
Gráfico 42: Relación precio calidad de los restaurantes en Paracas.....	114
Gráfico 43: Accesibilidad de los precios de las agencias de viaje de Paracas	115
Gráfico 44: Relación precio calidad de los servicios de diversión de Paracas.....	115
Gráfico 45: Accesibilidad de los precios de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos.....	116
Gráfico 46: Accesibilidad de los precios de transporte interno.....	117
Gráfico 47: Seguridad del destino de turístico de Paracas	117
Gráfico 48: Limpieza del destino de turístico de Paracas	118

Gráfico 49: Limpieza del destino de turístico de Paracas 119

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Mapa satelital de la ciudad de Paracas	38
Ilustración 2: Plano de la ciudad de Paracas.....	38
Ilustración 3: Candelabro de Paracas.....	39
Ilustración 4: Guano de aves	40
Ilustración 5: Pesca artesanal.....	40
Ilustración 6: Planta de harina de pescado - TASA.....	41
Ilustración 7: Exportación de Sal.....	41
Ilustración 8: Planta de procesamiento de gas de Camisea	42
Ilustración 9: Reserva nacional de Paracas.....	80
Ilustración 10: Islas Ballestas	81
Ilustración 11: El Candelabro	82
Ilustración 12: La Catedral	82
Ilustración 13: Museo Julio C. Tello – Paracas	83

Índice de anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio	151
Anexo 2: Encuesta aplicada al turista nacional	152
Anexo 3: Encuesta aplicada al turista extranjero.....	158

Introducción

La presente investigación se ha planteado al observar las deficiencias del destino turístico de Ica, específicamente en la circunscripción del distrito de Paracas, ciudad de Pisco: falta de servicios básicos, servicios recreativos de mala calidad, falta de limpieza y mantenimiento de los recursos turísticos, etc.

Luego de haber realizado la observación, se ha planteado la tesis con la finalidad de identificar los principales factores que afectan a la demanda del sector turístico en la ciudad de Paracas, a fin de proponer estrategias adecuadas para el desarrollo del mismo.

La presente investigación sirve como guía para los operadores turísticos, entidades que generan las políticas de desarrollo del sector; es decir, ayuda a fortalecer el conocimiento existente sobre la materia investigada.

Es importante resaltar el enfoque de investigación cuali-cuantitativo del presente trabajo, con un diseño no experimental y un alcance descriptivo, causal y propositivo.

Finalmente, cabe mencionar que la tesis está organizada en cinco capítulos: en el primer capítulo, se han descrito la situación problemática identificada, preguntas de investigación, justificación y los objetivos planteados. En el segundo capítulo, se han analizado los antecedentes del estudio, las bases teóricas, definición de los términos básicos e hipótesis del estudio. En el tercer capítulo, se han propuesto el enfoque, diseño y alcance de la investigación, variables de estudio, limitaciones, población y muestra; instrumentos para la recolección de datos y un plan de recolección y análisis de datos. En el cuarto capítulo, se han descrito las características de Paracas (geopolíticas, sociales y económicas), las características de los turistas nacionales y extranjeros, mostrando la oferta turística existente, analizando los factores que afectan a la demanda turística del lugar; se han propuesto estrategias para mejorar el sector turístico y se ha presentado un análisis situacional del sector turístico. Finalmente, en el capítulo cinco, se han desarrollado las conclusiones y recomendaciones de la tesis.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se ha descrito la situación problemática identificada, para sucesivamente sintetizarla en preguntas: general y específicas. Luego, se ha justificado la investigación y finalmente se han planteado los objetivos, general y específicos, de la tesis propuesta.

1.1. Planteamiento del problema

Vivimos en un mundo que avanza rápidamente, la ciudad de Ica no es la excepción; también en ella se vislumbran distintas maneras de enfocar a las empresas: el principal enfoque es basado en el cliente, es decir, se debe trabajar en las necesidades de los clientes, ya que de estos depende la continuidad de la empresa en el mercado. El trabajo de investigación planteado, se relaciona con la problemática que tiene el sector turístico del país y en específico en la localidad de Ica. Dos de los principales atractivos turísticos de este departamento, Reserva Nacional de Paracas e Islas Ballestas, se encuentran en Paracas (provincia de Pisco). En ellos pueden realizarse diversas actividades turísticas, entre las cuales viajes en bote, que permiten acercarse a los lobos marinos y a otros animales de la fauna marina; además, pueden realizarse actividades de buceo, pesca, etc. En Paracas se han instalado hoteles de todo precio y restaurantes que atienden todo el año, así como los servicios conexos; sin embargo, existen varios problemas que afectan al sector turístico de este distrito, entre ellos se puede mencionar la falta de servicios básicos, deficiencias en los servicios recreativos, falta de limpieza y mantenimiento de los recursos turísticos, problemas de conectividad en llamadas telefónica e internet, deficiente señalización y mantenimiento de las vías de acceso, etc. Es opinión común que, si alguien visita a un lugar que no cumple con sus expectativas, luego lo comentará con amigos y familiares y esa percepción incidirá en las decisiones futuras de su entorno. Es por ello que es importante saber hasta qué punto las deficiencias existentes afectan la demanda del sector turístico de Paracas. ¿Cuáles son las fallas en la oferta? ¿Cuáles son las necesidades de los turistas? ¿Qué tipo de turistas vienen a la zona? ¿Estamos satisfaciendo las expectativas de los turistas? Y por último la pregunta que ha permitido plantear una propuesta para el desarrollo del sector ¿Qué estrategias se deben desarrollar por el lado de la oferta a fin de generar un mayor desarrollo del sector turístico en Paracas?

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son los factores principales que afectan la demanda del sector turístico en la ciudad de Paracas?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál los factores que afectan el desempeño y crecimiento de la demanda del sector turístico de la ciudad de Paracas?
- ¿Qué estrategias se pueden implementar para mejorar el sector turístico de la ciudad de Paracas?

1.3. Justificación del tema de la investigación

La globalización genera un cambio rápido a nivel mundial, las ciudades y las empresas no están excluidas de este fenómeno; actualmente, las organizaciones tienen un enfoque de gestión basado en los clientes. Las empresas deben trabajar para atenderlos positivamente, ya que su captación es esencial para sobrevivir ante la competencia. No se han podido encontrar muchos documentos que logren reflejar la situación turística a nivel nacional ni mucho menos la situación de lugares específicos; esta es una deficiencia que se ha querido subsanar con este trabajo de tesis. Los resultados sirven como una guía tanto a los operadores turísticos, como a las entidades que generan políticas de desarrollo del sector; es decir, se pretende contribuir con el conocimiento existente sobre esta materia. También se ha buscado generar cambios en la forma de ver la política del sector.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar los factores principales que afectan la demanda del sector turístico en la ciudad de Paracas, a fin de proponer estrategias adecuadas para el desarrollo del mismo.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar los factores que afectan el desempeño y crecimiento de la demanda del sector turístico de la ciudad de Paracas.
- Proponer estrategias que ayuden a mejorar el sector turístico de la ciudad de Paracas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se ha realizado una descripción exhaustiva de los antecedentes del estudio, es decir de otros trabajos de tesis, que guardan relación con la investigación propuesta; luego se han desarrollado las bases teóricas, la cuales dan sustento al presente trabajo. Finalmente, se ha generado la definición de los términos técnicos utilizados y se han formulado las hipótesis de estudio.

2.1 Antecedentes del estudio

En los antecedentes del estudio se han analizado tesis nacionales así como internacionales, con el propósito de entender a mayor profundidad el fenómeno analizado: los factores que afectan la demanda del sector turístico de Paracas. Cabe mencionar que las tesis consideradas corresponden a investigaciones de postgrado.

2.1.1 Internacionales

Se ha revisado la tesis de Javier Sánchez-Rivas García (2015) quien desarrolló su investigación para optar el grado de Doctor en Economía del Turismo: *El capital turístico en España y su influencia en el crecimiento económico*, en la Escuela de Postgrado de la Universidad de Sevilla (Sevilla-España). El autor plantea su investigación observando que el turismo viene configurándose como una de las principales actividades económicas en muchos países y por supuesto en España. Luego de evidenciar lo descrito, el autor se propone analizar en profundidad el conocimiento del sector turístico español y por otro lado, la exploración de un modelo que permita analizar la probable relación y aportación de los recursos que pueden ser propios o heredados al desarrollo económico de España. Para lograr el objetivo se recopiló información bibliográfica oficial empezando por una revisión de políticas turísticas, un análisis de la demanda, un análisis de las diferentes teorías enfocadas a la competitividad y una recopilación cuantitativa del patrimonio cultural y medioambiental de las provincias y regiones de España. La investigación concluye que España posee un inventario de recursos propios y heredados muy destacado a nivel mundial, y que el turismo juega un rol muy relevante en el desarrollo de las comunidades de España, influyendo en su crecimiento económico con su aporte significativo al PIB. En ese sentido, la protección y conservación de los recursos turísticos como por ejemplo el medioambiental, cultural y litoral del

país son muy importantes, puesto que suponen el fundamento sobre la cual es posible desarrollar las actividades turísticas que permiten el desarrollo económico de España.

Por otro lado, se tiene la tesis de Juan Carlos Lamboggia Ortiz (2014) quien desarrolló su investigación para optar el grado de Magister en Economía y Gestión Empresarial: *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso de Ecuador*, por la Escuela de Postgrado de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador (Ecuador). La investigación plantea que el sector turismo viene siendo uno de los factores determinantes para el progreso económico de los países; en ese sentido, la investigación se enfoca en el sector turístico en América Latina, utilizando los resultados para analizar el caso de Ecuador. Luego el autor se propone analizar la consecuencia del turismo de América Latina y del país de Ecuador en su crecimiento económico, así como los factores que determinan esa relación. La investigación concluye que el sector de modo global no ha tenido efectos determinantes en cuanto al crecimiento económico regional, pero sí para aquellos países que han tenido a bien aplicar políticas para promocionar e impulsar el turismo; por consiguiente habría que considerar al sector como una gran oportunidad potencial en los países que rodean la región.

Otra tesis revisada es la de Patricia Belén Carruitero (2011). Esta tesista ha desarrollado su investigación para optar el grado de Magister en Finanzas Públicas Provinciales y Municipales: *Estacionalidad de la demanda de turismo en Argentina*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de la Plata (Argentina). La autora plantea la investigación observando que el turismo en Argentina es una actividad económica cíclica, debido a la estacionalidad de la demanda. Luego de evidenciar lo descrito, se propone analizar el patrón de estacionalidad de la demanda y determinar qué factores la originan. Para lograr los objetivos, se ha utilizado la metodología del programa X12-ARIMA y el método de promedios móviles. La investigación concluye que las empresas turísticas en Argentina afrontan de manera general una demanda de tipo estacional, ello puede deberse a diferentes causas como el clima o disponibilidad de tiempo de los visitantes; por consiguiente la fluctuación incide en el primer y cuarto trimestre del año. También se observa la necesidad de implementar un seguro turístico que permita afrontar las fluctuaciones de la demanda estacional por parte de los empresarios.

Se ha revisado además la tesis de Juan Manuel Benítez del Rosario (2010), quien ha desarrollado su investigación para optar el grado de Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales: *La calidad del servicio en la industria hotelera*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria (Gran Canaria – España). Plantea la investigación indicando que la calidad del servicio en el turismo es un aspecto clave para lograr el éxito en este sector tan competitivo. Luego de evidenciar lo descrito, el autor se propone analizar la calidad del servicio en las diferentes áreas de un hotel; sucesivamente realiza un análisis descriptivo de las dimensiones departamentales. La investigación concluye con la necesidad de: una coordinación entre departamentos, atención al detalle en la calidad del servicio, considerar los ingresos y los costes, tener en cuenta la nacionalidad y la renta de los visitantes y por último concluye que los precios deben estar acordes con el nivel del servicio.

Finalmente, se ha revisado la tesis de Angelina Noemí Cáceres (2010), quien ha realizado una investigación para optar el grado de Magister en Desarrollo económico para América Latina: *El Turismo, generador de desarrollo local. El caso de Puerto Iguazú y la influencia del destino turístico Iguazú Catarata*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad Internacional de Andalucía (Argentina). Plantea la investigación señalando que Puerto Iguazú emerge como destino turístico en el año 2002, después de una devaluación del peso argentino frente al dólar estadounidense; observa un marco de desarrollo del lugar degradado y en un entorno nacional e internacional de nuevas líneas de tendencias en el sector. Sucesivamente, el autor se propone identificar los factores facilitadores e inhibidores que deterioran al progreso local en el municipio de Puerto Iguazú. Para lograr su propósito, realiza un análisis descriptivo de los resultados obtenidos, estudiando las dimensiones departamentales de los diferentes hoteles estudiados. Se usó una metodología de investigación descriptiva y analítica, utilizando métodos cuantitativos y cualitativos. La investigación concluye que el Puerto Iguazú es un destino turístico muy reconocido en Argentina y requiere de mejoras en infraestructura y servicios.

2.1.2 Nacionales

Se ha revisado la tesis Fabrizio Augusto Alberca Sialer (2014), quien ha desarrollado su investigación para optar el grado de Maestro en Gestión Cultural, Patrimonio y Turismo: *Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología. 2013*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad San Martín de Porres (Lima-Perú). El autor plantea la investigación al observar que el distrito de Ayabaca, a lo largo del tiempo no se ha desarrollado como destino turístico a nivel distrital ni provincial, a pesar de que posee bienes y manifestaciones culturales muy importantes. Luego de evaluar este fenómeno, Alberca se propone determinar cuál es el potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Para ello, ha aplicado dos encuestas (la primera efectuada en Ayabaca “encuesta social” y la segunda realizada en la ciudad de Lima “encuesta turistas”); en total se encuestaron a 200 personas. Adicional a ello, ha recabado información a través de la observación, análisis de documentos y entrevistas a expertos. La investigación propuesta concluye indicando que el distrito de Ayabaca tiene un real potencial turístico cultural pero, para poderlo desarrollar, debe mejorar sus accesos, la seguridad, cobertura de luz y agua, asimismo la calidad de los servicios ofertados.

También, se analizó el trabajo de César Augusto Lozano Amaya, Edgar Allan Murphy Zanelli, Blanca Elyzabeth Niño Díaz y Liliana Del Carmen Suárez Santa Cruz (2016), los cuales desarrollaron su investigación para optar por el grado de Maestro en Administración Estratégica de Empresas: *Desempeño competitivo de los Clúster del sector turismo en el distrito de Lambayeque*, por CENTRUM, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (Lima-Perú). Los autores plantean la investigación al observar que, a pesar de que Lambayeque posee un gran potencial turístico, no hay instituciones que se dediquen directamente a investigar sobre el crecimiento y promoción del turismo sostenible de la zona. Asimismo, se evidencia la deficiencia en infraestructura, vías de comunicación unidas a las zonas turísticas, seguridad pública e información turística. Sucesivamente, los autores se proponen precisar el desempeño competitivo de los clúster del sector turismo en el distrito de la ciudad de Lambayeque. Para lograr el fin propuesto, se han realizado entrevistas a 15 personas de instituciones públicas y privadas. La investigación concluye indicando que el desempeño competitivo de las empresas del sector turismo del distrito de Lambayeque es bajo; junto con ello, se ha logrado determinar que las

empresas ligadas a la actividad del sector turismo del distrito no tienen conexión entre ellas, no se adaptan a los cambios del entorno y solo compiten dentro de las fronteras geográficas de la zona.

Por otro lado, se ha analizado la tesis de Neiser Homero Romero Córdova (2016), para optar por el grado de Maestro en Ciencias Sociales con Mención en Planificación y Gestión Turística: *Potencial en recursos turísticos del centro poblado Rica Playa – Tumbes, para la práctica del turismo rural*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de Trujillo (Trujillo-Perú). El autor plantea la investigación al identificar que el centro poblado de Rica Playa, no ha desarrollado actividades turísticas pese a sus cualidades naturales y culturales, siendo la puerta de acceso al Parque Nacional Cerros de Amotape (parque reconocido, por el Servicio de Áreas Naturales Protegidas del Perú, como uno de los mejores en su categoría). Luego de observar el fenómeno descrito, el autor se propone analizar el potencial turístico, en cuanto a los recursos que posee la localidad de Rica Playa, para la práctica del turismo en el ambiente rural. Los instrumentos utilizados para lograr el objetivo del estudio son la observación directa, entrevistas y encuestas. La investigación concluye indicando que la localidad de Rica Playa tiene un alto potencial turístico para poder desarrollar un turismo en medio rural, esto se debe a que la localidad posee un espectacular paisaje natural (rodeado de quebradas y ríos), actividades agrícolas, ganaderas y folclóricas.

A su vez, sea revisado el trabajo de Ruth Escarlen Gordon Meza (2016), con su tesis para optar el grado de Maestro en Marketing Turístico y Hotelero: *Potencial turístico de Huancaya-Yauyos, Lima 2015*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad San Martín de Porres (Lima-Perú). Ella plantea la investigación al observar que el distrito de Huancaya no ha tenido un enfoque turístico, lo cual ha ocasionado que no se constituya como destino turístico nacional, a pesar de tener un paisaje de mucha relevancia y singularidad, lagunas de agua turquesa, profundos cañones, quebradas, andenerías incas y pinturas rupestres. Luego de analizar la problemática, la autora se propone determinar el potencial turístico del distrito de Huancaya. Para lograr el objetivo planteado, se ha recopilado información bibliográfica, cartográfica y técnica de instituciones públicas y privadas. Luego de ello, ha realizado la visita in situ para identificar y verificar los recursos turísticos de la zona. El estudio concluye indicando que Huancaya es un distrito con un alto

potencial turístico, en especial para realizar turismo de naturaleza, debido a la presencia de caídas de agua, escenarios naturales, fauna, restos arqueológicos, variada gastronomía, piscigranjas, etc. recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para lograr un turismo sostenible en la zona.

Finalmente, se analizó la tesis de Astrid Poulet Sánchez Gamarra (2016), quien ha desarrollado su investigación para optar por el grado de Maestro en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras: *Estrategia de gestión del desarrollo turístico sostenible para la prestación de servicios en el centro poblado de Sipán*, por la Escuela de Postgrado de la Universidad Señor de Sipán (Lambayeque-Perú). Ella plantea su estudio al observar un deficiente desarrollo del turismo sostenible en la zona: esto se refleja en la poca prestación de servicios que se dan en el centro poblado de Sipán. Después de aclarar la problemática, se propone diseñar una estrategia de gestión de desarrollo turístico sostenible para la prestación de servicios en el centro poblado y con ello revertir el problema identificado. Para lograr el objetivo planteado, ha recabado información a través de los siguientes instrumentos: guía de observación, entrevistas y encuestas. El estudio concluye con el diseño de una estrategia de gestión de desarrollo turístico sostenible, que tiene como objetivo la oferta de servicios turísticos de alta calidad a través de la creación de un complejo turístico en el centro poblado, el cual debe contar con restaurantes, alojamientos, y centros de entretenimiento, involucrando a la población en el desarrollo turístico sostenible de su zona.

2.2 Bases teóricas

Este estudio aborda el turismo empezando con una reflexión sobre los conceptos de dicho sector, así como su oferta y su demanda; definiendo inicialmente los tipos, clasificaciones y desarrollos del turismo, continuando con el análisis de los tipos de ofertas turísticas y, posteriormente, culminando con la clasificación y caracterización de la demanda en el sector turismo. Por último, termina explorando los factores que participan en el proceso de compra del turista.

2.2.1. Turismo

Se podría decir que el turismo viene a ser uno de los fenómenos sociales más importantes; está en crecimiento en todo el planeta, generando los beneficios

económicos a distintos sectores, encontrándose que el crecimiento y desarrollo de esta actividad tienen una caída inmediata sobre las economías locales y por ende sobre el país entero. Esto es valorizado por las organizaciones a nivel mundial, entre ellos la ONU.

De acuerdo a lo indicado por la Organización de las Naciones Unidas (2015), a través del mundo viajan más de mil millones de turistas internacionales todos los años; asimismo, el turismo es fuente transformadora para las vidas de millones de personas. El turismo influye en el desarrollo sostenible, ya que es uno de los grandes generadores de empleo en el mundo. El turismo ayuda a disminuir la pobreza, a su vez genera un crecimiento inclusivo.

A continuación, se reportan algunas definiciones sobre turismo.

Es menester iniciar la exploración de la literatura turística con la Organización Mundial del Turismo (OMT), la cual al respecto indica:

“Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y por otros motivos” (OMT, 1999, p. 18).

Según Goeldner y Brent (2011, p. 6), el turismo comprende “los procesos, actividades y resultados que surgen de la relación e interacción entre turistas, prestadores de servicios turísticos, gobiernos y comunidades anfitrionas, así como el entorno en el proceso de atraer y alojar a esos visitantes”; es decir, el turismo es una mezcla de un conjunto de servicios que dan la posibilidad de obtener experiencias agradables a los visitantes.

Se observa que los autores han empleado términos como “combinación” o “relación” y se han referido también a las actividades desarrolladas por los turistas. También se percibe que las actividades del turismo se engloban en un sistema en el cual interactúan organizadamente con la finalidad de brindar satisfacción a los viajeros.

En ese sentido, es relevante manifestar los aportes orientados a las diferentes características del turismo desde un enfoque sistémico.

Continuando, se ha encontrado que la OMT (1999, p. 29) manifiesta que es un “sistema integral, basado en factores de oferta y demanda” en el que se indica que los “factores de demanda son los turistas internacionales e internos”, y las partes de la oferta que la conforman son: “las atracciones y actividades turísticas, las instalaciones y servicios de alojamiento y de otro tipo, la infraestructura de transporte y general, y la promoción de los mercados turísticos”.

Vogeler y Hernández (2004), han afirmado que el sector turismo está conformado como un sistema y que hay correlación entre los turistas y sus “objetivos”; también han indicado que los centros receptores son el intermediario y todo lo que rodea a la organización del turismo.

Del mismo modo Vignati, ubica tres aspectos que conforman el sistema del turismo, entre los que destacan la sociedad civil, el sector público y el sector privado, de manera que con “una buena articulación y cooperación” se llega a la concepción de del destino turístico para un determinado mercado (Vignati, 2009, p. 27).

Por otro lado, cabe mencionar que el sistema turístico agrupa tres elementos que están muy estrechamente interrelacionados:

- a) Los turistas: que son los consumidores del sistema turístico.
- b) Los recursos turísticos: que fijan el objetivo como destino turístico.
- c) La industria turística: que son las organizaciones turísticas que brindan sus servicios en los diferentes productos turísticos.

En esta óptica, el turismo visto como un todo que conlleva a la conformación de sistemas internos y externos, donde la competitividad de las empresas (como sistema interno) es producto de la relación con otras organizaciones, y donde un profundo entendimiento con el consumidor es el resultado de comprender como se relacionan con otros sistemas que influyen en el turismo; como es el caso de los sistemas externos y su relación con los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, y la naturaleza.

Ya desde otro ángulo: el socioeconómico, “el turismo es una actividad social realizada por visitantes externos o internos de un país que repercute de una manera decisiva en la economía del mundo

globalizado, especialmente en la de los países más pobres” (Hauyón, 2006, p. 10).

Por otro lado, se podría decir que la demanda de los turistas está relacionada con la perspectiva idealizada de un sitio real, que genera el deseo de un viaje, por el cual el turista debe trasladarse y por consecuencia desemboca en una o varias relaciones comerciales.

Urry (2004), desde la óptica de su libro “La mirada del turista”, indica que el turismo se concibe por medio de signos, imágenes y la experimentación del servicio. En ese mismo sentido Urry, Rodríguez y Perelló (2010. P.1) indican que el sector turístico por su naturaleza se apoya en “símbolos, códigos, normas, costumbres y tradiciones de una sociedad en un territorio determinado”.

Según Urry (2004), la exhibición es parte de la relación natural del turismo, ya que da importancia a lo que se visualiza y contempla. El turismo siempre brinda importancia al espectáculo y prácticas culturales, que tienen relación una con la otra.

Al respecto Ramos, (2007) hace traslucir que el turismo involucra determinadas actividades que persiguen una experiencia agradable y valiosa para el turista.

Por otro lado, Martín (2003, p. 159), afirma que el turismo implica una ilusión que “significa una ruptura con la vida cotidiana y un tiempo para la ilusión”. También Sáez (2011, p. 22), expresa que el turismo en general supone una evasión o salida de los menesteres del trabajo encausándose en disfrute y la satisfacción del placer.

Aguiar (2010, p. 18), con una perspectiva integradora indica que el turismo es la “actividad social y económica, que promueve la movilización de las personas y la integración de los pueblos, con fines de recreación y esparcimiento para conocer y disfrutar los atractivos que ofrecen las distintas regiones”.

Como se observa, hay una variedad de definiciones con respecto al turismo, que es una actividad compleja por su naturaleza, que involucra una serie de variables que conforman e integran el sistema del sector turístico.

2.2.1.1. Tipos de turismo

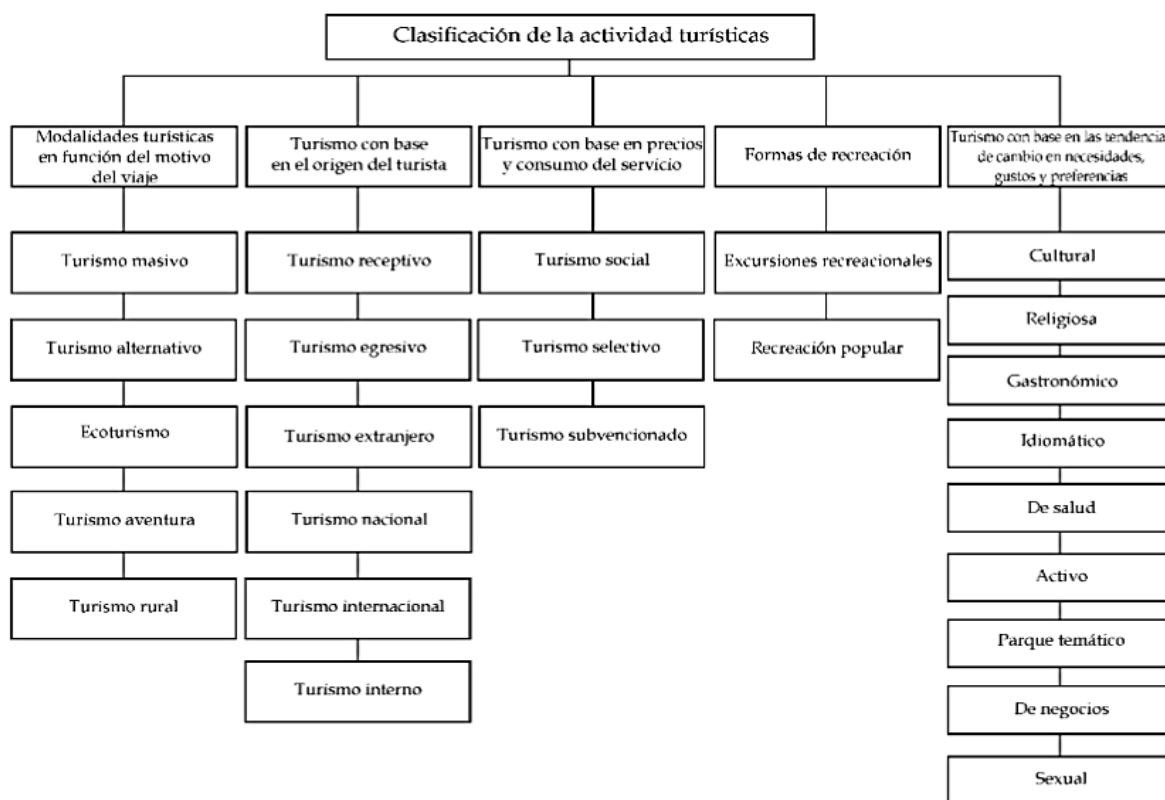
Los visitantes tienen múltiples objetivos y preferencias personales de cómo hacer turismo; una forma de mostrarles las alternativas es diferenciando los tipos de turismo que hay en el sector.

Para aclarar lo anterior, Ibañez y Cabrera (2011) consideran las siguientes modalidades turísticas:

- Turismo en función del motivo de viaje
- Turismo con base en el origen del turista
- Turismo con base en precios y consumo de servicio
- Turismo de acuerdo a las formas de recreación
- Turismo de acuerdo a las tendencias de cambio en necesidades

Gráfico 1: Distintas formas de clasificar la actividad turística

Distintas formas de clasificar la actividad turística



Fuente: Tomado de Ibañez y Cabrera (2011)

a. Turismo en función del motivo de viaje

- Turismo masivo: considera la cantidad de visitantes a los diferentes destinos turísticos como la playa.
- Turismo alternativo: donde el turismo busca nuevas experiencias que se presenten como nuevas tendencias.
- Ecoturismo: este tipo de turismo actúa responsablemente ante el medio ambiente.
- Turismo de aventura: considerado como el turismo de reto: montañismo, rappel, escalada, cabalgata, espeleología, ciclismo de montaña, caminata, cruce de rápidos.
- Turismo rural: se realiza en el campo rural y practica modalidades como contemplación de paisajes, recreación y descanso.

b. Turismo con base en el origen del turista

- Turismo receptivo: considera a los visitantes de otros países incluyendo a los nacionales que residen en el extranjero.
- Turismo egresivo: considera a los visitantes nacionales y residentes que salen al extranjero.
- Turismo extranjero: considera solo a los visitantes extranjeros.
- Turismo nacional: es realizado por los ciudadanos de la misma nacionalidad
- Turismo internacional: considera a los visitantes de un país que visitan a otro.
- Turismo interno: considera a los visitantes nacionales y residentes extranjeros de un país.

c. Turismo con base en precios y consumo de servicio.

- Turismo social: es la recreación dirigida para las poblaciones grandes.
- Turismo selectivo: considera actividades recreativas con costos altos para segmentos con un nivel socio económico alto.
- Turismo subvencionado: son políticas del estado que buscan beneficiar a la población con subsidios.

d. Turismo de acuerdo a las formas de recreación

- Excursiones recreacionales: están en relación con los cortos tiempos de duración como un fin de semana o un feriado.
- Recreación popular: considerada también como turismo popular.

e. Turismo con base en las tendencias de cambio en necesidades, gustos y preferencias

- Cultural: considera a todos los visitantes que van con un enfoque de conocer, comprender y disfrutar una combinación de elementos afectivos, espirituales, materiales e intelectuales.
- Religioso: considera a los visitantes dogmáticos.
- Gastronómico: considera a los visitantes que gustan de conocer especialidades gastronómicas
- Idiomático: la motivación de los visitantes se enfoca en experimentar con personas que hablan otro u otros idiomas.
- De salud: enfocada en el tratamiento de enfermedades o simple relajación en spas, saunas.
- Activo: considera a los visitantes que se desplazan por motivos de deportes.
- Parque temático: considera a los visitantes que buscan entretenimientos.

- De negocios: visitantes que viajan por motivo de negocios.

Un aspecto importante a considerar son los operadores turísticos. A continuación analizaremos, a la luz de los teóricos, la importancia de los centros de restauración.

2.2.1.2. Clasificación de los establecimientos hoteleros

Los establecimientos hoteleros son aquellos que brindan alojamiento a los diferentes tipos de visitantes a un precio determinado y, de acuerdo con Alvarez (2016), podrían clasificarse de la siguiente manera:

a. Grupos

- Hoteles: ofrecen el servicio de alojamiento, con o sin servicio de comedor y servicios complementarios
- Hoteles apartamentos: comprenden un dormitorio, una cocina, un salón y un baño como mínimo y se pueden elaborar alimentos.
- Hostales: las medidas del establecimiento son pequeñas en comparación a un hotel y por otro lado ofrecen el servicio de alojamiento, con o sin servicios de alimentos y bebidas.
- Pensiones: las medidas del establecimiento son pequeñas en comparación a un hostel y también ofrecen el servicio de alojamiento, con o sin servicios de alimentos y bebidas.

b. Categorías

- Cinco estrellas: considerada como el de más lujoso, hace referencia a un diseño y servicio de muy alta calidad.
- Cuatro estrellas: considerado como un establecimiento muy bueno.
- Tres estrellas: considerado como un establecimiento bueno.
- Dos estrellas: considerado como un establecimiento superior.
- Una estrella: considerado como un establecimiento normal.

En ese mismo sentido la misma autora, Albarez (2016), considera también otras clasificaciones:

- Apartamentos turísticos
- Alojamientos rurales
- Camping

La importancia del turismo para los países es indiscutible, ya que proporciona en ellos un aporte sustantivo, pero también es importante observar que el éxito del turismo en un territorio puede inducir a un desastre propiciado por su propio éxito, si es que no se toma en cuenta el cuidado del medio ambiente, es decir el turismo debe estar basado en un desarrollo sostenible.

A continuación, se analizarán el concepto de desarrollo sostenible en el turismo.

2.2.1.3. Desarrollo sostenible y turismo

En lo que se refiere al turismo es inevitable observar que se complementa con la sostenibilidad, puesto que proporciona recursos que permiten una prosperidad inalcanzable de otra manera por un sistema económico, que a su vez busca un cambio positivo en los grupos de interés. En ese sentido la Asamblea General de las Naciones Unidas (2015) indica como “Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, 2017”, el cual nos da una idea de la importancia de esta actividad como factor de desarrollo para los pueblos.

En cuanto al desarrollo sostenible, la Organización Mundial del Turismo (OMT) sostiene que:

“Atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades

económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (OMT, 1999: 22).

El desarrollo sustentable en el turismo (Zamorano, 2008) se define como:

“El desarrollo turístico sustentable formula la aspiración de hacer compatible el desarrollo turístico con la naturaleza, teniendo como objetivo la preocupación del ser humano (tanto turistas como comunidad receptora). Es decir, desarrollar actividades y procesos en armonía con el entorno (social, ecológico y económico) para asegurar su continuidad a largo plazo. Asimismo, reconoce las interdependencias que existen entre los sectores ambientales y económicos, enfatizando que en la planeación debe existir un enfoque de integración, al establecer una fuerte relación entre el ambiente y el turismo (donde uno depende del otro), lo que es la clave para hacer un futuro desarrollo” (Zamorano, 2008:46).

Al respecto, no se debe comprender al desarrollo sostenible “... como un estado utópico, sino como un proceso de cambio, principalmente cualitativo...” (Bertoni, 2008: 160).

Acerenza indica que el turismo genera grandes beneficios, tales como: crecimiento económico, mejora de calidad de vida, contribuye a la protección de los recursos turísticos y tradiciones culturales del lugar, además potencializa el turismo de la región y el país.

De estos aspectos observados podemos extraer que el desarrollo sostenible en el sector turístico es un factor clave para la competitividad, apoyada por un estímulo de una oferta complementaria que hace más placentera las visitas y que a continuación se analiza.

2.2.2. Oferta turística

La Organización Mundial del Turismo (1997, p. 51), define a la oferta turística como “un conjunto de productos turísticos y servicios puesto a disposición del usuario turístico y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Por otro lado, la oferta turística también puede definirse como un “conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinado precios” (Cabarcos, 2006, p. 8).

Según Cabarcos (2006), la oferta se puede dividir en dos tipos:

- a) Oferta turística básica: incluye al total de los bienes y servicios que se ofrecen de manera exclusiva para el turismo, se puede tomar como ejemplo a las agencias de viaje, alojamientos, transportes, etc.
- b) Oferta turística complementaria: envuelve al total de los bienes y servicios que no son ofrecidos exclusivamente para el turismo, pero son requeridos por los turistas, ya sean internos o externos, para complementar el producto turístico final.

La oferta turística no solo está basada en los objetos creados por el ser humano para satisfacer necesidades turísticas, si no también está generada por los atributos naturales de cada estado; entre ellos se pueden mencionar: playas, montañas, cuevas, ríos, etc. (Milio y Cabo, 2000).

Según la Secretaría del Turismo (2005), la oferta turística está conformada por cuatro actores:

- a) Medio ambiente: cada estado puede ofrecer un abanico de recursos, dependiendo de la geografía y el ambiente natural del lugar.
- b) Prestadores de servicio: son aquellos que brindan los servicios turísticos básicos y atractivos artificiales. Se puede mencionar alojamientos, restaurantes, esparcimientos de recreación, etc.

- c) Las comunidades locales: son el grupo de personas que brindan la riqueza cultural, asimismo realizan la prestación de los servicios turísticos.
- d) Autoridades de los tres niveles de gobierno: son las entidades del estado que establecen el marco general enfocadas al desarrollo de las diferentes actividades turísticas. Asimismo, construyen la infraestructura básica para el desarrollo del turismo y brindan un marco legal para garantizar un clima de negocios apropiado y seguridad de los turistas.

En cuanto a la composición de la oferta turística, Carbarcos (2006), indica que está conformada por cuatro elementos:

- a) Oferta hotelera: las empresas que brindan servicios de alojamiento (hotel, hostel, pensión y motel), que están en un mismo espacio geográfico.
- b) Oferta extra-hotelera: los establecimientos extra-hoteleros y de alojamiento privado, que se usan con un fin turístico. Se puede mencionar a bungalós, chalés, apartamentos turísticos, etc.
- c) Las agencias de viaje: son organizaciones intermediarias que se encargan de brindar el servicio turístico integral. Sus paquetes pueden incluir pasajes aéreos, alojamiento, transporte, restauración etc. Por el servicio brindado ganan un porcentaje de los servicios brindados.
- d) Empresas de restauración: son las empresas que satisfacen las necesidades de recreo de los turistas. En esta categoría se pueden considerar a las cafeterías, bares, establecimiento de comida, discotecas, campos de golf, instalaciones deportivas, etc.

Por otro lado, Rodríguez (2003), indica que la oferta turística tiene ocho componentes relevantes:

- a) Atractivo turístico: es el espacio geográfico o actividad de influencia que genera un interés social en el sector turismo. Tiene la finalidad de motivar a la persona para que abandone su domicilio y permanezca fuera de él por un determinado tiempo.

- b) Patrimonio turístico: son todos los recursos naturales y obras humanas que generan un deseo de viaje y que a su vez satisfacen la necesidad originada.
- c) Producto turístico: son los intangibles -o servicios- y los tangibles -o bienes- así como los productos mixtos que se requieren para la buena conducción de las actividades en el sector del turismo.
- d) Los recursos turísticos: todo aquello susceptible que se utiliza en la actividad turística.
- e) La planta turística: son todas las instalaciones, instrumentos, insumos que se requieren para la elaboración y prestación de los diferentes servicios en el sector turismo.
- f) Equipamiento turístico: se puede decir que son todas las organizaciones que producen un conjunto de servicios básicos tales como alimentación, transporte, agencias de viaje y hospedaje, y también pueden ser públicos o privados.
- g) Infraestructura turística: es la infraestructura general que brinda el país para el buen desenvolvimiento de las actividades turísticas.
- h) Servicios complementarios: son todos los servicios que complementan la oferta turística. Se puede hacer mención a los servicios de comunicación, correos, información turística, alojamiento y comercio de productos.

La oferta turística debe ir acompañada de una buena infraestructura (aeropuertos, puentes, carreteras, etc.) y un buen destino turístico (historia, costumbres, gastronomía, etc.), sin ambos elementos la oferta puede fracasar (Milio y Cabo, 2000).

Los factores de la oferta en el sector turismo, según Milio y Cabo (2000), son:

- a) El precio: el monto que los turistas están dispuestos a pagar por los servicios turísticos brindados. A mayor precio mayor oferta turística.

- b) Los costos de producción: los costos que se generan para poder brindar un servicio turístico. Si estos se gestionan de manera correcta se puede tener una oferta turística competitiva.
- c) La organización del mercado: es la organización de los distintos lugares turísticos de un estado. Si uno de los lugares turísticos asoma debilidades, el siguiente lugar posiblemente genere un incremento de la oferta en el turismo.

Cabe mencionar que la oferta turística tiene ciertas peculiaridades, por ejemplo, es extremadamente rígida, ya que es imposible transferirla en el tiempo o conservarla (Acerenza, 2004).

Finalmente, se puede decir que la oferta turística es la representación de los atractivos e instalaciones de un destino turístico (Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill, 1993). Para que este último pueda atraer un mayor número de turistas, su oferta debe ser única, especial o atractiva, con la finalidad de diferenciarse sobre los otros destinos. Se entiende que los visitantes gustan de tener un conjunto de posibilidades que les induzcan a permanecer un mayor tiempo de lo planeado. Por otro lado, hay que considerar la oferta de productos debe ser acorde con las distracciones primordiales que brinda el lugar turístico.

2.2.3. Demanda turística

Hall y Page (2002, p. 61), definen a la demanda turística como “el total de personas que viajan, o desean viajar, usar facilidades turísticas, y servicios en lugares lejos de sus lugares de trabajo y residencia”.

Por otra parte, la definición de demanda turística se puede enfocar como “el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual” (Mathieson y Wall, 1982, p.16).

Según, Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill (1993), la demanda turística se puede clasificar y agrupar en tres:

- a) Demanda efectiva o actual: el total de ciudadanos que intervienen de manera efectiva en actividades turísticas.

Este grupo de personas se puede medir de manera simple, además son los que se registran estadísticamente de manera mundial.

- b) Demanda no efectiva: son los ciudadanos que por motivos diversos no pueden viajar. Se puede distinguir en:

- Demanda potencial, se refiere a aquellas personas que viajarían en un futuro próximo, en el momento en que sus factores personales cambien.
- Demanda diferida, grupo de personas que no viajaron por problemas en el entorno o en la oferta turística.

- c) La no demanda: grupo de personas que se caracterizan por ser adversos a los viajes y aquellos que no tienen deseos de viajar.

Es importante saber cuántas personas llegan a un destino turístico, ya que gracias a estos datos se pueden ofrecer servicios que cubran el total de la demanda. También es importante que los organizadores del destino turístico realicen un análisis de la cantidad de días de permanencia de los visitantes en un destino turístico, advirtiéndole que la información obtenida puede ayudar a elaborar planes que generen nuevas actividades de recreación, lo cual extendería la estadía del turista y beneficiaría el desarrollo del destino (Goelnerd y Ritchie, 2009).

Los datos con mayor relevancia para los que están dentro del sector turismo son: cuántos turistas llegan, por qué medio de transporte llegaron, cuánto tiempo se quedarán y que tipo de hospedaje utilizarán y finalmente cuánto dinero gastarán (Goelnerd y Ritchie, 2009).

Olmos y García (2009), indican que la demanda turística tiene diversas características:

- a) Se determina en función al número de personas que se trasladan y adquieren servicios turísticos.

- b) Se puede clasificar en varios tipos:
 - Consumidores turísticos que viajan alrededor del mundo
 - Consumidores turísticos que visitan un país determinado
 - Consumidores turísticos del mismo país
- c) Selecciona los destinos turísticos en función a motivos o motivaciones
- d) Es elástica, cambia en función a los precios de los servicios turísticos
- e) Es estacional, se concentra en diversos meses del año. Este es el motivo por el cual surge el termino temporada alta y baja del destino.

La Organización Mundial del Turismo (1997), indica que la demanda tiene actores que la determinan, estos factores pueden ser agrupados en cinco grandes grupos:

a) Económicos

- Nivel de renta disponible: referido al monto de dinero que dispone el cliente para adquirir servicios turísticos después de haber cubierto económicamente sus necesidades básicas.
- Nivel de precios: son los precios de los productos y servicios turísticos que deberá pagar el consumidor. Esta variable no afecta de la misma forma a los denominados mercados de inicio o también llamados de origen ya que en los mercados turísticos de destino se desenvuelve de diferente manera. En los primeros, un aumento en el precio significa reducción de su demanda, mientras que en los segundos no supone una disminución, ya que el individuo puede cambiar de destino turístico
- Política fiscal y controles del gasto en turismo: se refiere a aquella variable que esta indirectamente conectada con la utilidad o renta con que dispone el consumidor y es muy relevante, ya que al reducirse la renta se produce una disminución en la demanda.
- Financiación: es importante, porque permite financiar gastos de viajes, a su vez puede influir en incrementos de consumos en el turismo.

- Tipos de cambio: se refiere a la relación de equivalencias entre monedas de diferentes países, el tipo de cambio es relevante, pues puede generar cambios en la demanda turística del país de destino.

b) Relativos a las unidades demandantes

- Motivación: la decisión de viaje de las personas implica siempre una causa o motivo que lo determina.
- Condiciones socioculturales: la decisión de viaje también está sujeta a diversos factores como, educación, empleo, salud, aventura, etc.
- Formas y estilo de vida: se refiere a aquellas particulares que los clientes poseen (actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones) y que ayudan a clasificar a los distintos tipos de turistas.
- Tiempo de ocio: este tiempo determina la capacidad de viaje de las personas.
- Costumbres estacionales: las personas tienden a demandar mayor turismo por factores como vacaciones, climatología y fiestas.
- Creencias ideológicas, religiosas y políticas: se refiere a aquellas creencias que condicionan e influyen en la decisión de los viajes turísticos de las personas. Ej. las peregrinaciones.
- Los factores políticos: la actuación política de los países puede influir en la demanda turística, ya sea de forma positiva o negativa.
- Factores demográficos: están muy ligados con la demanda turística, en cuanto a edad del individuo, desarrollo económico de una nación, etc.

c) Aleatorios

Variables no predecibles que pueden afectar la demanda turística, influyendo sobre el comportamiento sistemático de los turistas. Ej. guerra y cataclismos.

d) Relativos a los sistemas de comercialización

Son elementos que pueden afectar la demanda del turismo, entre ellas se puede mencionar al conocimiento e implantación del producto turístico, comunicación global realizada, publicidad invertida, tecnologías disponibles para la realización de ventas, etc.

e) Relativos a la producción

Los factores pueden ser propios o de la competencia. En el caso del primero, se encuentra a la satisfacción de las necesidades concretas, relación calidad – precio, medios de transporte, etc. En cuanto al segundo caso, se tiene la posibilidad de sustitución real en relación a los propios, políticas, estrategias y gastos de marketing, etc.

Según, Rodríguez (2003), se encuentran obstáculos en el campo interno sobre la demanda, agrupables en cuatro factores:

- Concentración geográfica de la demanda: la mayor parte de los turistas son de lugares urbanos y se centran en aquellos espacios turísticos que cuenten con superior cantidad de servicios referidos al turismo.
- Estacionalidad turística: los turistas, en su mayoría, están condicionados por factores vacacionales o climatológicos. Estos factores deben ser analizados por los destinos turísticos, con la finalidad de construir flujos turísticos de estación y analizar que se tiene para ofrecer en estación turística baja o negativa.
- Condiciones geográficas y de conectividad: la geografía del destino turístico puede ser un elemento de ventaja, desventaja u oportunidad. La globalización ha generado que los medios de transporte se incrementen, la geografía turística y la conectividad (marítima, aérea o terrestre) son eslabones muy importantes en el negocio turístico.
- Restricciones económicas: se hace referencia a la importancia que alcanza el turismo en la economía regional y nacional. Esto se refleja en la

inversión turística que se realiza un país, ya sea para promoción, mejora de servicios turísticos e incentivos para desarrollar el sector.

Cuando se estudia la demanda turística es importante conocer los factores que posibilitan el proceso en la compra de los turistas, según Bull (1994), los factores que intervienen son cinco:

- Tipo global de turismo requerido: se refiere a la elección más accesible y sencilla, y dependerá del nivel de exigencia que tiene el turista.
- Lugar de destino: se refiere a la elección entre distintos destinos turísticos. Dependerá de la similitud y complementariedad de los destinos.
- Forma de viaje: es frecuente que el destino y el tipo de viaje sean factores que determinen el destino turístico elegido.
- Alojamiento y atracciones: el alojamiento es algo fijo luego de tomar las decisiones anteriores. Las actividades y atracciones son sencillas de elegir, siempre y cuando se complementen.
- Método de compra o canal de distribución: es una decisión difícil, ya que en la actualidad hay opción de comprar paquetes completos o servicios individuales.

Finalmente, cabe mencionar que las demandas turísticas están conectadas por los diferentes perfiles de los visitantes, en cuanto a los gustos y preferencias. El perfil está influenciado por determinados factores del entorno externo, relacionados a las a determinadas direcciones o tendencias del turismo a nivel global. Todas las personas cuentan con la necesidad de viajar y elegir un destino turístico que vaya acorde a su perfil (Secretaría del Turismo, 2005).

2.3 Definición de términos básicos

Los términos básicos que desarrollados, ayudan a entender los términos técnicos utilizados en la presente investigación:

- **Agencias de viajes:** empresas que se dedican a comercializar planes turísticos en un determinado país.

- **Atractivo turístico:** espacio físico u acontecimiento que genera el desplazamiento turístico.
- **Banco de proyectos turísticos:** son todos los proyectos enfocados a promocionar los destinos turísticos de un lugar determinado.
- **Benchmarking:** herramienta de gestión que genera que un negocio sea rentable, adapta el conocimiento adquirido de otro negocio a las características de la propia empresa.
- **Cadena productiva:** son todos los agentes económicos que en alguna medida participan en la producción, transformación y distribución de un producto.
- **Calidad:** realizar una actividad o elaborar un producto de manera eficiente y sin errores. Es un elemento útil para medir el nivel de satisfacción en cuanto a las necesidades y deseo de los consumidores.
- **Capacitación:** proceso que tiene por finalidad mejorar y ampliar los conocimientos, habilidad de los colaboradores.
- **Clúster turístico:** conjunto de compañías centradas en un lugar geográfico específico. Estas empresas compiten y al mismo tiempo cooperan entre ellas.
- **Comercialización:** proceso mediante el cual se desarrollada la distribución del producto, se determina la estrategia de venta, política de precios, etc.
- **Competitividad:** es la capacidad de una organización (privada o pública) de generar ventajas y a su vez mejorar su posición en el entorno socioeconómico.
- **Costos:** recursos económicos que se requieren para la elaboración de un bien o servicio.
- **Destino turístico:** lugar en el cual un turista pernocta, aunque sea una noche.
- **Desarrollo territorial:** proceso mediante el cual se busca el desarrollo y bienestar de la población de un lugar determinado. Esto se logra a través de la conservación y protección de los recursos naturales de una zona determinada.

- **Embarcadero:** son los muelles que se localizan en zonas urbanas. Son utilizados por embarcaciones, para actividades náuticas.
- **Establecimiento de alojamiento:** son todos los bienes destinados por las empresas, para brindar servicios de alojamiento (no mayor a 30 días).
- **Ferias turísticas:** espacios físicos en el cual asisten ofertantes y demandantes de productos turísticos. La principal característica es que los ofertantes están organizados en stands, a través de los cuales promueven sus productos y servicios.
- **Gasto turístico:** es el monto total gastado por un turista durante su visita a un lugar turístico.
- **Guía de turismo:** es el profesional que brinda sus servicios de guiado en el recorrido turístico.
- **Indicador:** instrumento que sirve para medir el logro de objetivos o metas trazadas.
- **Marca:** es el símbolo, nombre o diseño distintivo que ayuda a identificar los bienes o servicios brindados por una empresa.
- **Muelle turístico:** es el embarque marítimo habilitado para que las embarcaciones brinden sus servicios a los turistas.
- **Patrimonio:** son los bienes materiales e inmateriales, de una zona determinada, que están a disposición del hombre y que pueden ser utilizado para fines turísticos.
- **Prestador de servicios turístico:** son las personas naturales o jurídicas que brindan un bien o servicio a los turistas.
- **Seguridad turística:** son los medios y políticas establecidas con la finalidad de proteger a los visitantes, prestadores de servicios y población receptora de un lugar turístico.

- **Sostenibilidad en el turismo:** se refiere a la gestión efectiva de los diferentes recursos que involucra satisfacer las necesidades estéticas, sociales y culturales; naturales y económicas.
- **Turismo náutico:** es el turismo que tiene contacto directo con el agua, ya sea en río o mar. Las actividades de este turismo pueden ser surf, remo, cruceros, windsurfing, etc.
- **Turista:** es la persona que se desplaza de un lugar a otro, por lo menos un día, con la finalidad de visitar un atractivo turístico. Los principales motivos de la visita son el ocio, descanso, salud, etc.
- **Zona turística:** lugar que tiene un atractivo o unidad paisajística. Este lugar puede agrupar extensiones geográficas de menor tamaño, las cuales pueden ser llamadas áreas turísticas. También debe poseer una infraestructura y servicios.

2.4 Hipótesis de investigación

2.4.1. Hipótesis general

La demanda turística en la zona de Paracas se ve afectada por: publicidad estatal, vías de acceso, calidad del servicio turístico, existencia de servicios conexos y costo de los servicios turísticos principalmente.

2.4.2. Hipótesis específicas

- El desempeño y crecimiento de la demanda turística de Paracas se ve afectada por: publicidad estatal, vías de acceso, calidad del servicio turístico, existencia de servicios conexos y costo de los servicios turísticos principalmente.
- La demanda del sector turístico de Paracas puede incrementarse si se mejoran los servicios de la oferta y se genera una publicidad con información adecuada sobre la calidad y precios de los servicios de los operadores turísticos.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

En el presente capítulo se ha descrito el enfoque utilizado para la presente investigación, luego se ha procedido a definir el alcance de la investigación, el diseño de la investigación, las variables de estudio, limitaciones, población y muestra y los instrumentos para la recolección de datos. Finalmente, se ha validado el instrumento de recojo de datos y planteado un plan de recolección y análisis de datos.

3.1 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo, porque se ha partido del método de la observación para entender a las variables de estudio, pero también se han recopilado datos estadísticos de fuentes oficiales y otras fuentes reconocidas. Luego se ha analizado la información secundaria (estudios anteriores tanto cualitativos como cuantitativos) brindada por diversas instituciones que guardan alguna relación con el tema que se investiga. Además, se ha aplicado una encuesta para determinar los principales factores que afectan la demanda del sector turístico de Paracas 2017.

3.2 Alcance de la investigación

La investigación es descriptiva, causal y propositiva. Se ha empezado describiendo el nivel y las características de la oferta y demanda del sector turístico de la ciudad de Paracas a través de sus principales indicadores, luego se ha aplicado una encuesta para identificar los factores condicionantes. Para finalizar el trabajo se han propuesto estrategias para mejorar el sector en estudio.

3.3 Diseño de la investigación

Se trata de un estudio no experimental, ya que no se pueden manipular las variables de estudio. Solo se ha buscado describirlas y encontrar causalidades, para luego hacer una propuesta de mejora, por lo cual también es un estudio de tipo prospectivo.

De acuerdo a la forma en que se han recogido los datos de los indicadores y de las variables, se trata de un estudio de tipo longitudinal, ya que se ha analizado información desde año 2014 al 2017, con la finalidad de entender y describir las

variables de estudio. Además, el estudio es transversal, porque también se han aplicado entrevistas a expertos en materia.

3.4 Descripción del ámbito de la investigación

En este caso se trata de analizar la realidad específica de la zona geográfica de Paracas en el departamento de Ica. Este estudio se refiere solo al sector turístico que presente en la zona indicada.

3.5 Variables

3.5.1. Definición conceptual de la(s) variable(s)

4.5.1.1 Demanda turística

Es el total de personas que se desplazan a una zona turística, con la finalidad de utilizar y disfrutar de los bienes y servicios turísticos que ofrece un determinado destino.

4.5.1.2 Oferta turística

Es el total de bienes y servicios turísticos ofrecidos, a un precio determinado, a los turistas, con la finalidad de satisfacer sus necesidades de viaje.

Ambas variables son independientes en el estudio, por lo tanto se tomarán en cuenta los datos resultantes de las encuestas para la primera y los datos de fuentes oficiales para la segunda.

3.5.2. Definición operacional de la(s) variable(s)

Tabla 1: Operacionalización de las variables del estudio

Variables	Sub variables	Indicadores	Fuente de datos	Instrumento para el recojo de datos
Demanda turística	Turismo receptivo	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción sobre la publicidad estatal - Percepción sobre las vías de acceso a Paracas - Percepción sobre la calidad de los servicios turísticos - Percepción sobre los servicios conexos - Percepción sobre los costos de los servicios turísticos 	MINCETUR, PROMPERU, INEI Y SUNAT	Guía, boletines, base de datos y encuesta
	Turismo nacional	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción sobre la publicidad estatal - Percepción sobre las vías de acceso a Paracas - Percepción sobre la calidad de los servicios turísticos - Percepción sobre los servicios conexos - Percepción sobre los costos de los servicios turísticos 	MINCETUR, PROMPERU, INEI Y SUNAT	Guía, boletines, base de datos y encuesta
Oferta turística	Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - N° de recursos turísticos de Paracas 	MINCETUR Y PROMPERU	Guías y boletines y observación
	Operadores turísticos	<ul style="list-style-type: none"> - N° de servicios de restauración - Nivel de precios de los servicios de restauración - N° de hoteles y hostales - N° de camas ofertadas - Nivel de precios de los hoteles y hostales - N° de actividades turísticas - Nivel de precios de las actividades turísticas - N° de agencias de viaje - Nivel de precio de las agencias de viaje - N° de empresas de transporte - Nivel de precios de las empresas de transporte 	MINCETUR, PROMPERU Y FUENTE PRIMARIA	Guías, boletines y observación

Fuente: elaboración propia

3.6 Delimitaciones

3.6.1. Temática (área en la cual se inserta la investigación)

La temática de estudio es la gestión empresarial, ya que se han analizado, desde este punto de vista, a los operadores turísticos de la zona geográfica de Paracas.

3.6.2. Temporal (el tiempo en el que se desarrolla la investigación)

El espacio de tiempo que se ha tomado en cuenta, a efectos de analizar los datos estadísticos, es el periodo transcurrido entre los años 2014 – 2017.

3.6.3. Espacial (área geográfica en donde se desarrollará la investigación)

El área geográfica de estudio es el distrito de Paracas en la ciudad de Pisco - departamento de Ica.

3.7 Limitaciones (obstáculos que se pueden presentar en la investigación)

No existen limitaciones en el estudio.

3.8 Población y muestra (dependerá de la investigación)

En la presente investigación se ha utilizado una muestra representativa. En total se han encuestado a 342 turistas, de los cuales 171 fueron nacionales y 171 extranjeros.

3.9 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Fichas técnicas de datos oficiales, cuestionarios, guías de entrevistas y encuestas.

Para algunas preguntas del cuestionario, se ha tenido en cuenta la escala de Likert con las siguientes condiciones:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

3.10 Validez y confiabilidad del instrumento

El instrumento de recogida de datos ha sido validado a través de la metodología de juicio de expertos. En este caso ha sido validado por la asesora de tesis.

3.11 Plan de recolección y procesamiento de datos

A continuación se proporcionan tiempos y actividades necesarias para recoger y procesar los datos.

Tabla 2: Plan de recopilación y procesamiento de datos

Actividades/Meses	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Fundamentación teórica					
Metodología del trabajo					
Preparación de instrumentos de recojo de datos					
Recojo de datos					
Organización de datos					
Análisis de datos de campo					
Análisis de información secundaria					
Redacción de análisis					
Redacción de documento final					

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se han analizado las características de Paracas (geopolíticas, sociales y económicas), luego se han descrito las características de los turistas nacionales y extranjeros para después formular la oferta turística existente en Paracas. También se han analizado los factores que afectan a la demanda turística del lugar y finalmente se han propuesto estrategias para mejorar el sector turístico.

4.1 Características geopolíticas, sociales y económicas de Paracas – Ica

Entender las características de Paracas es muy importante, ya que ayuda a entender la realidad del lugar. Como primer punto se han analizado las características geopolíticas (dimensión territorial, ubicación, clima, etc.), después las características sociales (número de habitantes, organización edil, etc.), finalmente las principales actividades económicas de Paracas (turismo, pesca artesanal, etc.).

4.1.1 Características geopolíticas de Paracas – Ica

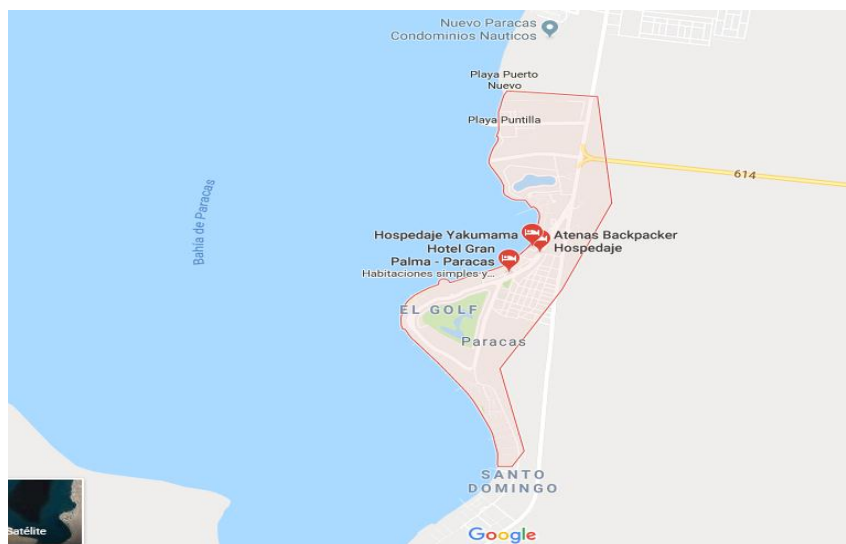
La palabra “Paracas” etimológicamente proviene del idioma quechua, y está compuesta por los términos Para =lluvia y Aco = arena, es decir “Paraaco” que a su vez significa “Lluvia de arena”. Cuenta con una superficie total de 335,000 hectáreas, 117,406 de tierra y 217,504 correspondientes a aguas marinas. Paracas es un distrito de la provincia de Pisco, que a su vez pertenece al departamento de Ica; está ubicada a 7 metros sobre el nivel del mar en la costa central del Perú.

La ciudad de Paracas se encuentra localizada a 22 kilómetros de Pisco y a 75 kilómetros de la ciudad de Ica; también pertenece a la eco región del Pacífico. Cuenta con un clima subtropical desértico y la temperatura alcanza los 30° en el verano (noviembre a marzo), mientras que en invierno (junio a septiembre) algunos días pueden ser soleados con temperaturas intermedias más bajas. En la noche las temperaturas pueden reducirse hasta los 10°.

Paracas posee una gran diversidad de atractivos turísticos, naturales y culturales, entre los cuales resaltan las islas Ballestas, el mirador de lobos marinos, la Catedral y otros. Corresponde a la oferta turística atraer

a los visitantes a través de un conjunto de servicios y recursos que pueden ser disfrutados en un lugar, tiempo y cantidad determinada, permitiendo que el visitante satisfaga sus necesidades y deseos a través de experiencias positivas, ampliamente diversificadas y diferenciadas.

Ilustración 1: Mapa satelital de la ciudad de Paracas



Fuente: tomado de Google, 2017

Ilustración 2: Plano de la ciudad de Paracas



Fuente: tomado de la Municipalidad Distrital de Paracas

4.1.2 Características sociales de Paracas – Ica

Actualmente, la ciudad de Paracas está habitada por 7,522 personas; cabe indicar que la gestión interna de la ciudad está a cargo de la municipalidad

distrital de Paracas. Actualmente el alcalde es el Sr. Miguel Ángel Castillo Oliden, en su gestión lo acompañan el Lic. Victor Zarate Jiménez (Gerente Municipal), Abg. Esabet Ucharima Alcántara (Jefe de la Oficina de Secretaría General), Ing. Francisco Ramón Toribio (Gerente de Desarrollo Económico Local), Abg. Mario Fuentes Navarro (Gerente de Administración Tributaria), Ing. Carlos Ramos Raymondi (Gerente de Desarrollo Urbano), Lic. Edith Carbajal Quispe (Gerente de Desarrollo Humano) y el C.P.C. Heiner Chávez Andrade (Gerente de Administración).

4.1.3 Características económicas de Paracas – Ica

La economía de la ciudad de Paracas está compuesta por seis principales actividades:

- Turismo: es la principal actividad económica que genera ingresos en la ciudad de Paracas. Esta actividad genera 800 puestos de trabajo directos, a su vez recauda 10 millones de dólares al año. Cabe indicar que los primordiales atractivos turísticos de la ciudad son: Reserva Nacional de Paracas, bahía de Paracas, Islas Ballestas y el turismo de aventura.

Ilustración 3: Candelabro de Paracas



Fuente: tomado de Paracas.com

- Guano de aves: el guano que se produce en la ciudad es utilizado como fertilizante. Cabe mencionar que la recolección de este producto se realiza cada seis años, ya que es el tiempo en que demora la formación de una capa suficientemente gruesa para justificar su extracción.

Ilustración 4: Guano de aves



Fuente: tomado de Paracas.com

- Pesca artesanal: es una actividad que a través del tiempo está disminuyendo, ya que no es muy rentable. Los principales productos de la zona son: pescados cojinovas, tollo, lornas, pulpos, etc. Lo pescado es para el consumo directo, ya sea por las personas regulares o por restaurantes de la zona.

Cabe mencionar que en Ica hay un total de 5731 pescadores artesanales, los cuales generan un desembarque de 32,136 toneladas de pescado.

Ilustración 5: Pesca artesanal



Fuente: tomado de Paracas.com

- Producción de harina, aceite y conserva de pescado: en la ciudad de Paracas hay muchas empresas que se desenvuelven en esta actividad, ubicadas en la costa de Paracas y Pisco, generando bastantes puestos de

trabajo. Cabe resaltar que actualmente esta actividad económica es mal vista, porque amenaza la vida silvestre de la Reserva Natural de Paracas.

- Las empresas que desarrollan esta actividad en la ciudad de Paracas son: Austral Group S.A.A., Pesquera Diamante S.A., Tecnología de Alimentos S.A.

Ilustración 6: Planta de harina de pescado - TASA



Fuente: tomado de Paracas.com

- Extracción y exportación de sal: en la ciudad de Paracas existe una mina de la cual se extrae sal; este producto es llevado al puerto que está en la bahía de Paracas, para que sea exportado a los países de Canadá y EEUU.

Ilustración 7: Exportación de Sal



Fuente: tomado de Paracas.com

- Planta de procesamiento de gas de Camisea: el lote 88 del gas de Camisea y su gaseoducto han sido construido en la ciudad de Paracas. Cabe mencionar que dentro de la planta se desarrollan dos actividades: la extracción del gas natural y el fraccionamiento del mismo.

Ilustración 8: Planta de procesamiento de gas de Camisea



Fuente: tomado de Paracas.com

En conclusión, la ciudad de Paracas tiene cinco principales actividades económicas: turismo, guano de aves, pesca artesanal, extracción y exportación de sal y planta de procesamiento de gas de Camisea. Se puede indicar que se tienen grandes expectativas del sector turismo, ya que la proyección de flujo de turistas, nacionales y extranjeros, es positiva. También, es importante mencionar que la pesca artesanal está disminuyendo, ya que no es muy rentable. Finalmente, cabe resaltar que la construcción de la planta de procesamiento de gas de Camisea ha traído beneficios a la ciudad de Paracas: se han creado nuevos puestos de trabajo y se obtienen ingresos a través del canon. Todos los elementos mencionados traen beneficios y mejoras a los pobladores de la zona.

4.2 Caracterización del turista que llega a Paracas

La demanda del sector turístico de Paracas, está compuesta por turistas extranjeros y nacionales; para poder entender cuáles son los factores que afectan a los turistas, se debe saber qué características tiene cada uno de ellos. Para lograr este objetivo se ha trabajado con dos fuentes de información: primarias (encuestas del estudio) y secundaria (Prom Perú y Mincetur).

4.2.1 Turista de origen extranjero

4.2.1.1 Características demográficas

Cuando se trabajan características demográficas, se hace referencia a varias variables, entre ellas se puede mencionar: sexo, ingreso familiar, estado civil, grado de instrucción y ocupación. Cabe mencionar que la mayoría de turistas

que visitan Paracas son hombres solteros. Asimismo, es importante indicar que la mayoría de turistas tiene grado de instrucción universitaria, con ingresos promedio de 20,000.00 a 39.999.00 dólares.

Tabla 3: Sexo del turista extranjero

SEXO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Hombre	54	57	59
Mujer	46	43	41
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Como se puede apreciar en la tabla indicada líneas arriba, a través de los años se incrementa el flujo de turistas hombres (extranjeros), la variación promedio, de este grupo, entre los años 2015 al 2017 es 4.53%.

Tabla 4: Ingresos de los turistas extranjeros

INGRESO FAMILIAR	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Menos de US\$ 20,000	20	21	22
De US\$ 20,000 a US\$ 39,999	34	25	26
De US\$ 40,000 a US\$ 59,999	20	19	19
De US\$ 60,000 a US\$ 79,999	8	12	11
De US\$ 80,000 a US\$ 99,999	7	8	7
De US\$ 100,000 a US\$ 119,999	3	6	6
De US\$ 120,000 a US\$ 139,999	3	3	3
De US\$ 140,000 a US\$ 159,999	2	2	2
De US\$ 160,000 a US\$ 179,999	1	1	1
De US\$ 180,000 a US\$ 199,999	1	1	1
US\$ 200,000 o más	1	2	2
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Como se puede apreciar en la tabla más arriba, la mayoría de turistas extranjeros que han visitado Paracas tienen ingresos entre US\$ 20,000 a US\$ 39,999. Se puede indicar que son turistas de clase media.

Tabla 5: Sexo del turista extranjero

ESTADO CIVIL	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Soltero	48	54	56
Casado / conviviente	36	34	32
Con pareja (no es casado ni conviviente)	16	11	11
No precisa	0	1	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Como se puede apreciar en la tabla, a través de los años se ha incrementado el flujo de turistas extranjeros solteros (as); la variación promedio, de esta condición, entre los años 2015 y 2017, es de 8.38%.

Tabla 6: Edad del turista extranjero

EDAD	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
18 a 24 años	16	19	20
25 a 34 años	35	39	41
35 a 44 años	15	15	15
45 a 54 años	12	12	13
55 a 64 años	15	10	8
65 años a más	7	5	4
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

La edad promedio de los turistas extranjeros que visitan Paracas se encuentra en el rango de 25 a 34 años; dado que no tienen carga familiar, por ende, tienen mayor disponibilidad de efectivo para viajar y gastar.

Tabla 7: Grado de instrucción del turista extranjero

GRADO DE INSTRUCCIÓN	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Primaria	0	1	0
Secundaria	13	11	12
Técnica	9	10	10
Universitaria	49	49	49
Postgrado	12	10	11
Maestría	15	16	16
Doctorado	2	3	3
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

En los últimos años, 2015 y 2017, el nivel educativo de los turistas que han visitado Paracas era universitario, ya que al tener una mejor profesión e ingresos superiores al promedio, tienen mayor opción de viajar fuera de su país.

Tabla 8: Ocupación del turista extranjero

OCUPACIÓN	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Estudiante	13	17	19
Ejecutivo	11	14	15
Ingeniero (a)	2	9	11
Jubilado	12	8	7
Profesor	7	8	8
Empleado en servicio, comercio o vendedor	12	6	5
Técnico	7	4	3
Otros	36	33	32
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

En los últimos años, de 2015 a 2017, los turistas extranjeros que llegaron a Paracas era mayoritariamente trabajadores independientes o empresarios, esta respuesta ha sido marcada en la tabla como otros. Esta muestra representa el 32% de la población de turistas que llega a Paracas.

4.2.1.2 Motivo de viaje

Las principales motivaciones que mueven a los turistas extranjeros para visitar la ciudad de Paracas son: vacaciones, visita a amigos y negocios. A continuación, se detallan las causas que generan que una persona visite Paracas:

Tabla 9: Motivación, para viajar a Paracas, del turista extranjero

MOTIVOS	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Vacaciones / recreación	85	79	78
Visita a amigos	8	13	15
Negocios	4	4	4
Educación (realizar estudios y/o investigaciones)	2	2	2
Misiones / trabajo religioso / voluntariado	1	2	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

El motivo de viaje de los turistas extranjeros, entre los años 2015 y 2017, ha sido para vacacionar. Ellos han decidido visitar Paracas por el atractivo de sus playas y por la Reserva Nacional de Paracas, la cual es denominada patrimonio de la humanidad.

4.2.1.3 País de origen

La gran cantidad de turistas extranjeros que visitan Paracas provienen de Estados Unidos, seguidos por turistas españoles y franceses. A continuación, una lista en la cual se detalla la residencia de los turistas internacionales:

Tabla 10: País de origen del turista extranjero

PAÍS DE ORIGEN	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Estados Unidos	14	16	17
Francia	8	8	8
España	8	8	9
Alemania	5	6	6
Japón	8	5	4
Holanda	3	5	7
Italia	4	4	3
Argentina	4	4	4
Reino Unido	5	4	4
Colombia	5	4	4
Canadá	6	4	4
Chile	5	3	3
Centroamérica	2	3	4
Brasil	2	3	3
Australia	2	2	2
México	2	2	2
Suiza	2	2	2
Corea del Sur	1	2	3
Bélgica	1	2	2
Otros	13	12	9
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Cabe mencionar que el mayor punto de ingreso al país es a través de Lima (aeropuerto Jorge Chávez), seguido por el departamento de Tacna (Santa Rosa).

Tabla 11: Punto de ingreso del turista extranjero

PUNTO DE INGRESO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Lima	89	87	85
Tacna	4	5	5
Tumbes	3	4	5
Otros	4	4	5
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.2.1.4 Grupo de viaje

La mayor cantidad de turistas extranjeros que visitan Paracas, prefieren hacerlo solos. A continuación, se muestra un cuadro dónde se detalla la conformación de grupo de viaje del turista extranjero:

Tabla 12: Grupo de viaje del turista extranjero

GRUPO DE VIAJE	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Solos	33	39	41
Amigos o parientes sin niños	34	30	28
Con pareja	29	26	27
Familiares directos	3	4	3
Amigos o parientes con niños	1	1	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.2.1.5 Hospedaje de preferencia

Los turistas extranjeros, cuando llegan a Paracas optan por utilizar dos categorías de hospedaje: hostales y hoteles. A continuación, se muestra la permanencia promedio (en días) y el total de pernотaciones realizadas por los turistas extranjeros en la oferta hotelera de Paracas:

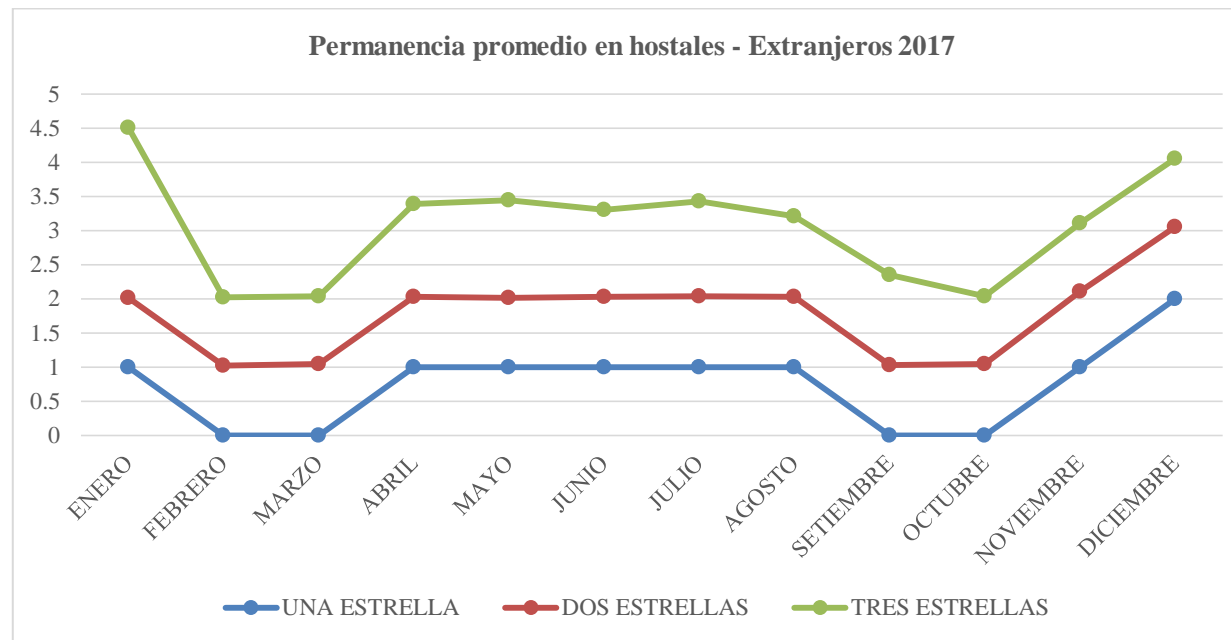
Tabla 13: Demanda de servicios de hostales por parte de turistas extranjeros. Paracas 2017

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
DEMANDA DE HOSTALES DE 1 ESTRELLA												
Permanencia promedio (días)	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	2
Total pernoctaciones	1	0	0	1	2	1	1	1	0	0	1	2
DEMANDA DE HOSTALES DE 2 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.01	1.02	1.04	1.03	1.01	1.03	1.04	1.03	1.03	1.04	1.11	1.05
Total pernoctaciones	305	298	269	274	228	224	283	331	271	306	375	337
DEMANDA DE HOSTALES DE 3 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	2.5	1	1	1.36	1.43	1.27	1.39	1.18	1.32	1	1	1
Total pernoctaciones	20	9	15	30	10	14	39	84	50	43	39	26
PROMEDIO DE PERMANENCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS	1.50	0.67	0.68	1.13	1.15	1.10	1.14	1.07	0.78	0.68	1.04	1.35
TOTAL DE PERNOCTACIONES	326	307	284	305	240	239	323	416	321	349	415	365

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

La permanencia promedio en el año 2017 de turistas en hostales de una estrella fue 0.75 días, en hostales de dos estrellas 1.04 días, en hostales de tres estrellas fue 1.29 días. En cuanto a las pernoctaciones de los turistas según tipo de hostel fue: una estrella 0.83 noches, dos estrellas 291.75 noches y tres estrellas 31.58 noches.

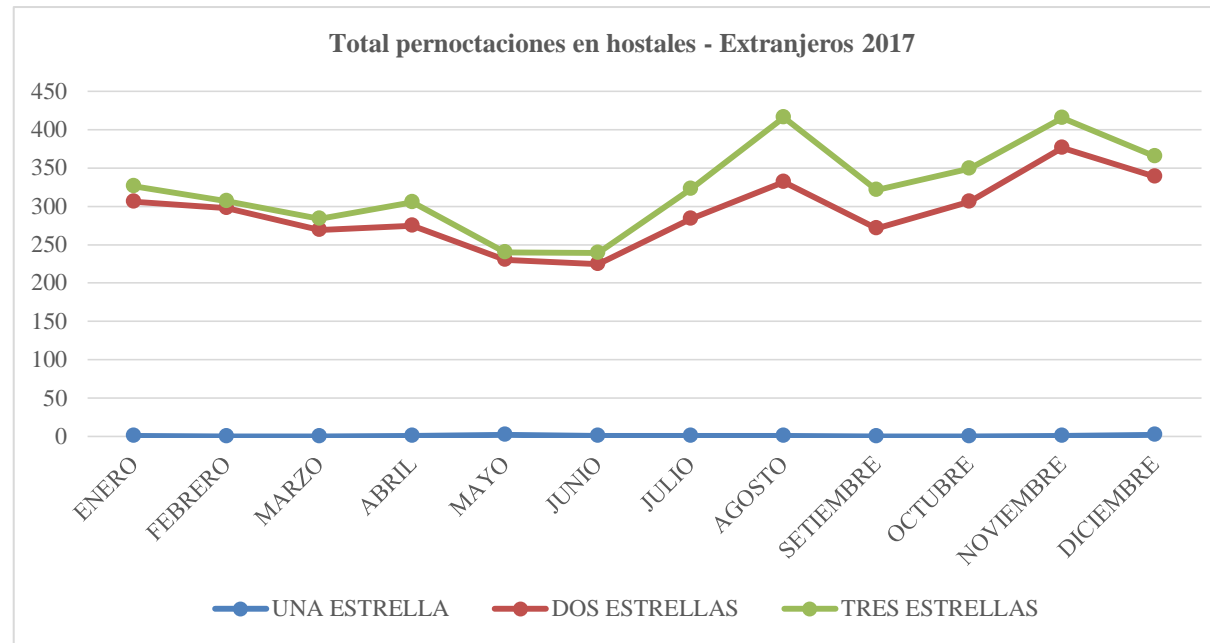
Gráfico 2: Permanencia en promedio en hostales, turistas extranjeros 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico, la tendencia de permanencia promedio en hostales de Paracas es positiva. Pero, cabe mencionar que los hostales de tres estrellas tienen mayor aceptación por los turistas extranjeros, para permanecer en la zona.

Gráfico 3: Total pernотaciones en hostales, turistas extranjeros 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico la tendencia pernотación en hostales de Paracas es negativa. Pero cabe que, los hostales de tres estrellas tienen mayor aceptación por los turistas extranjeros, para pernотar en Paracas.

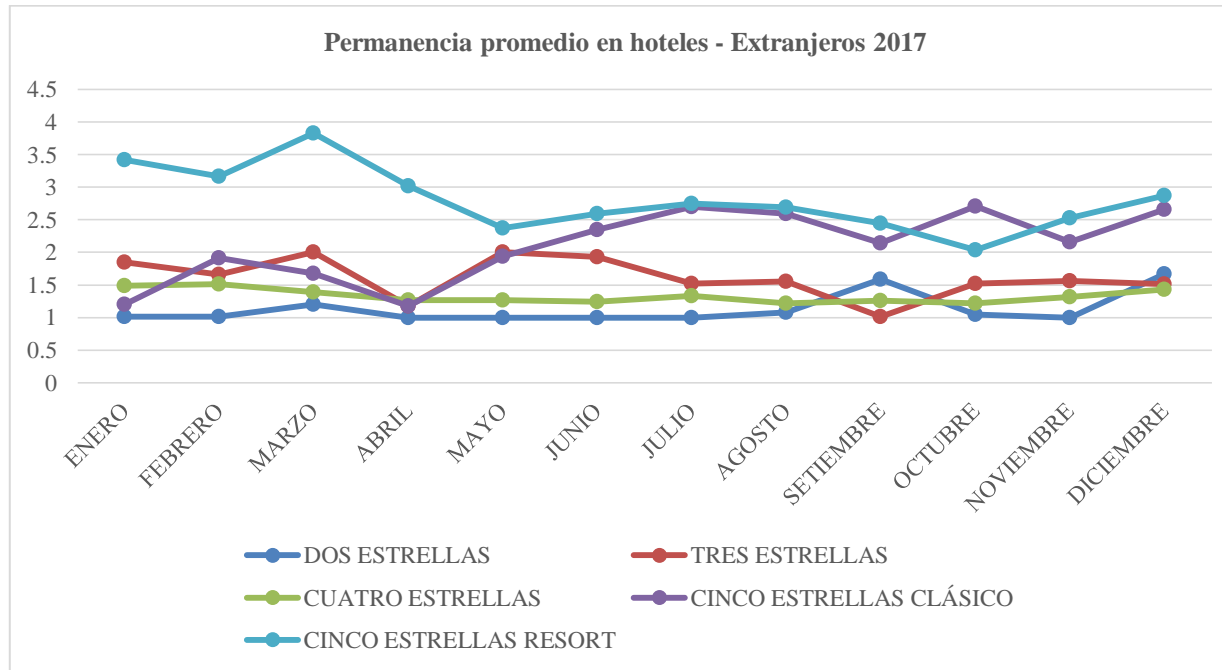
Tabla 14: Demanda de hoteles, turistas extranjeros, en Paracas 2017

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
DEMANDA DE HOTELES DE 2 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.01	1.01	1.2	1	1	1	1	1.08	1.59	1.05	1	1.67
Total pernотaciones	76	87	65	130	58	95	77	176	65	253	76	70
DEMANDA DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.85	1.66	2	1.18	2	1.93	1.52	1.55	1.01	1.52	1.56	1.51
Total pernотaciones	712	886	1919	2341	2960	868	1299	1238	374	1146	1138	1239
DEMANDA DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.49	1.51	1.39	1.27	1.27	1.24	1.33	1.22	1.26	1.22	1.32	1.43
Total pernотaciones	1784	1589	1679	2090	2744	1978	2775	3334	2695	3497	2404	2097
DEMANDA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS CLÁSICO												
Permanencia promedio (días)	1.2	1.91	1.68	1.18	1.94	2.35	2.7	2.59	2.14	2.71	2.16	2.66
Total pernотaciones	848	1663	996	859	1206	1325	2235	2132	1485	2033	1631	2405
OFERTA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS RESORT												
Permanencia promedio (días)	3.42	3.17	3.83	3.02	2.37	2.59	2.75	2.69	2.45	2.04	2.53	2.87
Total pernотaciones	2617	2283	2730	2828	1739	1585	2088	2223	1605	2245	2106	2660
PROMEDIO DE PERMANENCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS	1.79	1.85	2.02	1.53	1.72	1.82	1.86	1.83	1.69	1.71	1.71	2.03
TOTAL DE PERNOCTACIONES	6037	6508	7389	8248	8707	5851	8474	9103	6224	9174	7355	8471

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

La permanencia promedio en el año 2017 de turistas en hoteles de dos estrellas fue 1.13 días, en hoteles de tres estrellas 1.61 días, en hoteles de cuatro estrellas fue 1.33 días, en hoteles de cinco estrellas clásico 2.10 días y en hoteles de cinco estrellas resort fue 2.81 días. En cuanto a las pernoctaciones de los turistas según tipo de hotel fue: dos estrellas 102.33 noches, tres estrellas 1343.33 noches, cuatro estrellas 2388.83 noches, cinco estrellas clásico 1568.17 noches y cinco estrellas resort 2225.75 noches.

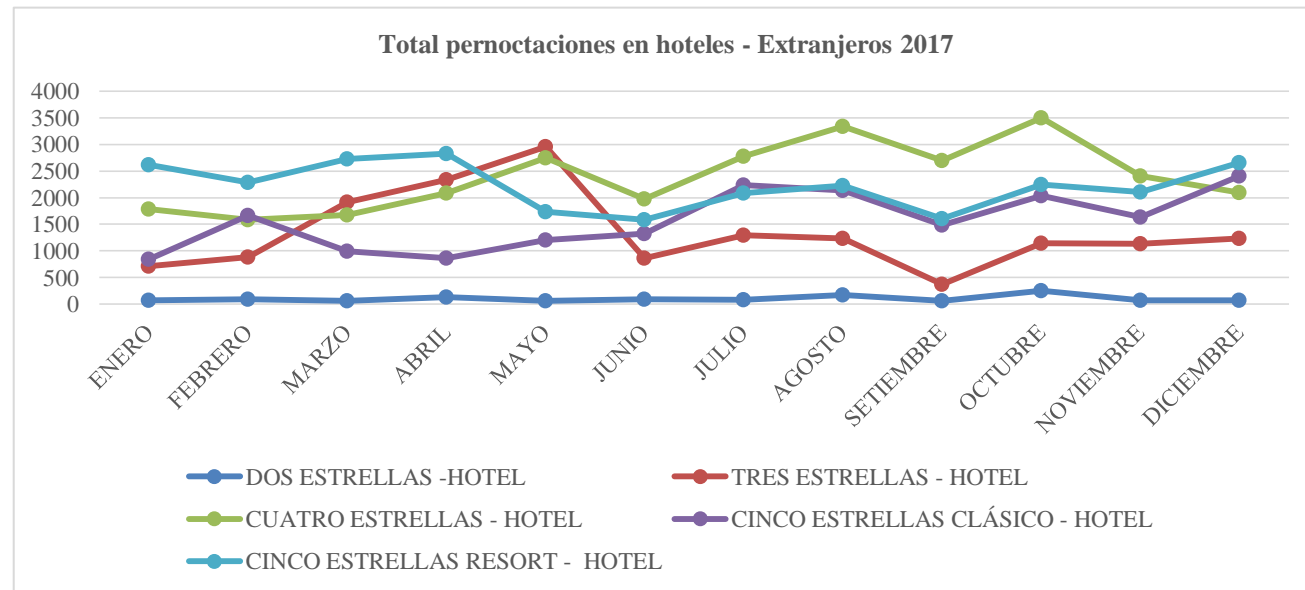
Gráfico 4: Permanencia en promedio en hoteles, turistas extranjeros 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico, los hoteles de cinco estrellas resort tienen mayor aceptación por los turistas extranjeros, para permanecer en la zona. Además, la tendencia de permanencia en los últimos tres meses es positiva.

Gráfico 5: Total pernoctaciones en hoteles, turistas extranjeros 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico los hoteles de cuatro estrellas han tenido mayor aceptación para pernoctar (en el último mes), por los turistas extranjeros. Además, cabe indicar que la tendencia mostrada es creciente.

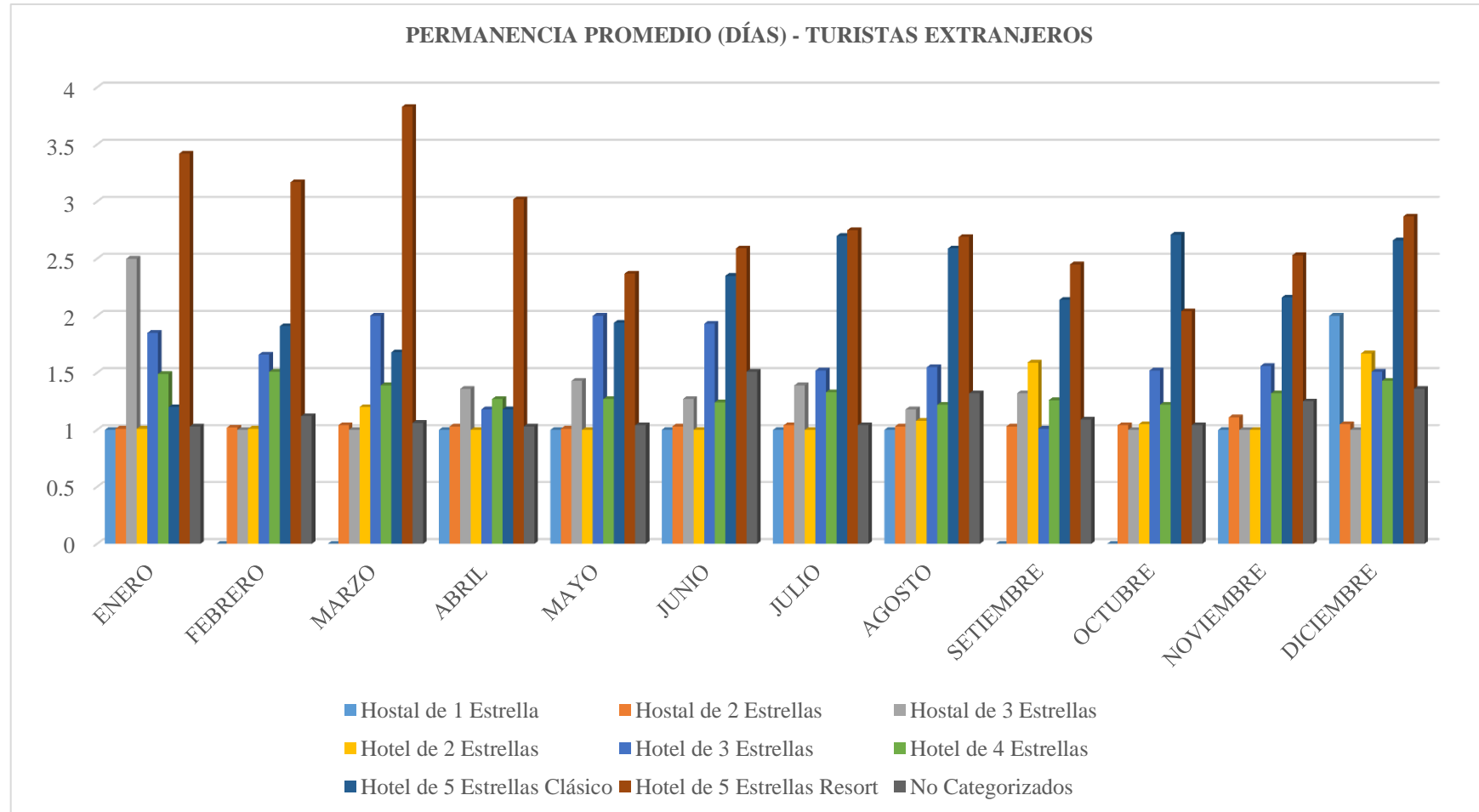
Tabla 15: Demanda, de turistas extranjeros, de establecimientos hoteleros no categorizados en Paracas

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
NO CATEGORIZADOS												
Permanencia promedio (días)	1.03	1.12	1.06	1.03	1.04	1.51	1.04	1.32	1.09	1.04	1.25	1.36
Total pernотaciones	719	449	297	731	615	2507	1689	1853	1520	254	3737	916

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

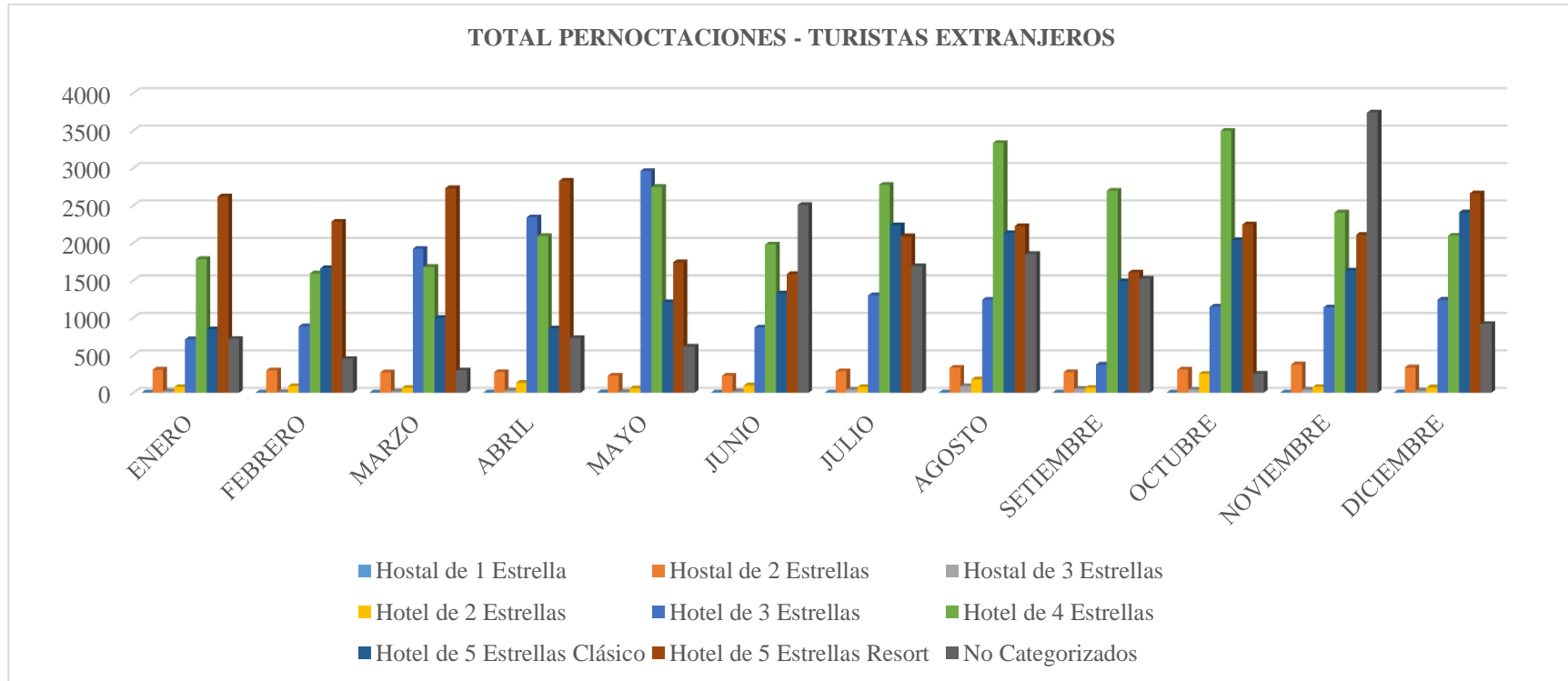
La permanencia promedio en el año 2017, de turistas, en establecimientos no categorizados fue 1.16 días. En cuanto a las pernотaciones fue 1273.92 noches.

Gráfico 6: Permanencia promedio de turistas extranjeros en hostales y hoteles, 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017

Gráfico 7: Pernoctaciones promedio de turistas extranjeros en hostales y hoteles, 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017

En conclusión, podemos decir que los turistas extranjeros que llegan a Paracas prefieren hospedarse en hoteles de cinco estrellas resort, seguidos por hoteles de cinco estrellas clásicos. La última opción de hospedaje que ellos toman son los hostales de una estrella.

4.2.1.6 Recursos turísticos visitados

Los recursos turísticos preferidos por los turistas extranjeros son:

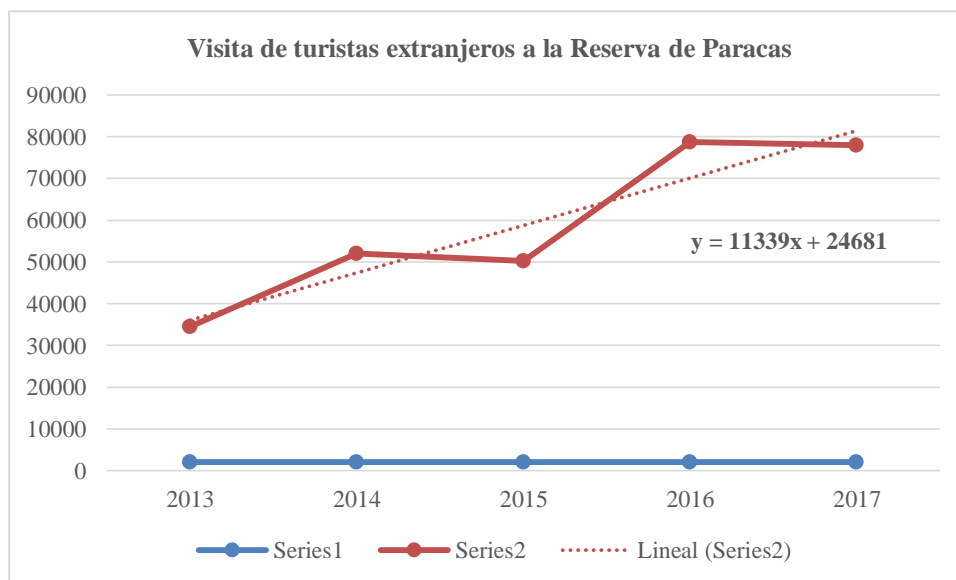
a) Reserva Nacional de Paracas

Tabla 16: Turistas extranjeros que visitaron la Reserva Nacional de Paracas

AÑO	EXTRANJERO	VARIACIÓN (%)
2013	34557	
2014	52084	50.72%
2015	50212	-3.59%
2016	78692	56.72%
2017	77950	-0.94%
Total	293495	25.73%

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Gráfico 8: Turistas extranjeros que visitaron la Reserva Nacional de Paracas



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

El flujo de turistas del año 2016 al 2017 ha disminuido en 0.94%, sin embargo, el índice de proyección del flujo de visitas para el año 2018 es positivo.

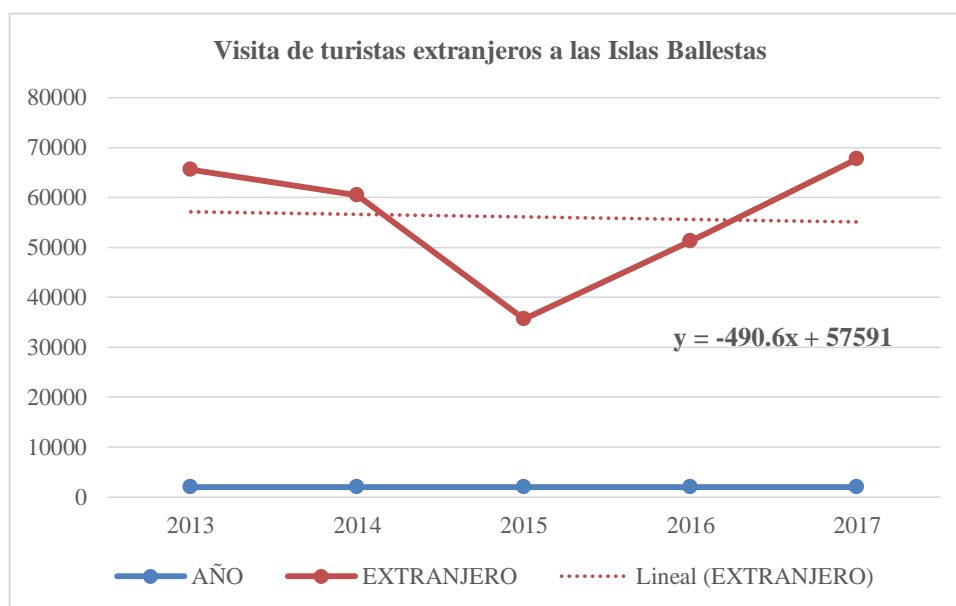
b) Islas Ballestas

Tabla 17: Turistas extranjeros que visitaron las Islas Ballestas

AÑO	EXTRANJERO	VARIACIÓN (%)
2013	65542	
2014	60476	-7.73%
2015	35601	-41.13%
2016	51296	44.09%
2017	67679	31.94%
Total	280594	6.79%

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Gráfico 9: Turistas extranjeros que visitaron las Islas Ballestas



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

El flujo de turistas del año 2016 al 2017 ha disminuido en 31.94%; cabe indicar que el índice de proyección del flujo de visitas para el año 2018 es negativo.

En conclusión, podemos indicar que la disminución de flujo de turistas extranjeros que visitan los recursos turísticos de Paracas (Reserva

Nacional de Paracas e Islas Ballestas), se debe a los fenómenos climatológicos que se dieron en nuestro país en el año 2017 (fenómeno del niño costero y oleajes anómalos).

4.2.1.7 Necesidad de paquetes turísticos

Es importante mencionar que la gran parte de turistas extranjeros que visitan Paracas no contratan paquetes turísticos, ellos prefieren hacer el viaje por cuenta propia:

Tabla 18: Contratación de paquetes turísticos por parte de los turistas extranjeros

CONTRATACIÓN DE PAQUETE TURÍSTICO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
No	50	68	74
Si	50	32	26
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Cabe resaltar que aquellos turistas que han contratado un paquete turístico, lo han hecho a través de una agencia turística (76.5%) u internet (23.5%).

Por otra parte, es importante indicar que los turistas extranjeros no están comprando paquetes turísticos a pesar de visitar por primera vez Paracas.

Tabla 19: Frecuencia de visita de los turistas extranjeros

FRECUENCIA DE VISITA	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Primera vez	84	81	80
Más de una vez	16	19	20
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.2.2 Turista de origen nacional

4.2.2.1 Características demográficas

En este caso, cuando se indican características demográficas, se hace referencia a sexo, nivel socioeconómico, estado civil, grado de instrucción y ocupación; la mayoría de turistas que visitan Paracas son mujeres y vienen acompañadas por su pareja. Asimismo, es importante indicar que la mayoría de turistas tiene grado de instrucción superior (técnica completa o universitaria incompleta) y son trabajadores independientes.

Tabla 20: Sexo del turista nacional

SEXO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Hombre	44	43	41
Mujer	56	57	58
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Como se puede apreciar en la tabla arriba, a través de los años se ha incrementado el flujo de turistas nacionales (mujeres); la variación promedio de este grupo, entre los años 2015 al 2017 es del 2.65%.

Tabla 21: Nivel socioeconómico del turista nacional

NIVEL SOCIOECONÓMICO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
A/B	54	50	49
C	46	50	51
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Como se puede apreciar en la tabla, la mayoría de turistas nacionales que han visitado Paracas, en el año 2017, pertenecen al nivel socioeconómico C. Se debe considerar que la mayor parte de la población nacional pertenece a este

sector. Además, las agencias de viaje ofertan paquetes turísticos de bajo costo, lo cual hace accesible la visita a Paracas.

Tabla 22: Estado civil del turista nacional

ESTADO CIVIL	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Forma parte de una pareja (casado o conviviente)	65	59	58
No forma parte de una pareja (divorciado, separado, soltero o viudo)	35	41	42
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Como se puede apreciar en la tabla más arriba, la mayor parte de turistas que visita Paracas forma parte de una pareja. Pero se debe tener en cuenta que, a través de los años, esta tendencia está cambiando, prueba de ellos es que en el 2015, el 65% de los turistas formaba parte de una pareja, mientras que en el 2017 solo es el 58%.

Tabla 23: Edad del turista nacional

EDAD	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
18 a 24 años	14	13	10
25 a 34 años	25	38	40
35 a 44 años	34	20	20
45 a 64 años	27	29	30
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

La edad promedio de los turistas nacionales que visitan Paracas se encuentra en el rango de 25 a 34 años; dado que no tienen carga familiar, por ende, tienen mayor disponibilidad de efectivo para viajar y gastar.

Tabla 24: Grado de instrucción del turista nacional

GRADO DE INSTRUCCIÓN	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Primaria o secundaria incompleta	1	1	0
Primaria o secundario completa	37	27	26
Superior técnica completa / superior universitaria incompleta	38	49	54
Superior universitaria completa	23	21	19
Postgrado / maestría	1	2	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

En los últimos años, de 2015 a 2017, la mayor parte de los turistas que han visitado Paracas está conformada por profesionales técnicos o estudiantes universitarios, seguida por personas que tienen secundaria completa. Esto se debe a que la tendencia de vacacionar de los profesionales universitarios ha cambiado, ahora buscan salir del país, ya que los paquetes turísticos internacionales se han vuelto accesibles.

Tabla 25: Ocupación del turista nacional

OCUPACIÓN	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Trabajador independiente	33	41	46
Trabajador del sector público	3	5	6
Trabajador del sector privado	29	30	28
Ama de casa	24	15	13
Estudiante	9	8	6
Jubilado, cesante o pensionista	2	1	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

En los últimos años, 2015 y 2017, la ocupación principal de los turistas nacionales que visitan Paracas es de trabajador independiente, es decir personas que tienen un pequeño negocio o han constituido su empresa. Esta muestra representa al 46% de la población de turistas nacionales que llegan a Paracas.

4.2.2.2 Motivo de viaje

Las mayores motivaciones que tienen los turistas nacionales para visitar la ciudad de Paracas son: relajarse, pasear con la familia y divertirse, entre otros. A continuación, se detallan las principales causas que generan que una persona visite Paracas:

Tabla 26: Motivos de viaje del turista nacional

MOTIVOS	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Descanso / relajarse	42	42	43
Pasear con la familia	23	18	21
Divertirse	14	13	13
Conocer nuevos lugares	13	11	9
Salir de la rutina	3	8	7
Conocer atractivos turísticos	3	6	6
Conocer otras costumbres	2	2	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

El motivo de viaje de los turistas nacionales, entre los años 2015 y 2017, es la de relajarse o descansar. Ellos decidieron visitar Paracas por el atractivo de sus playas y las actividades turísticas que se pueden desarrollar en el lugar (tour arenero, buceo, paseo por la Reserva Nacional de Paracas, etc.).

También cabe indicar que el gasto promedio por persona durante el viaje es S/. 458.00., si nos referimos al costo diario es S/. 115.00.

Tabla 27: Gasto por persona - turista nacional

GASTO POR PERSONA DURANTE EL VIAJE	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
200 a 299 soles	53	25	19
300 a 399 soles	20	16	18
400 a 499 soles	11	21	23
500 a 599 soles	6	16	17
600 soles a más	10	22	23
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Tabla 28: Gasto diario por persona - turista nacional

AÑO	GASTO DIRARIO POR PERSONA (en promedio)	
2017	S/	118.00
2016	S/	115.00
2015	S/	108.00
2014	S/	110.00

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.2.2.3 Ciudad de origen

La gran cantidad de turistas nacionales que visitan Paracas provienen de la ciudad de Lima, seguido por la ciudad de Arequipa. Cabe mencionar que esto se debe a que el tiempo estimado de Lima a Ica es de 3 horas. El destino turístico, al estar cerca a Lima, se vuelve una opción de visita en días feriados. A continuación, una lista en la cual se detalla la residencia de los turistas nacionales:

Tabla 29: Ciudad de origen del turista nacional

CIUDAD DE ORIGEN	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Lima	58	65	67
Arequipa	9	7	5
Huacho	2	4	5
Trujillo	3	3	2
Ayacucho	2	3	2
Cañete	2	3	5
Cusco	1	2	1
Tacna	1	2	2
Huancayo	1	2	1
Otros	21	9	10
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

Cabe mencionar que el mayor medio de transporte utilizado por los turistas nacionales para llegar a Paracas es el ómnibus (provincial o interprovincial), seguido por el auto propio o movilidad particular (de un familiar o amigo).

Tabla 30: Medio de transporte del turista nacional

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Ómnibus provincial / interprovincial	84	74	75
Auto propio	10	15	15
Movilidad de un amigo o familiar	4	9	8
Avión / avioneta	1	1	1
Otros	1	1	1
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.2.2.4 Grupo de viaje

La mayor cantidad de turistas nacionales que visitan Paracas lo hacen acompañados, ya sea por su familia (esposa e hijos), pareja (enamorada o conviviente) o amigos.

Tabla 31: Grupo de viaje del turista nacional

GRUPO DE VIAJE	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
En familia (esposa e hijos)	34	30	33
Con pareja (enamorada o conviviente)	19	26	27
Con amigos o familiares sin niños	22	23	20
Solo	14	11	12
Con amigos o familiares con niños	11	10	8
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.2.2.5 Hospedaje de preferencia

Los turistas nacionales, cuando llegan a Paracas optan por utilizar dos categorías de hospedaje: hostales y hoteles. A continuación, se muestra la permanencia promedio (en días) y el total de pernoctaciones realizadas por los turistas nacionales en la oferta hotelera de Paracas:

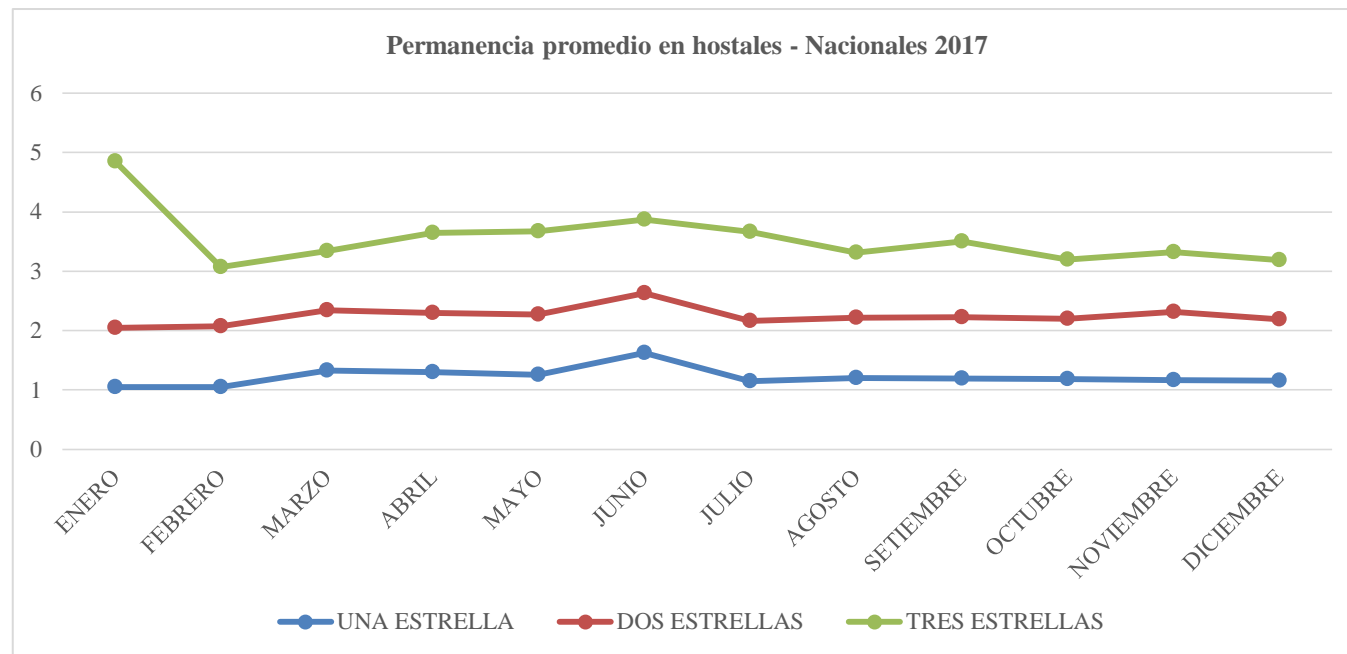
Tabla 32: Demanda de hostales, de turistas nacionales, en Paracas 2017

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
DEMANDA DE HOSTALES DE 1 ESTRELLA												
Permanencia promedio (días)	1.05	1.05	1.33	1.3	1.26	1.62	1.15	1.2	1.19	1.18	1.17	1.16
Total pernотaciones	65	59	57	74	68	81	60	54	63	74	86	100
DEMANDA DE HOSTALES DE 2 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1	1.02	1.01	1	1.01	1.01	1.01	1.02	1.04	1.02	1.15	1.03
Total pernотaciones	425	367	301	259	150	212	331	309	263	320	419	575
DEMANDA DE HOSTALES DE 3 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	2.8	1	1	1.35	1.4	1.24	1.5	1.09	1.27	1	1	1
Total pernотaciones	14	39	9	356	164	130	21	165	488	30	47	68
PROMEDIO DE PERMANENCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS	1.62	1.02	1.11	1.22	1.22	1.29	1.22	1.10	1.17	1.07	1.11	1.06
TOTAL DE PERNOCTACIONES	504	465	367	689	382	423	412	528	814	424	552	743

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

La permanencia promedio, en el año 2017, de turistas nacionales en hostales de una estrella ha sido 1.22 días, en hostales de dos estrellas 1.03 días, en hostales de tres estrellas fue 1.30 días. En cuanto a las pernoctaciones de los turistas según tipo de hostel ha sido: una estrella 70.02 noches, dos estrellas 327.58 noches y tres estrellas 127.58 noches.

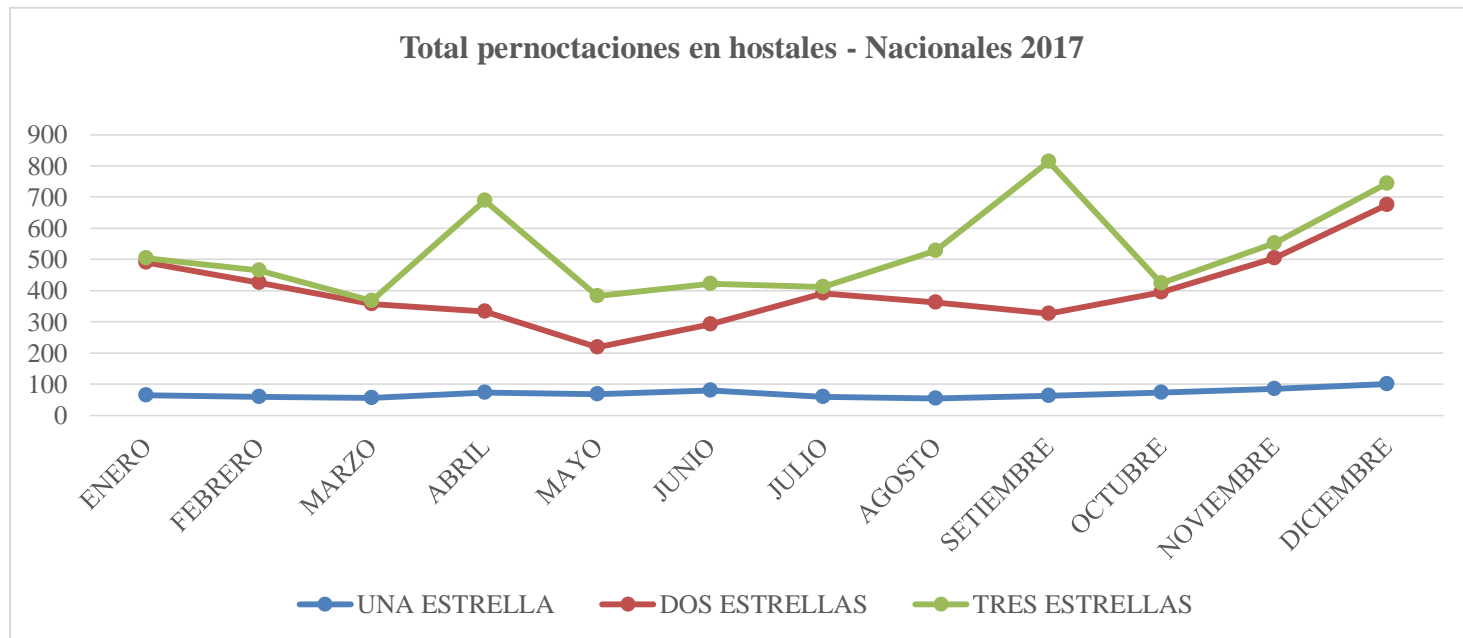
Gráfico 10: Permanencia en promedio en hostales, turistas nacionales 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico, la tendencia de permanencia promedio en hostales de Paracas es negativa. Sin embargo, los hostales de tres estrellas tienen mayor permanencia de turistas extranjeros.

Gráfico 11: Total pernoctaciones en hostales, turistas nacionales 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico la tendencia pernoctación de turistas nacionales en hostales de Paracas es positiva. Cabe indicar que los hostales de tres estrellas tienen mayor aceptación por los turistas para pernoctar.

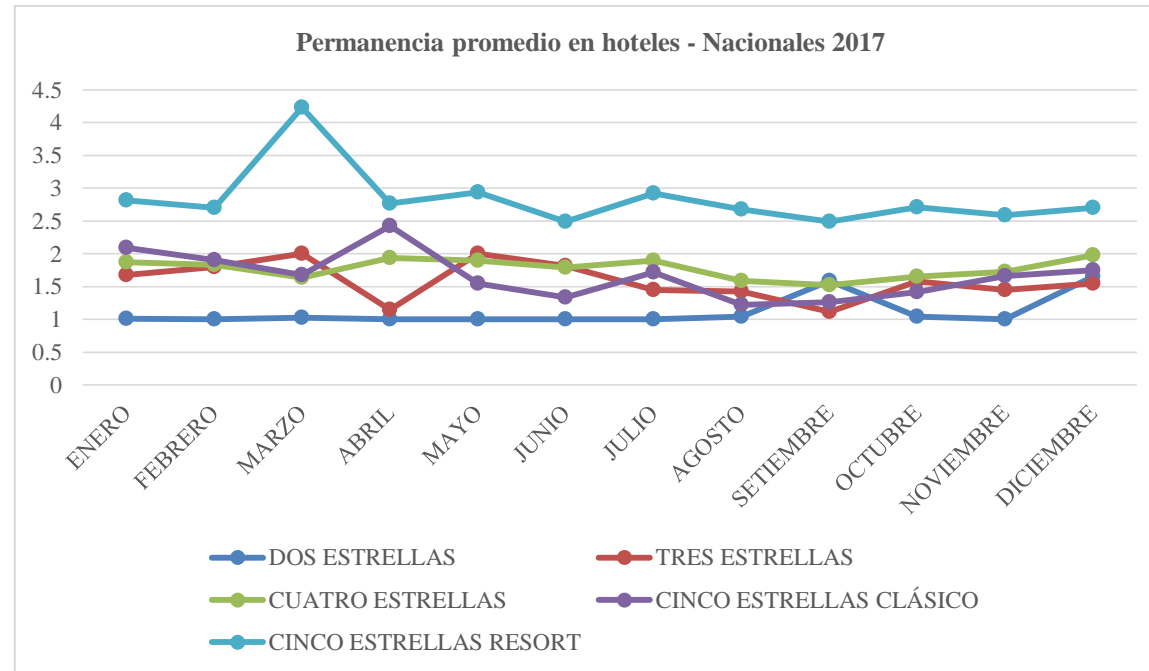
Tabla 33: Demanda de hoteles, de turistas nacionales, en Paracas

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
DEMANDA DE HOTELES DE 2 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.01	1	1.03	1	1	1	1	1.04	1.59	1.04	1	1.65
Total pernотaciones	482	478	286	411	164	207	338	669	1548	166	126	1648
DEMANDA DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.68	1.8	2	1.15	2	1.82	1.45	1.43	1.12	1.58	1.45	1.55
Total pernотaciones	1340	2082	2142	1426	2123	728	510	411	132	378	628	1630
DEMANDA DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS												
Permanencia promedio (días)	1.87	1.83	1.64	1.94	1.9	1.79	1.9	1.59	1.52	1.65	1.73	1.98
Total pernотaciones	3929	4828	2974	2657	1545	1593	1922	1221	947	2058	2123	3938
DEMANDA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS CLÁSICO												
Permanencia promedio (días)	2.09	1.91	1.68	2.43	1.55	1.34	1.72	1.22	1.26	1.42	1.66	1.75
Total pernотaciones	4219	4617	2958	3085	2150	1573	3310	1587	1538	2448	2294	3246
OFERTA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS RESORT												
Permanencia promedio (días)	2.82	2.7	4.23	2.77	2.94	2.49	2.92	2.68	2.49	2.71	2.59	2.7
Total pernотaciones	7988	9485	4126	4964	3276	3218	5336	4280	3062	5881	4758	6172
PROMEDIO DE PERMANENCIA EN LOS ESTABLECIMIENTOS	1.89	1.85	2.12	1.86	1.88	1.69	1.80	1.59	1.60	1.68	1.69	1.93
TOTAL DE PERNOCTACIONES	17958	21490	12486	12543	9258	7319	11416	8168	7227	10931	9929	16634

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

La permanencia promedio en el año 2017, de turistas nacionales, en hoteles de dos estrellas ha sido 1.11 días, en hoteles de tres estrellas 1.59 días, en hoteles de cuatro estrellas ha sido 1.78 días, en hoteles de cinco estrellas clásico 1.67 días y en hoteles de cinco estrellas resort 2.84 días. En cuanto a las pernотaciones de los turistas según tipo de hotel: dos estrellas 543.58 noches, tres estrellas 1112.50 noches, cuatro estrellas 2477.92 noches, cinco estrellas clásico 2752.08 noches y cinco estrellas resort 5212.17 noches.

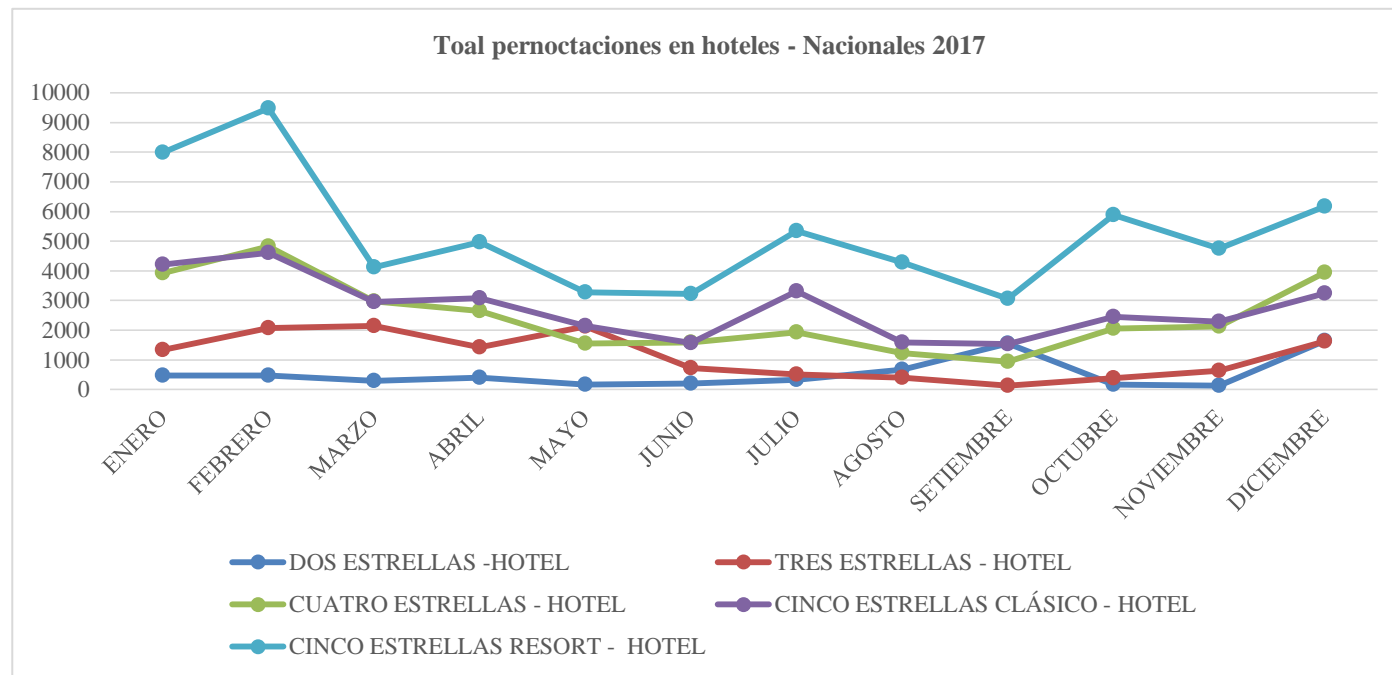
Gráfico 12: Permanencia en promedio en hoteles, turistas nacionales 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico los hoteles de cinco estrellas resort tienen mayor aceptación por los turistas extranjeros, para permanecer en la zona. Pero, cabe resaltar que la tendencia que muestra no es favorable.

Gráfico 13: Total pernотaciones en hoteles, turistas nacionales 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Como se aprecia en el gráfico los hoteles de cinco estrellas resort han tenido mayor aceptación para pernотar, en todo el año 2017, por los turistas extranjeros. Cabe indicar que la tendencia que muestra es positiva.

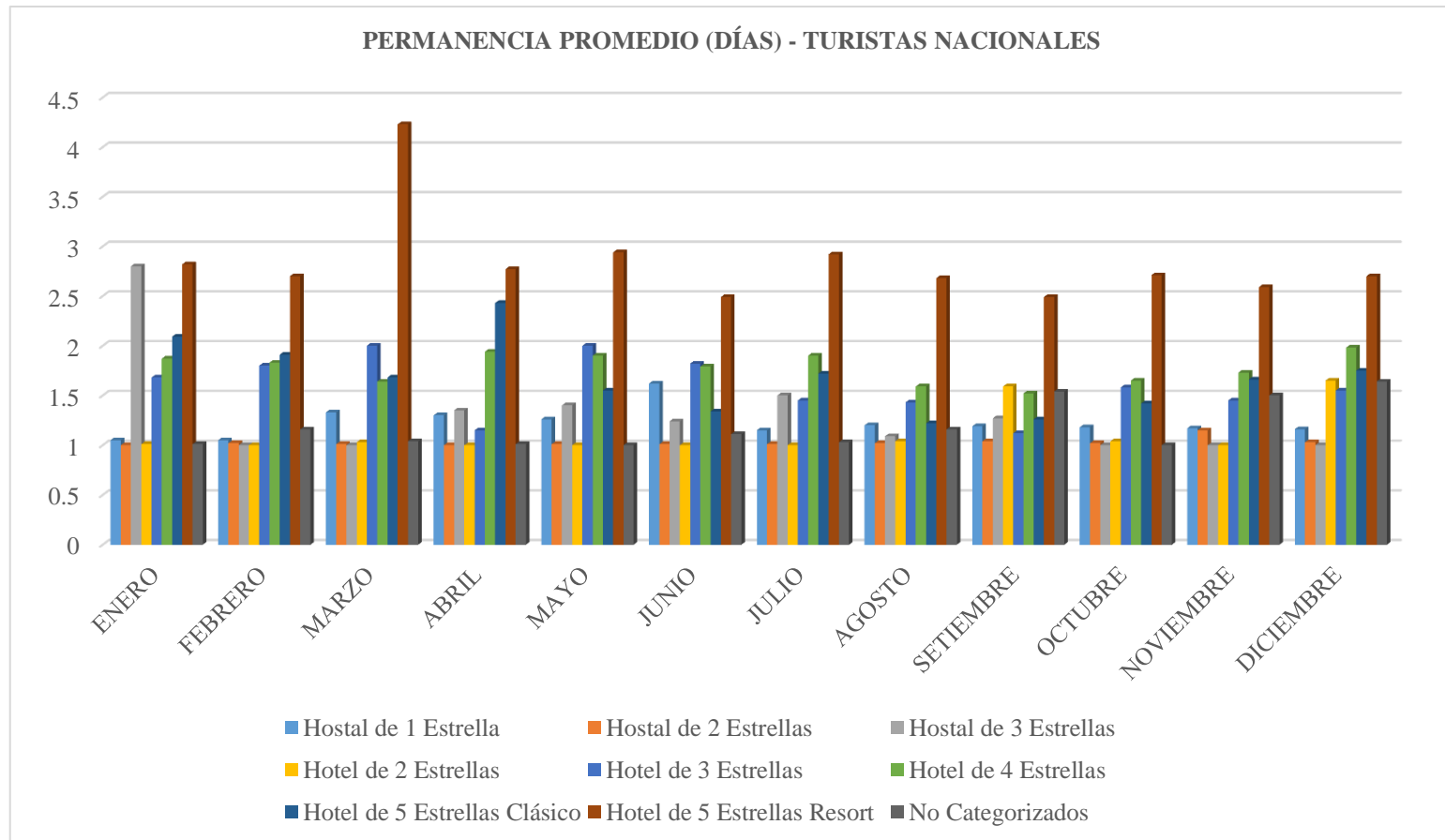
Tabla 34: Demanda, de turistas nacionales, de establecimientos hoteleros no categorizados en Paracas

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
NO CATEGORIZADOS												
Permanencia promedio (días)	1.01	1.16	1.04	1.01	1	1.11	1.03	1.16	1.54	1	1.5	1.64
Total de Arribo	1344	1007	718	907	775	1018	1389	1410	486	1637	943	1636
Total pernотaciones	1357	1166	744	914	776	1133	1433	1642	749	1643	1419	2685

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

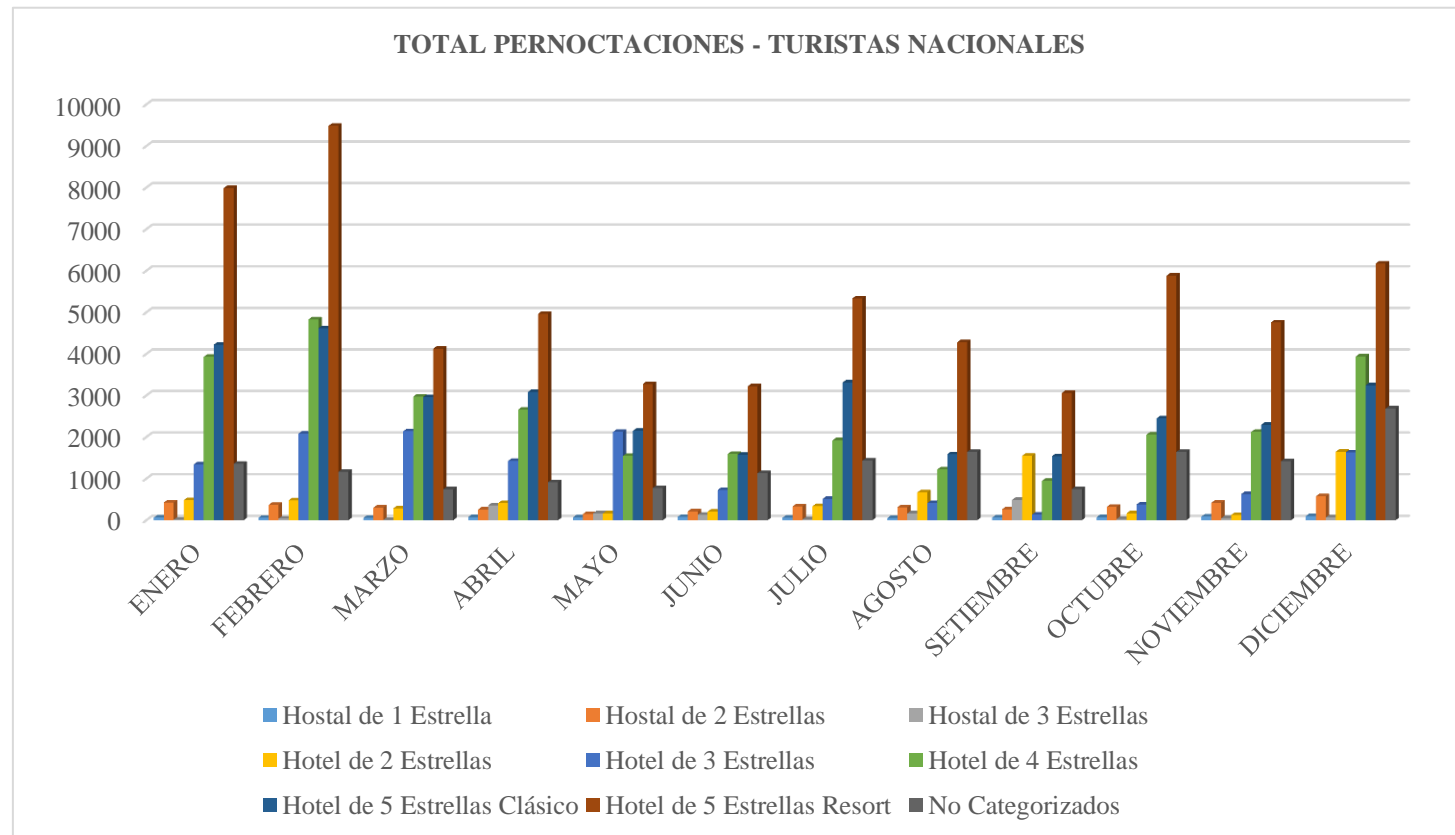
La permanencia promedio en el año 2017, de turistas, en establecimientos no categorizados ha sido de 1.18 días. En cuanto a las pernотaciones: 1305.08 noches.

Gráfico 14: Permanencia promedio de turistas nacionales en hostales y hoteles, 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017

Gráfico 15: Pernoctaciones promedio de turistas nacionales en hostales y hoteles, 2017



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017

En conclusión, podemos decir que los turistas nacionales que llegan a Paracas prefieren hospedarse en hoteles de cinco estrellas resort, seguidos por hoteles de cinco estrellas clásicos. La última opción de hospedaje que ellos toman son los hostales de una estrella.

4.2.2.6 Recursos turísticos visitados

Los recursos turísticos preferidos por los turistas nacionales son:

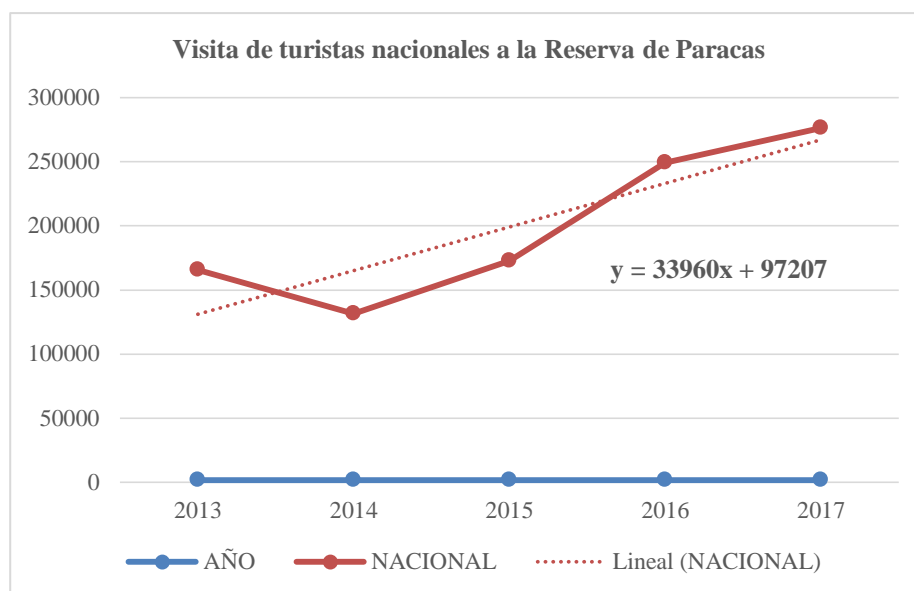
a) Reserva Nacional de Paracas

Tabla 35: Turistas nacionales que visitaron la Reserva Nacional de Paracas

AÑO	NACIONAL	VARIACIÓN (%)
2013	165477	
2014	131417	-20.58%
2015	172920	31.58%
2016	249260	44.15%
2017	276353	10.87%
Total	995427	16.50%

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Gráfico 16: Turistas nacionales que visitaron la Reserva Nacional de Paracas



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

El flujo de turistas del año 2016 al 2017 se ha incrementado del 10.87%; sin embargo, se debe tener en consideración que el flujo de visitas se ha reducido, ya que del año 2015 al 2017 ha sido del 44.15%. Finalmente,

cabe indicar que el índice de proyección del flujo de visitas para el año 2018 es alentador.

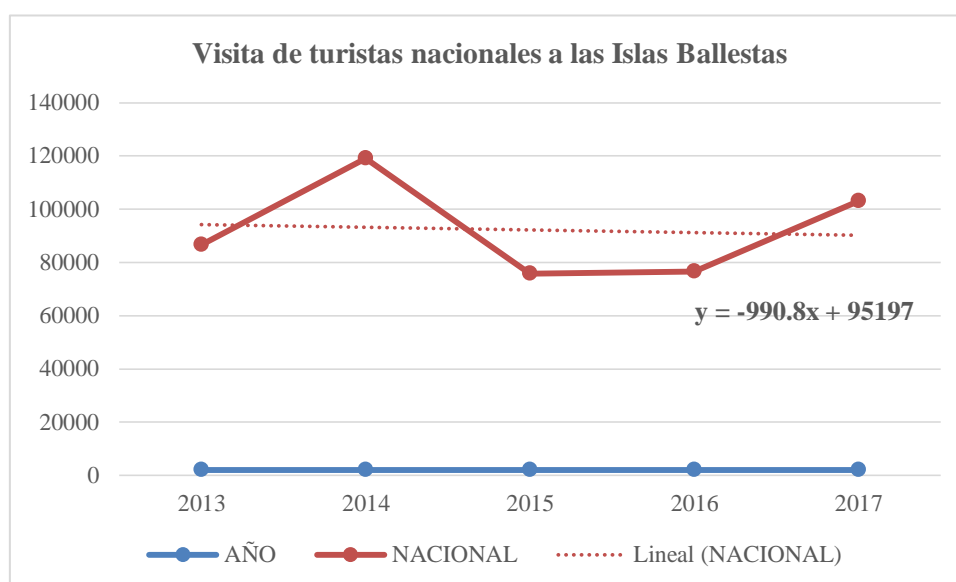
b) Islas Ballestas

Tabla 36: Turistas nacionales que visitaron las Islas Ballestas

AÑO	NACIONAL	VARIACIÓN (%)
2013	86708	
2014	119099	37.36%
2015	75750	-36.40%
2016	76525	1.02%
2017	103041	34.65%
Total	461123	9.16%

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Gráfico 17: Turistas nacionales que visitaron las Islas Ballestas



Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

El flujo de turistas que ha visitado las Islas Ballestas del año 2016 al 2017 se ha incrementado del 34.65%; cabe indicar que la línea de la tendencia es negativa.

En conclusión, podemos indicar que el incremento del flujo de turistas nacionales que visitan los recursos turísticos de Paracas (Reserva Nacional de Paracas e Islas Ballestas), se debe a los feriados largos dados por el gobierno y al incremento de los paquetes turísticos a precios accesibles, además de la cercanía del lugar.

4.2.2.7 Necesidad de guías turísticos

Es importante mencionar que la gran parte de los turistas nacionales que visitan Paracas no contratan un tour guiado:

Tabla 37: Contratación de tour guiado - turista nacional

CONTRATACIÓN DE TOUR GUIADO	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Si	10	14	19
No	90	86	81
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

La no contratación del tour guiado se debe a que la gran parte de los turistas ya han visitado el lugar antes, tienen referencias del lugar o están viajando con familiares o amigos que conocen el lugar.

Tabla 38: Razones por las que no se contrató un tour guiado - turista nacional

Razones por las que no contrató un tour guiado	2015 (%)	2016 (%)	2017 (%)
Ya ha visitado el lugar	29	50	52
Tiene referencias del lugar	37	17	17
Viaja con familiares y amigos que conocen el lugar	16	14	14
Tiene familiares que viven en el lugar	14	12	10
Prefiere la aventura o conocer por su propia cuenta	4	7	7
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia basado en Prom Perú – Turismo in

4.3 Características de la oferta del sector turístico de la ciudad de Paracas

4.3.1 Recursos turísticos de Paracas

La ciudad de Paracas se ubica en una zona privilegiada, ya que en ella se tiene la mayor biodiversidad de flora y fauna, tanto a nivel nacional como de Sudamérica. Paracas es un lugar turístico que a través de los años ha incrementado su flujo de turistas, nacionales e internacionales. A continuación, se presentan los lugares que causan mayor interés en los turistas:

4.3.1.1 Reserva Nacional de Paracas

Ubicada en la provincia de Pisco – región de Ica. La reserva de Paracas es una zona protegida en el Perú. La finalidad de su creación es conservar el desierto del Perú y una porción del mar. Gracias a la reserva se protege la flora y la fauna que habitan en la zona, así como el ecosistema marino que existe gracias a la corriente de Humbolt, además se preservan zonas a las cuales llegan una variedad de especies que migran de otras zonas.

En la reserva de Paracas viven animales como: pelícanos, flamencos, peces (lenguado, toyo, corvina, etc.), lobos marinos, delfín nariz de botella, etc.

La forma geológica de la reserva contempla formaciones rocosas y playas. Además, alberga restos de la cultura Paracas (restos arqueológicos).

Ilustración 9: Reserva nacional de Paracas



Fuente: tomado de Hoteles la hacienda.

4.3.1.2 Islas Ballestas

Están ubicadas a 30 minutos del muelle de Paracas, si se toma como referencia Lima están a 260 kilómetros. Las islas Ballestas son un conjunto de islas compuestas por formaciones rocosas, en ellas destacan las islas: Centro, Sur y Norte, la superficie de cada isla se estima que es de 0.12 km².

En su superficie se puede apreciar la fauna marina que incluye aves guaneras: piquero, zarcillo, guanay, además de las colonias de pingüinos (*spheniscus* y *humboldti*) que habitan la zona; cabe indicar que estas especies están en peligro de extinción. En las islas también habitan lobos marinos y otros mamíferos.

Ilustración 10: Islas Ballestas



Fuente: tomado de GO2PERU

4.3.1.3 El Candelabro

Es un geoglífo muy famoso, ubicado al norte de la península de Paracas, Provincia de Pisco – Región de Ica. El candelabro tiene grandes dimensiones, su diseño está plasmado en la arena, lo cual permite distinguirlo de las líneas de Nazca y de los otros geoglífos que están en pampas de Jumana.

Se calcula que el candelabro mide 180 metros de largo, además se estima que tiene una antigüedad de 2500 años. Acerca del lugar se cuentan leyendas, que indican que la finalidad del candelabro era orientar a los antiguos peruanos que cursaban travesías de pesca o de conquista.

Ilustración 11: El Candelabro



Fuente: tomado de GO2PERU

4.3.1.4 La Catedral

Estaba ubicada a 25 kilómetros de la ciudad de Pisco, entre las playas de Spuay y Yumaque. La catedral es una formación rocosa que erosionó de manera natural por el viento y el mar. En su interior se podían encontrar gatos marinos, una especie en peligro de extinción. Además, se podía hallar una variedad de aves marinas.

Este monumento fue declarado patrimonio de la humanidad, pero lamentablemente se destruyó en el terremoto que azotó el sur del país en el año 2007.

Ilustración 12: La Catedral



Fuente: tomado de Welcome Peru Travel

4.3.1.5 Museo del sitio “Julio C. Tello”

Su localización es a 22 kilómetros de la ciudad de Pisco. El museo exhibe los restos y artefactos de la cultura Paracas; entre ellos destacan los cerámicos y tejidos. Además, hacen representaciones de la vida cotidiana de los antiguos paraqueños.

Ilustración 13: Museo Julio C. Tello – Paracas



Fuente: tomado de solimar.pe

4.3.2 Operadores turísticos en Paracas

Cuando se hace referencia a los operadores turísticos, nos referimos a las empresas que brindan servicios a los turistas; en esta investigación se hace referencia a:

4.3.2.1 Servicios de restauración (restaurantes)

En la ciudad de Paracas existen diferentes categorías de restaurantes, clasificables por el tipo de comida que brindan: peruana, mariscos, pizzas e italiana. En total Paracas tiene 66 establecimientos de comida.

Tabla 39: Establecimientos de comida

TIPO DE COMIDA	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS
Peruana	33
Mariscos	24
Pizza	5
Italiana	4
Total	66

Fuente: Elaboración propia

Los precios en los restaurantes en Paracas son variados; se observa que los hoteles más importantes poseen restaurantes, los cuales tienen un precio más elevado con respecto a la competencia. Luego vienen los establecimientos que solo se dedican a brindar servicios de restaurantes: sus precios son variados.

- **Hoteles con restaurantes**

- Hotel Paracas, a Luxury Collection Resort

Los precios promedios para una persona oscilan entre S/. 48.00 hasta los S/. 1,600.00

- DoubleTree by Hilton Resort Paracas

Los precios promedios para una persona oscilan entre S/. 48.00 hasta los S/. 2,240.00

- San Agustín Paracas

Los precios promedios para una persona oscilan entre S/. 38.40 hasta los S/. 384.00

- La Hacienda Bahía

Los precios promedios para una persona oscilan entre S/. 32.00 hasta los S/. 320.00

El gasto promedio de las familias para cuatro personas varía entre S/. 320.00 y S/. 2880.00 aproximadamente.

- **Restaurantes en la ciudad de Paracas**

Los precios de los restaurantes para una persona en la ciudad de Paracas oscilan entre S/. 8.00 y S/. 160.00. Los establecimientos están supervisados constantemente por parte de la municipalidad de Paracas, que se esfuerza por garantizar la calidad e higiene en los servicios de públicos, para brindar una buena imagen hacia los turistas nacionales y extranjeros.

El gasto promedio de los visitantes con familia (cuatro personas) oscila entre S/. 64.00 y S/. 192.00.

4.3.2.2 Servicios hospedaje

En Paracas los servicios de hospedaje están categorizados en dos tipos: hostales y hoteles. Cabe mencionar que dentro de cada categoría hay subcategorías. Los precios de los hoteles varían dependiendo del confort y de la política de los hoteles.

A continuación, se muestra un promedio de la oferta hotelera por categorías y subcategorías:

a) Hoteles

- Hoteles cinco estrellas clásicos: el costo promedio oscila entre S/. 764.80 y S/. 960.00.
 - Hotel Paracas, a Luxury Collection Resort: promedio de precios es de S/. 764.80.
- Hoteles cinco estrellas Resort: el costo promedio oscila entre S/. 611.20 y S/. 960.00.
 - DoubleTree by Hilton Resort Paracas: el promedio de precios es de S/. 611.20.

- Hoteles cuatro estrellas: el costo promedio oscila entre S/. 355.20 y S/. 832.00.
 - San Agustín Paracas: promedio de precios S/. 355.20.
 - La Hacienda Bahía: promedio de precios S/. 832.00.

- Hoteles tres estrellas: el costo promedio oscila entre S/. 163.20 y S/. 384.00.
 - Hotel Gran Palma Paracas: promedio de precios S/. 163.20.
 - Hotel Riviera Inka Paracas: promedio de precios S/. 166.40.
 - Hotel Emancipador: promedio de precios S/. 288.00.
 - Hotel El Mirador Paracas: promedio de precios S/. 211.20.

- Hoteles dos estrellas: el costo promedio oscila entre S/. 153.60 y S/. 352.00.
 - Brisas de la Bahía Hotel: promedio de precios S/. 153.60.
 - Corporación El Gamonal S.C.R.L.: promedio de precios S/. 352.00.
 - El Delfín Dorado: promedio de precios S/. 352.00.
 - Residencial Los Frailes: promedio de precios S/. 352.00.

b) Hostales:

- Hostales de tres estrellas: el costo promedio oscila entre S/. 64.00 y S/. 256.00.
 - Hostal El Sueño De San Martín: promedio de precios S/. 64.00.
 - Mar Azul: promedio de precios S/. 160.00.

- Hostales de dos estrellas: el costo promedio oscila entre S/. 80.00 y S/. 192.00.
 - El Amigo: promedio de precios S/. 80.00.
 - El Refugio Del Pirata: promedio de precios S/. 256.00.

- Los Frailes: promedio de precios S/. 192.00.
- Santa María: promedio de precios S/. 160.00.
- Hostales de una estrella: el costo promedio oscila entre S/. 32.00 y S/. 64.00.
 - El Arizal: promedio de precios S/. 54.40.

c) Establecimientos hoteleros no categorizados

Establecimientos hoteleros no categorizados: el costo promedio oscila entre S/. 32.00 y S/. 480.00.

Tabla 40: Oferta de hostales en Paracas

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
OFERTA DE HOSTALES DE 1 ESTRELLA												
Número de establecimiento	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Número de habitaciones	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Número de plazas-cama	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
OFERTA DE HOSTALES DE 2 ESTRELLAS												
Número de establecimiento	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
Número de habitaciones	67	67	67	67	67	67	56	65	65	65	85	85
Número de plazas-cama	131	131	131	131	131	131	111	126	126	126	140	140
OFERTA DE HOSTALES DE 3 ESTRELLAS												
Número de establecimiento	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3
Número de habitaciones	24	24	24	24	18	18	24	42	42	42	42	42
Número de plazas-cama	45	45	45	45	24	24	45	85	85	85	85	85
TOTAL N° DE ESTABLECIMIENTOS	6	6	6	6	6	6	6	9	9	9	9	9
TOTAL N° DE HABITACIONES	96	96	96	96	90	90	85	112	112	112	132	132
TOTAL N° DE PLAZAS-CAMA	184	184	184	184	163	163	164	219	219	219	233	233

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Tabla 41: Oferta de hoteles en Paracas

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
OFERTA DE HOTELES DE 2 ESTRELLAS												
Número de establecimiento	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4
Número de habitaciones	43	43	44	44	44	44	45	79	74	80	80	80
Número de plazas-cama	88	88	81	81	89	89	85	163	154	146	146	146
OFERTA DE HOTELES DE 3 ESTRELLAS												
Número de establecimiento	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Número de habitaciones	94	94	94	94	94	94	292	292	292	292	118	118
Número de plazas-cama	184	184	185	185	185	184	583	583	583	583	237	237
OFERTA DE HOTELES DE 4 ESTRELLAS												
Número de establecimiento	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Número de habitaciones	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	210	230
Número de plazas-cama	452	452	452	452	452	452	452	452	452	452	452	470
OFERTA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS CLÁSICO												
Número de establecimiento	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Número de habitaciones	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124
Número de plazas-cama	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396	396
OFERTA DE HOTELES DE 5 ESTRELLAS RESORT												
Número de establecimiento	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Número de habitaciones	285	255	305	305	305	305	255	255	255	255	235	235
Número de plazas-cama	486	489	559	559	559	559	473	473	473	473	433	433
TOTAL N° DE ESTABLECIMIENTOS	10	10	10	10	10	10	11	13	13	13	13	13
TOTAL N° DE HABITACIONES	756	726	777	777	777	777	926	960	955	961	767	787
TOTAL N° DE PLAZAS-CAMA	1606	1609	1673	1673	1681	1680	1989	2067	2058	2050	1664	1682

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Tabla 42: Establecimientos hoteleros no categorizados en Paracas

Meses	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
NO CATEGORIZADOS												
Número de establecimiento	35	35	35	37	37	37	36	32	32	32	32	32
Número de habitaciones	264	264	264	291	291	291	286	236	236	217	252	253
Número de plazas-cama	545	540	540	594	594	596	551	451	456	433	530	524

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur, 2017.

Finalmente, cabe mencionar que, en el año 2017, la mayor oferta a nivel de hostales la proporcionaron los de dos estrellas (cinco establecimientos): 85 habitaciones y 140 camas. En cuanto a hoteles, la mayor oferta, fue dada por los de cuatro estrellas, a pesar de solo ser dos establecimientos: 230 habitaciones y 470 camas.

4.3.2.3 Centros de esparcimiento

Los centros de esparcimientos de Paracas puede ser clasificados en dos tipos: entretenimiento (centro de juegos) y discotecas.

Tabla 43: Centro de esparcimientos en Paracas

CENTRO DE ESPARCIMIENTO	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS
Entretenimiento	1
Discotecas	2
Total	3

Fuente: Elaboración propia

Los precios en las discotecas de la ciudad de Paracas oscilan entre 12.80 y 32.00 dólares americanos

4.3.2.4 Actividades turísticas

Las actividades turísticas de Paracas se pueden dividir en tres:

a) Tours

- Tour a la Reserva Nacional de Paracas: el tour consiste en visitar y conocer la biodiversidad de flora y fauna de la reserva. El tour incluye la visita a la catedral, la playa Roja, cerro colorado y la playa Lagunilla.

El costo del tour es de S/. 50.00, adicional a ello se le debe sumar S/. 10.00 del acceso a la reserva.

- Tour a las Islas Ballestas: el tour dura aproximadamente dos horas, tiempo en el cual se visitan las islas, con la finalidad de observar la fauna del lugar. Además, se incluye la visita al geoglífo el Candelabro.

El costo del tour bordea está entre los S/. 25.00 y los S/. 50.00, dependiendo de la empresa que se contrate. Adicional a ello, se le debe sumar S/. 10.00 por el uso del puerto y S/. 5.00 por el acceso a la reserva.

- Tour Areneros en Paracas: consiste en un paseo por el desierto de California, en el cual existe una laguna perdida en medio de las dunas. Luego de llegar a este lugar, el turista puede bajar a practicar *sandboarding* y tomar fotografías.

El costo del servicio oscila entre los S/. 60 y S/. 100.00; esto dependerá de la empresa y el tiempo del tour.

- Tour de bicicleta en Paracas: el tour consiste en el alquiler de una bicicleta con todos los implementos de seguridad, para luego ir de paseo por la península de Paracas (desierto rocoso y costero). El costo del servicio es de S/. 70.00.

b) Vuelos distractivos

- Parapente en Paracas: consiste en sobrevolar la reserva natural de Paracas; en este paseo aéreo se visualiza el lugar donde solía estar la Catedral, además es posible ver gatos marinos y aves marinas.

El costo del tour está entre los S/. 250.00 y S/. 400.00, dependiendo del tiempo del vuelo.

c) Buceo

- Buceo en Paracas: el servicio consiste en bucear en las aguas alrededor de playas de Paracas; regularmente este tour se desarrolla en las siguientes playas: La Mina, Mendieta y Lagunilla.

El costo del servicio es aproximadamente S/. 300.00 por persona, dura 3 horas.

4.3.2.5 Agencias de viaje

Paracas cuenta con varias agencias de viaje; cabe mencionar que estas agencias son en su mayoría pequeñas empresas, pudiendo ser clasificadas de acuerdo a su razón social:

Tabla 44: agencias de viaje de acuerdo a su razón social

RAZÓN SOCIAL	CANTIDAD DE AGENCIAS
EIRL	14
SCRL	3
SAC	15
Total	32

Fuente: elaboración propia basado en Mincetur

4.3.2.6 Empresas de transporte

Las empresas de buses que llegan de Lima a Paracas son aproximadamente treinta y cuentan con diferentes servicios, desde los más económicos a los más caros: los precios oscilan entre S/.35.00 y S/.75.00 aproximadamente. A continuación, mencionaremos las empresas de buses más importantes que llegan a Paracas.

a) Soyuz y Perú Bus

Las empresas Soyuz y Perú Bus comparten el terminal terrestre situado en la Av. México 333, La Victoria, Lima, con teléfono 205-2370; ambas empresas tienen salidas diarias de Lima hacia la ciudad de Ica cada 5 minutos, las 24 horas del día, y demoran un promedio de 3.30 a 4.00 horas para llegar a Pisco. También hay servicios directos de Lima a Paracas que salen dos veces al día por Soyuz y también dos veces por la empresa Perú Bus y demoran aproximadamente cuatro horas y los precios oscilan entre S/. 23.00 y S/. 38.00.

b) Cruz del Sur

La empresa Cruz del Sur tiene su terminal terrestre en la avenida Javier Prado Este 1109 y tiene cinco salidas diarias desde la ciudad de Lima hacia Paracas, demorando aproximadamente tres horas y treinta minutos en llegar a su destino; el costo oscila entre los S/. 24.00 y S/. 64.00 por persona.

c) Transportes Oltursa

La empresa Oltursa se encuentra en la ciudad de Lima su terminal está situado en Aramburu; tiene dos salidas diarias desde la Capital hacia Paracas y el recorrido es aproximadamente de tres horas y treinta minutos. El costo oscila aproximadamente entre S/. 55.00 hasta S/. 75.00. La empresa ofrece el servicio Bus Cama, con asientos reclinables de 140°, también dispone de luz de lectura individual, alimentación, servicios higiénicos, cargador de celulares y WIFI.

También hay empresas cuyos buses llegan hacia la panamericana de Pisco, de allí tomando un taxi en 15 minutos se llega a Paracas.

- Expreso Cial.
- Transportes Civa.
- Transporte Flores Hermanos.

4.3.3 Infraestructura para el turismo en Paracas**4.3.3.1 Vías de acceso**

Para llegar a Paracas desde la ciudad de Lima normalmente se viaja vía terrestre; el recorrido dura aproximadamente tres horas y treinta minutos en bus. En la provincia de Pisco existe un aeropuerto, pero tiene muy poco tráfico aéreo regular, es usado regularmente por servicios de aerotaxis; también tiene un puerto.

A nivel terrestre tiene dos vías de acceso:

- Ruta directa por el kilómetro 245 de la Panamericana Sur.

- Entrada por la ciudad de Pisco, que está a la altura del kilómetro 231

A nivel aéreo cuenta con un aeropuerto (a 10 minutos): el aeropuerto Capitán FAP Renán Elías Olivera se encuentra localizado en el kilómetro 231 de la autopista Panamericana Sur, en el distrito de San Andrés, provincia de Pisco, departamento de Ica, Perú. Está concesionado desde el año 2006 a una empresa privada: Aeropuertos del Perú (ADP)

A nivel marítimo cuenta con un puerto: el puerto esta concesionado desde julio del 2014 al Terminal Portuario Paracas. Está ubicado en el distrito de Paracas (Carretera Punta Pejerrey Km 39, Paracas – Pisco).

- **Calidad de las vías de acceso: aérea y terrestre**

A nivel terrestre. Cuando se realiza una visita a Paracas se observa que las vías terrestres de acceso a la ciudad son buenas y muy confortables.

A nivel aéreo. Si se utilizan los servicios de aviones *charters* o aviones particulares, el aeropuerto está bien acondicionado.

4.3.3.2 Calidad de los servicios de telecomunicaciones

Paracas cuenta con todos los medios modernos de comunicación en telefonía, correo, televisión y tv por cable. Estos son proveídos normalmente por los hoteles, restaurantes, condominios y lugares públicos en Paracas Ciudad. Según Osiptel el regulador de las telecomunicaciones en Perú, la calidad de las comunicaciones brindada por los operadores como Entel, Movistar, Bitel y Claro, es buena según el mapa de Osiptel en la localidad de Paracas.

4.3.3.3 Hospitales

La municipalidad de Paracas cuenta con dos hospitales.

- Centro de salud Paracas. Está ubicado en el distrito del mismo nombre, en la avenida los Libertadores s/n. Es un centro moderno categoría 1-3, cuenta con servicios de atención en medicina general, odontología, farmacia y laboratorio, enfermería, control de crecimiento y desarrollo, vacunación, atención en obstetricia y tópico.

No obstante, se observan colas y muchas dificultades para brindar adecuadamente los servicios de salud a la población de Paracas.

- El segundo centro de salud está ubicado en las Antillas; también en ello se observan dificultades para brindar adecuadamente los servicios de salud a los ciudadanos de Paracas.

4.3.3.4 Clínicas

Paracas solo cuenta con una clínica dental y cinco boticas.

4.3.3.5 Políticas de seguridad al turista

La municipalidad del distrito de Paracas, a través de la Sub Gerencia de Promoción del Turismo promueve las coordinaciones permanentes con la policía nacional, la policía de turismo especializada y la policía de transporte con el afán de colaborar por la seguridad de los turistas.

En ese mismo sentido, el ministerio de Comercio Exterior y Turismo presenta un Plan de Protección al Turista 2017-2018, en la que indica que la protección al turista debe ser de carácter preventivo, es decir se deben identificar los posibles riesgos que pueden afectar el desarrollo de su actividad. La finalidad del plan es garantizar la seguridad integral y defensa del turista, a su vez descentralizar la gestión de resolución de conflictos y crisis.

A pesar de todas las coordinaciones y planes se observa actualmente una alta inseguridad y da la percepción de que la policía y los efectivos de la municipalidad han sido superados por la criminalidad.

4.3.3.6 Comisarías

El distrito de Paracas cuenta con dos comisarías.

- Comisaría CPNP Protección de Carreteras Paracas. Dirección: Avenida Paracas # SN Mz.F Lt.2. Teléfono: 56532217
- Comisaría CPNP Paracas. Dirección: Avenida Paracas # SN TELÉFONO: 56545076

4.3.3.7 Servicios básicos disponibles

El distrito de Paracas cuenta con luz, agua, desagüe telefonía fija y móvil, cable e internet. Por otro lado, se pone en relieve que los servicios antes mencionados actualmente no tienen un buen funcionamiento, como es el caso del agua que a veces llega a las viviendas por horas; por lo que concierne el desagüe se observa que en temporadas altas llega a colapsar, mientras que la telefonía tiene problemas en la señal, la cual no es óptima en determinadas horas y lugares de Paracas.

4.4 Factores que afectan a la demanda turística de Paracas

En este ítem se procederá a analizar los principales factores que afectan la demanda del sector turístico de Paracas. Cabe indicar que el análisis se ha realizado en función de las 342 encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros (171 a cada uno). Las opciones de respuesta de los cuestionarios aplicados han sido realizadas de acuerdo a la escala de Likert con cinco dimensiones: 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

4.4.1 Publicidad estatal

La publicidad estatal es fundamental para el desarrollo de la actividad turística de Paracas, de ella depende el flujo de turistas que lleguen a conocer los recursos turísticos de la zona.

En relación a este factor se ha procedido a investigar si los turistas ven publicidad antes de visitar la zona, si la publicidad ha influido en su decisión de visita y si la publicidad vista es adecuada para promover el turismo de Paracas.

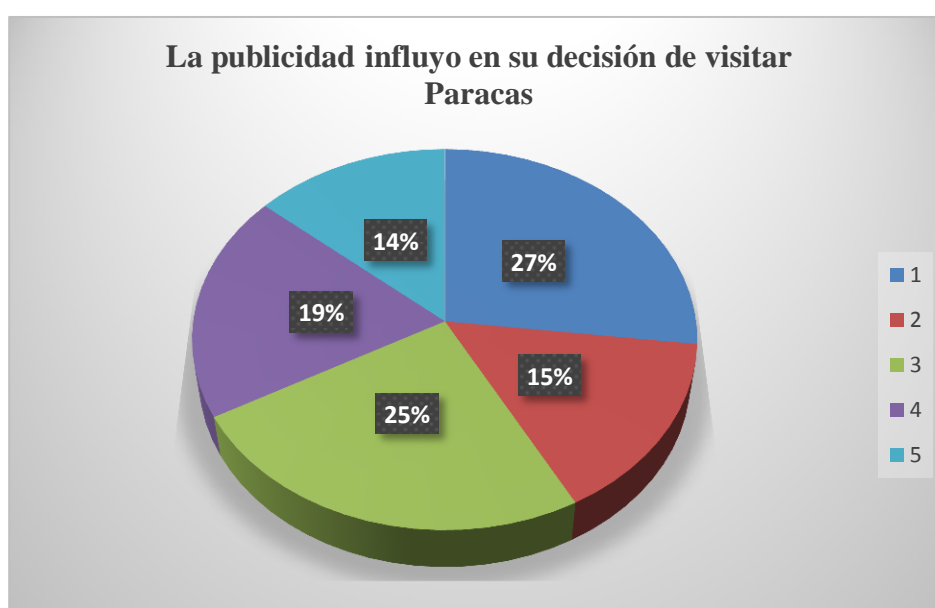
Gráfico 18: Vista de publicidad antes de visitar el lugar



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados, en su mayoría indican que no han visto publicidad estatal antes de viajar a Paracas; cabe mencionar que del porcentaje indicado, la gran parte está conformada por turistas extranjeros. El porcentaje de turistas que ha contestado positivamente a esta pregunta, ha indicado que haber tomado en cuenta solo la publicidad particular de los operadores turísticos (agencias de viaje).

Gráfico 19: Influencia de la publicidad en la decisión de visita a Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados, en su mayoría indican que la publicidad estatal no ha influenciado su viaje, ya que no la han visto; el grupo en mención está representado por los turistas extranjeros. Por el contrario, el porcentaje que ha podido ver el material promocional ha indicado que las bondades publicitadas por las agencias de viaje han sido importantes a la hora de hacer su itinerario de visita a Perú (Paracas).

Gráfico 20: Opinión sobre la publicidad de Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados en su mayoría indican que la publicidad estatal no es adecuada para promover el turismo de Paracas. Esto se debe a que los canales utilizados actualmente: internet y ferias no son efectivos, ya que los turistas en programan su viaje buscando información a través de las redes sociales o en páginas web que brinden comentarios sobre los destinos turísticos.

4.4.2 Vías de acceso a Paracas

Las vías de acceso a Paracas son fundamentales para el desarrollo de su actividad turística, de ellas depende que los turistas puedan trasladarse a conocer los recursos turísticos.

En relación a este factor se ha procedido a investigar la percepción de los turistas en cuanto a la señalización de las vías de acceso, facilidad para el

acceso, el transporte aéreo, el transporte terrestre y el estado de las vías de acceso.

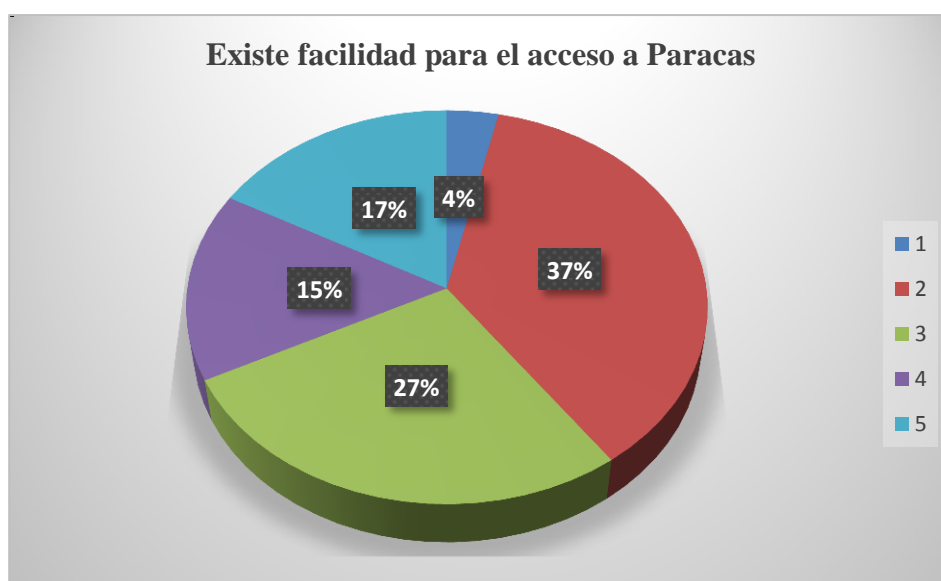
Gráfico 21: Señalización de las vías de acceso Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados, nacionales y extranjeros, en su mayoría resaltan la presencia de escasa señalización (44) existente en la ruta turística Paracas – Nazca. Esto dificulta la ubicación y el desplazamiento de los turistas por los recursos turísticos de la zona.

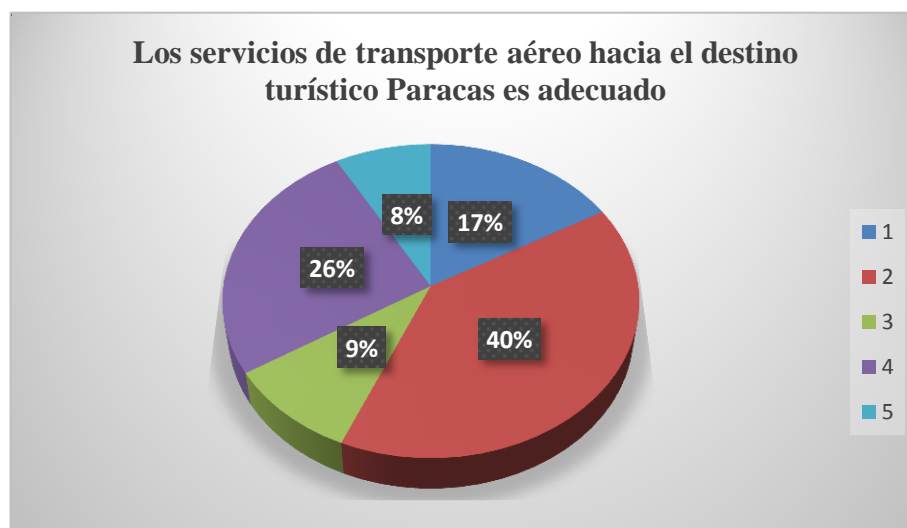
Gráfico 22: Facilidad para el acceso a Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados (en su mayoría extranjeros) indican que el acceso a Paracas no es fácil, en primer lugar porque hay pocos vuelos directos hacia Perú. Segundo, porque luego de llegar a Lima hay que trasladarse en bus hasta Paracas, viajando un aproximado de 210 minutos. Esto se debe a que el aeropuerto de Pisco no tiene un tráfico regular.

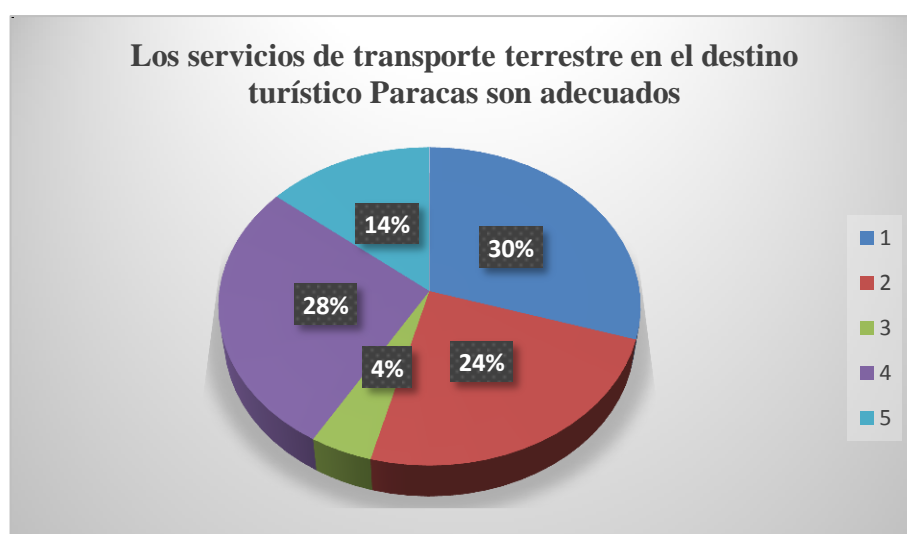
Gráfico 23: Transporte aéreo a Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados indican que el transporte aéreo a Paracas no es adecuado, primero porque al ser un vuelo nacional, los aviones son pequeños e incómodos. Segundo, porque el aeropuerto de Pisco no tiene un tráfico regular.

Gráfico 24: Transporte terrestre a Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados, nacionales y extranjeros, indican que el transporte terrestre a Paracas no es adecuado, primero porque son pocas las empresas de transporte que tienen viaje a directo a Paracas, el segundo motivo es que los buses que van a Paracas no son cómodos y finalmente que el tiempo de viaje es muy largo (3 horas y 30 minutos aproximadamente).

Gráfico 25: Estado de las vías de acceso a Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados, nacionales y extranjeros, indican que las vías de acceso a la Reserva de Paracas están en condiciones deplorables, ya que las carreteras presentan huecos y no tienen señalización. Además, hay vías que se han roto con la condición de mejorarlas, pero hasta el día de hoy no se han completado los trabajos.

4.4.3 Calidad de los servicios turísticos

La calidad de los servicios turísticos de Paracas es un factor fundamental para el desarrollo de su actividad turística, ya que es uno de los factores de los cuales depende que el turista recomiende el lugar o regrese nuevamente a él.

En relación a este factor, se procedió a investigar el trato de las personas que laboran en los atractivos turísticos, la calidad de los servicios hoteleros, la

limpieza y calidad de los restaurantes, la calidad de los productos que se ofrecen en las bodegas de la zona, la calidad de los servicios que ofrecen las agencias de viaje y la calidad de las actividades turísticas no incluidas en los paquetes de viaje.

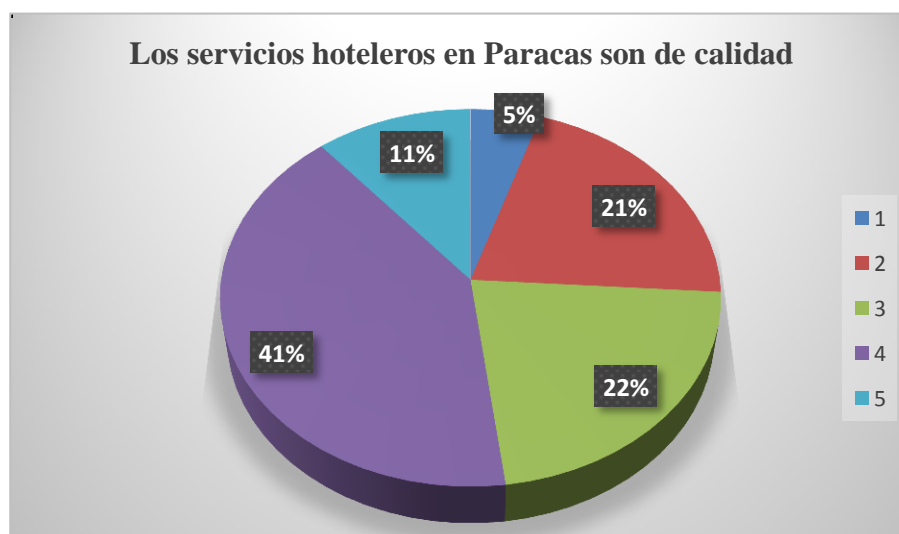
Gráfico 26: Trato de las personas que laboran en los atractivos turísticos



Fuente: datos del estudio

Los turistas entrevistados, nacionales y extranjeros, indican que el trato de las personas que laboran en los destinos turísticos de Paracas es bueno, es decir son amables, serviciales y atentos. Ellos agregan que los colaboradores brindan todas las facilidades para que su visita sea placentera.

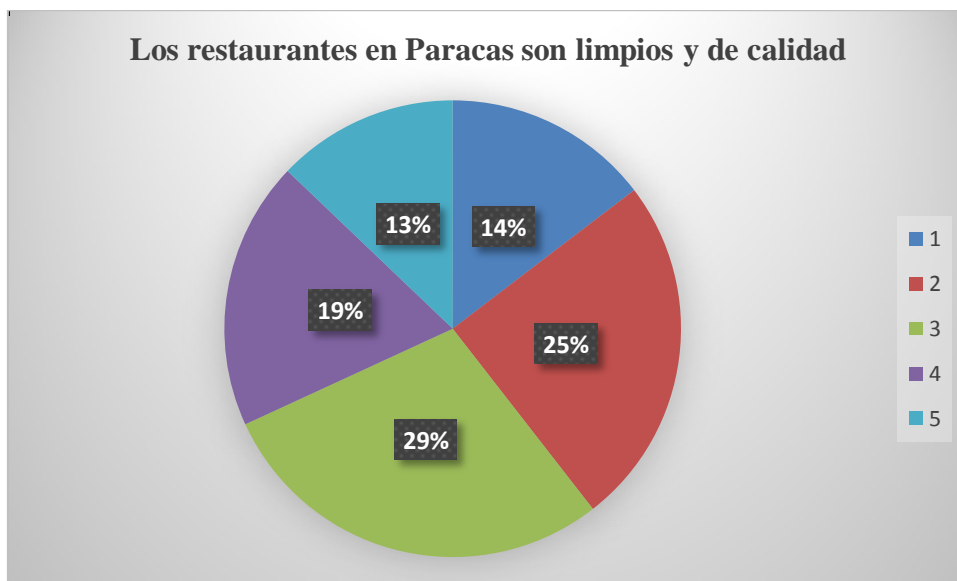
Gráfico 27: Calidad de los servicios hoteleros de Paracas



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la calidad de los servicios hoteleros de Paracas, los turistas indican que son de buena calidad, ya que tienen todas las comodidades que se requieren para una estadía placentera. Cabe mencionar que Paracas, a pesar de ser un lugar pequeño, tiene hoteles y hostales de todas las categorías con una amplia oferta de habitaciones.

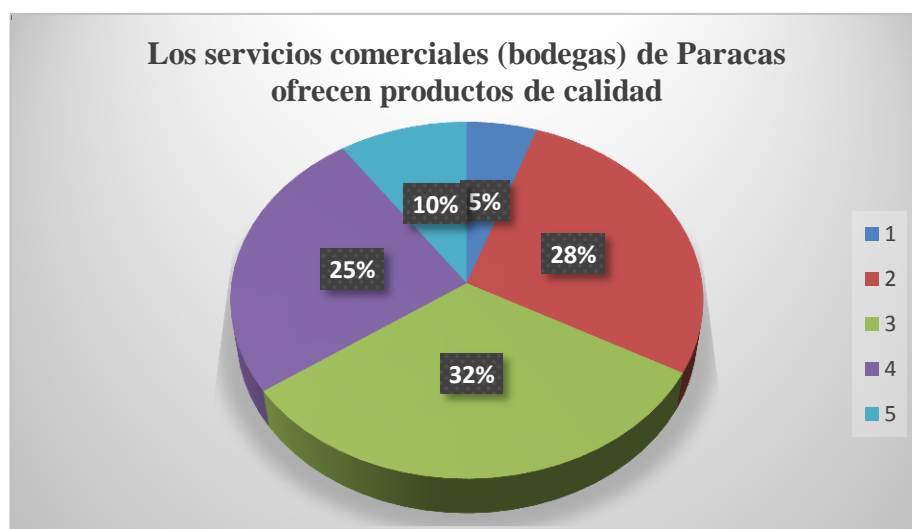
Gráfico 28: Calidad y Limpieza de los restaurantes de Paracas.



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la calidad y limpieza de los restaurantes de Paracas, la percepción de los turistas no es homogénea, ya que una parte de ellos indica que son de buena calidad y otros indican que no. Luego de analizar las respuestas brindadas, se llega a la conclusión de que los que perciben una mala calidad de los restaurantes, son aquellos turistas que han utilizado el servicio frente al Malecón. Ellos indican que, si bien el ambiente del local es agradable, la comida y la ubicación no es buena, ya que al estar cerca al mar se percibe un fuerte mal olor producto de la descomposición de las algas.

Gráfico 29: Calidad de los productos que se ofrecen en las bodegas de la zona.



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la calidad de los productos que ofrecen las bodegas de la zona, la percepción de los turistas tampoco es homogénea, ya que una parte de ellos indica que son de buena calidad y otros indican que no. Esta percepción se debe a que algunos de los turistas han adquirido los productos en los mini-market de la zona, ejercicios comerciales que tienen una alta, lo cual significa productos siempre frescos. Por el contrario, otros turistas han realizado sus compras en las pequeñas bodegas, las cuales no tienen mucha rotación, lo cual da como resultado que sus productos estén vencidos o fríos.

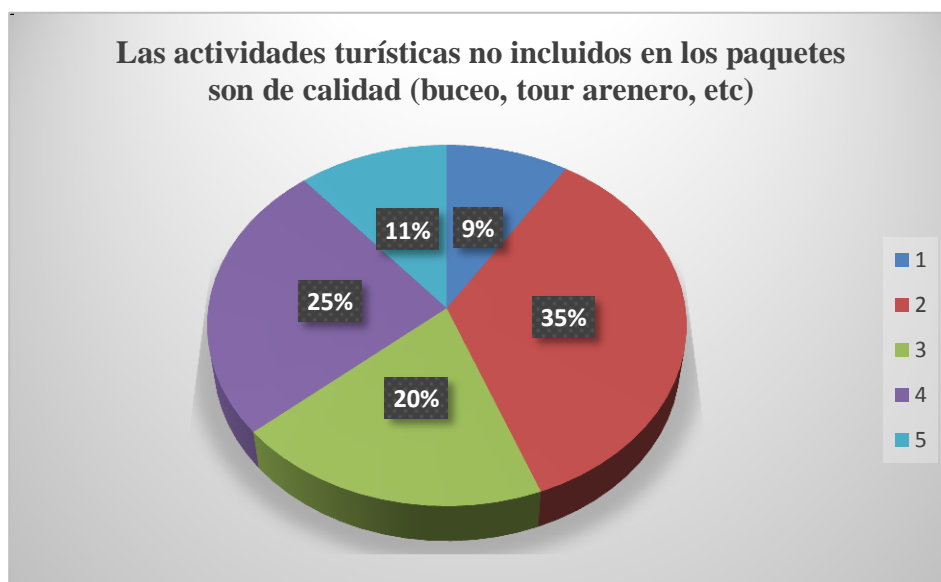
Gráfico 30: Calidad de los servicios de las agencias de viaje



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la calidad de los servicios que ofrecen las agencias de viaje, los turistas se encuentran a gusto, ya que indican que el paquete turístico comprado tiene la calidad ofrecida. Cabe mencionar que las agencias han logrado mejorar sus servicios gracias a que se están asociando a la Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno – APOTUR, lo cual genera que tengan altos estándares de calidad, además de interiorizar las buenas prácticas de otras agencias de viaje que operan en distintos lugares. En cuanto a los turistas que no están conformes con los servicios turísticos, se debe a que han contratado agencias informales.

Gráfico 31: Calidad de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la calidad de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos, la percepción de los turistas, nacionales y extranjeros, no es buena. Ellos indican que los implementos que se utilizan para estas actividades no están en buenas condiciones, por ejemplo, los carros tubulares tienen las llantas gastadas, los tubos tienen óxido (en algunos casos manchan la ropa del turista). En cuanto a la actividad de buceo, ha habido casos en que el buzo utilizado para esta actividad tenía huecos o tenía mal olor. Cabe mencionar que esto se debe a que las empresas contratadas son informales, por lo cual solo buscan rentabilidad, sin importarles la calidad.

4.4.4 Servicios conexos

Los servicios conexos son fundamentales para el desarrollo de la actividad turística en Paracas, ya que ellos son el complemento de la oferta turística de la zona.

En relación a este factor, se ha procedido a investigar la percepción de los turistas en cuanto a trámites para visitar el Perú, facilidad para realizar operaciones bancarias, seguridad y limpieza de los servicios de diversión, servicio de telefonía, servicios de salud, servicio de transporte interno (buses urbanos y taxis), servicio de guías turísticos y servicios básicos (agua, luz y desagüe).

Gráfico 32: Trámites para visitar Perú



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la facilidad de los trámites para visitar Perú, los turistas extranjeros se sienten satisfechos. Ellos indican que los trámites son rápidos y fáciles de realizar. Cabe mencionar que el estado peruano, a través de sus políticas de promoción, busca promover el turismo nacional; una medida adoptada dentro estas políticas es la reducción de tiempos para la obtención de visas.

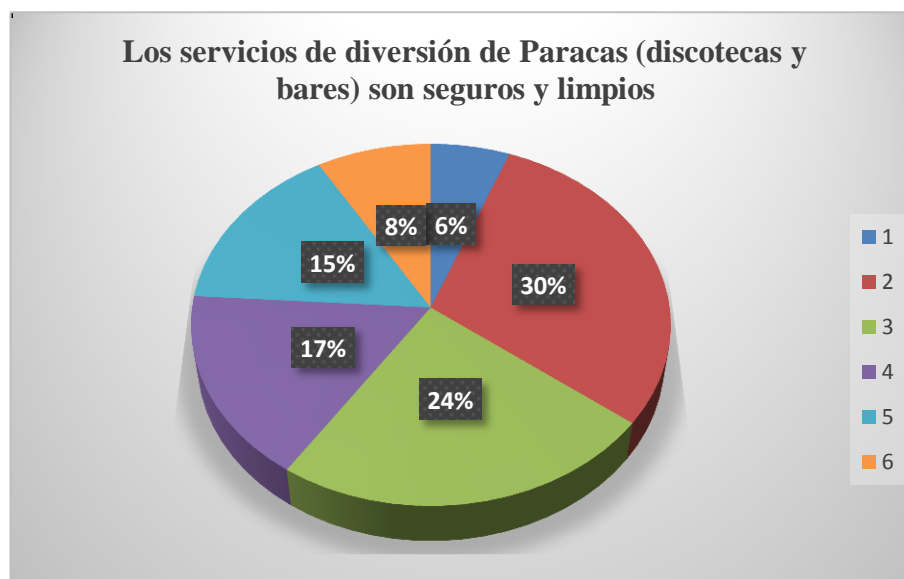
Gráfico 33: Facilidad para realizar operaciones bancarias en Paracas



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la facilidad y tiempo para realizar operaciones bancarias en Paracas, la mayoría de turistas se encuentra conforme. Pero cabe mencionar que hay un pequeño grupo de turistas que indican que no están conformes con el tiempo y facilidad de las operaciones, ya que en la ciudad de Paracas no hay muchas agencias bancarias y el sistema que utilizan las existentes es muy lento.

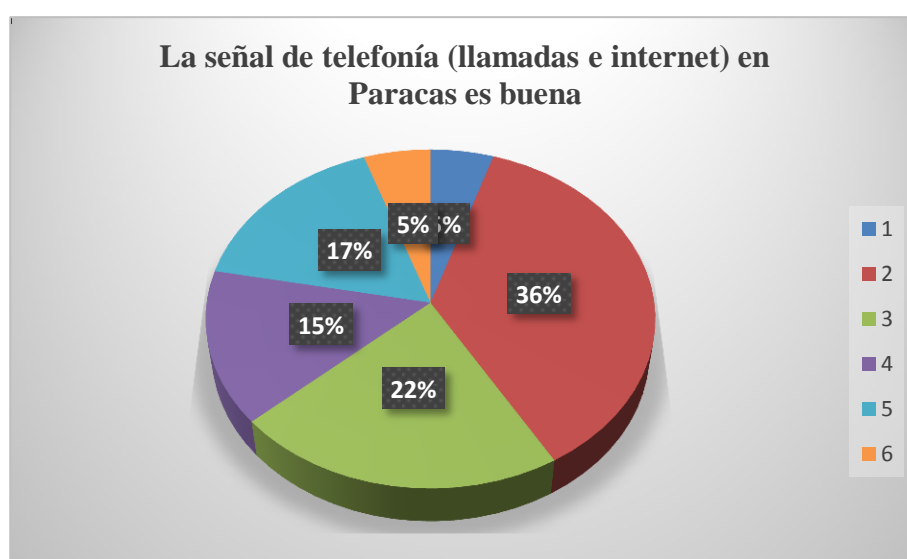
Gráfico 34: Seguridad y limpieza de los servicios de diversión



Fuente: datos del estudio

Los turistas que visitan Paracas indican que los servicios de diversión (discotecas y bares) no son buenos, ya que no cuentan con medidas de seguridad adecuadas, además no son limpios. La respuesta brindada se debe a que en la ciudad de Paracas, los bares y discotecas son espacios pequeños, en algunos casos improvisados. Cuando uno ingresa a estos antros puede observar que no están bien cableados, esto puede generar un incendio, además los baños y el propio local se encuentran sucios, no tienen personal que esté permanentemente limpiando.

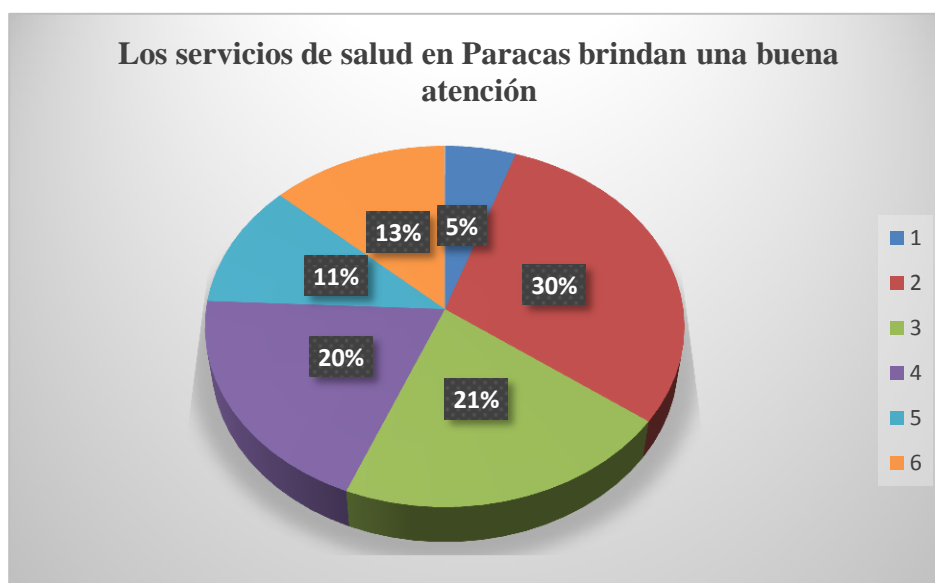
Gráfico 35: Servicio de telefonía en Paracas



Fuente: datos del estudio

La mayor parte de turistas indica que el servicio de telefonía, dado por la señal de llamadas e internet, no es bueno, sobre todo en los lugares turísticos. Esta percepción se debe a que cuando uno visita algunos sitios turísticos se va la señal del móvil (tanto para llamadas como para internet). Además, cabe mencionar que en Paracas no ha llegado la señal 4G, lo cual genera que la velocidad del internet sea lenta.

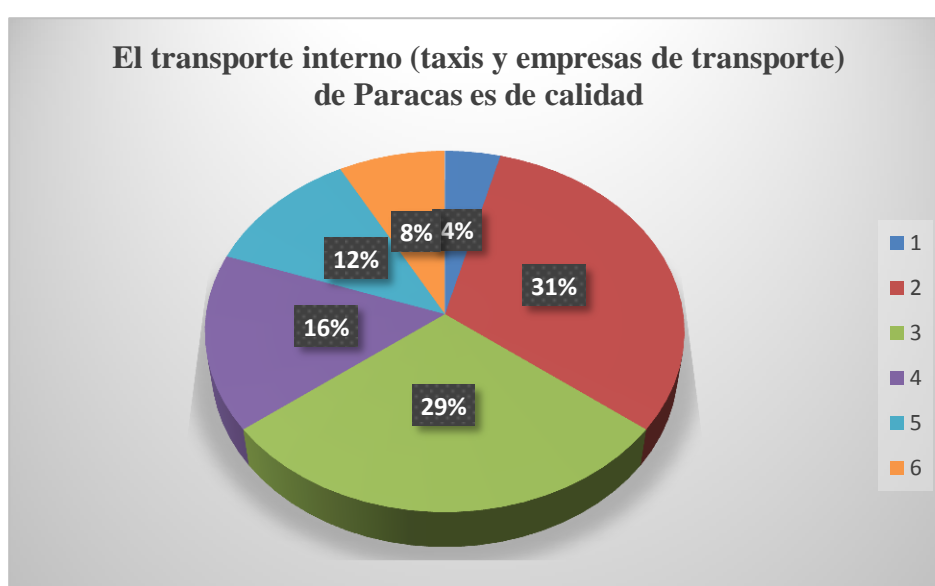
Gráfico 36: Servicios de salud en Paracas



Fuente: datos del estudio

Los turistas que han tenido que utilizar los servicios de salud indican que no son buenos, esto se debe a que no hay muchos centros de salud en la ciudad de Paracas. Solo cuenta con dos hospitales, una clínica dental y cinco boticas. Cabe mencionar que cuando uno visita los hospitales encuentra largas colas para la atención, por ello los pacientes son derivados a hospitales de otras ciudades cercanas.

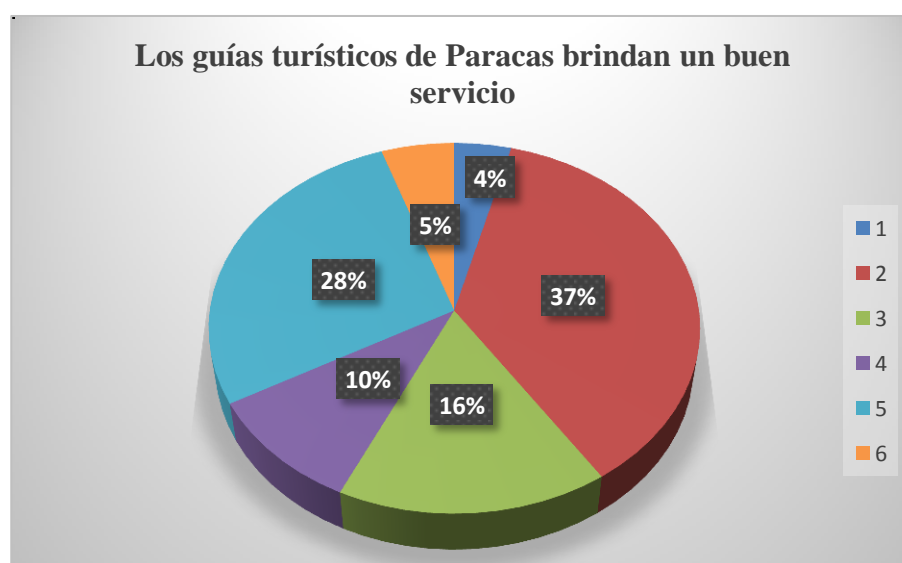
Gráfico 37: Servicios de transporte interno de Paracas



Fuente: datos del estudio

En cuanto a la calidad del transporte interno de Paracas, la percepción de los turistas no es homogénea, ya que una parte de ellos indica que son de buena calidad y otros indican que no. Esto se debe a que algunos de los turistas han tomado el servicio de transportistas informales (buses y taxis), que brindan un mal servicio (conducen de manera imprudente, no saben tratar al pasajero, ponen su música a todo volumen, etc.).

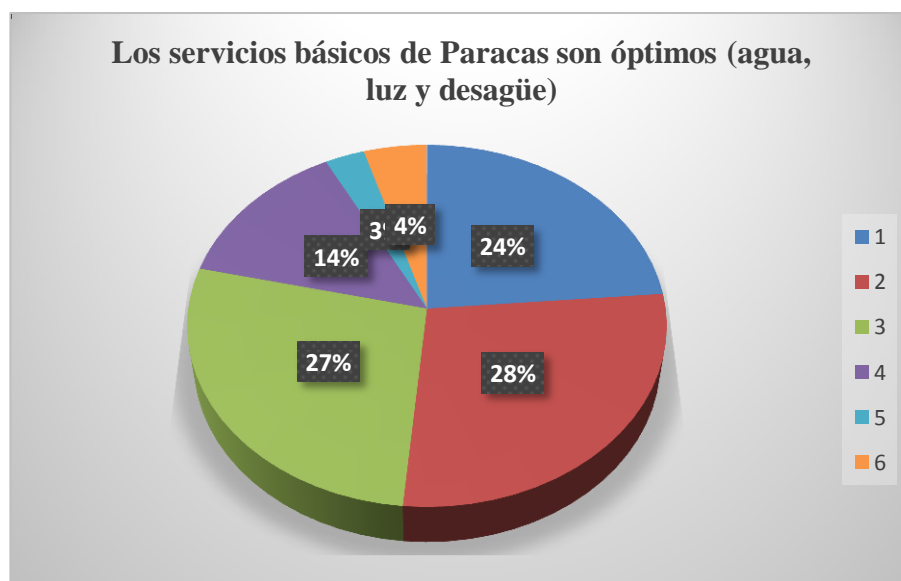
Gráfico 38: Servicio brindado por los guías turísticos



Fuente: datos del estudio

En cuanto al servicio brindado por los guías turísticos, algunos turistas no se encuentran conformes, ya que no les ha parecido adecuada la traducción brindada. Además, en la zona hay pocos guías que dominen otro idioma a parte del inglés.

Gráfico 39: Servicio básicos en Paracas



Fuente: datos del estudio

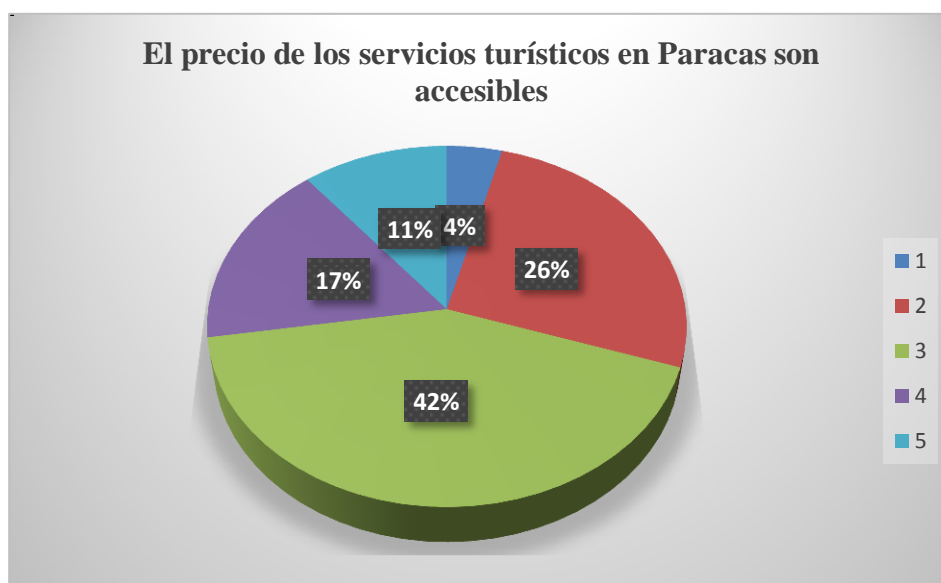
En cuanto a los servicios básicos de la ciudad de Paracas, la mayoría de turistas no se encuentra conforme, ya que han observado que no toda la ciudad cuenta con agua y desagüe. Esto desmotiva a los turistas a regresar nuevamente a la ciudad.

4.4.5 Precios de los servicios turísticos

Los precios de los servicios turísticos definen la competitividad del destino turístico de Paracas. Este factor es importante para los turistas, al momento de armar su itinerario de viaje. Por ende, influye en el flujo de turistas de Paracas.

En relación a este factor se ha procedido a investigar la accesibilidad de los precios de los servicios turísticos en general, la relación precio-calidad de los hostales, hoteles y de los restaurantes; la accesibilidad de los precios de los paquetes turísticos, la relación precio calidad de los servicios de diversión, la accesibilidad de los precios de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos y la relación precio calidad de los servicios de transporte.

Gráfico 40: Accesibilidad de los precios de los servicios turísticos



Fuente: datos del estudio

En general se puede indicar que los turistas, nacionales y extranjeros, están conformes con los precios de los servicios turísticos de Paracas. Ellos indican que están en relación con la calidad del producto que se desea adquirir.

Gráfico 41: Relación precio calidad de los hoteles / hostales en Paracas.

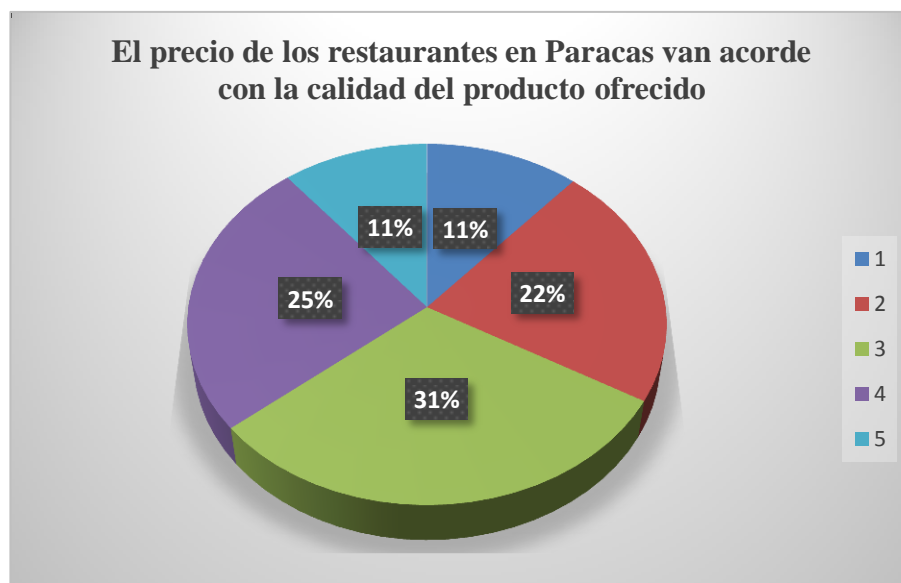


Fuente: datos del estudio

La mayoría de los entrevistados indican que la relación precio calidad de los servicios hoteleros es adecuado, ya que tienes diferentes opciones para elegir, desde hostales de dos estrellas, hasta hoteles de cinco estrellas. Sin embargo,

un grupo de turistas ha manifestado que el costo de los hoteles es muy alto y que no guarda relación con la calidad, haciendo referencia a que con el dinero que pagan en Paracas pueden escoger un mejor hotel en Lima. Cabe mencionar que el precio mínimo de hospedaje es S/. 30.00 y el precio máximo S/. 950.00.

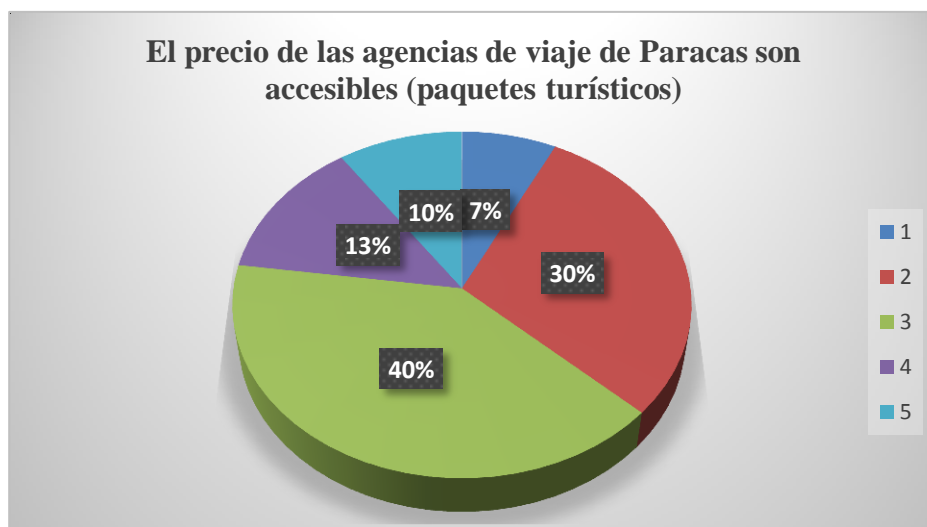
Gráfico 42: Relación precio calidad de los restaurantes en Paracas



Fuente: datos del estudio

En relación al precio calidad de los restaurantes de Paracas, las respuestas han sido equitativas, un grupo de turistas ha indicado que la relación es normal, otros que es excelente mientras que otros la consideran muy escasa. La mayoría de las personas del grupo en desacuerdo, hacen referencia a que ellos han utilizado los servicios de los restaurantes de los hoteles, ahí les ha parecido excesivo el precio cobrado por lo ofertado. Cabe mencionar que el precio mínimo que gasta una persona en alimentación en Paracas es S/. 8.00 y el máximo es S/. 1,600.00.

Gráfico 43: Accesibilidad de los precios de las agencias de viaje de Paracas



Fuente: datos del estudio

La mayor parte de los entrevistados indican que los precios de las agencias de viaje son accesibles, ya que tienen una amplia gama de productos, el costo de cada uno de ellos va en relación al dinero que está dispuestos a pagar. Cabe mencionar que los turistas que han indicado que el precio no es accesible, comentan que, si bien hay una amplia oferta de paquetes turísticos, estos servicios son muy limitados y no cubren las expectativas del turista.

Gráfico 44: Relación precio calidad de los servicios de diversión de Paracas

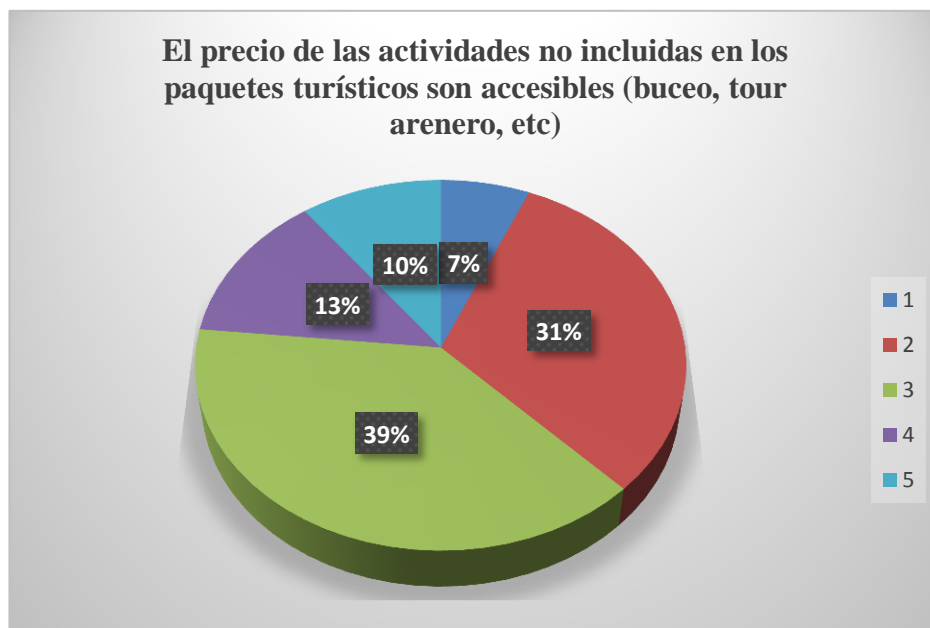


Fuente: datos del estudio

Una gran parte de los entrevistados indican que la relación precio calidad de los servicios de diversión de Paracas no es adecuada, ya que, si bien el precio

es accesible, el monto que se paga no es consecuente con el producto ofrecido. Ellos comentan que las instalaciones de los bares y discotecas son pequeñas y sucias, además de inseguros.

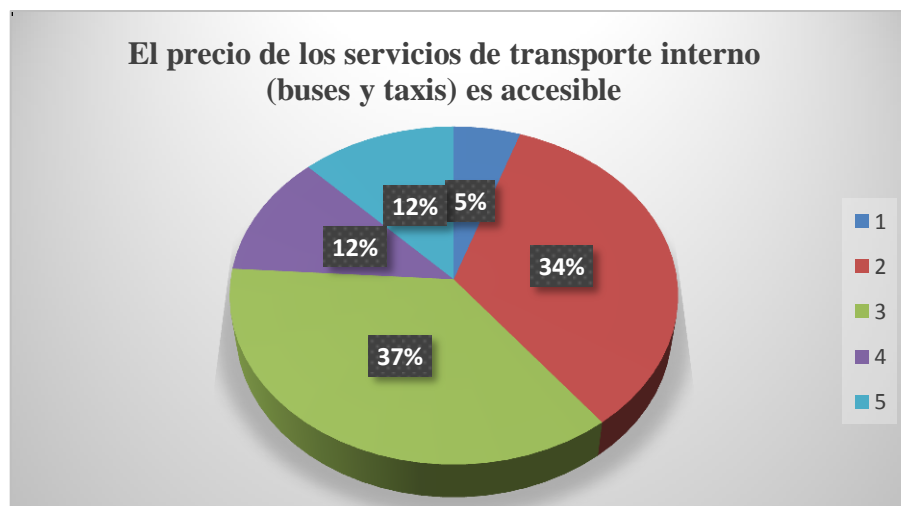
Gráfico 45: Accesibilidad de los precios de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos



Fuente: datos del estudio

En este elemento las respuestas de los turistas están repartidas en dos grupos, aquellos que indican que los precios son accesibles y los que indican que los precios no son accesibles. El grupo de turistas que no está conforme, manifiesta que son excesivos, ya que todo está valorizado en dólares. Además, indican que la relación precio calidad no es la adecuada, ya que los implementos utilizados no están en óptimas condiciones (los tubos de los autos presentan corrosión y los buzos utilizados para el buceo tienen huecos y huelen mal).

Gráfico 46: Accesibilidad de los precios de transporte interno



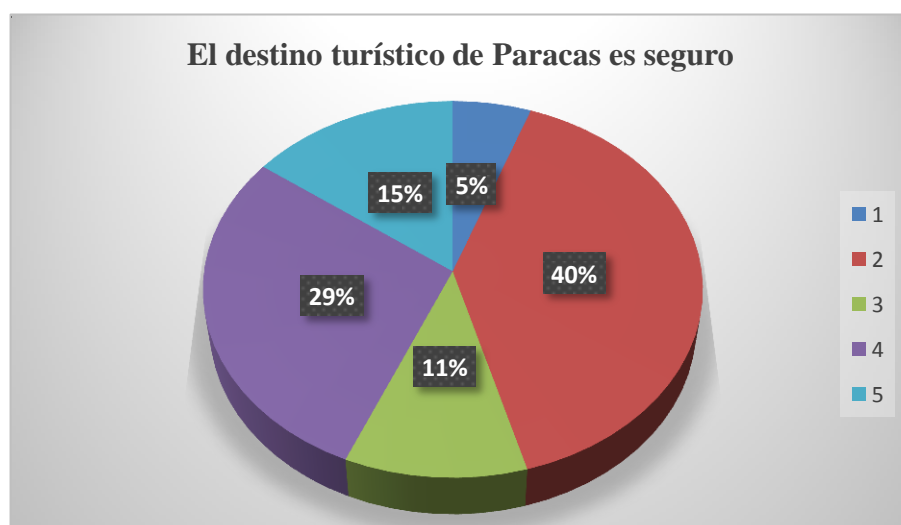
Fuente: datos del estudio

En cuanto a la accesibilidad de los precios del transporte interno en Paracas, la percepción de los turistas es negativa, ya que manifiestan que en algunas ocasiones perciben que el precio es excesivo y que les cobran más que a los pobladores de la zona. Algunos turistas afirman que han tenido que discutir con el transportista porque les quería cobrar en dólares.

4.4.6 Seguridad

La seguridad es un factor que influye de manera directa en la demanda del sector turístico de Paracas, ya que toda persona quiere sentirse segura, sin que su integridad se encuentre en peligro.

Gráfico 47: Seguridad del destino de turístico de Paracas



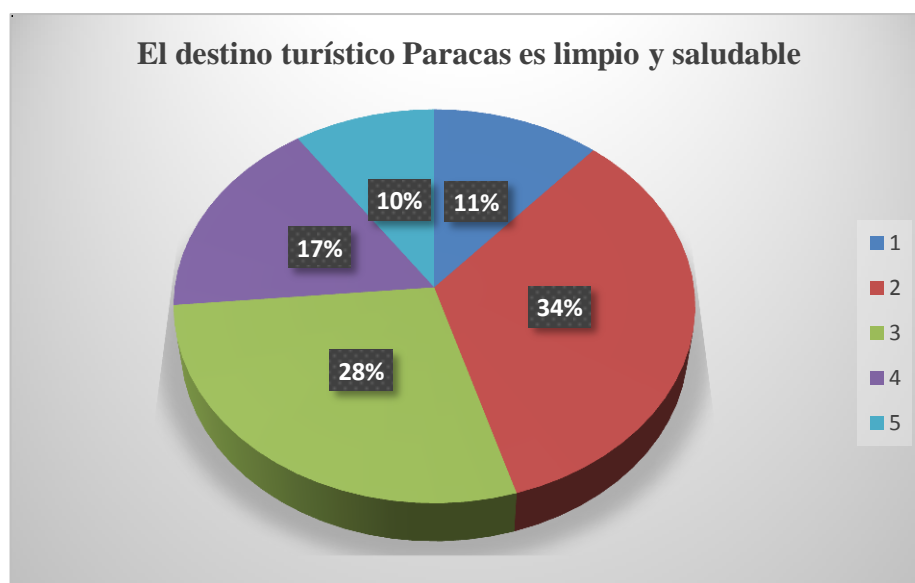
Fuente: datos del estudio

La percepción de los turistas en cuanto a la seguridad del destino turístico, no es favorable, ya que observan que dentro de los atractivos turísticos no se ve mucho personal de seguridad; además, en la propia ciudad de Paracas no hay muchos policías rondando, solo hay una comisaría, y tampoco se ve mucho personal de serenazgo. Cabe mencionar que, a pesar de haberse implementado cámaras de seguridad en la ciudad, algunas no están operativas, por ende no ayudan a reducir el índice delincriminal.

4.4.7 Limpieza y mantenimiento de atractivos turísticos

La limpieza y el mantenimiento de los atractivos turísticos son fundamentales; de estos dos elementos depende la imagen de belleza que se desea proyectar al turista. Los factores en mención tienen influencia directa en el flujo de turistas que llegan a la ciudad.

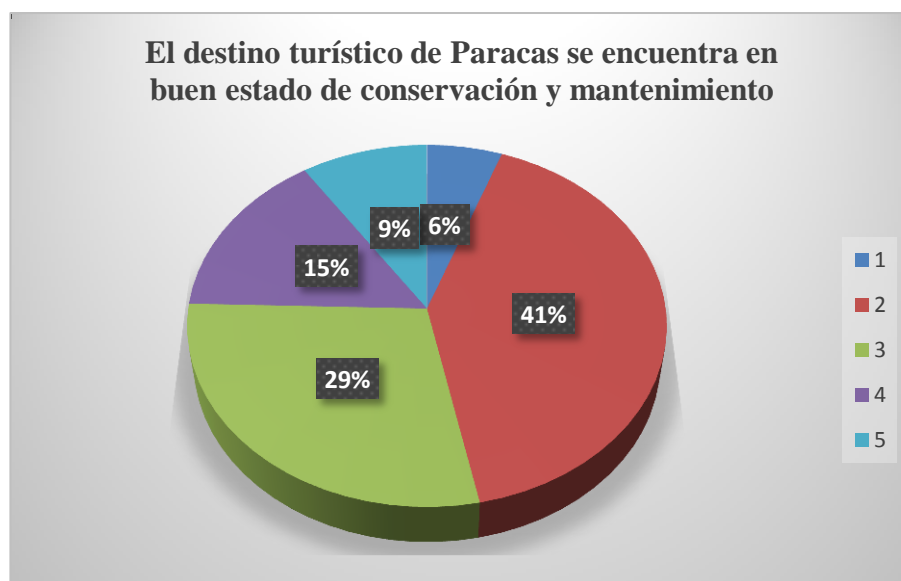
Gráfico 48: Limpieza del destino de turístico de Paracas



Fuente: datos del estudio

La mayoría de los turistas, nacionales y extranjeros, coinciden que el destino turístico de Paracas no está limpio. Ellos indican que esto se evidencia cuando se visitan las playas, los servicios sanitarios y el circuito turístico.

Gráfico 49: Limpieza del destino de turístico de Paracas



Fuente: datos del estudio

La mayoría de los turistas, nacionales y extranjeros, coincide que el destino turístico de Paracas no está bien conservado. Ellos indican que esto se evidencia cuando se visitan las playas y se ve el excesivo flujo de botes artesanales pescando, los daños que se han hecho al candelabro, la presencia industrial y la contaminación.

4.5 Contrastación de hipótesis

Se han tomado algunos indicadores recogidos en las encuestas, a efectos de realizar algunas pruebas de hipótesis que logren explicar mejor las condiciones de la demanda turística interna con respecto a la demanda turística externa. Es necesario conocer las diferencias entre estos dos tipos de turistas, a fin de poder plantear estrategias diferenciadas en torno a algunas condiciones específicas del servicio de los operadores turísticos.

En ambas encuestas se ha empleado la escala de Likert con 5 dimensiones:

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

De estas dimensiones planteadas se sabe que las dos primeras son afirmaciones negativas y las dos últimas son positivas, con respecto a lo planteado. La opción media es neutral. Los datos se han dividido en tres escalas: respuesta en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y, por último, respuestas de acuerdo con las afirmaciones planteadas.

En esta investigación se ha utilizado una prueba estadística de diferencia de proporciones con respecto a las siguientes afirmaciones:

- El destino turístico de Paracas es limpio y saludable
- Los servicios hoteleros en Paracas son de calidad
- Los precios de los restaurantes en Paracas van acordes con la calidad del producto ofrecido
- El nivel de ingreso medio de los turistas extranjeros es diferente al nivel de ingreso del turista peruano.

Para el caso de los ingresos mensuales de los visitantes se ha trabajado con el promedio de ingresos en moneda extranjera, tomando en cuenta el tipo de cambio promedio del trimestre (enero, febrero, marzo) del 2018, en este caso: S/3.26. Con este tipo de cambio se han convertido los datos de la encuesta a visitantes nacionales a fin de uniformizar los datos totales. El proceso que se ha seguido para realizar las pruebas de hipótesis ha sido el siguiente:

4.5.1 Planteamiento de las hipótesis

Se ha trabajado con los dos posibles resultados de la hipótesis estadística:

- H_0 : Hipótesis nula
- H_1 : Hipótesis alternativa

La hipótesis nula es una afirmación o enunciado tentativo, que se realiza sobre el valor de un parámetro poblacional. La hipótesis alternativa es una afirmación que se acepta si los datos muestrales aportan evidencia sobre el hecho de que la hipótesis nula sea falsa. En este caso se tienen las siguientes hipótesis:

4.5.1.1 Primera hipótesis

Ho. Hipótesis nula: no existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas.

H1. Hipótesis alternativa: existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas.

4.5.1.2 Segunda hipótesis

Ho. Hipótesis nula: no existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios hoteleros en Paracas.

H1. Hipótesis alternativa: existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios hoteleros en Paracas.

4.5.1.3 Tercera hipótesis

Ho. Hipótesis nula: no existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios de los restaurantes versus el precio.

H1. Hipótesis alternativa: existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios de los restaurantes versus el precio.

4.5.1.4 Cuarta hipótesis

Ho. Hipótesis nula: no existen diferencias de ingresos promedio mensuales entre los turistas nacionales y extranjeros.

H1. Hipótesis alternativa: existen diferencias de ingresos promedio mensuales entre los turistas nacionales y extranjeros.

4.5.2 Significación

Se han considerado las condiciones del error tipo 1, que implica la probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando en realidad es verdadera, al igual que el error tipo 2, que denota la probabilidad de aceptar la hipótesis nula cuando en realidad es falsa.

4.5.3 Estadísticos de prueba

Dado que se tienen dos tipos de pruebas estadísticas, se tienen también dos estadísticos hallados mediante la encuesta aplicada, tanto a visitantes extranjeros como nacionales. Estos estadísticos son: media aritmética y proporciones.

4.5.4 Regla de decisión

Se ha considerado las condiciones bajo las cuales se aceptará la hipótesis nula.

4.5.5 Toma de decisión

Se ha tomado en cuenta cuando es conveniente aceptar o rechazar la hipótesis nula. Para ello se trabaja con dos posibles resultados de las hipótesis.

4.5.5.1 Primera hipótesis

El estadístico es la proporción:

- H_0 : Hipótesis nula: $p_1 - p_2 = 0$
- H_1 : Hipótesis alternativa: $p_1 - p_2 \neq 0$

4.5.5.2 Segunda hipótesis

El estadístico es la proporción

- H_0 : Hipótesis nula: $p_1 - p_2 = 0$
- H_1 : Hipótesis alternativa: $p_1 - p_2 \neq 0$

4.5.5.3 Tercera hipótesis

El estadístico es la proporción

- Ho: Hipótesis nula: $p_1 - p_2 = 0$
- H1: Hipótesis alternativa: $p_1 - p_2 \neq 0$

4.5.5.4 Cuarta hipótesis

El estadístico es la media muestral

- Ho: Hipótesis Nula: $X_1 - X_2 = 0$
- H1: Hipótesis Alternativa: $X_1 - X_2 \neq 0$

4.5.6 Fórmulas utilizadas

Se han aplicado las estimaciones e hipótesis con las funciones correspondientes. La función para las estimaciones de diferencias de proporciones se ha calculado con la fórmula que sigue:

$$\left[p_1 - p_2 - Z_{\alpha/2} \sqrt{\left(\frac{pq}{n_1} + \frac{pq}{n_2}\right)} \leq p_1 - p_2 \leq p_1 - p_2 + Z_{\alpha/2} \sqrt{\left(\frac{pq}{n_1} + \frac{pq}{n_2}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

Para las diferencias de medias se ha utilizado la siguiente función de estimación de intervalos.

$$\left[X_1 - X_2 - Z \sqrt{\left(\frac{Var1}{n_1} + \frac{Var2}{n_2}\right)} \leq X_1 - X_2 \leq X_1 - X_2 + Z \sqrt{\left(\frac{Var1}{n_1} + \frac{Var2}{n_2}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

4.5.7 Contrastación

4.5.7.1 Primera hipótesis

Se han realizado las pruebas para los tres tipos de respuesta: negativas, neutras y positivas.

- Primera prueba: respuestas negativas.

Ho. Hipótesis nula: no existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas.

H1. Hipótesis alternativa: existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas.

- Ho: Hipótesis Nula: $p_1 - p_2 = 0$
- H1: Hipótesis Alternativa: $p_1 - p_2 \neq 0$

Para esto se han tomado en cuenta los datos de la encuesta con respecto a lo planteado.

	DESACUERDO	NEUTRO	DE ACUERDO
Turista nacional	47%	18%	35%
Turista extranjero	44%	38%	18%

El tamaño de la muestra correspondiente a los turistas extranjeros es de 170, mientras que el tamaño de la muestra correspondiente a los turistas nacionales es de 162; se trata de muestras mayores de 30 por lo cual se ha trabajado con la distribución normal. El nivel de confianza para las pruebas es un 95% lo que nos asigna un valor Z de 1.96.

$$\left[p_1 - p_2 - Z_{\alpha/2} \sqrt{\left(\frac{pq}{n_1} + \frac{pq}{n_2}\right)} \leq p_1 - p_2 \leq p_1 - p_2 + Z_{\alpha/2} \sqrt{\left(\frac{pq}{n_1} + \frac{pq}{n_2}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

$$\left[0.47 - 0.44 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.47 * 0.53}{162} + \frac{0.44 * 0.56}{170}\right)} \leq p_1 - p_2 \leq 0.47 - 0.44 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.47 * 0.53}{162} + \frac{0.44 * 0.56}{170}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente, se tiene el siguiente intervalo de confianza que demuestra que no existe una diferencia entre las percepciones de los turistas, dado que el límite inferior del intervalo es menor de cero.

$$[-0.077 \leq p_1 - p_2 \leq 0.1373] = 1 - 0.05$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente.

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.47+0.44) / 2 = 0.445$

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{(0.445 * 0.555) \left(\frac{1}{162} + \frac{1}{170} \right)} = 0.055$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p_1 - p_2}{\sigma_{p_1-p_2}} = \frac{0.47 - 0.44}{0.055} = 0.55$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96; por tanto, a este nivel se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa, puesto que el valor Z encontrado es 0.55. No existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas. Tanto el turista nacional como el extranjero muestran, similares respuestas en torno al descuido de la limpieza de la zona.

- Ahora vemos el caso de las respuestas neutras

$$\left[0.38 - 0.18 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.38 * 0.62}{170} + \frac{0.18 * 0.82}{162} \right)} \leq p_1 - p_2 \leq 0.38 - 0.18 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.38 * 0.62}{170} + \frac{0.18 * 0.82}{162} \right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente se tiene el siguiente intervalo de confianza, que demuestra como existe una diferencia entre las percepciones de los turistas, dado que el límite inferior del intervalo es mayor de cero.

$$[0.106 \leq p_1 - p_2 \leq 0.294] = 1 - 0.05$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente.

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.38+0.18) / 2 = 0.28$

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{(0.28 * 0.72) \left(\frac{1}{170} + \frac{1}{162} \right)} = 0.049$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p_1 - p_2}{\sigma_{p_1-p_2}} = \frac{0.38 - 0.18}{0.049} = 4.08$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96 por tanto, a este nivel se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 4.08. Existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas. Se puede concluir que el turista nacional es más despreocupado acerca de las condiciones de limpieza del espacio con respecto al turista extranjero.

- Ahora se analiza el caso de las respuestas positivas

$$\left[0.35 - 0.18 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.35 * 0.65}{162} + \frac{0.18 * 0.82}{170} \right)} \leq p_1 - p_2 \leq 0.38 - 0.18 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.35 * 0.65}{162} + \frac{0.18 * 0.82}{170} \right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente se tiene el siguiente intervalo de confianza, lo cual demuestra que existe una diferencia entre las percepciones de los turistas, dado que el límite inferior del intervalo es mayor de cero.

$$[0.077 \leq p_1 - p_2 \leq 0.263] = 1 - 0.05$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente.

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.35+0.18) / 2=0.265$

$$\sigma_{p_1-p_2} = \sqrt{(0.265 * 0.735) \left(\frac{1}{162} + \frac{1}{170} \right)} = 0.084$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico, que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p_1 - p_2}{\sigma_{p_1-p_2}} = \frac{0.35 - 0.18}{0.084} = 2.024$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96 por tanto, a este nivel se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 2.023. Existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre las condiciones de limpieza y salubridad del destino turístico de Paracas. Se puede concluir que el turista nacional se siente más cómodo con las condiciones de limpieza del espacio con respecto al turista extranjero.

4.5.7.2 Segunda hipótesis

H_0 . Hipótesis nula: no existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios hoteleros en Paracas.

H_1 . Hipótesis alternativa: existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios hoteleros en Paracas.

- H_0 : Hipótesis nula: $p_1 - p_2 = 0$
- H_1 : Hipótesis alternativa: $p_1 - p_2 \neq 0$

Para esto se han tomado en cuenta los datos de la encuesta con respecto a lo planteado y las proporciones de las percepciones positivas (aceptables).

	EN DESCAUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO
Turista nacional	26%	23%	51%
Turista extranjero	26%	21%	53%

El tamaño de la muestra correspondiente a los turistas extranjeros es de 171 (n_1) y el tamaño de la muestra correspondiente a los turistas nacionales es de 171 (n_2); se trata de muestras mayores de 30 por lo cual se ha trabajado con la distribución normal. El nivel de confianza para las pruebas es un 95% lo que nos asigna un valor Z de 1.96.

Para el primer caso no es necesario el cálculo debido, a que se puede observar igualdad en las percepciones en donde las muestras son iguales. Para el segundo y tercer caso se tienen diferencias muy pequeñas, pero se les ha aplicado la prueba correspondiente.

- Respuestas neutras

$$\left[0.23 - 0.21 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.23 * 0.77}{171} + \frac{0.21 * 0.79}{171} \right)} \leq p_1 - p_2 \leq 0.23 - 0.21 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.23 * 0.77}{171} + \frac{0.21 * 0.79}{171} \right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente se tiene el siguiente intervalo de confianza que aporta evidencia a favor de la hipótesis nula, en el sentido en que el cero se encuentra dentro del intervalo.

$$[-0.068 \leq p_1 - p_2 \leq 0.108] = 0.95$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente: para ello se ha calculado de la siguiente manera:

$$\sigma_{p_1 - p_2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.23+0.21) / 2=0.22$

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{(0.22 * 0.78) \left(\frac{1}{171} + \frac{1}{171} \right)} = 0.045$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p1 - p2}{\sigma_{p1-p2}} = \frac{0.02}{0.045} = 0.44$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96; por tanto, a este nivel, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa, puesto que el valor Z encontrado es 0.44. Ambos tipos de turistas tienen similar opinión neutra en torno a la calidad de los servicios hoteleros.

- Respuestas positivas

$$\left[0.53 - 0.51 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.53 * 0.47}{171} + \frac{0.51 * 0.49}{171} \right)} \leq p1 - p2 \leq 0.53 - 0.51 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.53 * 0.47}{171} + \frac{0.51 * 0.49}{171} \right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente, se tiene el siguiente intervalo de confianza que aporta evidencia a favor de la hipótesis nula, en el sentido en que el cero se encuentra dentro del intervalo.

$$[-0.086 \leq p1 - p2 \leq 0.126] = 0.95$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente, para ello se ha calculado de la siguiente manera:

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.53+0.51) / 2=0.52$

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{(0.52 * 0.48) \left(\frac{1}{171} + \frac{1}{171} \right)} = 0.054$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p_1 - p_2}{\sigma_{p_1 - p_2}} = \frac{0.02}{0.054} = 0.37$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z calculado es mayor de 1.96 por tanto, a este nivel se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 0.37. Ambos tipos de turistas tienen similar opinión positiva torno a la calidad de los servicios hoteleros.

4.5.7.3 Tercera hipótesis

H_0 . Hipótesis nula: no existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios de los restaurantes versus el precio.

H_1 . Hipótesis alternativa: existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la calidad de los servicios de los restaurantes versus el precio.

- H_0 . Hipótesis nula: $p_1 - p_2 = 0$
- H_1 . Hipótesis alternativa: $p_1 - p_2 \neq 0$

Para esto se han tomado en cuenta los datos de la encuesta con respecto a lo planteado.

	EN DESCAUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO
Turista nacional	49%	32%	36%
Turista extranjero	38%	54%	64%

El tamaño de la muestra correspondiente a los turistas extranjeros es de 110, mientras que el tamaño de la muestra correspondiente a los turistas

nacionales es de 146. Se trata de muestras mayores de 30, por lo cual se ha trabajado con la distribución normal. El nivel de confianza para las pruebas es un 95% lo que nos asigna un valor Z de 1.96.

- Respuestas negativas

$$\left[0.49 - 0.38 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.49 * 0.51}{146} + \frac{0.38 * 0.62}{110} \right)} \leq p1 - p2 \leq 0.49 - 0.38 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.49 * 0.51}{146} + \frac{0.38 * 0.62}{110} \right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente se tiene el siguiente intervalo de confianza, que demuestra que no existe una diferencia entre las percepciones de los turistas, dado que el límite inferior del intervalo es menor de cero.

$$[-0.012 \leq p1 - p2 \leq 0.23] = 0.95$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente:

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.49+0.38) / 2 = 0.435$

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{(0.435 * 0.565) \left(\frac{1}{146} + \frac{1}{110} \right)} = 0.063$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p1 - p2}{\sigma_{p1-p2}} = \frac{0.11}{0.063} = 1.75$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96; por tanto, a este nivel se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 1.75. No existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la relación precio-calidad de los servicios de restaurantes en la zona de Paracas. Ambos tipos de turistas tienen una

percepción negativa sobre la relación calidad-precio de los servicios de restauración.

- Respuestas neutras

$$\left[0.54 - 0.32 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.54 * 0.46}{110} + \frac{0.32 * 0.68}{146} \right)} \leq p1 - p2 \leq 0.54 - 0.32 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.54 * 0.46}{110} + \frac{0.32 * 0.68}{146} \right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente, se tiene el siguiente intervalo de confianza que demuestra que existe una diferencia entre las percepciones de los turistas dado que el límite inferior del intervalo es mayor de cero.

$$[0.1 \leq p1 - p2 \leq 0.34] = 0.95$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente.

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2} \right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.54+0.32) / 2 = 0.43$

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{(0.43 * 0.57) \left(\frac{1}{146} + \frac{1}{110} \right)} = 0.062$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p1 - p2}{\sigma_{p1-p2}} = \frac{0.22}{0.062} = 3.55$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96; por tanto, a este nivel se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 3.55. Existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la relación precio-calidad de los servicios de

restaurantes en la zona de Paracas. El turista extranjero muestra una mayor indecisión sobre la relación calidad-precio de los servicios de restauración frente al turista nacional.

- Respuestas positivas

$$\left[0.64 - 0.36 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.64 * 0.36}{110} + \frac{0.36 * 0.64}{146}\right)} \leq p1 - p2 \leq 0.64 - 0.36 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{0.64 * 0.36}{110} + \frac{0.36 * 0.64}{146}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

Finalmente, se tiene el siguiente intervalo de confianza que demuestra que existe una diferencia entre las percepciones de los turistas, dado que el límite inferior del intervalo es mayor de cero.

$$[0.16 \leq p1 - p2 \leq 0.399] = 0.95$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente.

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{pq \left(\frac{1}{n1} + \frac{1}{n2}\right)}$$

Tomando la estimación media de $(0.64+0.36) / 2 = 0.48$

$$\sigma_{p1-p2} = \sqrt{(0.48 * 0.52) \left(\frac{1}{146} + \frac{1}{110}\right)} = 0.063$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico que debe colocarse en la prueba de la hipótesis:

$$z = \frac{p1 - p2}{\sigma_{p1-p2}} = \frac{0.28}{0.063} = 4.44$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96; por tanto, a este nivel se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 4.44. Existen diferencias de percepción entre los turistas nacionales y extranjeros sobre la relación precio-calidad de los servicios de

restaurantes en la zona de Paracas. El turista extranjero se siente más satisfecho con la relación calidad-precio de los servicios de restauración que el turista nacional.

4.5.7.4 Cuarta hipótesis

Ho. Hipótesis nula: existen diferencias de ingresos promedio mensuales entre los turistas nacionales y extranjeros.

H1. Hipótesis alternativa: no existen diferencias de ingresos promedio mensuales entre los turistas nacionales y extranjeros.

- Ho. Hipótesis nula: $X_1 - X_2 \neq 0$
- H1. Hipótesis alternativa: $X_1 - X_2 = 0$

Promedio nacional	640
Promedio extranjero	2015
n1	9
n2	7
S1	842
S2	140

El nivel de confianza para la prueba es un 95% lo que asigna un valor Z de 1.96.

$$\left[X_1 - X_2 - Z \sqrt{\left(\frac{Var1}{n1} + \frac{Var2}{n2}\right)} \leq X_1 - X_2 \leq X_1 - X_2 + Z \sqrt{\left(\frac{Var1}{n1} + \frac{Var2}{n2}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

$$\left[2015 - 640 - 1.96 \sqrt{\left(\frac{842}{9} + \frac{140}{7}\right)} \leq \mu_1 - \mu_2 \leq 2015 + 640 + 1.96 \sqrt{\left(\frac{842}{9} + \frac{140}{7}\right)} \right] = 1 - 0.05$$

Entonces se tendría:

$$[1375 - 20.89 \leq \mu_1 - \mu_2 \leq 1375 + 20.89] = 1 - 0.05$$

Finalmente, se tiene el siguiente intervalo de confianza que demuestra que existe una diferencia entre los ingresos de los turistas, dado que el límite inferior del intervalo es mayor de cero.

$$[1354.11 \leq \mu_1 - \mu_2 \leq 1395.89] = 0.95$$

Esto se puede comprobar con la prueba de hipótesis correspondiente y para ello se ha calculado de la siguiente manera:

$$\sigma_{\mu_1 - \mu_2} = \sqrt{\left(\frac{var1}{n1} + \frac{var2}{n2}\right)} = \sqrt{\left(\frac{842}{9} + \frac{140}{7}\right)} = 10.66$$

Se calcula Z para poder encontrar el estadístico para probar la hipótesis:

$$z = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sigma_{\mu_1 - \mu_2}} = \frac{1375}{10.66} = 128.99$$

Con contraste a dos colas al nivel de significación 0.05, se debe rechazar H_0 solo si el valor Z es mayor de 1.96 por tanto, a este nivel se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa puesto que el valor Z encontrado es 128.99. Existen diferencias significativas en los ingresos medios de los visitantes nacionales y extranjeros. Esto explica el hecho de que los turistas extranjeros accedan a los servicios turísticos de mayor calidad, los cuales generalmente tienen precios más altos.

4.6 FODA del sector turístico de Paracas

Tomando como base lo analizado en los ítems anteriores, se ha elaborado un FODA que permite realizar un análisis situacional. Esta herramienta nos permite identificar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector turístico de Paracas.

En cuanto a fortalezas, se tiene como principal el atractivo turístico propio de la zona (zona marina) y la facilidad geográfica para la llegada al lugar; sin embargo, esto se ve afectado por varias debilidades, tales como el déficit de personal de seguridad y la falta de servicios básicos. También se tienen amenazas: las más importantes son la contaminación ambiental de la zona, como producto de la falta

de cultura y conciencia de los visitantes, y la falta de un mayor cuidado por parte del gobierno local.

Tabla 45: Análisis FODA del sector turístico de Paracas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Turísticos. - Ubicación geográfica (entre la costa y la sierra). - Clima (verano todo el año) - Diversidad de la oferta turística - Oferta hotelera de primer nivel. 	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia oferta de medios publicitarios (redes sociales, televisión, radio, etc.). - Apertura comercial del Perú al mundo. - Política de promoción del turismo nacional. - Ingreso de nuevas tecnologías (aplicativos, cámaras inteligentes, etc.). - Canon gasífero.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de servicios básicos. - Vías de acceso en mal estado. - Deficiente señalización del circuito turístico. - Publicidad estatal deficiente. - Déficit de personal de seguridad, policías y serenazgos. - Servicios de diversión de baja calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad ciudadana (aumento de hechos delictivos). - Temblores y tsunamis. - Contaminación ambiental por parte las empresas que operan en el distrito. - Incremento de la informalidad. - Escases de asignación presupuestal, a los gobiernos locales y regionales, para actividades de turismo.

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, se tienen oportunidades, como por ejemplo el hecho de que el Perú sea visto a nivel mundial como un país emergente y con muchos atractivos culturales. Si se logra aprovechar los medios de comunicación que las nuevas tecnologías permiten, se logrará que este destino sea más conocido y por ende más visitado.

A continuación, se indican las estrategias genéricas planteadas para la zona, que pueden generar un mayor crecimiento del sector turístico.

4.7 Estrategias para la mejora del sector turístico de la ciudad de Paracas

En este apéndice se plantean estrategias para mejorar el sector turístico de Paracas. Cabe mencionar que dichas estrategias están en función de las dificultades halladas en el análisis realizado en los apartados anteriores.

4.7.1 Estrategia para mejorar la publicidad estatal

Los turistas encuestados indican que no habían visto publicidad estatal de Paracas y esto se debe a que los medios que utiliza el estado no son adecuados (internet y ferias). Además, es poca la publicidad que se hace a este destino turístico, generalmente el estado hace énfasis en la promoción de otros lugares y de la gastronomía del país.

Estrategia genérica	Uso de la publicidad estatal para la zona
Objetivo	Mejorar la publicidad estatal que se realiza para los destinos turísticos de Paracas
Medios que se pueden utilizar	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Redes sociales • Canal televisivo • Paneles electrónicos
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) • Municipalidad Distrital de Paracas • Gobierno Regional de Ica • Mincetur
Acciones a realizar	<ul style="list-style-type: none"> • Crear la marca Paracas como una marca local que le dé un impulso a la demanda y oferta en el mercado global • Incluir un spot publicitario en la página web y redes sociales de la Municipalidad, gobierno Regional y Mincetur • Coordinar con Mincetur, para que se realice un pequeño documental de Paracas, el cual debe ser reproducido a través del canal del estado • Contratar un pequeño espacio publicitario en los paneles electrónicos de la Panamericana Sur

4.7.2 Estrategia para mejorar las vías de acceso terrestre a Paracas

Las vías de acceso terrestre a los recursos turísticos de Paracas tienen pocas señalizaciones (44) y están en mal estado, dificultan la ubicación y el desplazamiento de los turistas. Los medios de acceso existentes generan pérdida de tiempo e incomodidad.

Estrategia genérica	Implementación de un plan y aplicativo para mejorar las vías de acceso terrestre a Paracas
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar las vías de acceso, terrestre, a los recursos turísticos de Paracas
Medios utilizados	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de mejora de vías de acceso terrestre - Aplicativo tecnológico
Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) - Gobierno Regional de Ica - Municipalidad Distrital de Paracas
Acciones a realizar	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar más pancartas de señalización dentro de la ruta turística de Paracas. - Desarrollar una aplicación que ayude a la ubicación y desplazamiento dentro de la ruta turística de Paracas. - Supervisar las obras de rehabilitación de las vías de acceso, terrestre, a los recursos turísticos de Paracas, para que se desarrollen en el plazo establecido.

4.7.3 Estrategia para mejorar los servicios de diversión

Los servicios conexos que afectan de manera negativa a la demanda del sector turístico de Paracas son los servicios de diversión (bares y discotecas); son inseguros y sucios y el cliente, al entrar a estos lugares, observa el cableado improvisado que se ha hecho en el interior, además de las condiciones higiénicas del local y el baño.

Estrategia genérica	Implementación de planes para mejorar los servicios de diversión de Paracas
Objetivo	- Mejorar la calidad de los servicios de diversión de Paracas
Medios utilizados	- Plan de capacitaciones - Plan de supervisión
Actores involucrados	- Municipalidad Distrital de Paracas - Dueños de los servicios de diversión
Acciones a realizar	- Desarrollar capacitaciones, a los dueños de los servicios turísticos, con la finalidad de mejorar la calidad del servicio que ofrecen. - Establecer un plan de supervisión nocturno, para validar que las condiciones de seguridad y el servicio de que se ofrece a los turistas sea óptimo.

4.7.4 Estrategia para mejorar la seguridad de los destinos turísticos de Paracas

Dentro de los recursos turísticos no se ve mucho personal de seguridad, además en la propia ciudad de Paracas no hay muchos policías rondando (solo hay una comisaría en el lugar), tampoco se ven mucho personal de serenazgo. Cabe mencionar que, a pesar de haberse implementado cámaras de seguridad, algunas de ellas no están operativas.

Estrategia genérica	Implementación de un plan seguridad y mejora de equipos de vigilancia de los destinos turísticos de Paracas
Objetivo	- Mejorar la seguridad de los destinos turísticos de Paracas
Medios utilizados	- Cámaras de seguridad - Plan de seguridad para los destinos turísticos de Paracas - Aplicativo tecnológico
Actores involucrados	- Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) - Ministerio del Interior - Municipalidad Distrital de Paracas - Turistas Nacionales y Extranjeros - Comisaría de Paracas
Acciones a realizar	- Implementar más cámaras de seguridad dentro de los destinos turísticos y fuera de ellos (en el distrito). A su vez, hacer mantenimiento a las cámaras existentes, con la finalidad de que todas estén operativas. Contratar más personal de serenazgo para elevar la seguridad de los destinos turísticos de Paracas. - Desarrollar un aplicativo, para que los turistas puedan alertar a la comisaría y agentes de serenazgo sobre un evento delictivo. - Solicitar más efectivos policiales para resguardar la seguridad de Paracas

4.7.5 Estrategia para mejorar la limpieza de los recursos turísticos de Paracas

Los turistas indican que la limpieza y el mantenimiento de los recursos turísticos no son adecuados, ya que al visitar el lugar encuentran las playas, los servicios sanitarios y el mismo circuito turístico sucio.

Estrategia genérica	Tercerización del servicio de limpieza y desarrollo de charlas informativas para mejorar la limpieza de los recursos turísticos de Paracas
Objetivo	- Mejorar la limpieza y mantenimiento de los recursos turísticos de Paracas.
Medios utilizados	- Contrato de outsourcing - Charlas informativas
Actores involucrados	- Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) - Municipalidad Distrital de Paracas - Turistas Nacionales y Extranjeros
Acciones a realizar	- Terciarizar la limpieza de los Recursos turísticos de Paracas - Capacitar al personal de Sernanp, para que brinde charlas cortas, al ingreso a los recintos, de preservación de los recursos turísticos - Implementar más tachos de basura dentro del circuito turístico de Paracas

En conclusión, se puede indicar que hay factores que afectan de manera directa a la demanda del sector turístico de Paracas. Entre estos elementos se encuentran: publicidad estatal, vías de acceso, condiciones de limpieza y mantenimiento de los recursos turísticos y los servicios conexos. Además, cabe indicar que la percepción de los turistas nacionales y extranjeros, en cuanto a los factores que afectan a la demanda, difiere en algunos factores. Esto se debe a que los turistas extranjeros son más exigentes, ya que la mayoría de los entrevistados indicaron que han visitado atractivos turísticos de otros países, con cuales han realizado el comparativo.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La publicidad estatal no está siendo efectiva para promover el destino turístico de Paracas, ya que los medios utilizados (internet y ferias) no son adecuados. Además, la difusión que se hace a este destino turístico es insuficiente; generalmente el estado hace énfasis en la promoción de otros destinos y de la gastronomía del País.
- Las vías de acceso a Paracas desalientan el turismo de la zona porque: las pocas señalizaciones dificultan la ubicación y el desplazamiento de los turistas, los medios de acceso existentes generan pérdida de tiempo e incomodidad. El transporte aéreo (ubicado en Pisco) es inadecuado porque sus recursos logísticos son limitados y no tiene un tráfico regular de vuelos; el transporte terrestre es pésimo porque no hay muchas empresas de transporte y las existentes tienen buses que son poco cómodos para el viaje. Finalmente, el estado de las vías de acceso a Paracas es inadecuado, ya que no tienen señalización, además de estar en mal estado (presentan huecos).
- La calidad de los servicios que se ofrecen en Paracas, tiene su pro y contras, lo cual indica que hay cosas que se deben mejorar y corregir, para que sea un factor que ayude a potencializar la actividad turística de la zona. Los elementos identificados a mejorar son: el mal olor, producto de la descomposición de las algas, que afecta a los restaurantes ubicados en el malecón, las agencias de viaje informales y los servicios de las empresas que brindan las actividades no incluidas en los paquetes turísticos.
- Hay servicios conexos que afectan de manera negativa a la demanda del sector turístico de Paracas. Entre estos servicios se encuentran: las operaciones bancarias, ya que no hay muchas agencias dentro de la ciudad, esto genera que en ciertos días se formen colas. Los servicios de diversión (bares y discotecas), son inseguros y sucios, uno al entrar a estos lugares observa el cableado improvisado que se ha hecho en el interior, además de la escasa limpieza del local y el baño. Por lo que concierne a los servicios de telefonía, se pierde la señal para llamada e internet cuando se visitan los recursos turísticos, además la ciudad de Paracas no

cuenta con tecnología 4G. Con relación a los servicios de salud, no hay muchos nosocomios en la ciudad de Paracas; los existentes siempre están llenos (por ello se forman colas para la atención), dando como resultado que se tiene que derivar a los pacientes a centros de salud de otras ciudades. El servicio de guías turísticos no es óptimo: las traducciones que realizan no son adecuadas, además hay pocos guías que dominen otro idioma a parte del inglés. Finalmente, los servicios básicos de Paracas son deficientes: no es posible que en pleno siglo XXI y en un lugar con afluencia de turistas, no se cuente, en su totalidad, con los servicios de agua y desagüe.

- La percepción de los precios de los servicios turísticos de Paracas tiene su pro y contras, lo cual indica que hay cosas que se deben mejorar y corregir para que este sea un factor que ayude a incrementar el flujo de turistas en la zona. Los elementos identificados a mejorar son: relación precio-calidad de los servicios de diversión de Paracas, su percepción es que no son adecuados; la accesibilidad de los precios de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos, los mecanismos de control para que los transportistas no cobren de manera excesiva por los servicios brindados.
- La percepción de los turistas en cuanto a la seguridad del destino turístico de Paracas no es favorable, ya que cuando se visitan los recursos o la ciudad, no se ve personal que resguarde la integridad de los turistas.
- La percepción de los turistas en cuanto a la limpieza de los recursos turísticos de Paracas no es favorable, ya que ellos indicaron que en realizar el recorrido, han encontrado las playas sucias y los servicios sanitarios en mal estado.
- Las pruebas estadísticas aplicadas aportan evidencia sobre las diferencias entre las percepciones de los dos grupos analizados: turistas nacionales y turistas extranjeros. Se observa que hay distancia entre las percepciones sobre la limpieza y salubridad de la zona, así como hay diferencias entre las percepciones sobre la calidad vs precio de los servicios ofrecidos por los restaurantes. Sin embargo, hay una percepción similar acerca de la calidad de los hoteles en la zona. Con respecto a los niveles de ingresos medios de los entrevistados, se encuentra que hay una diferencia significativa entre ambos grupos.

5.2 Recomendaciones

- Desarrollar una campaña publicitaria de apoyo al sector turístico, con la finalidad de dar a conocer y posicionar los atractivos de Paracas. A su vez, promover una marca local propia como la marca Paracas como sinónimo del concepto de calidad y experiencia inolvidable.
- Desarrollar un plan de mejora de las vías de acceso a Paracas. A su vez, desarrollar un aplicativo que ayude a los turistas a ubicarse y desplazarse dentro del circuito turístico de Paracas.
- Establecer un plan de formalización que ayude a disminuir la informalidad e la oferta turística de Paracas.
- Crear la infraestructura para los servicios básicos, tomando a modelo aquellos países que han realizado esa implementación con éxito. El enfoque debe ser integral, en el sentido de mejorar principalmente las vías acceso terrestre más utilizadas, también los servicios como el agua, desagüe, alumbrado eléctrico, telefonía entre otros.
- Desarrollar un plan de capacitación para los empresarios que operan en el sector diversión de Paracas, con la finalidad de mejorar el servicio que ofrecen. A su vez, implementar un plan de supervisión que ayude validar las condiciones de seguridad y calidad de los establecimientos de diversión.
- Desarrollar un plan de seguridad para los destinos turísticos de Paracas, con la finalidad de evitar hechos delictivos y a su vez incrementar la percepción de seguridad de los turistas.
- Mejorar la limpieza de los destinos turísticos de Paracas, a través de la tercerización de este servicio. A su vez, implementar charlas informativas sobre la limpieza y mantenimiento del lugar, para evitar daños al patrimonio.

BIBLIOGRAFÍA

- Cabarcos, N. (2006). Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- ProInversión. (2018). Lista de Proyectos Priorizados por los GR/GLs para ser ejecutados a través de Obras por Impuestos: Región Ica. Recuperado el 12 de abril de 2018 de <http://www.obrasporimpuestos.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=109>
- Perú Bus. <http://www.perubus.com.pe/>
- Soyuz. <http://www.soyuzonline.com.pe/>
- Cruz del Sur. https://www.busbud.com/es/bus-schedules-results/6mc5rp/6m9c2b?outbound_date=2018-04-17&adults=1
- Oltursa. <https://www.oltursa.pe/>
- MINCETUR. Plan de protección al turista 2017 – 2018. Recuperado el 15 de diciembre del 2017 de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/RPT/PLAN_PROTECCION_AL_TURISTA_2017-2018.pdf
- Organización Mundial del turismo. (1997). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Milio, I. & Cabo, M. (2000). Comercialización de productos y servicios turísticos. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Secretaria de Turismo (2005). Componentes de la oferta turística; serie de documentos técnicos en competitividad. México: Secretaría de Turismo.
- Covarrubias, R. (2000). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. México: Editorial Nuestro tiempo.
- Rodríguez, M. (2003). Características de la oferta y la demanda turísticas. Punta Arenas: Universidad Tecnológica de Chile.

- Acerenza, M. (2004). Fundamentos de marketing turístico. México: Editorial Trillas.
- Cooper, C. & Fletcher, J. & Gilbert, D. & Wanhill, S. (1993): Tourism Principles and Practice. Great Britain: Pitman Publishing.
- Hall, C. M. y Page, S. J. (2002). Geography of tourism and recreation. New York: Routledge.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). Tourism economic, physical and social impacts. Harlow: Longman.
- Secretaria de Turismo (2005). Definición de potencial turístico; serie de documentos técnicos en competitividad. México: Secretaria del Turismo.
- Goeldner, J. & Ritchie, J. (2011). Tourism: Principles, practices, philosophies. New Jersey: John Wiley and Sons, inc.
- Olmos, L. & García, R. (2011). Estructura del mercado turístico. Madrid: Editorial Paraninfo.
- Bull, A. (1994). La economía del sector turístico. Madrid: Alianza.
- Alberca, F. (2014). Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología. 2013 (Tesis de postgrado, Universidad San Martín de Porres). Recuperado el 02 de noviembre de 2017 de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1453/3/alberca_sf.pdf
- Lozano, C. & Murphy, E. & Niño, B. & Suárez, L. (2016). Desempeño competitivo de los Clúster del sector turismo en el distrito de Lambayeque (Tesis de postgrado, CENTRUM Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado el 02 de noviembre de 2017 de: http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/bitstream/handle/123456789/7646/LOZANO_MURPHY_DESEMPE%20C3%91O_CLUSTER_TURISMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Romero, N. (2016). Potencial en recursos turísticos del centro poblado Rica Playa – Tumbes, para la práctica del turismo rural (Tesis de postgrado, Universidad Nacional de Trujillo). Recuperado el 02 de noviembre de 2017 de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/7959/Tesis%20Maestr%C3%ADa%20-%20Neiser%20Homero%20Romero%20C%C3%B3rdova.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gordon, R. (2016). Potencial turístico de Huancaya-Yauyos, Lima 2015 (Tesis de postgrado, Universidad San Martín de Porres). Recuperado el 02 de noviembre de 2017 de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2638/1/GORDON_MR.pdf
- Sánchez, A. (2016). Estrategia de gestión del desarrollo turístico sostenible para la prestación de servicios en el centro poblado de Sipán (Tesis de postgrado, Universidad Señor de Sipán). Recuperado el 02 de noviembre de 2017 de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2676/4/SANCHEZ%20GAMARRA%20ASTRID.pdf>
- Álvarez, L. (2016). Productos, servicios y destinos turísticos. España: Paraninfo.
- Acerenza, M. (2007). Desarrollo sostenible y gestión del turismo. México D.F.: Trillas.
- Aguiar, A. (2010). Turismo sostenible. El turismo como estrategia de desarrollo socioeconómico. Caracas: Freezone Revista Turística.
- Benítez del Rosario, J. (2010). La Calidad del servicio en la industria hotelera (Tesis doctoral, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria). Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de: https://acceda.ulpgc.es:8443/bitstream/10553/5516/1/0628694_00000_0000.pdf
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. Cuadernos de Geografía, (17), 155.163. Recuperado el 03 de noviembre de: <http://nulan.mdp.edu.ar/1423/1/01248.pdf>

- Cáceres, A. (2010). El turismo generador de desarrollo local. El caso de Puerto Iguazú y la influencia del destino turístico Iguazú Cataratas (Tesis de postgrado, Universidad Internacional de Andalucía). Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de:
http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1755/0237_Caceres.pdf?sequence=1
- Carruitero, P. (2011). Estacionalidad de la demanda de turismo en Argentina (Tesis de postgrado, Universidad Nacional de la Plata. Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/3472/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Goeldner, Ch. & Brent, J. (2011). Turismo. Planeación, administración y perspectivas. (3era Ed.). México D. F.: Limusa Wiley.
- Hauyón, J. (2006). Turismo, el futuro del Perú. Lima: s.n.
- Ibáñez, R. & Cabrera, C. (2011). Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional. (1ra ed.). México: Serie didáctica.
- Lambogglia, J. (2014). Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso del Ecuador (Tesis de postgrado, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales). Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>
- Martín, B. (2003). Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1(2), 155 – 160. Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de:
<http://www.pasosonline.org/Publicados/1203/PS030603.pdf>
- OMT. (1999). Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible. Madrid: OMT.
- Ramos, R. (2007). El turismo cultural, los museos y su planificación. Gijón: Ediciones Trea, S. L.

- ONU. 2015. Día Mundial del Turismo. Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de: <http://www.un.org/es/events/tourismday/2015/sgmessage.shtml>
- ONU. 2015. Resolución aprobada por la Asamblea General el 22 de diciembre de 2015. A/RES/70/193. Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de: http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/193&referer=/english/&Lang=S
- Rodríguez, M. & Perelló, J. (2010). Diseño de una ruta turística de interpretación cultural. Caracas: Colegio universitario de Caracas. Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecafmhsp/docDetail.action?docID=10566148&p00=dise%C3%B1o%20ruta%20tur%C3%ADstica%20interpretaci%C3%B3n%20cultural>
- Sánchez-Rivas, J. (2015). El capital turístico en España y su influencia en el crecimiento económico (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla). Recuperado el 03 de noviembre de 2017 de: <file:///C:/Users/Junior/Downloads/Tesis%20Javier%20S%C3%A1nchez-Rivas%20Garc%C3%ADa.pdf>
- Urry, J. (2004). La mirada del turista. Lima: Universidad de San Martín de Porres
- Vignati, F. (2009). Gestión de destinos turísticos. Cómo atraer personas a polos, ciudades y países. México D. F.: TRILLAS.
- Vogeler, C. & Hernández, E. (2004). El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Zamorano, F. (2008). Turismo alternativo. (2da Ed.). México: Editorial Trillas.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia del estudio

Preguntas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES e indicadores	Metodología
¿Cuáles son los factores principales que afectan a la demanda del sector turístico en la ciudad de Paracas?	Determinar los factores principales que afectan a la demanda del sector turístico en la ciudad de Paracas a fin de proponer estrategias adecuadas para el desarrollo del mismo.	La demanda turística en la zona de Paracas se ve afectada por: publicidad estatal, vías de acceso, calidad del servicio turístico, existencia de servicios conexos y costo de los servicios turísticos principalmente.	<p>V1: Demanda Turística</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percepción sobre la publicidad estatal • Percepción sobre las vías de acceso a Paracas • Percepción sobre la calidad de los servicios turísticos • Percepción sobre los servicios conexos • Percepción sobre los costos de los servicios turísticos 	<p>Enfoque de la investigación: Cualitativo-cuantitativo.</p> <p>Alcance de la investigación: Descriptivo, causal y propositiva.</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental</p>
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál los factores que afectan el desempeño y crecimiento de la demanda del sector turístico de la ciudad de Paracas? • ¿Qué estrategias se pueden implementar para mejorar el sector turístico de la ciudad de Paracas? 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar los factores que afectan el desempeño y crecimiento de la demanda del sector turístico de la ciudad de Paracas. • Proponer estrategias que ayuden a mejorar el sector turístico de la ciudad de Paracas 2017. 	<ul style="list-style-type: none"> • El desempeño y crecimiento de la demanda turística de Paracas se ve afectada por: publicidad estatal, vías de acceso, calidad del servicio turístico, existencia de servicios conexos y costo de los servicios turísticos principalmente. • La demanda del sector turístico de Paracas puede incrementarse si se mejoran los servicios de la oferta y se genera una publicidad con información adecuada sobre la calidad y precios de los servicios de los operadores turísticos. 	<p>V2: Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • N° de recursos turísticos • N° de servicios de restauración • Nivel de precios de los servicios de restauración • N° de hoteles y hostales • N° de camas ofertadas • Nivel de precios de los hoteles y hostales • N° de actividades turísticas • Nivel de precios de las actividades turísticas • N° de agencias de viaje • Nivel de precio de las agencias de viaje • N° de empresas de transporte • Nivel de precios de las empresas de transporte 	

Fuente: elaboración propia

Anexo 2: Encuesta aplicada al turista nacional

ENCUESTA SOBRE LOS FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA DEL SECTOR TURÍSTICO DE PARACAS

Buenas tardes, somos estudiantes de la Maestría en Administración de Negocios y Finanzas Internacionales – MBA Internacional, de la Universidad Católica Sedes Sapientiae. El día de hoy estamos realizando una encuesta con la finalidad de desarrollar nuestra tesis de grado.

El objeto de la encuesta es obtener sus impresiones sobre el turismo en Paracas, para así hallar los factores que afectan la demanda del sector turístico. Cabe indicar que, las respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizados para ningún propósito distinto a la investigación.

INFORMACIÓN GENERAL

Indicaciones: por favor marcar con una “X” su respuesta.

1. ¿Es usted turista?

OPCIONES	MARCAR
Si	
No	

Nota: si su respuesta es no, por favor no continúe con la encuesta. Agradecemos su gentil colaboración.

2. Sexo

OPCIONES	MARCAR
Masculino	
Femenino	

3. Edad

OPCIONES	MARCAR
18 a 24 años	
25 a 34 años	
35 a 44 años	
45 a 54 años	
55 a 64 años	
65 años a más	

4. Ingresos mensuales

OPCIONES	MARCAR
Menos de S/ 930.00	
De S/. 930.00 a S/. 1,999.00	
De S/. 2,000.00 a S/. 2,999.00	
De S/. 3,000.00 a S/. 3,999.00	
De S/. 4,000.00 a S/. 4,999.00	
De S/. 5,000.00 a S/. 6,999.00	
De S/. 7,000.00 a S/. 9,999.00	
De S/. 10,000.00 a S/. 13,999.00	
De S/. 14,000.00 a más	

5. Grado de instrucción

OPCIONES	MARCAR
Primaria	
Secundaria	
Técnica	
Universitaria	
Postgrado	
Maestría	
Doctorado	

6. Ocupación

OPCIONES	MARCAR
Trabajador independiente	
Trabajador del sector público	
Trabajador del sector privado	
Ama de casa	
Estudiante	
Jubilado, cesante o pensionista	
Otros	

7. Ciudad de origen

CIUDAD DE ORIGEN	MARCAR
Lima	
Callao	
Arequipa	
Huacho	
Trujillo	
Ayacucho	
Cañete	
Cusco	
Tacna	
Junín	
Piura	
Tumbes	
Iquitos	
Otros	

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Indicaciones: por favor marcar con una “X” su respuesta. Cabe indicar que cada pregunta solo tiene una respuesta y va desde 1 que es totalmente en desacuerdo hasta 5 que es totalmente de acuerdo.

8. Publicidad Estatal

Legenda: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo

N°	PUBLICIDAD ESTATAL	1	2	3	4	5
1	Antes de visitar Paracas vio publicidad del lugar					
2	La publicidad influyo en su decisión de visitar Paracas					
3	Para usted, la publicidad que se utiliza para promover el destino turístico es adecuada					

9. Para usted, cual es el medio publicitario más efectivo para promover el destino turístico de Paracas

OPCIONES	MARCAR
Televisión	
Internet	
Redes sociales	
Periódicos	
Vallas publicitarias	
Radio	
Otros	

10. Vías de acceso

Legenda: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo

N°	VÍAS DE ACCESO	1	2	3	4	5
1	La señalización en la reserva natural de Paracas e Islas Ballestas es adecuada					
2	Existe facilidad para el acceso a Paracas					
3	Los servicios de transporte aéreo en el destino turístico Paracas son adecuados					
4	Los servicios de transporte terrestre en el destino turístico Paracas son adecuados					
5	Las vías de acceso en Paracas están en buen estado					

11. Calidad del servicio

Legenda: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo

N°	CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
1	El destino turístico Paracas es limpio y saludable					
2	El destino turístico de Paracas se encuentra en buen estado de conservación y mantenimiento					
3	El trato de las personas que laboran en el destino turístico Paracas es amable					
4	El destino turístico de Paracas es seguro					
5	Los servicios hoteleros en Paracas son de calidad					
6	Los restaurantes en Paracas son limpios y de calidad					
7	Los servicios comerciales (bodegas) de Paracas ofrecen productos de calidad					
8	Las agencias de viaje en Paracas ofrecen un servicio de calidad (paquetes turísticos)					
9	Las actividades turísticas no incluidos en los paquetes son de calidad (buceo, tour arenero, etc.).					

12. Servicios conexos

Legenda: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo, (5) totalmente de acuerdo y (6) no precisa.

N°	SERVICIOS CONEXOS	1	2	3	4	5	6
1	Las operaciones bancarias en Paracas son ágiles y fáciles						
2	Los servicios de diversión de Paracas (discotecas y bares) son seguros y limpios						
3	Existe una amplia oferta de servicios turísticos en Paracas						
4	La señal de telefonía (llamadas e internet) en Paracas es buena						
5	Los servicios de salud en Paracas brindan una buena atención						
6	Los taxis en Paracas brindan un buen servicio						
7	Los buses urbanos en Paracas brindan un buen servicio						
8	El transporte de buses interprovinciales en Paracas brindan un buen servicio						
9	Los guías turísticos de Paracas brindan un buen servicio						
10	Los servicios básicos de Paracas son óptimos (agua, luz y desagüe)						

13. Costo de los servicios

Legenda: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

N°	COSTOS DE LOS SERVICIOS	1	2	3	4	5
1	El precio de los servicios turísticos en Paracas son accesibles					
2	Los precio de los hoteles / hostales en Paracas van acorde a la calidad ofrecida					
3	El precio de los restaurantes en Paracas van acorde con la calidad del producto ofrecido					
4	El precio de las agencias de viaje de Paracas son accesibles (paquetes turísticos)					
5	El precio de los servicios de diversión de Paracas (discotecas y bares) son accesibles					
6	El precio de las actividades no incluidas en los paquetes turísticos son accesibles (buceo, tour arenero, etc.).					
7	El precio de los servicios de transporte interno (buses y taxis) es accesible					
8	El precio de los servicios de transportes de buses interprovinciales en Paracas van acorde con la calidad del servicio ofrecido					

14. **Cuál es el principal elemento para decidir su destino de viaje es:**

OPCIONES	MARCAR
Precio de los servicios turísticos	
Calidad de los servicios turísticos	
Ambos	

Muchas gracias.

Anexo 3: Encuesta aplicada al turista extranjero

**SURVEY ON THE FACTORS AFFECTING THE DEMAND OF PARACAS TOURISM
SECTOR**

Good afternoon, we're students attending the MBA International program from Universidad Católica Sedes Sapientiae. Today, we're applying a survey which will help us to complete our thesis.

We would ask you some questions about the tourist offer in Paracas, in order to find those factors which influence the touristic demand. Your answers will be processed confidentially and will be not used for any other purpose.

Generic informations

Suggestions: please put an "X" on your answer.

1. ¿Are you a tourist?

OPTIONS	SELECT
Yes	
No	

Please note: if your answer is NO, do not follow with this survey; we appreciate your help.

2. Gender

OPTIONS	SELECT
Male	
Female	

3. Age

OPTIONS	SELECT
18 to 24	
25 to 34	
35 to 44	
45 to 54	
55 to 64	
Up to 65	

4. Monthly income

OPTIONS	SELECT
Less than US\$ 1,000	
From US\$ 1,000 to US\$ 2,999	
From US\$ 3,000 to US\$ 4,999	
From US\$ 5,000 to US\$ 6,999	
From US\$ 7,000 to US\$ 8,999	
From US\$ 9,000 to US\$ 11,999	
From US\$ 12,000 to US\$ 15,999	
From US\$ 16,000 to US\$ 18,999	
From US\$ 19,000 to US\$ 23,999	
Up to US\$ 24,000	

5. Level of education

OPTIONS	SELECT
Elementary school	
Middle school	
High school	
Undergraduate	
Graduate	
Ph.D.	
Post-doctoral degree	

6. Profession

OPTIONS	SELECT
Independent	
Public sector worker	
Private sector worker	
Housewife	
Student	
Retired	
Other	

7. Country of origin

OPTIONS	SELECT
United States	
France	
Spain	
Germany	
Japan	
Holland	
Italy	
Argentina	
United Kingdom	
Colombia	
Canada	
Chile	
Centro America	
Brazil	
Australia	
México	
Switzerland	
South Korea	
Belgium	
Other	

Specific Informations

Suggestions: please put an “X” on your answer. Each question can be answered only once; the agree scale moves from 1 (totally disagree) to 5 (totally agree).

8. Advertising

Suggestions: (1) totally disagree, (2) disagree, (3) neutral, (4) agree, (5) totally agree

N°	Advertising	1	2	3	4	5
1	Before visiting Paracas, I saw advertising of the place					
2	Advertising positively influenced my choice to visit Paracas					
3	Promotional advertising of the touristic destination is adequate					

9. Which is the best advertising medium to promote Paracas as a tourist destination

OPTIONS	SELECT
TV	
Internet	
Social network	
Newspaper	
Billboards	
Radio	
Other	

10. Access routes

Suggestions: (1) totally disagree, (2) disagree, (3) neutral, (4) agree, (5) totally agree

N°	Access routes	1	2	3	4	5
1	The signage in the natural reserve of Paracas and Islas Ballestas is adequate					
2	Access to Paracas is easy					
3	Air transport services to Paracas are adequate					
4	Land transport services to Paracas are adequate					
5	Access roads to Paracas are in good condition					

11. Service quality

Suggestions: (1) totally disagree, (2) disagree, (3) neutral, (4) agree, (5) totally agree

N°	CALIDAD DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
1	Paracas is a clean and healthy location					
2	Paracas is a location in good conditions					
3	People in Paracas are kindly and friendly					
4	Paracas is a safe touristic destination					
5	Hotel services in Paracas are good					
6	Restaurants in Paracas are good and clean					
7	Commercial services in Paracas offer quality products					
8	Travel agencies in Paracas offer a quality service (Tour packages)					
9	The extra activities not included in the packages are well organized (diving, tour sandbox, etc.).					

12. Connected services

Suggestions: (1) totally disagree, (2) disagree, (3) neutral, (4) agree, (5) totally agree

N°	SERVICIOS CONEXOS	1	2	3	4	5	6
1	The procedures to visit Peru are easy						
2	Banking operations in Paracas are fast and easy						
3	Entertainment services in Paracas (nightclubs and bars) are safe and clean						
4	There is a wide range of tours services in Paracas						
5	The phone signal in Paracas is good (phone calls and data)						
6	Health services in Paracas are efficient						
7	Paracas taxis provide good service						
8	Urban bus service in Paracas is efficient						
9	Interprovincial bus service in Paracas is efficient						
10	Paracas tour guides provide good service						
11	Paracas basic services are optimal (water, electricity and drainage)						

13. Services costs

Suggestions: (1) totally disagree, (2) disagree, (3) neutral, (4) agree, (5) totally agree

N°	COSTOS DE LOS SERVICIOS	1	2	3	4	5
1	The price of tourist services in Paracas is accessible					
2	The price of hotels / hostels in Paracas are in line with the quality offered					
3	The price restaurants in Paracas are in line with the quality of the offered products					
4	The prices of travel agencies in Paracas are accessible (tour packages)					
5	The price of the nightlife in Paracas (nightclubs and bars) is accessible					
6	The price of the extra-package activities in Paracas is accessible (diving, tour sandbox, etc.).					
7	The price of the internal transport service (buses and taxis) is accessible					
8	The price of interprovincial bus transport services in Paracas is consistent with the quality of the service offered					

14. Which of these elements would you consider choosing your destination?

OPCIONES	MARCAR
Price of the tourist services	
Quality of the tourist services	
Both	

Thanks.