

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICO - HOTELERA**



**GESTIÓN TURÍSTICA Y LA CALIDAD DEL
SERVICIO DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL
RÍO, TACNA 2018**

TESIS DE INVESTIGACIÓN

PRESENTADO POR:

Bach. ALEX JESÚS MILLER TEJERINA

Para obtener el título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO –
HOTELERA**

TACNA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A Dios, a la Virgen María y a Jesús, por la luz que proyecta en el día a día.

RECONOCIMIENTO

A mis padres por su gran apoyo moral, por el buen ejemplo de lucha para lograr los objetivos.

CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
RECONOCIMIENTO	iii
CONTENIDO	iv
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	13

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Identificación y determinación del problema	15
1.2 Formulación del problema.....	18
1.2.1 Problema general	18
1.2.2 Problemas específicos.....	18
1.3 Objetivos de la investigación.....	19
1.3.1 Objetivo General.....	19
1.3.2 Objetivos Específicos	19
1.4 Justificación, importancia y alcance de la investigación	20

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio	22
------------------------------------	----

2.2	Bases teóricas - científicas.....	29
2.2.1	Gestión turística.....	29
2.2.2	El turismo.....	30
2.2.3	Calidad del servicio	64
2.2.4	Calidad del servicio del destino de sol y playa Boca del Río.....	66
2.3	Definiciones de términos básicos	77
2.4	Sistema de hipótesis.....	78
2.4.1	Hipótesis general	78
2.5	Sistema de variables	79
2.5.1	Variables	79

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo de investigación.....	82
3.2	Diseño de la investigación.....	82
3.3	Población y muestra.....	82
3.3.1	Población	82
3.3.2	Muestra	82
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	83
3.4.1	Técnicas	83
3.4.2	Instrumentos	83
3.5	Técnicas de procesamiento de datos.....	84
3.6	Selección y validación de los instrumentos de investigación.....	84

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Presentación de resultados, tablas, gráficos y figuras, etc.....	86
4.2	Contraste de las hipótesis.....	151
4.2.1	Contraste de la hipótesis general	151
4.2.2	Contrastación de hipótesis secundarias	152
4.3	Discusión de Resultados	160
	CONCLUSIONES	166
	RECOMENDACIONES	168
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	170
	ANEXOS	177

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Elementos Servqual.....	65
Tabla 2.	Definición de calidad del servicio.....	66
Tabla 3.	Calidad microbiológica del agua de mar.....	69
Tabla 4.	Criterios de control de presencia de servicios higiénicos en el litoral peruano.....	70
Tabla 5.	Gestión turística.....	86
Tabla 6.	Comunicación de productos y destinos turísticos.....	88
Tabla 7.	Comunicación de productos turísticos.....	90
Tabla 8.	Comunicación de destinos turísticos.....	92
Tabla 9.	Promoción y creación de productos y destinos turísticos.....	94
Tabla 10.	Promoción y creación de productos turísticos.....	96
Tabla 11.	Promoción y creación de destinos turísticos.....	98
Tabla 12.	Calidad del servicio del destino.....	100
Tabla 13.	Calidad del servicio del hospedaje.....	101
Tabla 14.	Variedad de oferta de servicios de hospedaje.....	103
Tabla 15.	Limpieza en los servicios de hospedaje.....	105
Tabla 16.	Facilidades de atención en los servicios de hospedaje.....	107
Tabla 17.	Calidad de productos.....	109
Tabla 18.	Calidad del servicio de restaurante.....	111
Tabla 19.	Variedad de oferta de servicios de restaurantes.....	113
Tabla 20.	Limpieza en los servicios de restaurantes.....	115
Tabla 21.	Facilidad de atención en los servicios de restaurantes.....	117

Tabla 22.	Calidad de productos de los servicios de restaurante	119
Tabla 23.	Calidad de las playas	121
Tabla 24.	Limpieza de las playas	123
Tabla 25.	Equipamiento de las playas	125
Tabla 26.	Puesto de atención y socorro	127
Tabla 27.	Acceso a servicios y a equipamiento.....	129
Tabla 28.	Otros servicios.....	131
Tabla 29.	Calidad de infraestructura para actividades turísticas	133
Tabla 30.	Calidad de infraestructura para compras	135
Tabla 31.	Calidad de infraestructura para ocio.....	137
Tabla 32.	Calidad de infraestructura para cultura y deporte	139
Tabla 33.	Calidad del entorno natural y urbano	141
Tabla 34.	Calidad del entorno natural	143
Tabla 35.	Calidad del entorno urbano	145
Tabla 36.	Indicador: calidad del entorno urbano.....	147
Tabla 37.	Situación de análisis final del comportamiento de la variable	149

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Morfología de la playa	76
Figura 2.	Imagen satelital de la playa Boca del Rio	77
Figura 3.	Gestión turística	87
Figura 4.	Comunicación de productos y destinos turísticos	89
Figura 5.	Comunicación de productos turísticos	91
Figura 6.	Comunicación de destinos turísticos	93
Figura 7.	Promoción y creación de productos y destinos turísticos	95
Figura 8.	Promoción y creación de productos turísticos	97
Figura 9.	Promoción y creación de destinos turísticos	99
Figura 10.	Calidad del servicio del destino	102
Figura 11.	Calidad del servicio del hospedaje	104
Figura 12.	Variedad de oferta de servicios de hospedaje	106
Figura 13.	Limpieza en los servicios de hospedaje	108
Figura 14.	Facilidades de atención en los servicios de hospedaje	110
Figura 15.	Calidad de productos	112
Figura 16.	Calidad del servicio de restaurante	114
Figura 17.	Variedad de oferta de servicios de restaurantes	116
Figura 18.	Limpieza en los servicios de restaurantes	118
Figura 19.	Facilidad de atención en los servicios de restaurante	120
Figura 20.	Calidad de productos de los servicios de restaurante	122
Figura 21.	Calidad de las playas	124

Figura 22.	Limpieza de las playas	126
Figura 23.	Equipamiento de las playas.....	128
Figura 24.	Puesto de atención y socorro	130
Figura 25.	Acceso a servicios y a equipamiento	132
Figura 26.	Otros servicios	134
Figura 27.	Calidad de infraestructura para actividades turísticas.....	136
Figura 28.	Calidad de infraestructura para compras	138
Figura 29.	Calidad de infraestructura para ocio	140
Figura 30.	Calidad de infraestructura para cultura y deporte	142
Figura 31.	Calidad del entorno natural y urbano.....	144
Figura 32.	Calidad del entorno natural.....	146
Figura 33.	Calidad del entorno urbano.....	148

RESUMEN

Objetivo: En el contexto nacional es evidente la relevancia la gestión turística, con una efectiva planificación y desarrollo de los destinos turísticos; por lo que el estudio tuvo como finalidad: establecer la relación que existe entre la gestión turística y la calidad de servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna.

Método: En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es básica. El diseño de investigación es no experimental. La muestra estuvo constituida por 384 visitantes y turistas que llegan a la playa de Boca del Río. El instrumento utilizado fue el cuestionario.

Resultado: Los resultados demostraron que la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Rio de Tacna en el 2018.

Palabras clave: gestión turística/ calidad del servicio del destino/ destinos turísticos/ promoción de destinos turísticos/ infraestructura.

ABSTRACT

Objective: In the national context, the importance of tourism management is evident, with effective planning and development of tourist destinations; Therefore, the purpose of the study was to establish the relationship that exists between tourism management and the quality of service of the Boca del Río de Tacna sun and beach destination.

Method: Regarding the methodology, the type of research is basic. The research design is non-experimental. The sample was constituted by 384 visitors and tourists who arrive at the beach of Boca del Río. The instrument used was the questionnaire.

Result: The results showed that tourism management is related to the service quality of the destination Boca del Rio de Tacna sun and beach in 2018.

Keywords: tourism management / quality of destination service / tourist destinations / promotion of tourist destinations / infrastructure.

INTRODUCCIÓN

En el contexto global es un asunto de trascendencia promover el turismo, debido a que es multidimensional, por lo que en Perú se torna prioritario la gestión turística, desarrollando el análisis del comportamiento turístico tanto receptivo como interno, con el propósito de optimizar la calidad de los servicios turísticos, para ello el Estado debe dar mayor prioridad a promocionar la inversión en turismo y generar conciencia turística en la población, y propiciar la diversificación de la oferta de productos turísticos conjuntamente con las regiones, teniendo como denominador común la práctica de los principios del turismo sostenible. En Tacna, es perentorio tratar la gestión turística y la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna, analizando la comunicación y promoción de los productos y como la calidad de los servicios del destino turístico, con respecto a la calidad de los servicios de hospedaje, servicios de restaurante, playas, infraestructura para compras, ocio y cultura; además el entorno natural y urbano; por lo que el estudio tuvo como fin: establecer la relación que existe entre la gestión turística y la calidad de servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna. Por lo antes referido, el presente trabajo de investigación considera los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA considera la identificación y determinación del problema, la formulación del problema, objetivos generales y específicos, así como la justificación, importancia y alcances de la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO incluye los antecedentes del estudio, bases teóricas – científicas, definición de términos básicos, sistemas de hipótesis, y sistemas de variables.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA involucra el tipo de investigación, diseño de investigación, población y muestra; así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las técnicas de procesamiento de datos; así como la selección y validación de los instrumentos de investigación.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN incluye el tratamiento estadístico e interpretación de cuadros, presentación de resultados, tablas, gráficos, figuras, etc., así como el contraste de hipótesis, así como la discusión de resultados.

Finalmente, conclusiones, recomendaciones, así como las referencias y anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Identificación y determinación del problema

En el contexto global la gestión turística es un aspecto prioritario para el desarrollo holístico de cualquier nación; sin embargo, a pesar de que algunos países tienen muchos atractivos turísticos, no lo aprovechan, no lo potencian, probablemente no desarrollan un trabajo conjunto con la población:

En Perú, en cuanto al turismo, se observa que, por ejemplo, no son visitadas en gran medida todas las playas, como resultado de que las autoridades pertinentes no desarrollan una buena gestión turística, como la comunicación, y promoción de destinos turísticos.

En cuanto al problema PERTUR (2011, 2021) refiere que no hay una buena gestión turística en los gobiernos locales, y no fortalecen en forma adecuada la actividad Turística en sus documentos de gestión institucional. En estas organizaciones se vienen desarrollando actividades turísticas, pero no se trabaja un proceso administrativo, el área de turismo actualmente no cuenta con personal suficiente para las actividades turísticas; por lo que no

se garantiza el desarrollo turístico en cuanto al incremento de visitantes y turistas.

Cayotopa, L. (2017) en cuanto al problema, la gestión de un destino turístico implica que los actores públicos, privados y del tercer sector, relacionados con cualquiera de los subsectores básicos — alojamiento y manutención, intermediación, transporte o actividades complementarias—, trabajen de modo coordinado para la construcción de diferentes productos turísticos. En este proceso todos los actores implicados utilizan bienes materiales e inmateriales de naturaleza tanto pública, como privada, tales preceptos adquieren mayor connotación a nivel local (Velasco, 2009) citado por Cayotopa (2017) Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Murcia: Universidad de Murcia.

En la ciudad de Tacna, se cuenta con el turismo de sol y playa, se extiende a lo largo de los 1200 km de costa, y supera a aproximadamente los ocho millones de visitantes anualmente, siendo la mayor concurrencia en la temporada de verano especialmente el mes de enero, habiendo alcanzado la cifra de cinco millones en 2012. (Dadon, 2012)

El sector turismo en Perú, representa el segundo sector de exportación no tradicional y aporta al PBI en un 3,9% (Venero, 2017); siendo Tacna un

destino turístico priorizado según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo para el periodo 2017 - 2021 y, que a pesar, de que la actividad turística atrae la inversión privada, mejora los ingresos y; por ende, las condiciones de calidad de vida de la población, no se aprecia en el caso particular de la playa Boca del Río.

Lamentablemente se viene observando que no hay calidad del servicio de hospedaje, en cuanto a la variedad de oferta de servicios de hospedaje, así como la limpieza del mismo, así que no se brindan facilidades de atención en los servicios de hospedaje; de igual forma sucede que no se evidencia calidad del servicio de restaurante, así como la variedad de oferta de servicios de restaurante, así como la limpieza, etc. Además, se observa que no hay una buena calidad de las playas, en cuanto a la limpieza del agua y de la arena, y no hay suficientes puestos de vigilancia y socorro. Así como los accesos a servicios y equipamiento son pocos.

De igual manera no hay una buena calidad de la infraestructura para actividades turísticas, en cuanto a la infraestructura para: compras de artesanía, de boutique, etc., para ocio, como la infraestructura para discotecas, para cafetería y pubs. En cuanto a la calidad de infraestructura para cultura, por ejemplo, para espectáculos culturales; las instalaciones deportivas para básquet, fútbol, vóley, etc.

1.2 Formulación del problema.

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cómo la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?
- b) ¿De qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?
- c) ¿Cómo la gestión turística se relaciona con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?
- d) ¿De qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?
- e) ¿De qué forma la gestión turística se relaciona con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Establecer la relación que existe entre la gestión turística y la calidad de servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Establecer cómo la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- b) Determinar de qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- c) Analizar cómo la gestión turística se relaciona con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- d) Establecer de qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- e) Determinar de qué forma la gestión turística se relaciona con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

1.4 Justificación, importancia y alcance de la investigación

1.4.1 Justificación de la investigación

La investigación se enmarca dentro de la línea de investigación turismo, y se justifica ya que posibilita generar conceptos e información sistematizada sobre el fenómeno de estudio para fines de desarrollo de la oferta turística en la playa Boca del Río y por ende apoyar que se desarrollen impactos positivos en los beneficiarios (visitantes, turistas, lugareños y Región Tacna), ya que se delinearán estrategias para impulsar la optimización de su oferta turística como un destino de sol y playa importante de la Región Sur .

1.4.2 Importancia de la investigación

El presente estudio es importante debido a que coadyuvará a comprender la gestión turística y la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna; por lo que ayudará a caracterizar como se encuentra la gestión turística y la calidad de los servicios del destino sol y playa Boca del Río de Tacna, analizando la comunicación y promoción de los productos y destinos turísticos, así como la calidad de los servicios del destino turístico, con respecto a la calidad de los servicios de hospedaje, servicios de restaurante, playas, infraestructura para compras, ocio y cultura; así como también la infraestructura para compras, ocio y cultura, además el entorno natural y urbano; por lo que el estudio contribuirá a optimizar, a

través de las recomendaciones, a optimizar la gestión turística y la calidad de servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna.

1.4.3 Alcance de la investigación

El alcance se centra en el estudio únicamente de la playa Boca del Río, y académicamente se contribuye con la generación de conocimientos que podrían devenir en aplicaciones para el sector empresarial o productivo de la zona de influencia de la playa Boca del Río.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1 Antecedentes a nivel internacional

Velascoz (2009) elaboró el estudio *Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural*. Cuadernos de Turismo, núm. 23, enero-junio, 2009, pp. 237-253 Universidad de Murcia - Murcia, España. La gestión turística del patrimonio cultural es fundamental, por lo que se hace necesario la comunicación, y la promoción de estos productos turísticos, por lo que es imprescindible que las autoridades deben priorizar el turismo, y deben asignarle el presupuesto necesario para movilizar los productos y destinos turísticos.

López y Vera (2015) investigaron sobre la *Importancia del marketing turístico para el desarrollo sustentable del sector playa Rosada en la Península de Santa Elena*. (Tesis titulación) Universidad de Guayaquil. Resultados: los principales medios de comunicación que utilizaron los turistas fueron en un 61% la referencia de familiares y amistades y en un 28% la web; de otro lado, el 64% y el 85% perciben que el desarrollo del transporte para el turismo de la playa Rosada al igual que el hospedaje no están desarrollados. Un porcentaje similar de 88% opinan que la seguridad

es deficiente y muy poco desarrollada; por lo que es evidente los servicios que se brindan las playas, en cuanto a la limpieza, limpieza de la arena, así como el equipamiento, y los puestos de vigilancia y puestos de socorro, así como los accesos, como las vías, transporte público; así como el acceso y equipamiento para personas con discapacidad. Además, es necesario priorizar brindarle la infraestructura para compras, ocio y cultura.

Asencio, Hernández y Maldonado (2015) estudiaron *El Perfil del turista de playa interno y propuesta de estrategias para la optimización de la oferta turística: Caso de estudio Playas el Majahual y Conchalio, Departamento de la Libertad*. (Tesis licenciatura) Universidad de El Salvador. El estudio concluye que el disfrute en las playas que se encuentran en buen estado, hacen que los visitantes se queden más tiempo, ya que evidencian que en las playas adecuados servicios de hospedaje y restaurante, con relación a la variedad de oferta de servicio de hospedaje; sin embargo, no cuenta con suficiente personal para la atención debida; asimismo, el entorno naturales y urbano, en cuanto a lo natural, con relación a la calidad del paisaje natural, con ausencia de torres eléctricas, canteras, etc.

Rodríguez (2015) elaboró el estudio *Gestión Local del Turismo: El Municipio y su rol en el desarrollo turístico en Chile*. Gestión Turística, núm. 23, enero-junio, 2015, pp. 34-56. Universidad Austral de Chile. El estudio concluyó que las autoridades de las municipalidades no se

preocupan por comunicar, promocionar los productos y destinos turísticos, sobre todo de las playas, a pesar que están brindan un adecuado servicio hotelero y de restaurante, en lo referente a la variedad de oferta de servicios, con calidad y el personal tiene adecuado trato personal.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Beltrán (2011) elaboró el estudio *Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho*. de la Universidad San Marín de Porres, Perú. La presente investigación identifica la percepción de los potenciales turistas respecto a la Región Ayacucho y determina qué elementos potenciales podemos administrar eficientemente para impulsar el turismo y que éstos se constituyan como herramientas de desarrollo económico, social y cambio a una imagen positiva para la región. Al respecto, es necesario indicar que lo que favorece en el turismo es el hermoso entorno natural y urbano, en cuanto a lo natural, con calidad del paisaje, la calidad del paisaje natural, así como lo urbano, que este aspecto no cuenta con animación en la calle, la actitud de los lugareños hacia los turistas, es de desconfianza a veces, pero sí se observa la calidad el paisaje natural.

Casas (2012) en su trabajo de investigación titulado *Influencia de la gestión turística municipal en el desarrollo local sostenible del distrito de Ilabaya 2007- 2010*. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. (Tesis

de grado). El presente trabajo de investigación se llevó a cabo con el propósito de determinar la influencia la gestión turística municipal en el desarrollo local sostenible del distrito de Ilabaya/ 2007- 2010. Para ello se estableció la siguiente hipótesis: La gestión turística municipal influye significativamente en el desarrollo local sostenible del distrito de Ilabaya/ 2007- 2010. El estudio concluye que existe relación de la Gestión Turística Municipal y Desarrollo Local Sostenible, se evidencia que si bien es cierto no hay muchos servicios de hospedaje y restaurante, pero sí se observa un hermoso entorno natural; por lo que las autoridades en alguna medida promueven la comunicación y creación de productos y destinos turísticos, ya que invierten suficiente cantidad para potenciarlo, ya que cuentas con recursos de canon minero.

Cayotopa, L. (2017). Modelo de Gestión Turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural, en el Distrito de Zaña. (tesis de maestría). Universidad Señor de Sipán. El autor concluye que al realizar el análisis tendencial del proceso de gestión turística se aprecia que el turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países, desarrollando políticas públicas que intervienen en la promoción, planificación y comercializadas como pieza clave del desarrollo económico.

- Se trata de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad. Al diagnosticar el estado actual del proceso de gestión turística municipal, integrada y participativa se aprecia que la percepción de la eficiencia del proceso de planificación de las actividades turísticas del Municipio de Zaña, 2017 es de que el 56% que no se encuentra de acuerdo y desconoce el proceso de planificación turística, siendo por lo tanto necesario hacer participar a la comunidad en mencionados acuerdos inmersos al turismo.
- Y así como este resultado, en la mayor parte de las interrogantes realizado la sumatoria del desconocimiento siendo el ítem indiferente o desacuerdo equivale a más del 51% queriendo decir que existe una brecha o necesidad por parte de la población en torno a la participación del conocimiento, inclusión y participación en temas y decisiones turísticas.

Ríos, K. (2017). Gestión turística Municipal en la subgerencia de Turismo de la Municipalidad de Chepén, año 2017 (Tesis de grado). Universidad César Vallejo. El estudio concluye en lo siguiente:

- El proceso de planificación en la sub gerencia de turismo de la municipalidad de Chepén, está ausente en esta gestión. Lo que se manifiesta actualmente en la carencia de una visión y misión de la actividad turística.

- El área de turismo esta conducida por una Licenciada en Turismo, y cuenta con alumnos en calidad de Practicantes de un Instituto Técnico que tiene Programas afines al Turismo y que cumplen solo labores operativas.
- La operatividad de la gestión turística de la municipalidad en referencia, hacia la población, está limitada por la escasa participación de los actores involucrados en turismo (hoteles, restaurantes, etc.)

2.1.3 Antecedentes a nivel local

Casas (2012). Influencia de la gestión turística municipal en el desarrollo local sostenible del distrito de Ilabaya 2007- 2010. Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna. El estudio concluye en lo siguiente:

- La Gestión Turística Municipal del distrito de Ilabaya es deficiente; puesto que existen evidencias que las autoridades no han previsto dentro de su accionar un adecuado Plan Municipal Turístico; promoción turística; y capacitación sobre el mismo. Se observa además ausencia de planes y programas adecuados sobre Ordenamiento territorial y el Presupuesto para el potenciamiento del turismo en la comuna es escaso y no contribuye al fomento del mismo.
- El Desarrollo Sostenible del distrito de Ilabaya es bajo; puesto no se han potenciado el Desarrollo Ambiental; Desarrollo Socio-cultural y los programas y actividades son escasos y no contribuyen al Desarrollo

Económico del distrito de Ilabaya. Por lo que los pobladores de la comunidad se encuentran insatisfechos con la gestión por el bajo desarrollo del distrito; que no les permite mejorar su calidad de vida.

Alanoca y Rivera (2016) sustentaron la tesis “Planeación de infraestructura vacacional para el desarrollo turístico, con manejo integral del entorno natural en el eje costero de la Región Tacna. El estudio concluye que el eje costero de Tacna presenta deficiencias de infraestructuras turísticas adecuadas y de confort para satisfacción del flujo turístico. Conclusión: se requiere un manejo integral del entorno natural del eje costero de Tacna.

Camarena y Coral (2016) elaboraron el estudio *Diagnóstico de los componentes del sistema de gestión turística en comunidades receptoras andinas. Caso: provincia de Chupaca, valle del Mantaro, región Junín*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. El estudio concluye que existe un bajo una visión global del funcionamiento del sistema turístico, los puntos críticos que impiden el impulso de la gestión turística de la provincia. A partir de ello, se plantean 4 ejes estratégicos: (i) la creación de un plan de marketing para posicionar a Chupaca como destino turístico, la creación de un plan de gestión público-privado para realizar un cofinanciamiento de la actividad turística, la elaboración de un programa de

capacitación técnica a los actores involucrados en el sistema turístico, y la elaboración de un plan territorial-urbanístico del destino.

La presente investigación se enfoca en uno de estos ejes: la necesidad de un plan de marketing para el destino turístico de Chupaca. Con ello, se propone la construcción de un modelo de gestión turística dividido en 5 etapas (diagnóstico, análisis de demanda, planeamiento estratégico, planeamiento operativo y control) orientadas a la descripción (para su futura aplicación) de herramientas del marketing a nivel estratégico y operativo, con el fin de mejorar la imagen y consolidar el posicionamiento de la provincia de Chupaca como destino para la práctica del turismo cultural-vivencial. Esta propuesta conjuga los intereses de los actores involucrados en el sistema turístico de esta provincia. Todo, con el fin de lograr una gestión integral y sostenible de la misma.

2.2 Bases teóricas - científicas

2.2.1 Gestión turística

2.2.1.1 Definición

La gestión turística es el proceso de actividades inherentes de fortalecimiento del turismo, para atraer la inversión privada y de esta mejora los ingresos y por ende las condiciones de calidad de vida de la población. Para ello la gestión turística considera la comunicación y promoción. Al

respecto, Pena (2012) sostiene que las estrategias de comunicación conexas con la promoción, comercialización de productos y también destinos turísticos, han experimentado una importante transformación, pasando de la “información a la sugestión, de la promoción a la emoción”. La gestión turística considera es el proceso de comunicación, promoción y creación de los productos y destinos turísticos, que coadyuva al desarrollo económico del país, que se maneja de las actividades que se generen en este ámbito es de suma importancia. (Ríos, 2017).

2.2.2 El turismo

2.2.2.1 Definición

Se define turismo como cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia fija por más de 24 horas, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción con los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa. Para fines estadísticos el turismo necesita de una unidad de medida que le permita realizar comparaciones de cifras turísticas internacionalmente, es de allí que el Comité de Expertos en Estadísticas de la Sociedad de Naciones a fin de facilitar las comparaciones internacionales en la materia, definió no al turismo propiamente dicho, sino

a la persona que realiza esta actividad, definiéndola como visitante, lo cual a su vez conlleva a distinguir tres tipos de turismo.

2.2.2.2 Tipos de turismo

Turismo doméstico o interno, el cual se entiende como los desplazamientos que efectúan los residentes dentro de su país, fuera de su lugar normal de domicilio.

Turismo extranjero o receptor, comprende a los visitantes de países foráneos y que entran al territorio de un país receptor.

Turismo emisor, está contemplado por los por los residentes nacionales que viajan fueran del país.

En consecuencia, de estos tipos de turismo, se logra realizar una clasificación basados básicamente en el lugar de residencia del visitante y el ámbito de su desplazamiento, por lo tanto, el turismo *se clasifica en:*

Turismo interior, el cual está contemplado por el turismo interno y el turismo receptor.

Turismo nacional, que abarca el turismo interno y el turismo emisor.

Turismo internacional, que comprende al turismo receptor y el turismo emisor.

Asimismo, es necesario precisar que, combinando los tipos de viajeros y los motivos principales de sus viajes o visitas, la Organización Mundial

del Turismo ha desarrollado un sistema de clasificación amplio de demanda turística:

a) *Según el objetivo del viaje.* El turismo de ocio, por lo general, incluye viajes de recreo o vacaciones, deporte, salud, religión o estudios. El turismo de negocios comprende los viajes realizados por los directivos de empresas y empresarios y los participantes en congresos, seminarios y jornadas.

b) *Según el origen y destino del viaje.* Por otro lado, si se considera el lugar de origen de las personas que realizan turismo y el destino donde lo realizan se pueden identificar tres formas básicas de turismo:

- *Turismo interno:* el realizado por los visitantes residentes en su propio país.
- *Turismo receptor:* el que realizan los visitantes extranjeros en un país de referencia; y
- *Turismo emisor:* el realizado por los visitantes residentes fuera de sus fronteras.

Estas formas pueden combinarse de varias maneras para obtener las categorías de turismo siguiente:

- *Turismo nacional:* comprende el turismo interno y el turismo emisor.
- *Turismo internacional:* engloba el turismo emisor y el turismo receptor
- *Turismo interior:* abarca el turismo interno y el turismo receptor.

Igualmente, basado en los tipos y categorías de turismo, y considerando que el consumo es una actividad de los visitantes, puede distinguirse los tipos siguientes de consumo turístico:

- *Consumo turístico interno: el consumo realizado por visitantes residentes dentro de su país.*
- *Consumo turístico dentro de las fronteras: el consumo de bienes y servicios nacionales por parte de visitantes extranjeros en el país visitado.*
- *Consumo turístico fuera de las fronteras: el consumo de bienes y servicios internacionales en el extranjero, por parte de visitantes residentes.*
- *Consumo turístico nacional: el consumo de los visitantes residentes fuera y dentro de sus fronteras.*
- *Consumo turístico interior: el consumo de bienes y servicios nacionales tanto por parte de los visitantes extranjeros como de los nacionales.*

En función de la diversidad de características que posee el fenómeno social del turismo, éste se puede clasificar, también, según varios Criterios tales como la procedencia del turista, la frecuencia de visitas al destino receptor, la edad del turista, la motivación, las repercusiones económicas, el tiempo de permanencia en el destino y la forma de viajar entre otras.

2.2.2.3 Turista

Es un visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado por lo menos una noche.

2.2.2.4 Visitante

La Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas sobre Viajes Internacionales y Turismo, definió al visitante como “cualquier persona que se traslada a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por cualquier razón distinta de la de ejercer una profesión remunerada en ese mismo país”. A los efectos estadísticos, se define “toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”, entendiéndose como entorno habitual la combinación de los criterios distancia mínima viajada, duración mínima de ausencia del lugar de residencia y los cambios mínimos entre localidades o territorios administrativos esta definición es la adoptada para la CST.

Tipos visitante

a) Visitante del día (EXCURSIONISTA)

Es un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar o país visitado.

b) Visitante Internacional

Toda persona que viaja, por un periodo no superior a doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

c) Visitante interno

Toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

2.2.2.5 Componentes

a) Comunicación y promoción

Según Pena (2012) las estrategias de comunicación conexas con la promoción, comercialización de productos y también destinos turísticos, han experimentado una importante transformación, pasando de la “información a la sugestión, de la promoción a la emoción” (p.348), siendo una de las vías más importante el entorno de las tecnologías de la información y comunicación, siendo importante la imagen de la marca para poder transmitir y promocionar los intangibles del destino turístico.

b) Promoción y creación de productos y destinos turísticos

- Promoción y creación de productos turísticos

Según el MINCETUR (2014), un producto turístico comprende un conglomerado de componentes tangibles e intangibles que comprenden atractivos turísticos, infraestructura, actividades de recreación, valores e imágenes simbólicas, destinadas a satisfacer las expectativas de los visitantes y turistas, y que son percibidos como una experiencia de turismo.

En tal sentido, promocionar y crear productos turísticos, requiere primero de crear un producto para luego promocionarlo. Esta primera fase de creación involucra tres fases:

a) Planificación,

b) Implementación

c) Comercialización y marketing. (MINCETUR, 2014)

- Promoción de destinos turísticos

Actualmente, la gestión de la promoción de destinos turísticos exige la concreción de estrategias competitivas que los destinos deben aplicar para definir una diferenciación basada en la diversificación de los productos, innovación y fidelización de los clientes; aparejado con un liderazgo en los precios y una satisfacción de las expectativas y necesidades de los diferentes segmentos de visitantes y turistas. (DICA inventa, 2017).

c) Apoyo para emprendimientos empresariales

El Perú en el 2016, se ubicó como uno de los países con mayor número de emprendimientos entre la población económica activa con un 40,2%, “la más alta del planeta” (Janampa, 2017, párr.1). Sin embargo, el 70% de las pymes en el Perú son informales, lo que significa que una tarea pendiente es promover el desarrollo de la formalización (Koc, Silva y Díaz, 2017) para que los emprendimientos no se trunquen o fracasen, lo cual requiere la intervención del Estado para fines de apoyo financiero y capacitación del recurso humano.

- Destinos turísticos

Según Barrado (2004) es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares. Cuenta con:

- Atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía del turista.
- Medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor.
- Respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista.

- Productos turísticos

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e

infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos. (Alanoca y Rivera, 2016).

- **Atractivos turísticos**

Una atracción turística, o atractivo turístico, es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión (Albert, 2015).

- **Recursos turísticos**

Todo aquello que sirve de base para la práctica de actividades turísticas. (Libro blanco del turismo español, 1990). Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona (Barrado, 2004).

- **Hoteles**

Un hotel es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés hôtel, que hace referencia a una “casa adosada”. El hotel es un edificio equipado y planificado para albergar a las personas de manera temporal. (Beltrán, 2011).

- **Restaurantes**

El restaurante es aquel establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo in situ, es

decir, las personas que asisten a un restaurante se sientan en las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, lo ordenan a un mozo o camarero, y una vez listos los alimentos y bebidas se los sirve en a la mesa para que consuman el pedido allí mismo. (Beltrán, 2011).

2.2.2.6 Impactos económicos del turismo

El impacto económico del turismo es identificar los propios elementos que estimulan u obstaculizan su futuro desarrollo y examinar los resultados de la actividad turística mediante comparaciones con los otros sectores de la economía, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo.

El surgimiento del turismo de masas ha engendrado una extrema variedad de iniciativas que han desembocado en instalaciones, equipamientos y actividades que es difícil comprender en su conjunto y en sus efectos sobre el medio en el que se han implantado; y ello muy a menudo sin ninguna referencia a un marco organizado del espacio, lo que explica el reconocimiento relativamente reciente del turismo en la organización del territorio (Lanquar, 1991:12-13).

Impactos económicos del turismo sobre el territorio

La OMT ha puesto de manifiesto las dificultades de análisis de los impactos del turismo por diversas circunstancias. La complejidad para concretar el sector por la falta de precisión en la delimitación y conceptualización económica del fenómeno turístico, ya sea desde el punto de vista de la demanda o de la oferta.

Las dificultades en la elaboración de estadísticas y la insuficiencia de datos disponibles, particularmente en lo que concierne a la evaluación y formulación concreta de las macrodimensiones turísticas fundamentales (valor añadido, inversiones, consumo turístico, etc.) Incluso, la ausencia de análisis específicos, ya que el turismo no produce en lo fundamental bienes materiales, tangibles y, por tanto, fácilmente medibles, sino que presta servicios, de carácter esencialmente intangible y, consecuentemente, más complejos de valorar. Además, la actividad turística, de carácter altamente impactante en algunas de sus estructuras físicas, exige una contabilidad finalista que tenga en cuenta los costes externos (o diferencias entre costes privados y costes sociales) y los bienes y servicios que no tienen valor desde el punto de vista del mercado (OMT, 1980).

A nivel de una economía nacional o de una región, los efectos del turismo se evalúan generalmente a partir de sus repercusiones aceptadas sobre unos objetivos por cualquier sistema económico, tales como su contribución al crecimiento económico, la estabilidad de los precios, el equilibrio de la balanza de pagos, la distribución justa y equitativa de la renta nacional y el pleno empleo. No obstante, el estudio de la OMT (1980) reagrupa sus efectos según los tres tipos siguientes:

- a) Los efectos globales o los efectos sobre el crecimiento y el desarrollo económico.
- b) Los efectos parciales sobre la economía nacional, es decir, sobre los agentes, sectores, variables y microdimensiones fundamentales de la economía nacional.

c) Los efectos externos que, dentro del ámbito sociocultural, físico y de los recursos humanos, están más cercanos a los efectos económicos tomados en el sentido estricto de la palabra.

Efectos globales

Los efectos globales afectan al conjunto de la economía nacional y en ellos se incluyen los impactos sobre la estrategia de desarrollo y el crecimiento de los sectores productivos muy ligado a la diversificación económica que implica la primera.

- Estrategia de desarrollo

Los efectos sobre la estrategia de desarrollo consisten esencialmente en la posibilidad de financiar el proceso a través de las divisas obtenidas por el turismo internacional y en la utilización de este como catalizador del desarrollo mediante la diversificación sectorial y el efecto multiplicador sobre la economía.

- Crecimiento de los sectores productivos

De ahí la importancia de los efectos sobre los sectores productivos y su crecimiento ligado al consumo de bienes y servicios finales para satisfacer las necesidades de los visitantes. Este crecimiento sectorial no se limita a las actividades más directamente ligadas a la producción turística (transporte, organización de viajes y hostelería), sino que, por el contrario, afecta a una amplia variedad de ramas, la mayor parte con excepción de algunas industrias pesadas (Figueroa, 1990). Por tanto, el turismo constituye un factor de dinamización del

sistema económico global. Permite diversificar, a través de multitud de relaciones intersectoriales, la actividad económica, elemento relevante para los países en desarrollo, pues de esta manera pueden complementar e integrar la base de su sistema productivo, al mejorar la eficiencia del mismo.

Este efecto multiplicador, inducido por el aumento de la producción para **satisfacer** la demanda suplementaria turística, resulta más fuerte cuanto más débil sea la propensión marginal a ahorrar o importar, trasladándose en cadena al conjunto de la actividad económica a través del incremento de producción de las empresas, de la inversión y de la distribución de nuevas rentas salariales y no salariales (beneficios, dividendos, intereses, alquileres, etc).

La creación de empleo acompaña el proceso bien sea directamente vía sectores más específicamente turísticos, muy intensivo en factor trabajo de carácter no cualificado o semicualificado abundante en los países en desarrollo; bien indirectamente vía sectores proveedores relacionados con estos últimos.

Es cierto que en algunas ramas –precisamente entre las más turísticas –se trata de empleo inestable, discontinuo y de escasa calidad, condiciones que se degradan en los países menos desarrollados, sin embargo, les aporta una ventaja comparativa en términos de costes laborales, crecientemente importantes en el coste final turístico en destinos especializados en el turismo de masas como los destinos de sol y playa.

a) Efectos parciales

Los efectos parciales inciden sobre los agentes, sectores, variables y macromagnitudes de la economía nacional. Destaca en particular el efecto del turismo en la estabilidad y equilibrio del sector exterior.

- Sector externo

Los bienes, servicios y rentas ligadas al turismo internacional tienen el mismo impacto sobre los pagos internacionales que las importaciones y exportaciones, al igual que ocurre con los flujos de capital para infraestructura y equipamiento turístico a los que se ha de recurrir frecuentemente para dinamizar al sector. En el caso de los grandes complejos hoteleros construidos por grupos multinacionales, suelen presentar una elevada intensidad importadora y mayores posibilidades para la fuga de divisas (transferencias intragrupo, desvíos a paraísos fiscales, etc.).

Todo ello afecta a los ingresos y gastos de cada país con el resto de las economías e incluye en la balanza de pagos. Esta constituye la expresión de las relaciones económicas y financieras de los países con el exterior, en las que cada Estado busca el equilibrio con los restantes. A pesar del insuficiente tratamiento en la balanza de pagos, las operaciones turísticas afectan de manera importante a su saldo final, tanto para los países emisores como receptores. En los países emisores, de mayor nivel de desarrollo y cuentas externas saneadas, se produce un trasvase de divisas hacia los países receptores, predominantemente menos desarrollados y con saldo exterior deficitario, siendo un mecanismo que, además de favorecer el reequilibrio del comercio internacional, permite a estos países en

desarrollo captar recursos para financiar su propio desarrollo y hacer frente, en consecuencia, a la necesaria importación de los bienes de capital y tecnología que precisan.

No obstante, debe señalarse que las exigencias de importaciones y capital para atender las necesidades del turismo en muchos países en desarrollo son muy elevadas, sin que, en algunos de ellos, los más pequeños, existan posibilidades de sustitución interna. Además, el recurso a las divisas del turismo genera en muchos casos una gran dependencia de los países emisores, cuyas variaciones en la frecuentación de uno de estos destinos puede perjudicar fuertemente a estas economías, afectando a su estabilidad y dañando fuertemente su balanza de pagos.

Por otra parte, el saldo persistentemente deficitario de la balanza de pagos puede afectar a la estabilidad del tipo de cambio e inducir a una depreciación de la moneda para restaurar la competitividad perdida como destino turístico y estimular la generación de divisas con que restablecer el equilibrio externo, ahora con mayor volumen de visitantes al caer el valor de la divisa, lo que puede afectar a la calidad del producto mismo y su sostenibilidad. Por el contrario, la existencia de un saldo positivo en la balanza de pagos generado básicamente por el turismo, puede alterar la oferta monetaria y alimentar tensiones inflacionistas.

- Sector público

El incremento del turismo implica, a su vez, el crecimiento de los ingresos en el sector público a través de la mayor recaudación tributaria que, para los

países en desarrollo, significa incrementar sus posibilidades de intervención pública. El volumen de tales ingresos fiscales está condicionado por el tipo aplicado, la amplitud de la base económica implicada en la actividad turística y el nivel de evasión existente, frecuentemente elevado por la amplia participación de la economía sumergida y, en algunos destinos menos desarrollados, la actividad informal. Los impuestos que gravan el turismo, como en la mayor parte de las actividades económicas, son impuestos ligados al consumo turístico (IVA, impuestos especiales, tributos sobre las importaciones para necesidades inmediatas de los turistas, etc.) e impuestos sobre las transacciones y rentas generadas por la producción turística ya sean de carácter directo (renta de las personas físicas y jurídicas, cotizaciones sociales, transmisiones patrimoniales, impuestos locales, etc.) o indirecto (impuestos indirectos generados por el consumo de las empresas).

Dado que la fiscalidad del turismo no tiene carácter finalista, salvo las cotizaciones sociales afectadas a la financiación de la seguridad social, las administraciones públicas pueden emplear su recaudación en cualquier tipo de gasto, sin restricción alguna. En todo caso, la mayor recaudación habría de servir para enfrentar el incremento del gasto asociado al desarrollo de la actividad turística (promoción, administración, inspección, formación, subvenciones, transferencias, exenciones, deducciones, etc) o a resolver los cuellos de botella generados por la insuficiencia de las infraestructuras (transporte, energía, comunicaciones, saneamiento, tratamiento, abastecimiento, etc.) y equipamientos públicos (sanitarios, deportivos, culturales, etc.) frente al incremento de usuarios

asociados a la presencia de turistas. Para los países en desarrollo, los déficits de capacidad de estas dotaciones, especialmente las relacionadas con el transporte y la urbanización de los centros turísticos, suponen una clara restricción a las posibilidades de dinamizar su potencial turístico. Su construcción entraña un esfuerzo importante que, a menudo, lejos de ser compensado con la mayoración de los ingresos turísticos a corto e, incluso, medio plazo, requiere recurrir al endeudamiento externo o, alternativamente, a un retraso de la modernización.

- Precios

La actividad turística como cualquier otra, puede influir en el nivel general de precios, como también estos últimos pueden incidir en aquel. Efectivamente, una expansión del turismo puede actuar como un factor inflacionista, especialmente cuando la provisión de bienes y servicios, en ausencia o insuficiencia de importaciones, no sigue el incremento de la demanda.

- Equidad del sistema

La elevación de la renta nacional derivada del crecimiento económico pueden constituir una oportunidad para mejorar la equidad del sistema y el reequilibrio territorial, a través de su redistribución social y espacial, vía incremento de la renta personal, especialmente salariales, en el primer caso, y vía los movimientos migratorios generados por la atracción turística en el segundo. Pero, con frecuencia, ello supone que en los territorios más deprimidos. El reequilibrio es más fruto del despoblamiento que del crecimiento, además de

permitir una menor dependencia del mercado externo, reequilibrar social y territorialmente los países. Sin embargo, a menudo, especialmente en los menos desarrollados, el turismo se presenta más como un generador que un redistribuidor de rentas, lo que resta capacidad a su enorme potencial como instrumento reductor de la renta y la mayor apropiación del Estado deberían facilitar la ampliación de las políticas redistributivas a favor de la equidad (garantía de rentas mínimas) y la igualdad de oportunidades (en sanidad o educación).

2.2.2.7 El turismo y su contribución al desarrollo económico

Los conceptos de crecimiento económico y desarrollo económico no implican lo mismo, por tanto, es importante hacer una distinción entre ambos.

Se define crecimiento económico como el aumento en la producción real de bienes y servicios per cápita de un país. Ello implica que en la economía se producen más bienes y servicios para satisfacer los deseos materiales de la población. Es un proceso sostenido a lo largo del tiempo en el que los niveles de actividad económica aumentan constantemente y se detecta, generalmente, a través de la evolución del producto nacional bruto (PNB) o del producto interior bruto (PIB) a lo largo plazo, medidas estadísticas del cambio de la producción de un país y, por tanto, de su nivel de actividad.

El crecimiento económico es un aspecto de otros procesos más general: el desarrollo de una sociedad. La evolución de cualquier sociedad a lo largo del tiempo refleja cambio fundamental en su organización y en sus instituciones. Con

el estudio del crecimiento económico sólo se pretende analizar una parte de ese desarrollo social, aquella referente a la evolución de la producción y la riqueza de un país.

El crecimiento económico tiene asociado una serie de ventajas, que permiten lograr niveles de vida más elevados, aumentar el empleo y mejorar la competitividad. Cuando hay crecimiento es posible, incluso, tomar medidas para alcanzar una distribución más igualitaria de la renta. No obstante, esa distribución depende del funcionamiento del sistema económico y de la política gubernamental. Así, en los países menos desarrollados, los resultados del crecimiento económico son más intensos, traen cambios sociales y ambientales con una prosperidad material, aunque la distribución de esos beneficios es a menudo desequilibrada (Tribe, 2005:284).

Pero, también plantea ciertos inconvenientes, las externalidades negativas, que tienen efectos sobre la calidad de vida (la contaminación del medio ambiente y el agotamiento de ciertos recursos naturales). De ahí que se planteen posibles conflictos entre procurar un incremento elevado o aspirar a una cierta calidad de vida, dadas las consecuencias sociales y económicas que el crecimiento conlleva. Si se pretende alcanzar un crecimiento sostenible deben afrontarse estos retos. (Monchón, 2004:388-389).

Las causas del crecimiento económico y las características del mismo adoptan peculiaridades distintas para cada país. El aumento del capital físico

(recurso escaso y determinante de la productividad), la mejora del capital humano (la cualificación y formación de los trabajadores), los avances tecnológicos y la mejora en las técnicas de gestión suelen considerarse determinantes básicos del crecimiento económico.

2.2.1.8 Marco normativo

En materia turística

- Ley General de Turismo (Ley 29408, 17.09.2009): Contiene el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística, los principios básicos de la actividad turística y los objetivos de la política estatal, declarando al MINCETUR como el ente rector a nivel nacional competente en materia turística.
- Reglamento de la Ley General de Turismo (Aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2010- MINCETUR del 16.01.2010).
- Modifican (R.M. N° 155-2001-ITINCI/DM) relativas a las actividades que operan los Prestadores de Servicios Turísticos (Resolución Ministerial N° 224-2005 - MINCETUR-DM, 27.07.05)

Por otro lado, con el fin de mejorar la competitividad de las MYPE turísticas es necesario que el sector público tenga un rol normativo, promotor, facilitador, concertador y descentralizador que ayude a superar las inequidades en el acceso a los servicios y las imperfecciones en los mercados a los que se enfrentan las MYPE. Este rol del estado se fundamenta en la siguiente base legal:

Ley MYPE 28015, Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo (N° 28304).

En relación a Gobiernos Locales

- Ley Orgánica de Municipalidades (N° 27972): El 27 de mayo del 2003 se publicó en el diario oficial El Peruano la nueva ley orgánica de municipalidades - 27972, producto de un largo proceso de discusión que, paradójicamente, involucró más activamente a una serie de instituciones y algunos sectores públicos y privados, que a la mayoría de Congresistas y alcaldes del país. Tal situación, pone de manifiesto que las municipalidades y su acción en las localidades son percibidas por sectores de la sociedad y del Estado como una instancia esencial para la mejora en las condiciones de vida de los peruanos y como un factor clave del fortalecimiento de un régimen democrático.

2.2.1.9 Instrumentos de gestión municipal

Para realizar la gestión turística es necesario considerar una serie de instrumentos, sin los cuales sería imposible realizar un trabajo serio y efectivo. La aplicación de estos instrumentos permitirá obtener los resultados esperados de planeación del turismo. Los instrumentos de gestión municipal más importantes son: Seguimiento y control de las etapas de la planificación turística y de sus resultados, coordinación entre todos los agentes sociales, participación comunitaria, apoyo al sector empresarial, mantenimiento y actualización de un sistema de información turística y capacitación de los recursos humanos.

a. Seguimiento y control

La planeación en sí misma no es infalible, ni asegura milagros, por eso requiere de un proceso de seguimiento en cada una de sus etapas.

No hay que perder de vista que: los objetivos son producto del acuerdo entre todos, el diagnóstico recoge en profundidad la información sobre la oferta y la demanda turística, los puntos fuertes y débiles reflejan la realidad del municipio, la estrategia turística es la que más conviene a los intereses del municipio, el Programa de Actividades intenta resolver los problemas y es viable.

En ocasiones, aunque se logre un desarrollo planificado del turismo y se haga un seguimiento estricto, puede suceder que: Las circunstancias cambien y lo alteren todo, aparecer situaciones que no se esperaban.

Por tal motivo, es preciso llevar un control de los resultados, especialmente de:

a.1 Cumplimiento de los Objetivos del Plan.

Respecto a:

- La mejora de la calidad de vida de la población.
- El aumento del flujo de turistas
- La ampliación de la oferta de alojamiento, etc.

a.2 Ejecución del Programa de Actividades.

El Programa de Actividades requiere un seguimiento y un control muy estricto para asegurar:

- Los presupuestos necesarios.

- La coordinación entre organismos, públicos y privados.
- Y el cumplimiento de los plazos de ejecución.

De lo contrario, las acciones no podrán realizarse en el momento oportuno y el plan de desarrollo turístico perdería toda efectividad.

a.3 Evaluación de los impactos del turismo.

Cualquier proyecto turístico para ser incluido en un Programa de Actividades, debe presentar un estudio de impacto ambiental y socioeconómico.

Es indudable que sobre el medio ambiente y sobre la población, van a influir: La infraestructura creada, los nuevos servicios turísticos, el aumento del número de visitantes y el uso que los turistas hagan de nuestro patrimonio.

Por tal motivo, es preciso mantener después del proceso de planificación, un control continuo de los impactos para evitar que el nuevo desarrollo turístico se convierta en un problema en lugar de una solución.

Una forma de control de impactos y del cumplimiento de los objetivos del Plan y su eficacia es a través de:

- Entrevistas y reuniones con los residentes de la zona, para comprobar después de un cierto tiempo, sus reacciones ante el turismo, su acuerdo ante las obras realizadas, la existencia o no de mayores oportunidades de empleo.
- Encuestas a los visitantes, para conocer su nivel de satisfacción, su agrado ó desagrado ante los servicios y recursos turísticos del municipio, etc.

- Encuentros con empresarios, para saber si comparten las medidas adoptadas para el gobierno municipal, si aprecian nuevas oportunidades de negocio, más clientela, etc

b. Coordinación

Es de vital importancia la coordinación entre los organismos implicados en el turismo, para llevar adelante la ejecución de un Programa de Actividades. El gobierno municipal debe mantener una fructífera relación con: las instancias superiores de la administración pública, como ministerios, institutos autónomos, gobierno departamental, etc.; el sector privado, representado por grandes, medianos o pequeños empresarios.

Con la finalidad de lograr el financiamiento y la ejecución de las obras necesarias en el desarrollo turístico, tales como: grandes infraestructuras, equipamientos y servicios, tanto públicos como privados, ordenación del espacio natural y urbano, etc.

Es muy fácil hablar de la necesidad de esta coordinación, pero es justo reconocer las dificultades y limitaciones de la administración local para lograrlo, por esta razón se propone una forma de ponerse de acuerdo, que se aplica con frecuencia en el Programa de Actividades de cualquier Plan de Desarrollo, sea turístico, urbano o de otro tipo.

El punto de partida, es que se precise una organización administrativa dinámica, para dar capacidad de mando al gobierno local, e imponer la obligatoria

coordinación entre los diferentes niveles de la administración pública y los organismos privados.

En la práctica, una solución posible que habría que considerar en el marco de la legislación nacional del país, pasa por dos vías que son complementarias:

- Los Convenios de Colaboración que pueden suscribirse entre entes públicos y también entre organismos públicos y privados.
- La creación de un Consejo de Desarrollo Turístico encargado del cumplimiento del programa de actividades y de la gestión del desarrollo turístico del municipio en su conjunto.

b.1 Los Convenios de Colaboración entre Entes Públicos

Permiten llegar a acuerdos sobre lo que le corresponde aportar y hacer a cada nivel de la administración pública, para lograr el desarrollo turístico de una zona determinada.

De esta manera, el gobierno municipal tendrá un respaldo legal que le permitirá ejercer de forma más efectiva sus derechos para: Obligar al cumplimiento de las obras que escapan a sus competencias, y para resolver conflictos en la coincidencia de atribuciones, que no aclara la legislación.

Los convenios que firme el municipio con órganos o instituciones de la administración central o departamental deben especificar: Los órganos que celebran el acuerdo, las competencias de cada parte, la financiación de las obras, las acciones que se acuerdan desarrollar, el período de ejecución de las acciones y

el plazo de vigencia del convenio, lo cual no impedirá su prórroga si así lo consideran las partes.

b.2 Los Convenios de Colaboración entre Sector Público y Privado

Facilitan el despegue de la actividad turística cuando los presupuestos de la administración pública son escasos, buena parte de las inversiones necesarias, sobre todo referentes a la creación de hoteles, de servicios de transporte, recreación, establecimientos de alimentación y bebidas, etc., pueden ser resueltas por el sector privado, sin embargo, cuando es preciso ir más allá, urbanizando nuevas zonas o acondicionando el uso de grandes espacios turísticos, debe establecerse un convenio de colaboración entre la autoridad municipal y los particulares con capacidad de invertir.

Este tipo de convenios, se conoce también como empresas mixtas y son de mucha utilidad para llegar a acuerdos puntuales sobre: La propiedad del suelo para impulsar un determinado tipo de desarrollo, construcción de la infraestructura, servicios y equipamiento básicos, cuando el municipio no está en capacidad de hacerlo, financiación de obras y proyectos, ejecución, explotación y mantenimiento de determinados servicios o proyectos turísticos.

b.3 Consorcio de Desarrollo Turístico

Es una acción complementaria a las anteriores, para dar mayor fuerza a la colaboración entre sector público y privado en sus actividades conjuntas.

Sus representantes, se unirán bajo este órgano de gestión para prestar apoyo administrativo, técnico y económico al desarrollo turístico integral del municipio desde sus inicios hasta su consolidación.

El Consejo de Desarrollo Turístico Municipal debe contar con unos estatutos que regulen: Su funcionamiento organizativo, los aportes económicos de las entidades que lo forman, las responsabilidades de los miembros, las acciones a realizar, el tiempo que durará su gestión turística.

El Consejo se encargará de las siguientes funciones que podemos destacar: Elaborar los estudios para el desarrollo turístico, abordar su ejecución a través de un Programa de Actividades, lograr el financiamiento de las obras, realizar las infraestructuras básicas, crear o gestionar los y equipamientos, encargarse del mantenimiento de las instalaciones.

Es importante reiterar que las municipalidades cumplen un papel protagónico en el desarrollo turístico de su comunidad, y como árbitro entre entidades públicas y privadas.

c. Participación comunitaria

La participación popular es una parte fundamental en todo el proceso de planeación, y por supuesto, en la gestión del desarrollo turístico. Es decir, que el gobierno municipal impulse la participación de la comunidad en el proceso para definir las bases de una estrategia de desarrollo turístico, para que sea fruto de la cooperación y el diálogo entre la población y los diferentes agentes locales implicados.

Por todo ello, fomentar la participación de la comunidad, es necesario para la buena marcha del turismo, por las siguientes razones: Para que la comunidad comprenda y conozca las ventajas del turismo y sepa que tendrá que dar a cambio, para que intervenga en las decisiones que les afecten, para que los residentes se adapten a la actividad turística y acepten los cambios, para que sepan cómo beneficiarse del turismo, para evitar tensiones entre comunidad y turistas, para esto, deben tomarse medidas concretas que favorezcan la participación popular:

c.1 Informar a la comunidad:

- Los beneficios y problemas que trae consigo el turismo.
- La importancia del turismo sustentable.

c.2 Fomentar una cultura turística:

- Respetar y defender los recursos naturales y culturales que representan la fuente de su desarrollo turístico y su propia identidad.
- Ofrecer un trato amable a los visitantes, ser tolerantes y hospitalarios con gente de lenguas y costumbres diferentes, aprovechar las oportunidades que brinda el turismo respecto a: Nuevos empleos, mejores ingresos, posibilidades de negocio para pequeños y medianos, empresarios, etc.

c.3 Realizar consultas:

Consultas periódicas a la comunidad, sobre diferentes temas relacionados con el turismo:

- Sus expectativas en relación a la actividad turística.
- Su opinión sobre las obras necesarias para preparar al municipio.
- Su acuerdo sobre aprobación de presupuestos.
- Denuncias sobre problemas ambientales, urbanos, sociales, que puedan afectar al turismo, etc.

La participación popular es un vehículo que le permitirá conducir el turismo, hacia su consolidación, el control y la vigilancia social que es capaz de ejercer cada uno de los miembros de su comunidad, le ayudará a prevenir muchos de los efectos indeseables del turismo, además la participación popular tiene otras ventajas:

- Eleva la dignidad colectiva, pues permite decidir a la sociedad civil sobre asuntos que le preocupan.
- Favorece la igualdad entre todos los miembros de la comunidad, sean habitantes del campo o la ciudad, obreros o empresarios.
- Refuerza la democracia, y hace más sólida la confianza de los ciudadanos en su gobierno.
- Contribuye a la integración social, la unión hace la fuerza, y si todos nos ponemos de acuerdo en los mismos objetivos llegaremos antes a ellos.
- Ayuda a hacer un buen uso de las finanzas municipales, y a exigir el cumplimiento de las inversiones programadas.
- Fortalece la identidad regional.

d. Apoyo al sector empresarial

Otro pilar que sostiene el desarrollo de la actividad turística es el empuje de las empresas vinculadas al turismo. Se puede diferenciar entre pequeñas, medianas y grandes empresas; todas son necesarias, ya que cada una aportará desde su posición en sacar adelante la actividad turística.

Las empresas locales serán la clave de una economía turística estable y participativa, en la que la distribución de los beneficios pueda llegar a toda la sociedad.

Si el turismo hace el mayor uso posible de los bienes y servicios locales, tales como: Alimentos, materiales de construcción, decoración y muebles, agencias de viajes y guías turísticos, etc.

Entonces, el turismo alcanzará el máximo nivel de empleo local posible y tendrá para todos un sentido insustituible, siendo en esa medida atendido y cuidado, por el bien de nuestros propios intereses. Sin embargo, el gobierno municipal debe encargarse también de motivar a empresarios nacionales e internacionales, con capacidad de invertir en proyectos turísticos.

Para fomentar las inversiones tanto locales como externas, la administración municipal debe aplicar medidas de apoyo concretas para crear el clima de confianza necesario entre los empresarios, algunas de estas medidas pueden ser las siguientes:

- Apoyar la formación de pequeñas y medianas empresas turísticas, que den un empuje técnico y/o financiero a:
 - Personas con buenas ideas y pocos recursos económicos.

- Grupos familiares o individuos, con experiencia en distintos oficios, como artesanos, cocineros, carpinteros, hoteleros, campesinos, etc.
- Jóvenes creativos con ganas de trabajar.
- Contribuir con la organización de cooperativas, que puedan colaborar directa o indirectamente en el turismo, sean agrícolas, artesanales o de otro tipo.
- Simplificar procedimientos administrativos, para estimular a grandes y medianos empresarios del sector turístico.
- Ofrecer incentivos a la inversión turística en la municipalidad, por ejemplo: Exoneración de impuestos por un periodo de tiempo, tierras a más bajo precio, mano de obra capacitada, crear un fondo de desarrollo turístico con aportaciones públicas y privadas, para apoyar: Pequeñas pero interesantes iniciativas turísticas, acciones de mejora en las instalaciones, modernización de empresas turísticas, etc., promover la creación de marcas turísticas que agrupen a las empresas locales, especialmente en el caso de los hoteleros, para promocionar de forma unificada sus servicios, esto será más barato y efectivo.

e. Sistema de información turística

Para gestionar el desarrollo turístico a nivel local, no debe faltar una base de datos que reúna toda la información turística disponible.

Una base de datos, es decir, un sistema de información turística, es un registro sobre las características, evolución y comportamiento del turismo en el municipio.

Para ello se requiere crear el registro de datos turísticos a través de:

Medios manuales, como un archivo bien ordenado y medios más tecnológicos, como una computadora.

Los datos que deben registrarse en un Sistema de Información Turística son:

- Llegadas de turistas: de dónde vienen, porqué vienen, qué buscan, cómo son, entre otros.
- Tipos de alojamiento existentes: número, categorías, prestaciones, nivel de ocupación, entre otros.
- Servicios turísticos: Tipos de empresas, características, entre otros.
- Inventario de recursos turísticos: Características y problemática.
- Proyectos turísticos, propuestos o aprobados.
- Ingresos y gastos: Cuánto recibe el municipio por turismo, de dónde provienen los ingresos y cuáles son los gastos corrientes.
- Presupuesto: Partida de inversiones previstas.
- Fondos de cooperación: Ayudas técnicas o financieras
- Otros.

La utilidad del sistema de Información para la municipalidad se basa en:

- Llevar un control de los visitantes que se reciben, del empleo creado, de los ingresos, de los proyectos, entre otros.
- Mejorar el servicio a los visitantes en la Oficina de Información Turística.
- Disponer de una fuente de consulta permanente para inversionistas, empresarios, estudiantes y cualquier persona interesada.

- Conocer las posibilidades y apreciar los avances en turismo.
- Tener una información de partida para cualquier estudio o proyecto que sea preciso realizar, como diagnósticos, estudios de mercado, proyectos de promoción turística, etc.
- Detectar problemas y planificar a tiempo las medidas correctoras.

f. Formación y capacitación.

Los funcionarios municipales, los empleados de las empresas turísticas, los empresarios, los campesinos y el ciudadano común, deben estar preparados para hacer lo mejor posible en materia turística. La buena gestión del turismo, se denota por trabajar con gente bien capacitada y formada de acuerdo a las tareas que se le asigna.

Los funcionarios del municipio, deben estar preparados mínimo para: Atender al turista y proporcionarle la información que necesite, conocer el proceso de planificación turística, utilizar el sistema de información turística, tener conocimientos sobre administración municipal, dominar la legislación municipal, comprender y defender el turismo sustentable, controlar las prestaciones de los servicios turísticos y evitar fraudes al turista, estar familiarizado con la estrategia turística municipal, ser los primeros agentes de promoción del turismo.

El personal al servicio de empresas turísticas, debe ser capacitado para trabajos como:

- La hostelería, en sus diferentes especialidades, cocina, servicios de comida y bebida, limpieza, recepción, mantenimiento, administración, entre otros.
- Los establecimientos de alimentos y bebidas que también necesitan profesionales para atender la cocina, para servir las mesas, para limpiar, para recibir y organizar al público, etc.
- La atención al público, en tiendas, oficinas, entre otros.
- Las agencias de viaje y guías turísticos, que en muchos casos exige el conocimiento de idiomas.
- Las relaciones públicas incluidos aquí animadores, promotores turísticos, anfitriones, entre otros.

Los empresarios, sean pequeños o grandes, y aunque dependan de forma indirecta del turismo, deben saber: Atender de forma respetuosa las quejas y solucionar en la medida de lo posible las dudas del turista, organizar y dirigir un personal competente, respetar al turista, ofreciendo un buen servicio al precio justo, los engaños no sirven de nada, ser serios en el compromiso de ofrecer un servicio de calidad, tener conocimientos de contabilidad.

La población en general debe estar preparada, pues su comportamiento puede mejorar o dañar la imagen turística del municipio, por ese motivo se les recomienda: Ser amable, sonreír y ser educado, ser limpio y no ensuciar, cuidar el entorno, mantener en buen estado jardines, fachadas y calles.

2.2.3 Calidad del servicio

2.2.3.1 Teoría

El Modelo de medición de calidad del servicio

a) El modelo Servqual

De acuerdo con Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, 1991), citado por Velasco (2010), bajo el concepto de calidad percibida, desarrollaron un instrumento de medida llamado SERVQUAL (palabra conjunta que se derivan de la palabra Service Quality) que permite evaluar por separado las expectativas y percepciones del cliente a partir de cinco categorías (producto de la correlación las diez dimensiones que identificaron para medir la calidad del servicio).

Este modelo compara las expectativas frente a las percepciones del consumidor y se encuentra representado por un cuestionario de 22 preguntas que mide la calidad de un servicio y que se basa en las percepciones y expectativas del consumidor.

Tabla 1

Elementos Servqual

Elementos	Definición
tangibles:	<ul style="list-style-type: none"> • referida a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación;
Fiabilidad:	<ul style="list-style-type: none"> • habilidad relacionada con la prestación del servicio prometido de modo fiable y cuidadoso;
Capacidad de respuesta:	<ul style="list-style-type: none"> • Informar puntualmente y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio de las entidades financieras. • Brindar un servicio rápido y ágil de los empleados del banco. • Los empleados de la caja municipal siempre deben estar dispuestos a ayudar • Los empleados de la caja responden rápidamente a las solicitudes de los clientes.
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento y atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; y,
Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Esfuerzo por entender la perspectiva del usuario mediante la atención individualizada.

Fuente: Elaboración propia

2.2.3.2 Definición de calidad del servicio

Según Quintanilla (2009), la calidad objetiva es una visión interna de la calidad, pues es vista desde un enfoque de producción. El objetivo básico de la calidad objetiva es la eficiencia y por ello se usa en actividades que permitan ser estandarizadas (control estadístico de la calidad).

En la literatura sobre la calidad del servicio, el concepto de calidad se refiere a la calidad percibida, es decir “al juicio del consumidor sobre la excelencia y superioridad de un producto”. (Matute, Izquierdo, Porras, y Solano, 2008).

Tabla 2

Definición de calidad del servicio

Autor	Concepto
Según Rust y Oliver (1994)	Los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado.
Bou (1997)	El proceso de medición de la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos

Fuente: Elaboración propia

2.2.4 Calidad del servicio del destino de sol y playa Boca del Río

2.2.4.1 Definición

Según la Consejería de Turismo y deporte de la Junta de Andalucía (s.f.) el constructo calidad posee un significado amplio y se aplica a todo tipo de sector o de actividad, sin exclusiones. En tal sentido, qué duda cabe que la variedad de actividades y actores que interactúan en el sector turismo representa una complejidad que demanda un enfoque específico y particular,

ya que el servicio turístico está relacionado con la satisfacción de aquel que hace uso de alojamientos, restaurantes, de cómo percibe el entorno, el ambiente, entre otros, lo cual involucra la percepción física y la percepción de las características del propio humano que forma parte del entorno.

2.2.4.2 Componentes

a) Calidad del servicio de hospedaje

Con respecto a la calidad del servicio de hospedaje se da cuando se cumple las expectativas de los clientes o usuarios, es decir, que están conforme con la variedad de oferta de servicios que pudiera brindar los hospedajes como el servicio de desayuno, almuerzo y cena, así como el servicio de servicios de atención en la habitación, así como los servicios higiénicos que se brinda.

Asimismo, se considera la limpieza del hospedaje, es decir, en las habitaciones, limpieza de los servicios higiénicos, los del comedor.

La facilidad de atención en los servicios de hospedaje que lo desarrolla personal profesional con un trato muy bueno por parte del personal. Asimismo, hace referencia la facilidad atención a niños y personas capacitadas. Así como también de productos, que involucra la calidad de productos relacionados con las habitaciones, con los alimentos, y entretenimientos que se brinda.

b) Calidad del servicio de restaurante

La calidad del servicio de restaurante considera la diversidad de oferta de servicios, así como la limpieza de platos y cubiertos, es decir, la limpieza en los servicios de mesa; además la facilidad de atención al restaurante desarrollado por un personal profesional, así como el trato adecuado del personal. Asimismo, existe la facilidad de atención a niños y personas discapacitadas.

La calidad de productos de los servicios de restaurante, que involucra lo relacionado a los alimentos, calidad de productos de entretenimiento para niños, así como la calidad de productos y presentación de la mesa.

c) Calidad de las playas

Limpieza del agua y arena

La presencia de arena y aguas limpias de las costas constituye un elemento fundamental, al momento de decidir la selección del destino de ocio y recreación, a tal punto, que muchos la consideran el primer elemento a tener en cuenta, por lo que su gestión es primordial para el éxito de cualquier zona costera turística. (Yepes y Cardona, 1991)

En el Perú, el Ministerio de Salud a través de la Directiva Sanitaria N°038 – MINS/DIGESA-.01 ha establecido el procedimiento para la evaluación de la calidad sanitaria de las playas del litoral peruano, en base a tres criterios:

Calidad microbiológica del agua de mar, Calidad de limpieza (Limpieza de playa y recipientes para residuos sólidos) y Presencia de servicios higiénicos.

Tabla 3

Calidad microbiológica del agua de mar

Variable	Rango de Valor	Puntaje	Calificación	Puntaje Máximo por Variable
Limpieza de la Playa (Residuos sólidos / 10 m ²)	Ausencia de residuos sólidos.	0.40	Buena	0,40
	Residuos sólidos hasta 1 a 15, en 10 m ²	0.20	Regular	
	Residuos sólidos mayor de 15, en 10 m ²	0.00	Mala	
Recipientes para Residuos Sólidos	Disponibles y en buen estado.	0.05	Presencia	0,05
	No disponibles o en mal estado.	0.00	Ausencia	

Fuente: Directiva Sanitaria N° 038-MINSA/DIGESA-V.01

La calidad de las playas considera la limpieza del agua, ya que muchas veces las personas que van a disfrutar de las playas dejan basura o en todo caso entran a la playa sin previo baño, por lo que es necesario una vigilancia permanente de la limpieza de las playas. Asimismo, la limpieza de la arena, que implique que el personal de mantenimiento constantemente limpie las playas.

- Equipamiento (duchas públicas, servicios sanitarios)

Considerar en las playas que se consideran destinos turísticos importantes, la instalación de duchas y Lavapiés públicos. En el caso del

Perú, el Ministerio de Salud ha establecido los criterios de control mínimo de presencia de servicios higiénicos en las playas del litoral:

Tabla 4

Criterios de control de presencia de servicios higiénicos en el litoral peruano

Variable	Rango de valor	Puntaje	Calificación	Puntaje máximo por variable
Disponibilidad de servicios higiénicos	Disponibles limpios y funcionamiento	0,05	Presencia	0,05
	No disponibles o están sucios o no funcionan	0,00	Ausencia	

Fuente: Directiva Sanitaria N° 038-MINSA/DIGESA-V.01

- Los puestos de vigilancia y socorro que considera

Los puestos de vigilancia, la Policía Nacional del Perú, en la zona del litoral peruano y en los diferentes circuitos de playas, dispone la presencia de miembros de la Unidad de Salvataje, como unidad técnica especializada para realizar operaciones de rescate, salvamento y búsqueda en ámbitos acuáticos. Su función es brindar servicios de prevención, protección y seguridad a los visitantes que concurren a las 106 playas del litoral peruano. (PNP, 2016)

Puestos de socorro sanitario, al respecto en Perú, el Ministerio de Salud ha establecido la implementación de Puestos Médicos de Avanzada (PMA)

para las playas más concurridas de litoral peruano, para atender emergencias como quemaduras solares, intoxicaciones alimentarias, ahogamiento, lesiones por golpe de olas, entre otras. (MINSA, 2017)

En algunos centros poblados colindantes con playa y de acuerdo a la población residente, existen establecimientos de salud de primer nivel de atención de carácter público. La presencia de unidades móviles equipadas, por ejemplo, ambulancias del Sistema de Atención Móvil de Urgencias (SAMU). (MINSA,2017).

- Acceso a servicios y equipamiento

Accesos (vías, transporte público)

El acceso está referido, de un lado, a las características que deben poseer las zonas de parqueo, accesos a las superficies secas y zonas de baño, teniendo en cuenta las normas para personas con discapacidad (Yepes, 2005), lo que en muchos casos obliga al uso de silla de ruedas, bastones, andadores u otros.

- De otro lado, según Albert (2015) la oferta turística en general requiere de requisitos mínimos de infraestructura, sin los cuales la experiencia del turista o visitante puede ser no sólo incómoda, sino muchas veces inviable. En tal sentido, un aspecto fundamental es contar con medios de transporte de acceso al destino y también de tráfico interior.

- Acceso y equipamiento para niños, personas con discapacidad

En el Perú, la Ley N° 26856, se declara a las playas como bienes de uso público, inalienables e imprescriptibles, y además establece la denominada zona de dominio restringido.

- Conforme a lo establecido por el artículo 16 de la Ley N° 26856, la Agencia de Promoción de la Inversión Privada - PROINVERSIÓN, es el órgano competente para el otorgamiento del derecho de concesión sobre terrenos ubicados en la zona de playa protegida que tengan por finalidad la ejecución y explotación de obras públicas de infraestructura y servicios públicos, PROINVERSIÓN ejercerá dicha competencia de conformidad con lo establecido por el D.L. N° 839, el D.S. N° 059-96-PCM, el D.S. N° 060-96-PCM y otras normas conexas conforme a sus competencias.

- Las obras públicas de infraestructura y servicios públicos que ejecuten las municipalidades y otras entidades que en ejercicio de sus funciones les corresponda, sobre terrenos comprendidos en la zona de playa protegida, como acceso y equipamiento para niños y personas con discapacidad deben contar con el derecho de uso correspondiente.

- Además, para el caso específico de las personas con discapacidad, la Ley N° 29973 Ley General de la Persona con Discapacidad, establece la obligatoriedad de garantizar el derecho de las personas con discapacidad de acceder en igualdad de condiciones que los demás, a los medios de transporte, a todo tipo de servicios y entorno urbano, para lo cual las edificaciones privadas y públicas deben contar con ambientes y rutas que

permiten una libre accesibilidad y desplazamiento como ser ingresos, áreas, servicios higiénicos, señalización, etc..

- **Otros servicios**

Otros servicios (sombrillas, sillas de playa, etc.)

Uno de los criterios considerados para la gestión y las características de los servicios destinados al ocio y la recreación en las playas, es satisfacer los requerimientos de los visitantes o turistas durante su estancia, los que comprenden alquiler de sombrillas, hamacas, sillas de playas u otros, para fines de desarrollar actividades lúdicas, con la tarifa de precios a la vista y horarios publicados, según las normas municipales vigentes de la jurisdicción competente. (Yepes, 2005).

d) Calidad de infraestructura para actividades turísticas

- Calidad de infraestructura para compras de artesanía

Se considera la presencia de locales comerciales, para fines de compras de artesanía (Bigné y Olivares, 1999).

- Calidad de infraestructura para compras de boutique

Se considera la presencia de locales comerciales, para fines de compras, sean que estén abiertos por temporada o todo el año para las compras de boutique. (Bigné y Olivares, 1999).

- Calidad de infraestructura para cultura deporte

La infraestructura de servicios está relacionada desde los centros emisores de destino turístico, como también en la misma zona de playa. Es importante considerar la creación de infraestructura recreativa y deportiva e instalaciones de recreo, localizadas en la playa como en su entorno inmediato como pistas polideportivas, campos, campos de frontón, jardines botánicos, zonas verdes específicamente destinadas al recreo.

e) Calidad del entorno natural y urbano

- Entorno natural

Es necesario considerar que el crecimiento de la urbe en las zonas costeras conlleva muchas veces a un desequilibrio, en tanto la ocupación urbana muchas veces ocasiona la modificación o la pérdida de los paisajes naturales, aunado a una mayor dinámica como factor antrópico, v.g. construcción de puertos, viviendas, infraestructura comercial, entre otros, como también la alteración de los ecosistemas y hábitats naturales que dependen de la calidad del agua, acciones humanas sobre los fondos marinos y la ocupación y el uso que se le da al territorio costero, lo que sin duda, constituye para muchos una degradación y pérdida del valor del patrimonio natural del lugar. (Ministerio del Medio Ambiente de España, 2005).

El entorno natural considera la calidad del paisaje natural, con ausencia de torres eléctricas, canteras, vertederos de basura, etc.).

- Calidad del entorno urbano

Con respecto a la calidad del entorno urbano que considera la animación en la calle, actitud de los lugareños hacia los turistas, calidad del paisaje urbano, basado en el volumen, estética, personalidad, ajardinamiento. Así como la Oficinas de información turística, servicios financieros, la telefonía pública y el alquiler de vehículos.

Playa Boca del Río

La playa Boca del Río en la ciudad de Tacna, es un bien de uso público, inalienable e imprescriptible (SBN, 2017, párr.1) y forma parte de la jurisdicción del Centro Poblado Menor Boca del Río. Geográficamente presenta una inclinación del zócalo continental desde la orilla de la playa hacia el fondo marino poco acentuada, y progresivamente aumenta la profundidad a distancias más alejadas de la línea de playa. Asimismo, el arrastre de arena y piedras hacia la orilla no es significativo. (Jurado, 2003).

En cuanto a sus elementos morfológicos, las playas en general tienen un perfil generalmente cóncavo, cuya pendiente presenta variaciones según el tamaño de los sedimentos y la clase de rompiente que en ellas se realiza (Bejarano, 1997).

Teóricamente presenta los siguientes elementos:

- a. Anteplaya: Situada delante del estrán (Figura 3 [D]), la cual es un área sumergida permanentemente, en la que se observa barras (Figura 3 [6]), y depresiones (Figura 3 [3]). (Bejarano, 1997)
- b. Playa baja: Zona de playa sumergida (Figura 3 [B]), en cada pleamar de mareas vivas (Figura 3 [PMV]), en la que se observa bancos (Figura 3 [4]), y zonas deprimidas (Figura 3[3]), y en las que permanece agua durante el reflujo marítimo e incluso durante la bajamar de mareas muertas (Figura 1 [BMM]). (Bejarano, 1997)
- c. Playa alta: Zona en la que se distingue bermas (Figura 3[2]), resaltes escalonados y propiamente el llamado cordón litoral y que presenta una altura mayor (Figura 3 [A]). (Bejarano, 1997).

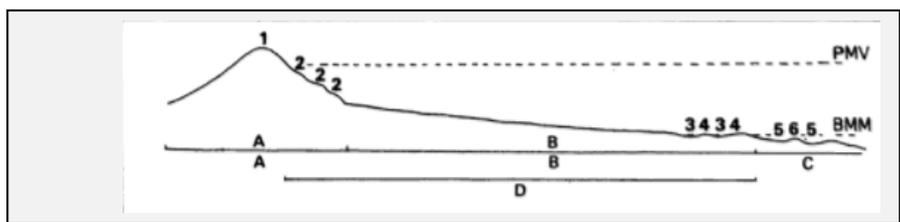


Figura 1. Morfología de la playa

Fuente: (Bejarano, 1997)

En el caso del ámbito de estudio, se consigna la imagen satelital de la playa Boca del Rio del departamento de Tacna



Figura 2. Imagen satelital de la playa Boca del Rio

Fuente: Google

2.3 Definiciones de términos básicos

a) Gestión turística

Considera la comunicación y promoción, así como la promoción y creación de productos turísticos, además la promoción y creación de destinos turísticos, y apoyo a emprendimientos empresariales. (Velascoz, 2005).

b) Restaurante

Variedad de oferta restaurant, limpieza, facilidades para atención de niños y personas con discapacidad, calidad de productos, atención por

personal profesional, trato del personal, calidad versus precio (Rodríguez, 2015).

c) Turista

Es un visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado por lo menos una noche. (Alanoca y Rivera, 2016).

d) Visitante

La Conferencia de la Organización de las Naciones Unidas sobre Viajes Internacionales y Turismo, definió al visitante como “cualquier persona que se traslada a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, por cualquier razón distinta de la de ejercer una profesión remunerada en ese mismo país”. (Rodríguez, 2015):

2.4 Sistema de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

La gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

2.4.2 Hipótesis específicas

- a) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

- b) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- c) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- d) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.
- e) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

2.5 Sistema de variables

2.5.1 Variables

2.5.1.1 Identificación de variables

Variable independiente

Gestión turística

Variable dependiente

Calidad del servicio del destino

2.5.1.2.- Operacionalización de las variables

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala		
Gestión turística	La gestión turística	Comunicación de productos y destinos turísticos	Comunicación de productos turísticos	Ordinal		
			Comunicación de destinos turísticos			
			Promoción y creación de productos y destinos turísticos			
			Promoción y productos turísticos			
Calidad del servicio del destino	La calidad del servicio de destino	Calidad de servicios hospedaje	Variedad de oferta de servicios	Ordinal		
			Limpieza			
			Facilidad de atención			
		Calidad del Servicio de Restaurante	Calidad de las Playas		Calidad de los Playas	Calidad de productos
						Variedad de oferta de servicios
						Limpieza
		Calidad de la Infraestructura para compras, ocio, cultura	Calidad del entorno natural y urbano		Calidad del entorno natural y urbano	Facilidad de atención
						Calidad de productos
						Limpieza
		Calidad de la Infraestructura para compras, ocio, cultura	Calidad del entorno natural y urbano		Calidad del entorno natural y urbano	Equipamiento
						Puesto de atención
						Acceso a servicios y a equipamiento
Calidad de la Infraestructura para compras, ocio, cultura	Calidad del entorno natural y urbano	Calidad del entorno natural y urbano	Otros servicios			
			Infraestructura para compras			
			Infraestructura para ocio			
Calidad de la Infraestructura para compras, ocio, cultura	Calidad del entorno natural y urbano	Calidad del entorno natural y urbano	Infraestructura para cultura			
			Natural			
			Urbano			

VARIABLE INDEPENDIENTE	BAJO	REGULAR	ALTO
	Gestión Turística	33,60%	54,20%
<u>DIMENSIÓN</u>			
Comunicación de producto y destino turístico	40,10%	49,70%	10,20%
Promoción y creación de producto y destino turístico	28,40%	61,50%	10,20%
<u>INDICADOR</u>			
Comunicación de producto turístico	33,30%	52,60%	14,10%
Comunicación de destino turístico	33,90%	52,60%	13,50%
Promoción y creación de producto turístico	22,90%	64,80%	12,20%
Promoción y creación de destino turístico	21,90%	68%	10,20%

VARIABLE DEPENDIENTE	BAJO	REGULAR	ALTO
	Calidad de servicio del destino turístico	37,20%	51%
<u>DIMENSION</u>			
Calidad del servicio de hospedaje	43,20%	48,70%	8,10%
Calidad de servicio de restaurante	29,90%	56%	14,10%
Calidad de las playas	37,20%	51%	11,70%
Calidad de infraestructura para actividades turísticas	31,30%	58,10%	10,70%
Calidad del entorno natural y urbano	32,80%	54,90%	12,20%
<u>INDICADOR</u>			
Variedad de oferta de servicio de hospedaje	39,60%	46,90%	13,50%
Limpieza en los servicios de hospedaje	26,60%	58,90%	14,60%
Facilidad de atención en los servicios de hospedaje	39,10%	50,30%	10,70%
Calidad de productos	26%	63,80%	10,20%
Variedad de oferta de servicio de restaurante	20,60%	65,60%	13,80%
Limpieza en los servicios de restaurante	14,80%	72,10%	13%
Facilidad de atención de los servicios de restaurante	31,80%	56%	12,20%
Calidad de productos de los servicios de restaurante	22,90%	68,50%	8,60%
Limpieza	25,50%	63%	11,5%
Equipamiento de las playas	22,40%	64,10%	13,50%
Puesto de vigilancia y socorro	18,50%	72,10%	9,40%
Acceso a servicio y equipamiento	19,50%	68,50%	12%
Otros servicios	38,30%	48,20%	13,50%
Calidad de infraestructura para compras	45,80%	37,80%	16,40%
Calidad de infraestructura para ocio	47,70%	38,50%	13,80%
Calidad de infraestructura para cultura y deporte	27,10%	57,30%	15,60%
Calidad del entorno natural	35,90%	46,90%	17,20%
Calidad del entorno urbano	26,30%	61,50%	12,20%

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica, porque profundiza las variables de estudio, en este caso la gestión turística y la calidad del servicio. (Caballero, 2014).

3.2 Diseño de la investigación

El diseño de investigación es no experimental, debido a que el fenómeno de estudio ya sucedió.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

En el presente estudio se considera a todos los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río.

3.3.2 Muestra

De acuerdo con Cabanilla (2011), para el caso de poblaciones infinitas, debido a la ausencia de un marco muestral, se considera los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río, pero considerando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2}$$

$1-\alpha$: nivel de confianza deseado.
 Z_{α} : valor de la distribución normal para el nivel de confianza $1-\alpha$.
 p : proporción esperada ($q=1-p$).
 e : precisión deseada.

$Z = 95\%$ de confianza

$P = 0,5$

$Q = 0,5$

$N = ((1,96)^2 + 0,5 + 0,5) / ((0,05)^2)$

Muestra = 384

Tipo de muestreo

Aleatorio simple.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas

a) Encuesta

Se aplicó la encuesta dirigida a los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río, para evaluar la gestión turística y la calidad del servicio.

3.4.2 Instrumentos

Se aplicó el cuestionario dirigido a los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río, para evaluar la gestión turística y la calidad del servicio.

3.5 Técnicas de procesamiento de datos

El procesamiento de datos se hizo de forma automatizada con la utilización de medios informáticos. Para ello, se utilizó: El soporte informático SPSS 22 Edition, paquete con recursos para el análisis descriptivo de las variables y para el cálculo de medidas inferenciales; y Excel, aplicación de Microsoft Office, que se caracteriza por sus potentes recursos gráficos y funciones específicas que facilitan el ordenamiento de datos.

3.5.1 Análisis de datos

Se utilizó las técnicas y medidas de la estadística descriptiva e inferencial, como las tablas de frecuencia y se utilizó la prueba estadística Chi cuadrado por ser de tipo cualitativa, para la contrastación de la hipótesis.

3.6 Selección y validación de los instrumentos de investigación

3.6.1.- Validez y confiabilidad

a) Validez

En el presente estudio el instrumento denominado gestión turística, así como el instrumento calidad del servicio, serán validado por expertos (Validez de contenido).

b) Confiabilidad

En el presente estudio se obtendrá la confiabilidad de los instrumentos a través de una prueba piloto, con el modelo estadístico Alfa Crombach, que, si se acerca a la Unidad, los instrumentos son confiables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de Resultados

4.1.1.- Análisis Estadístico de la variable independiente: Gestión Turística

Tabla 5

Gestión turística

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	129	33,6	33,6
Regular	208	54,2	87,8
Alto	47	12,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 33,6% manifiestan que la gestión turística es baja, el 54,2% manifiestan que es regular y el 12,2% manifiestan que es alto.

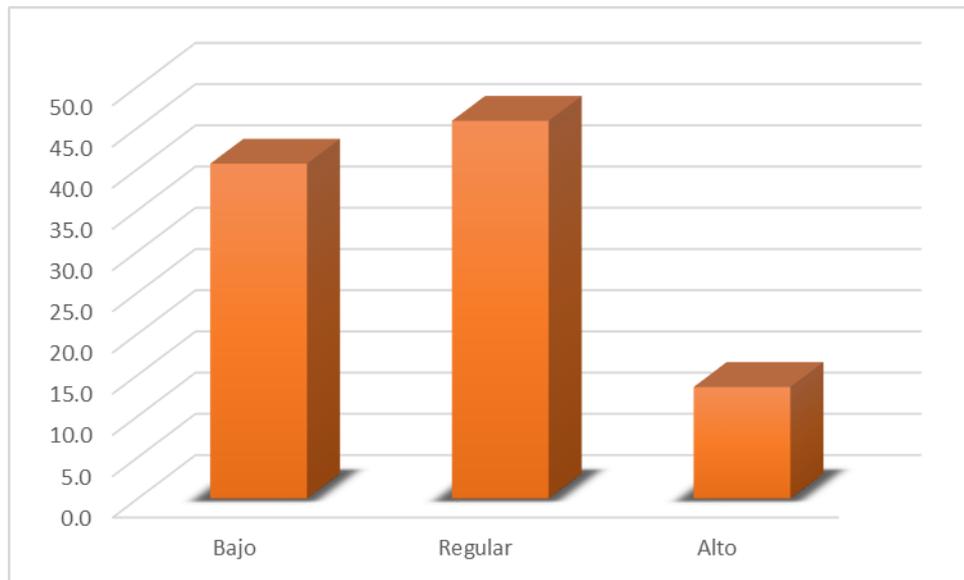


Figura 3. Gestión turística

4.1.1.1.- Dimensión: Comunicación de productos y destinos turísticos

Tabla 6

Comunicación de productos y destinos turísticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	154	40.1	40.1
Regular	191	49.7	89.8
Alto	39	10.2	100.0
Total	384	100.0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 40,1% manifiestan que la Comunicación de productos y destinos y turísticos es bajo, el 49,7% manifiestan que es regular y el 10,2% manifiestan que es alto.

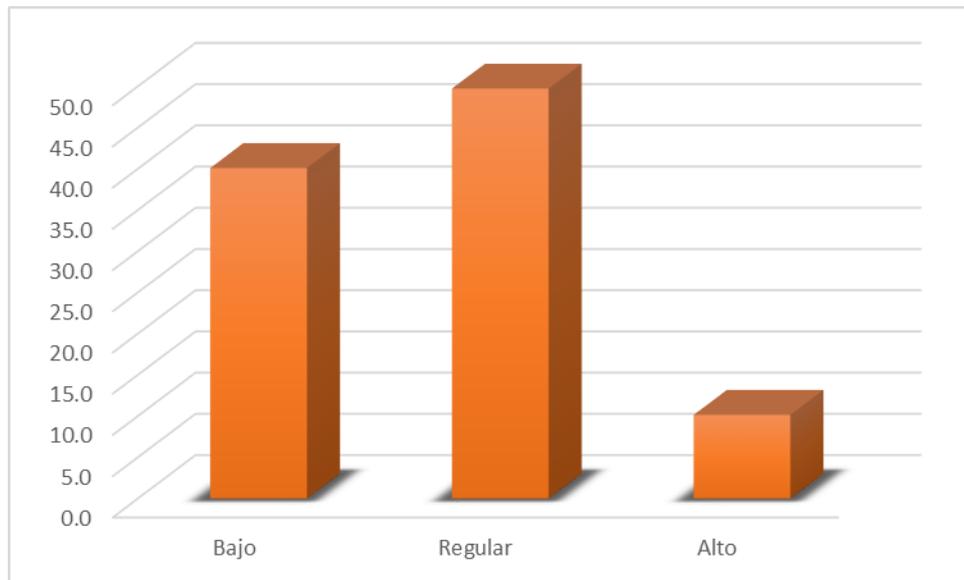


Figura 4. Comunicación de productos y destinos turísticos

Tabla 7

Indicador: Comunicación de productos turísticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	128	33,3	33,3
Regular	202	52,6	85,9
Alto	54	14,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 33,3% manifiestan que la Comunicación de productos turísticos es bajo, el 52,6% manifiestan que es regular y el 14,1% manifiestan que es alto.

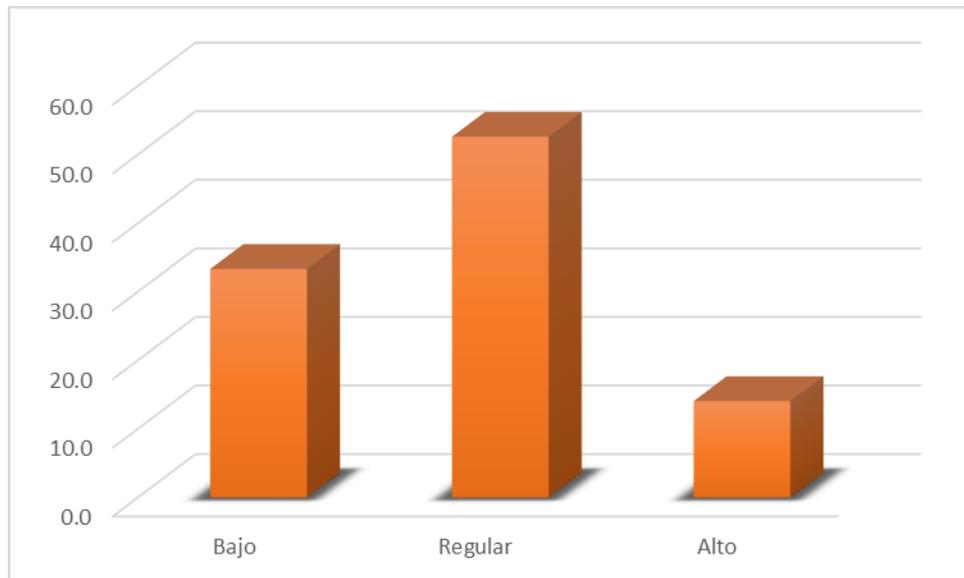


Figura 5. Comunicación de productos turísticos

Tabla 8

Indicador: Comunicación de destinos turísticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	130	33,9	33,9
Regular	202	52,6	86,5
Alto	52	13,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 33,9% manifiestan que la comunicación de destinos turísticos es baja, el 52,6% manifiestan que es regular y el 13,5% manifiestan que es alto.

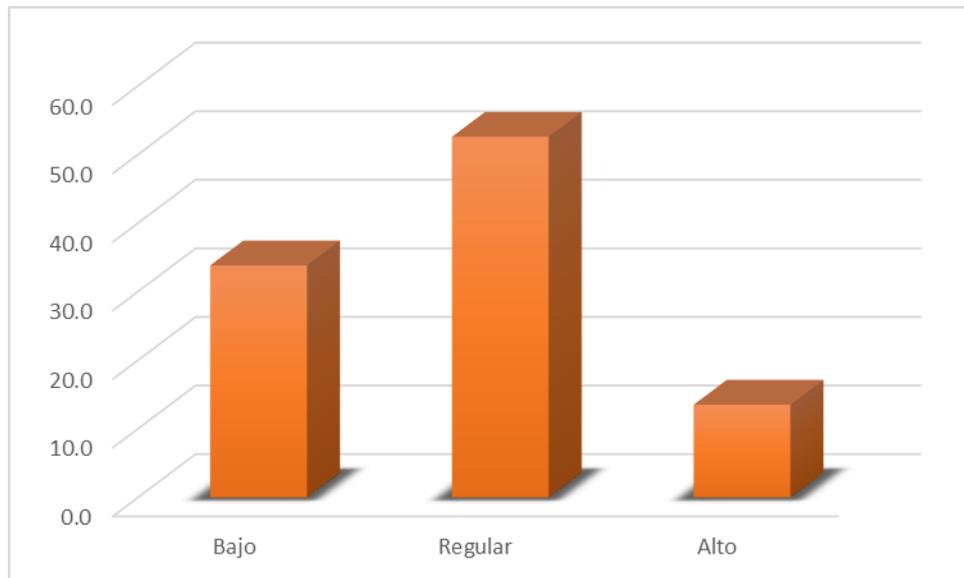


Figura 6. Comunicación de destinos turísticos

4.1.1.2.- Dimensión: Promoción y creación de productos y destinos turísticos

Tabla 9

Promoción y creación de productos y destinos turísticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	109	28,4	28,4
Regular	236	61,5	89,8
Alto	39	10,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 28,4% manifiestan que la Promoción y creación de productos y destinos turísticos es bajo, el 61,5% manifiestan que es regular y el 10,2% manifiestan que es alto.

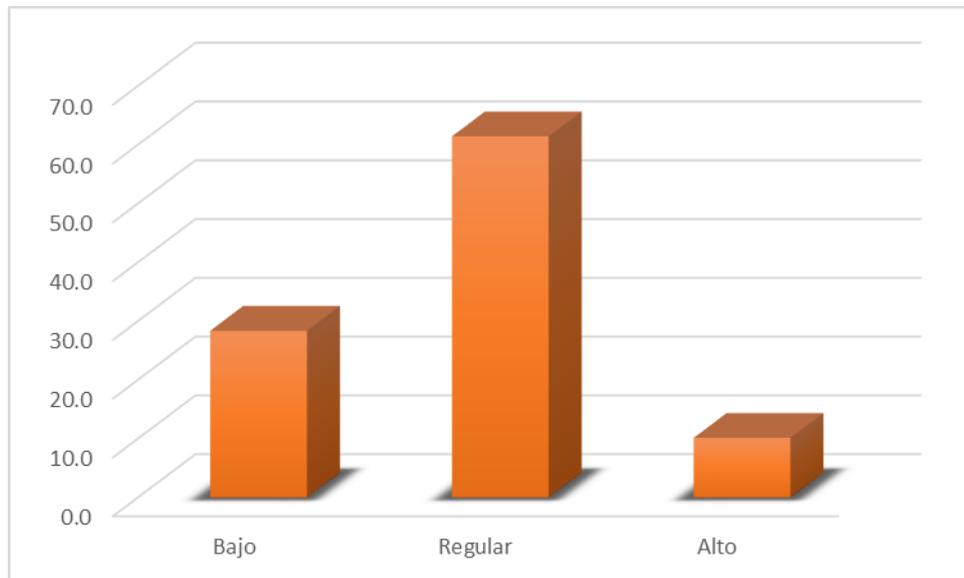


Figura 7. Promoción y creación de productos y destinos turísticos

Tabla 10

Indicador: Promoción y creación de productos turísticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	88	22,9	22,9
Regular	249	64,8	87,8
Alto	47	12,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 22,9% manifiestan que la Promoción y creación de productos turísticos es bajo, el 64,8% manifiestan que es regular y el 12,2% manifiestan que es alto.

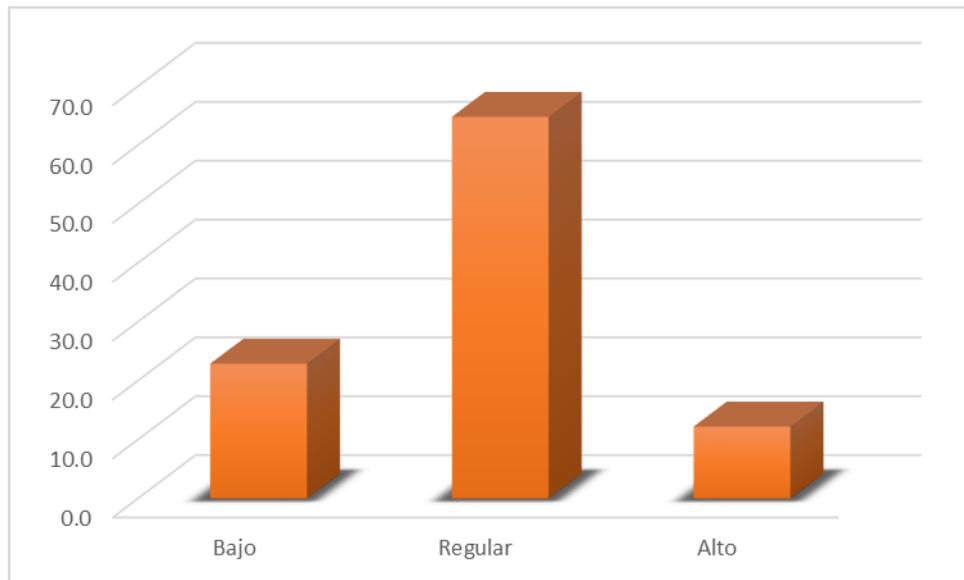


Figura 8. Promoción y creación de productos turísticos

Tabla 11

Indicador: Promoción y creación de destinos turísticos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	84	21,9	21,9
Regular	261	68,0	89,8
Alto	39	10,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 21,9% manifiestan que la Promoción y creación de destinos turísticos es bajo, el 68% manifiestan que es regular y el 10,2% manifiestan que es alto.

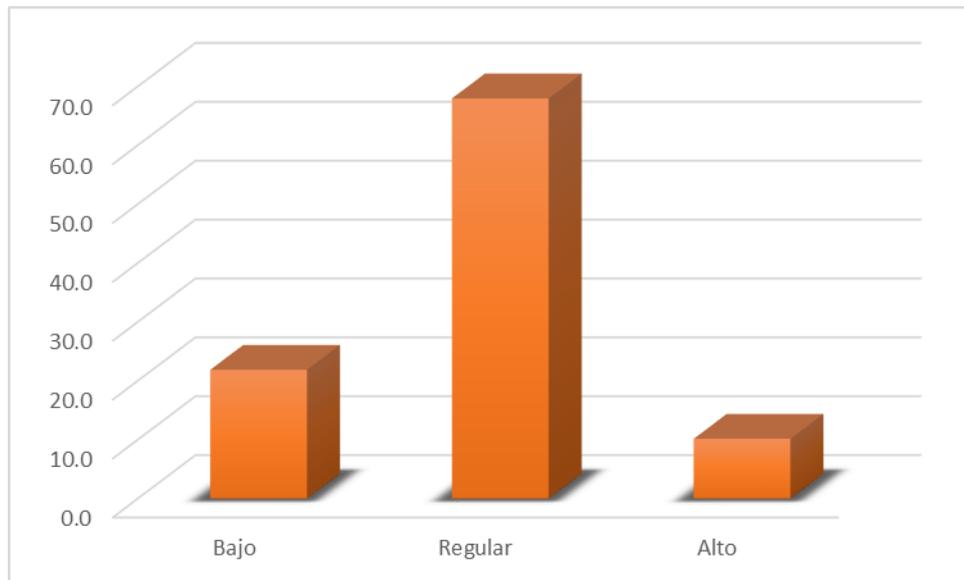


Figura 9. Promoción y creación de destinos turísticos

4.1.1.3.- Análisis general de la variable

Tabla 122

Situación de análisis final del comportamiento de la variable Gestión Turísticas

Dimensiones	Indicadores	Niveles de percepción		
		Bajo	Regular	Alto
Comunicación de productos	Comunicación de productos turísticos	33,3	52,6	14,1
	Comunicación de destinos	33,9	52,6	13,5
Promoción y creación de productos y destinos	Promoción y creación de productos turísticos	22,9	64,8	12,3
	Promoción y creación de destinos turísticos	21,9	68,0	10,1
Media		28,0	59,5	12,5

Interpretación

La tabla 12 permite revelar desde la percepción de los visitantes y turistas encuestados, que llegan a la playa Boca del Río, que la Gestión Turística, que se desarrolla en la Playa alcanza el nivel de regular, (59.5%), nivel bajo (28%), y el nivel alto (12.5%).

4.1.2.- Variable Dependiente: Calidad del servicio del destino

Tabla 133

Calidad del servicio del destino

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	143	37,2	37,2
Regular	196	51,0	88,3
Alto	45	11,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 37,2% manifiestan que la Calidad del servicio del destino es bajo, el 51% manifiestan que es regular y el 11,7% manifiestan que es alto.

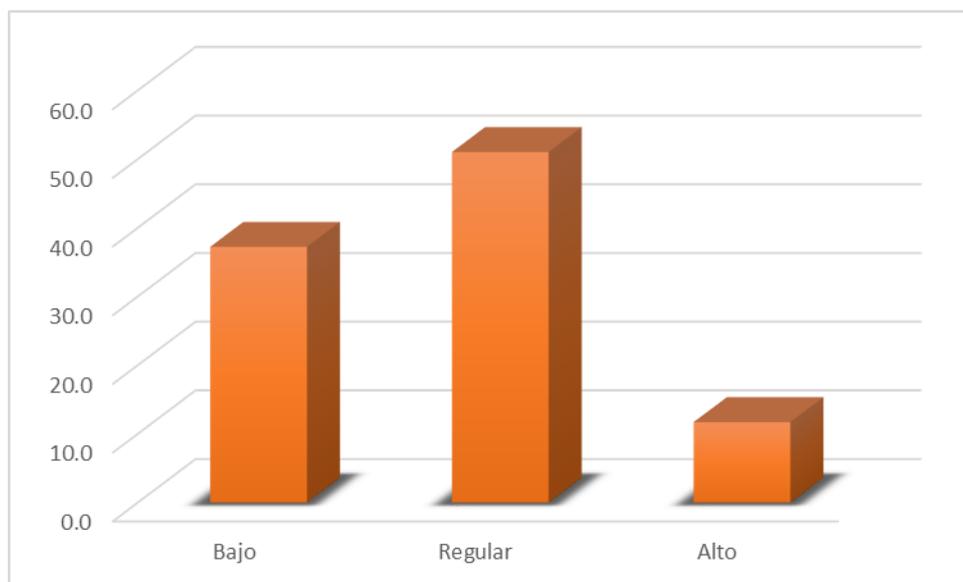


Figura 10. Calidad del servicio del destino

4.1.2.1.- Dimensión: Calidad de los servicios de hospedaje

Tabla 14

Calidad del servicio del hospedaje

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	166	43,2	43,2
Regular	187	48,7	91,9
Alto	31	8,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 43,2% manifiestan que la calidad del servicio del hospedaje es bajo, el 48,7% manifiestan que es regular y el 8,1% manifiestan que es alto.

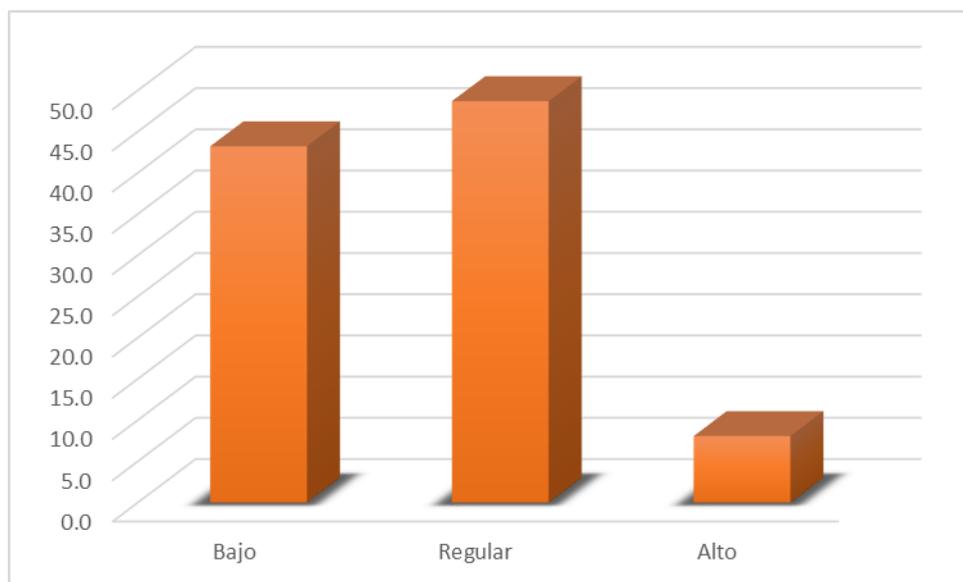


Figura 11. Calidad del servicio del hospedaje

Tabla 155

Indicador: Variedad de oferta de servicios de hospedaje

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	152	39,6	39,6
Regular	180	46,9	86,5
Alto	52	13,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 39,6% manifiestan que la variedad de oferta de servicios es baja, el 46,9% manifiestan que es regular y el 13,5% manifiestan que es alto.

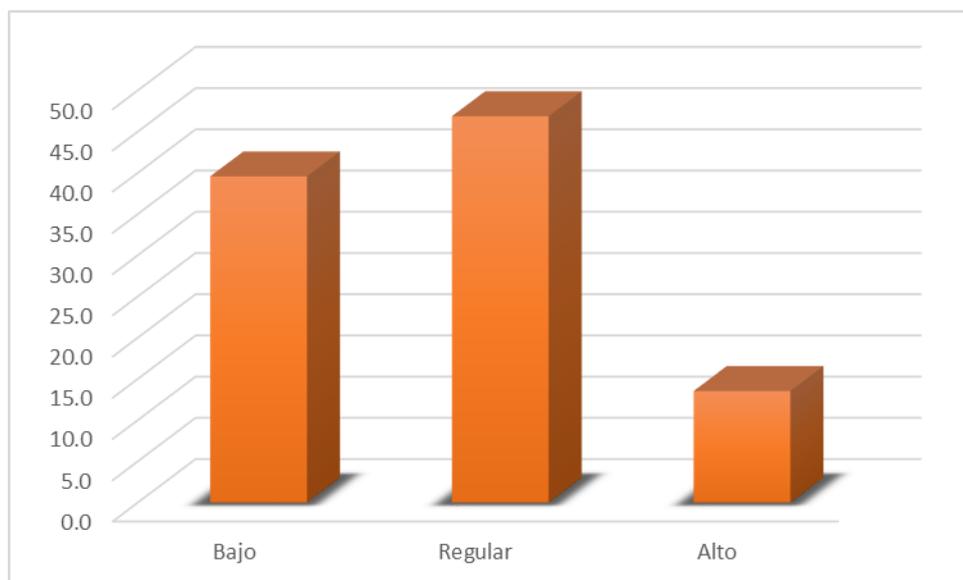


Figura 12. Variedad de oferta de servicios de hospedaje

Tabla 166

Indicador: Limpieza en los servicios de hospedaje

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	102	26,6	26,6
Regular	226	58,9	85,4
Alto	56	14,6	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 26,6% manifiestan que la limpieza en los servicios de hospedaje es baja, el 58,9% manifiestan que es regular y el 14,6% manifiestan que es alto.

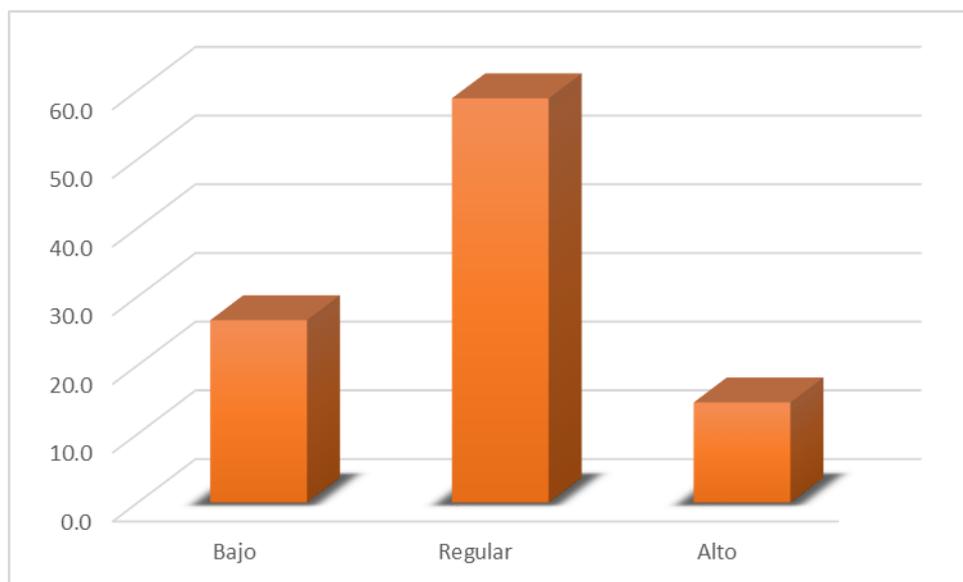


Figura 13. Limpieza en los servicios de hospedaje

Tabla 17

Indicador: Facilidades de atención en los servicios de hospedaje

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	150	39,1	39,1
Regular	193	50,3	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 39,1% manifiestan que las facilidades de atención en los servicios de hospedaje es bajo, el 50,3% manifiestan que es regular y el 10,7% manifiestan que es alto.

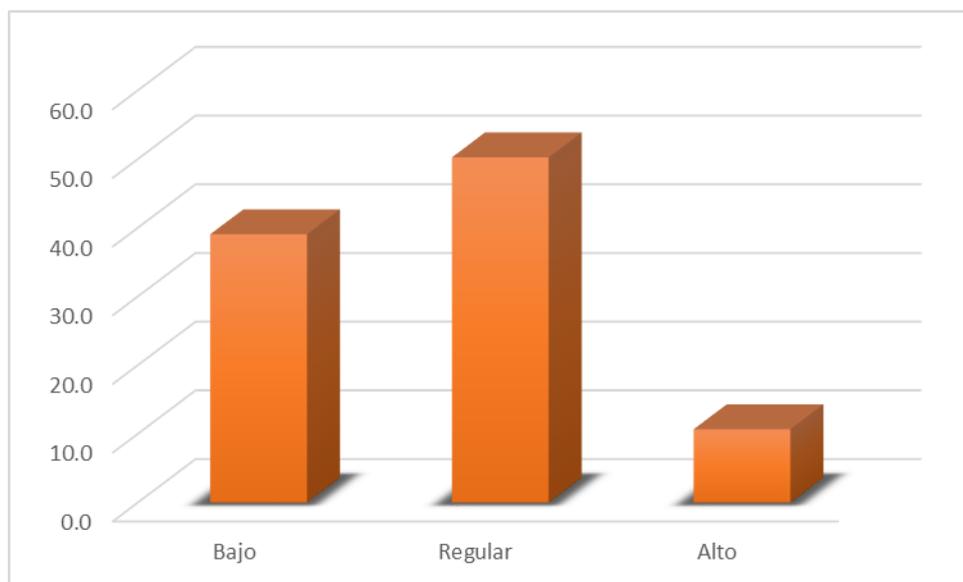


Figura 14. Facilidades de atención en los servicios de hospedaje

Tabla 17

Indicador: Calidad de productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	100	26,0	26,0
Regular	245	63,8	89,8
Alto	39	10,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 26% manifiestan que la calidad de productos es baja, el 63,8% manifiestan que es regular y el 10,2% manifiestan que es alto.

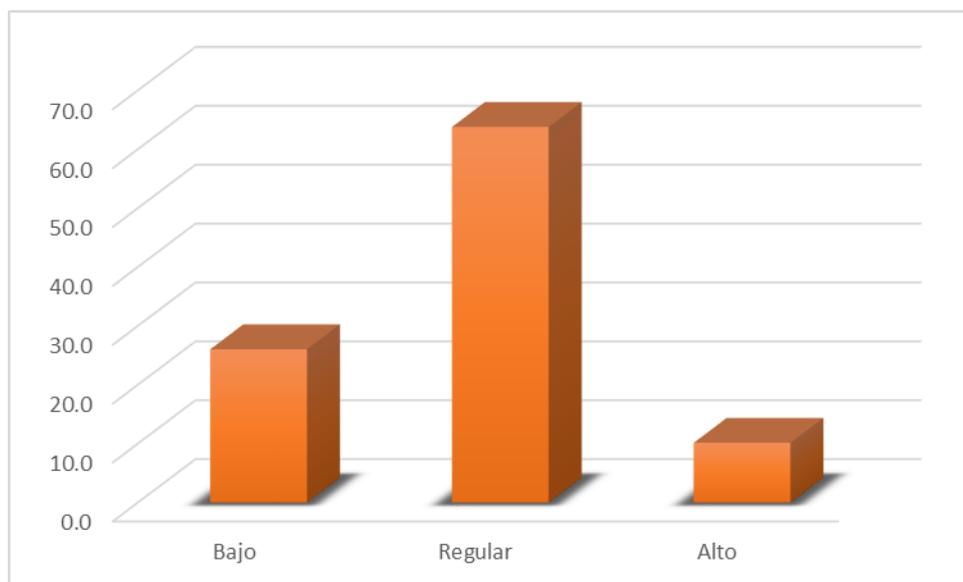


Figura 15. Calidad de productos

4.1.2.2.- Dimensión: Calidad del servicio de restaurante

Tabla 18

Calidad del servicio de restaurante

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	115	29,9	29,9
Regular	215	56,0	85,9
Alto	54	14,1	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 29,9% manifiestan que la calidad del servicio de restaurante es bajo, el 56% manifiestan que es regular y el 14,1% manifiestan que es alto.

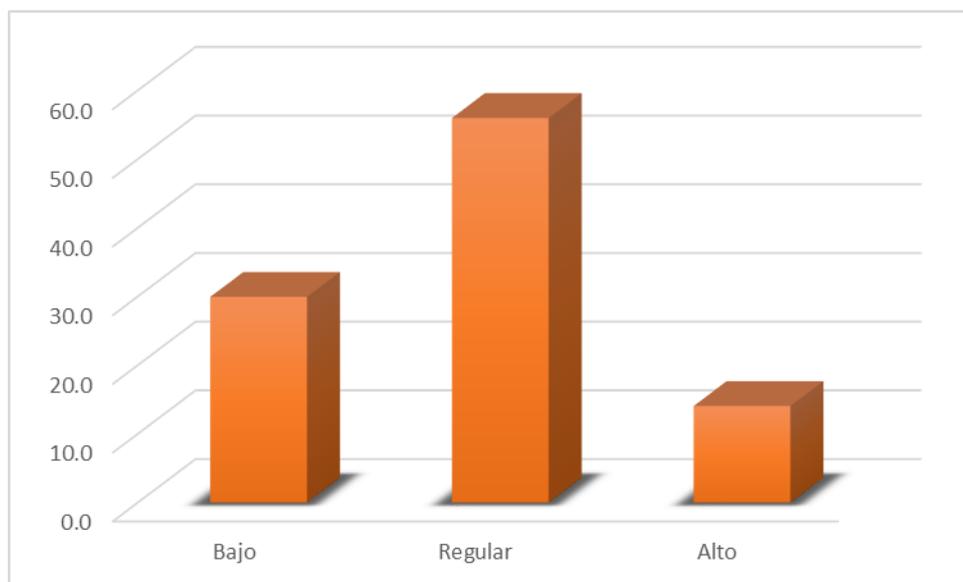


Figura 16. Calidad del servicio de restaurante

Tabla 20

Indicador: Variedad de oferta de servicios de restaurantes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	79	20,6	20,6
Regular	252	65,6	86,2
Alto	53	13,8	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 20,6% manifiestan que la variedad de oferta de servicios de restaurantes es bajo, el 65,6% manifiestan que es regular y el 13,8% manifiestan que es alto.

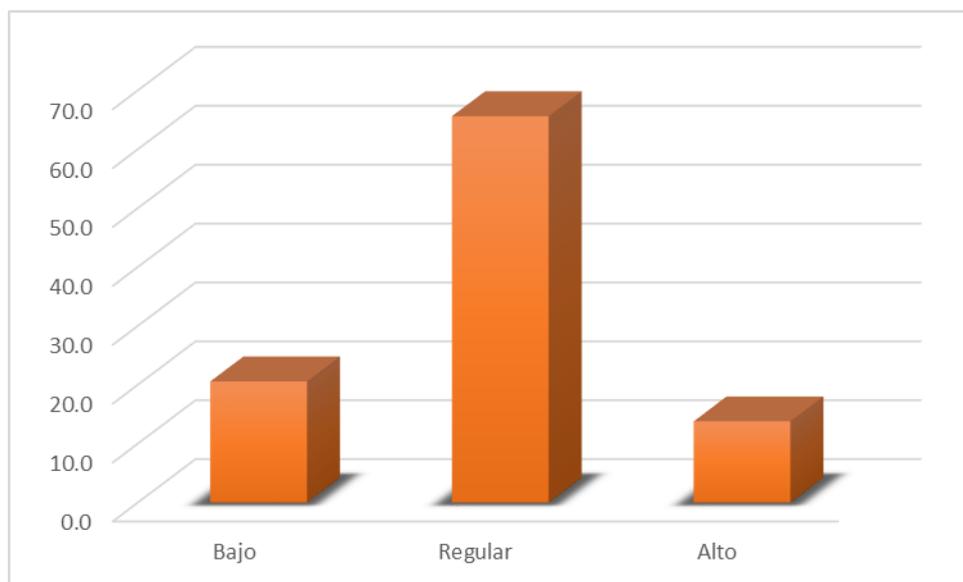


Figura 17. Variedad de oferta de servicios de restaurantes

Tabla 19

Indicador: Limpieza en los servicios de restaurantes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	57	14,8	14,8
Regular	277	72,1	87,0
Alto	50	13,0	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 14,8% manifiestan que la limpieza en los servicios de restaurantes es bajo, el 72,1% manifiestan que es regular y el 13% manifiestan que es alto.

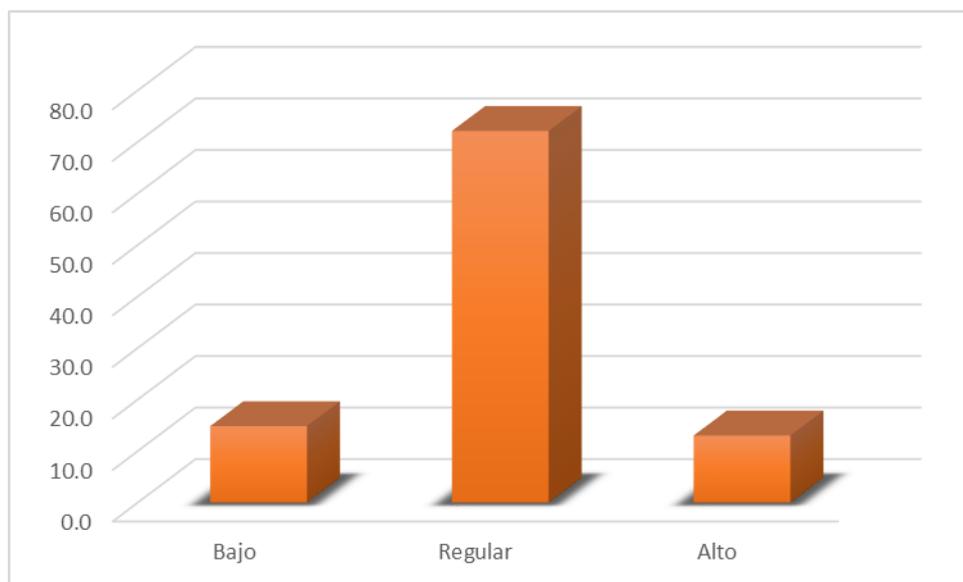


Figura 18. Limpieza en los servicios de restaurantes

Tabla 20

Indicador: Facilidad de atención en los servicios de restaurantes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	122	31,8	31,8
Regular	215	56,0	87,8
Alto	47	12,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 31,8% manifiestan que la facilidad de atención en los servicios de restaurante es bajo, el 56% manifiestan que es regular y el 12,2% manifiestan que es alto.

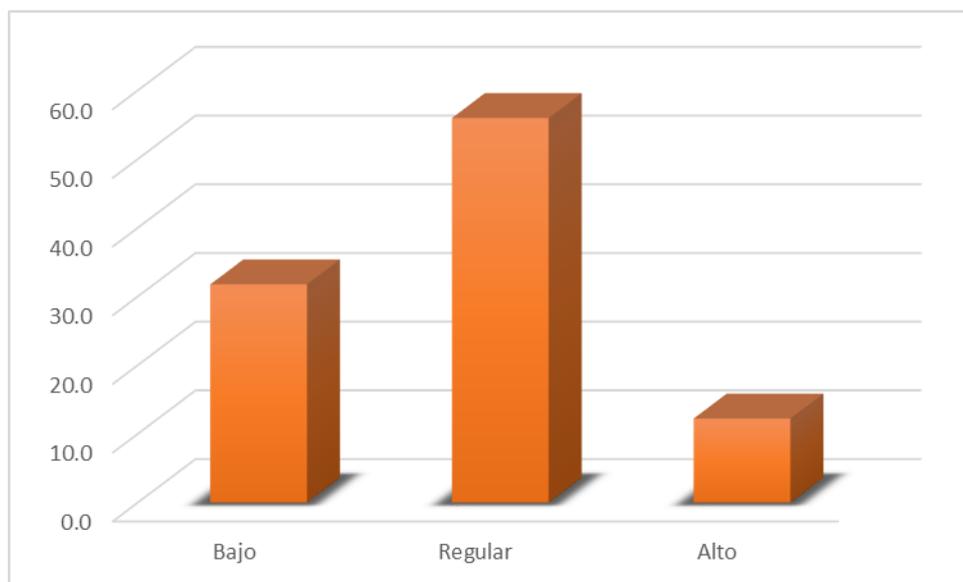


Figura 19. Facilidad de atención en los servicios de restaurante

Tabla 21

Indicador: Calidad de productos de los servicios de restaurante

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	88	22,9	22,9
Regular	263	68,5	91,4
Alto	33	8,6	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 22,9% manifiestan que la calidad de productos de los servicios de restaurante es bajo, el 68,5% manifiestan que es regular y el 8,6% manifiestan que es alto.

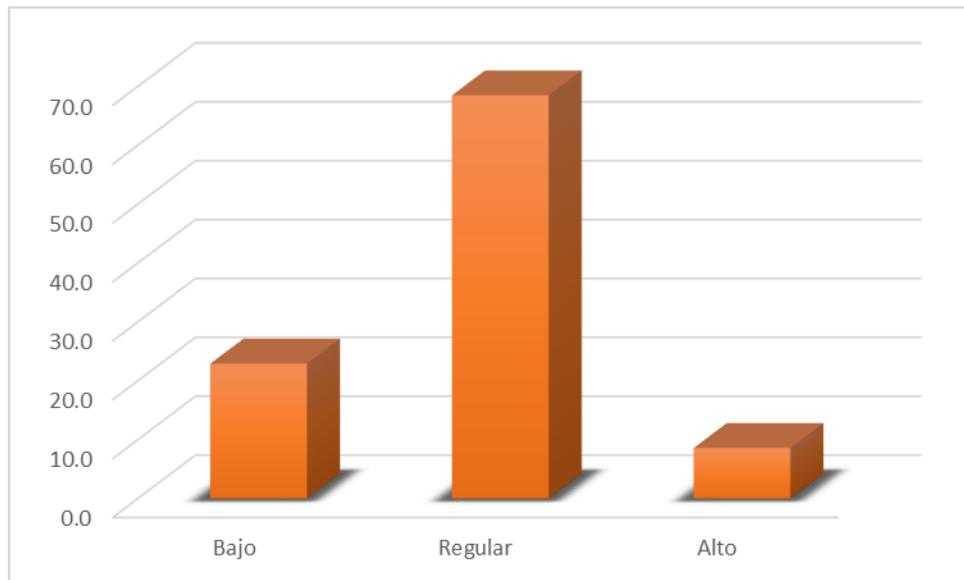


Figura 20. Calidad de productos de los servicios de restaurante

4.1.2.3.- Dimensión: Calidad de las playas

Tabla 24

Calidad de las playas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	143	37,2	37,2
Regular	196	51,0	88,3
Alto	45	11,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 37,2% manifiestan que la calidad de las playas es baja, el 51% manifiestan que es regular y el 11,7% manifiestan que es alto.

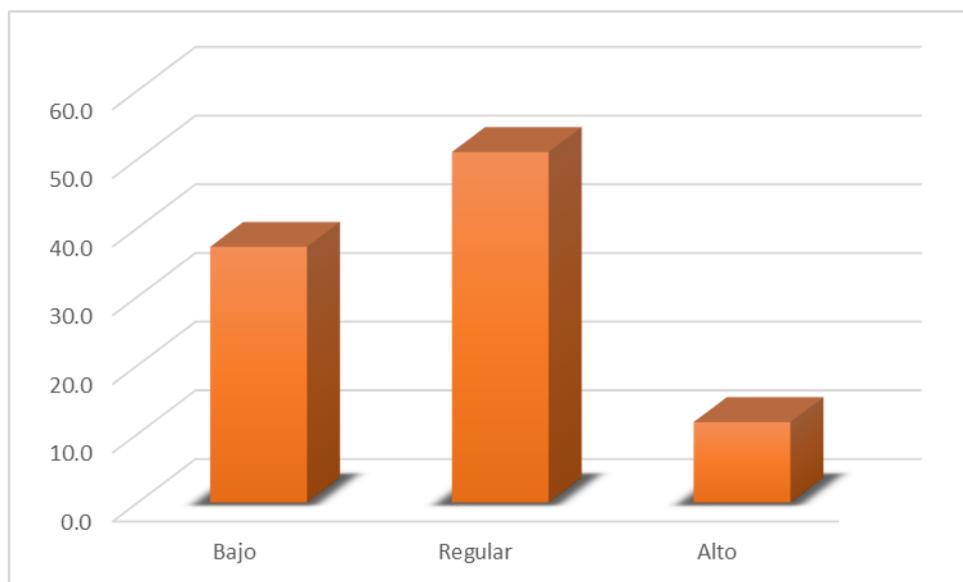


Figura 21. Calidad de las playas

Tabla 22

Indicador. Limpieza de las playas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	98	25,5	25,5
Regular	242	63,0	88,5
Alto	44	11,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 25,5% manifiestan que la limpieza de las playas es baja, el 63% manifiestan que es regular y el 11,5% manifiestan que es alto.

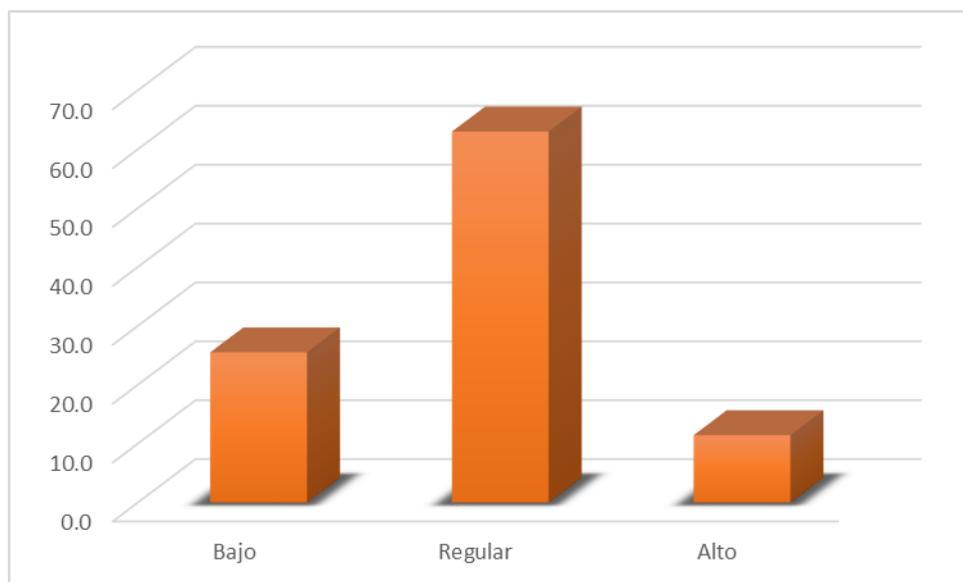


Figura 22. Limpieza de las playas

Tabla 23

Indicador: Equipamiento de las playas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	86	22,4	22,4
Regular	246	64,1	86,5
Alto	52	13,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 22,4% manifiestan que el equipamiento de las playas es bajo, el 64,1% manifiestan que es regular y el 13,5% manifiestan que es alto.

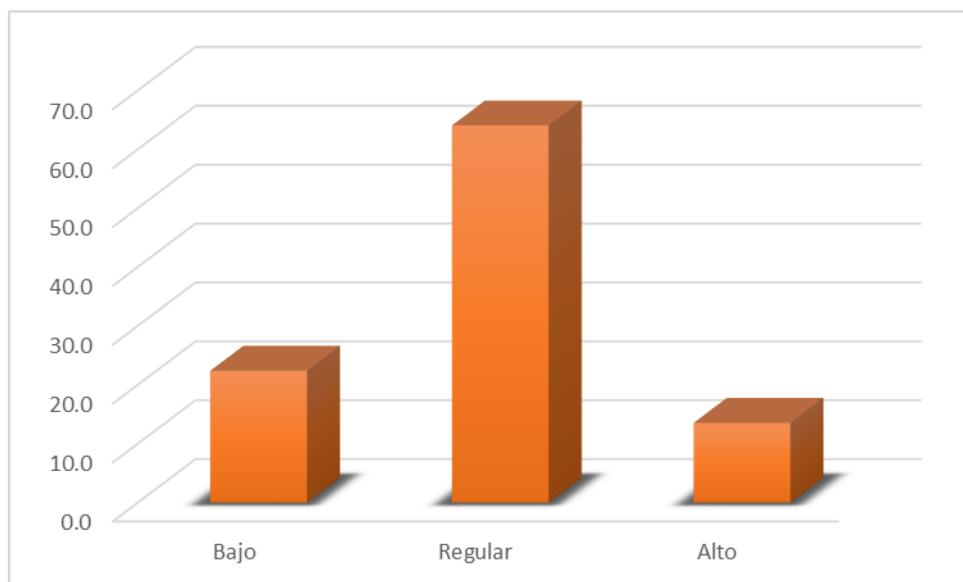


Figura 23. Equipamiento de las playas

Tabla 24

Indicador. Puesto de atención y socorro

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	71	18,5	18,5
Regular	277	72,1	90,6
Alto	36	9,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 18,5% manifiestan que los puestos de atención y socorro son bajos, el 72,1% manifiestan que es regular y el 9,4% manifiestan que es alto.

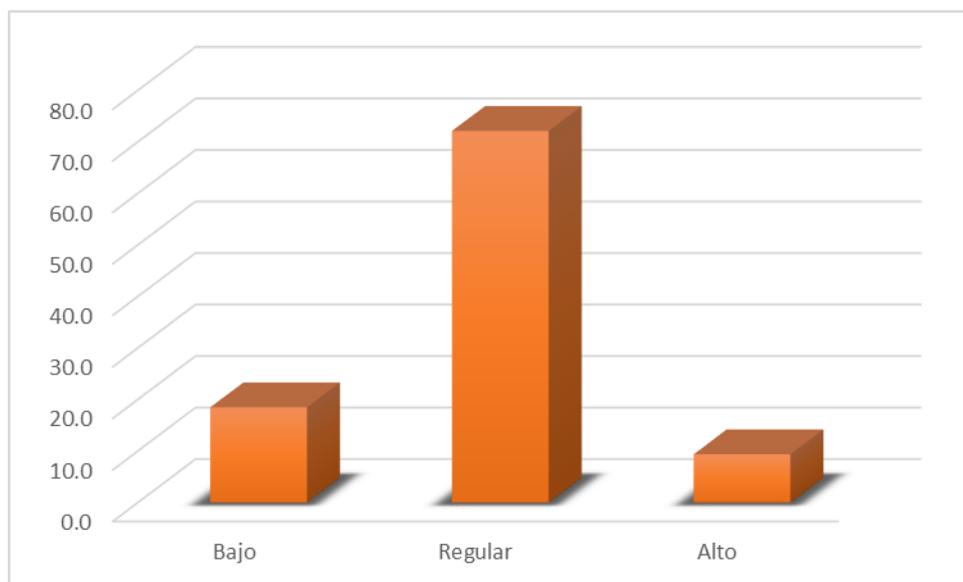


Figura 24. Puesto de atención y socorro

Tabla 25

Indicador: Acceso a servicios y a equipamiento

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	75	19,5	19,5
Regular	263	68,5	88,0
Alto	46	12,0	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 19,5% manifiestan que el acceso a servicios y a equipamiento es bajo, el 68,5% manifiestan que es regular y el 12% manifiestan que es alto.

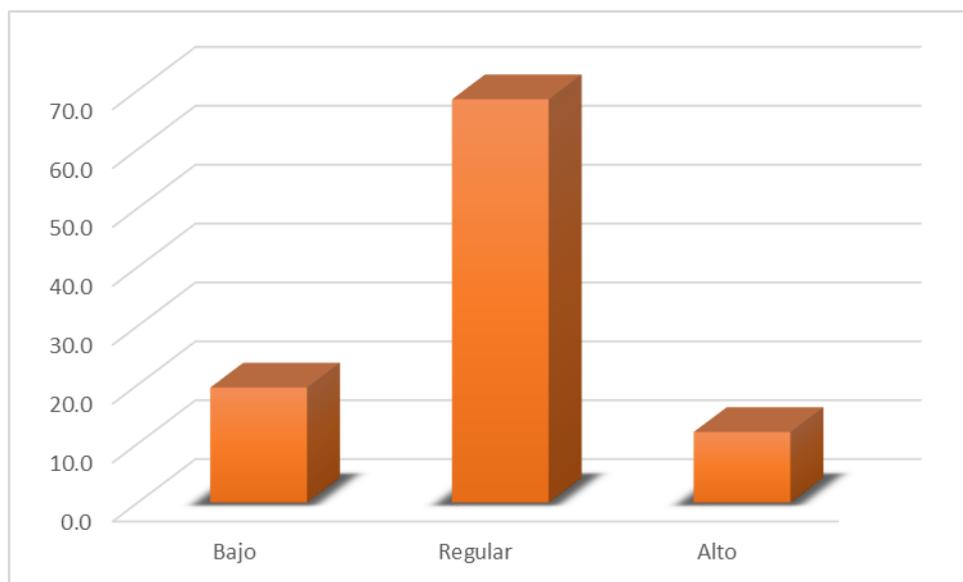


Figura 25. Acceso a servicios y a equipamiento

Tabla 26

Indicador. Otros servicios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	147	38,3	38,3
Regular	185	48,2	86,5
Alto	52	13,5	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 38,3% manifiestan que la calidad de otros servicios es baja, el 48,2% manifiestan que es regular y el 13,5% manifiestan que es alto.

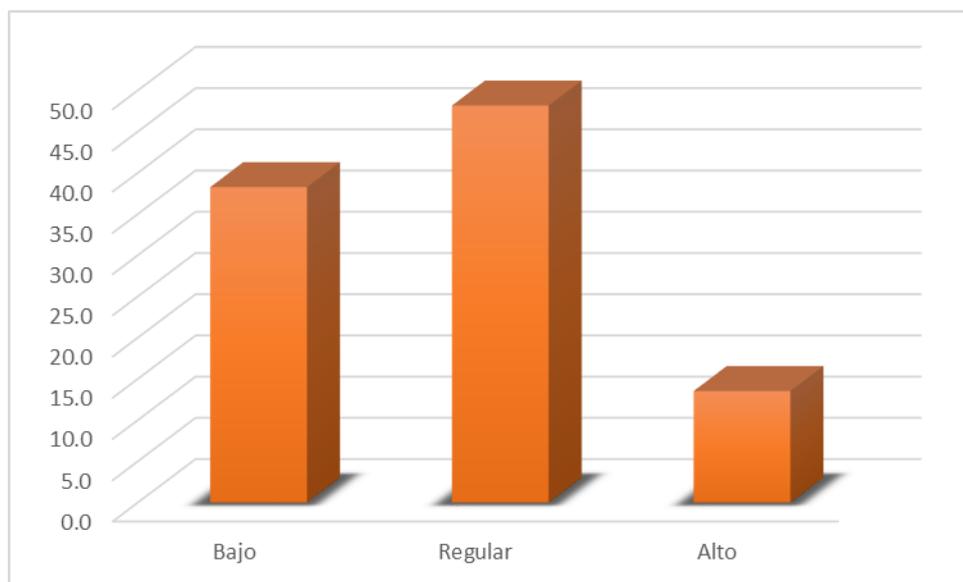


Figura 26. Otros servicios

4.1.2.4.- Dimensión: Calidad de infraestructura para actividades turísticas

Tabla 30

Calidad de infraestructura para actividades turísticas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	120	31,3	31,3
Regular	223	58,1	89,3
Alto	41	10,7	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 31,3% manifiestan que la calidad de la infraestructura para actividades turísticas es bajo, el 58,1% manifiestan que es regular y el 10,7% manifiestan que es alto.

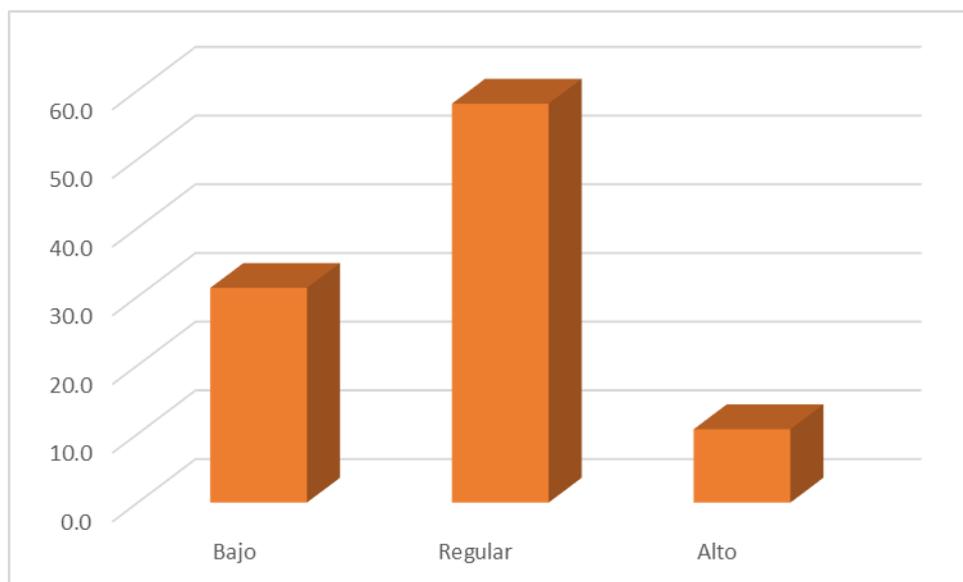


Figura 27. Calidad de infraestructura para actividades turísticas

Tabla 27

Indicador: Calidad de infraestructura para compras

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	176	45,8	45,8
Regular	145	37,8	83,6
Alto	63	16,4	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 45,8% manifiestan que la calidad de infraestructura para compras es baja, el 37,8% manifiestan que es regular y el 16,4% manifiestan que es alto.

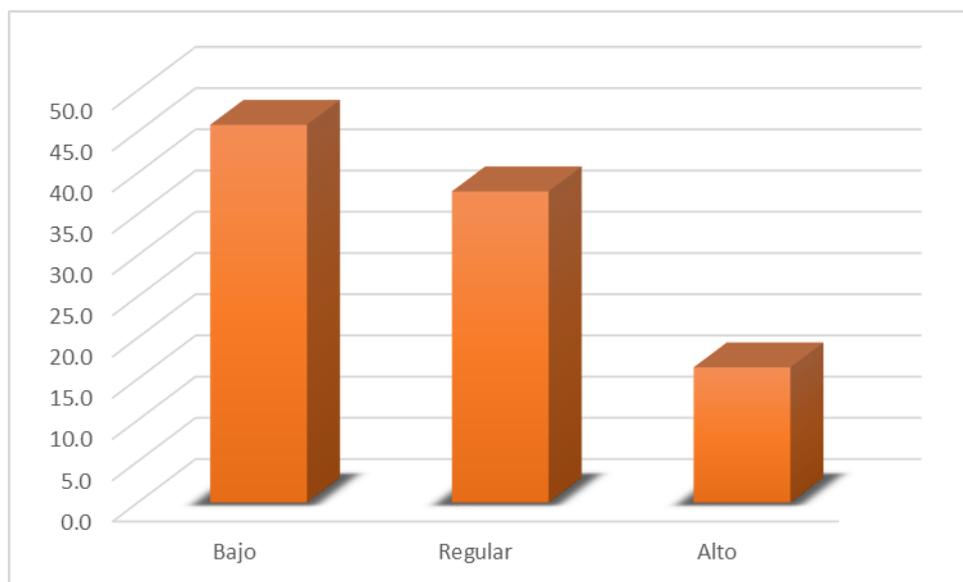


Figura 28. Calidad de infraestructura para compras

Tabla 28

Indicador: Calidad de infraestructura para ocio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	183	47,7	47,7
Regular	148	38,5	86,2
Alto	53	13,8	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 47,7% manifiestan que la calidad de infraestructura para ocio es baja, el 38,5% manifiestan que es regular y el 13,8% manifiestan que es alto.

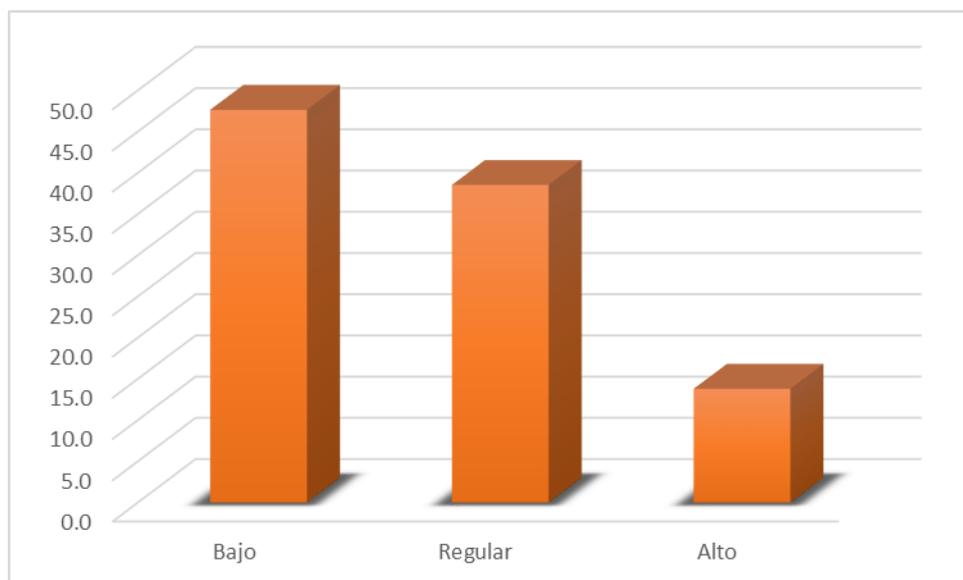


Figura 29. Calidad de infraestructura para ocio

Tabla 29

Indicador. Calidad de infraestructura para cultura y deporte

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	104	27,1	27,1
Regular	220	57,3	84,4
Alto	60	15,6	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 27,1% manifiestan que la Calidad de infraestructura para cultura y deporte es baja, el 57,3% manifiestan que es regular y el 15,6% manifiestan que es alto.

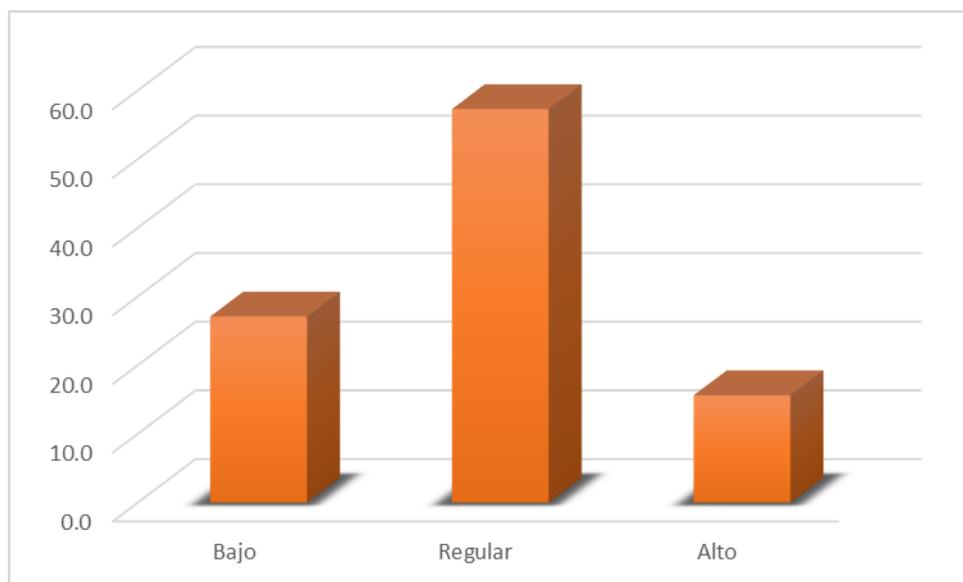


Figura 30. Calidad de infraestructura para cultura y deporte

4.1.2.5.- Dimensión: Calidad del entorno natural y urbano

Tabla 30

Calidad del entorno natural y urbano

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	126	32,8	32,8
Regular	211	54,9	87,8
Alto	47	12,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 32,8% manifiestan que el entorno natural y urbano es bajo, el 54,9% manifiestan que es regular y el 12,2% manifiestan que es alto.

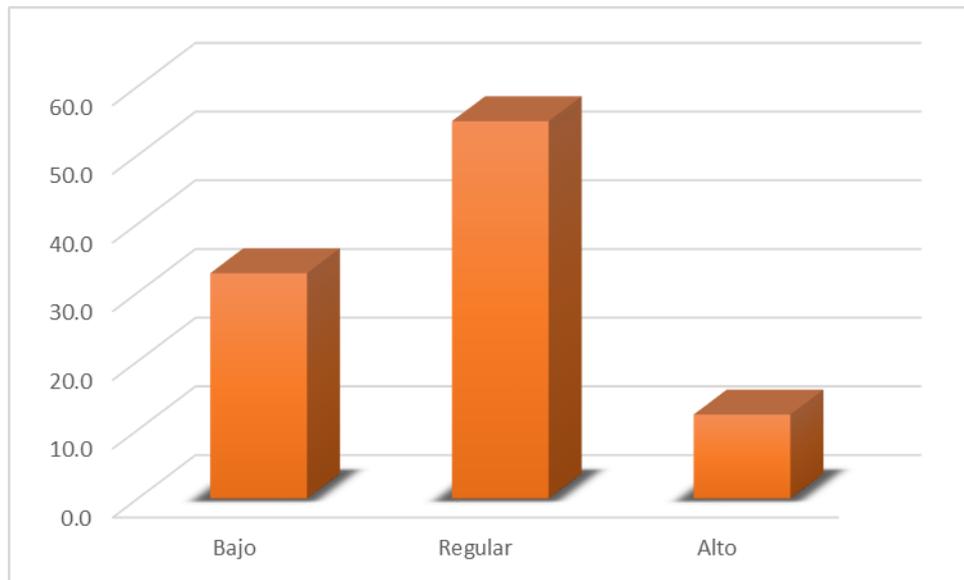


Figura 31. Calidad del entorno natural y urbano

Tabla 31

Indicador: Calidad del entorno natural

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	138	35,9	35,9
Regular	180	46,9	82,8
Alto	66	17,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 35,9% manifiestan que la calidad del entorno natural es bajo, el 46,9% manifiestan que es regular y el 17,2% manifiestan que es alto.

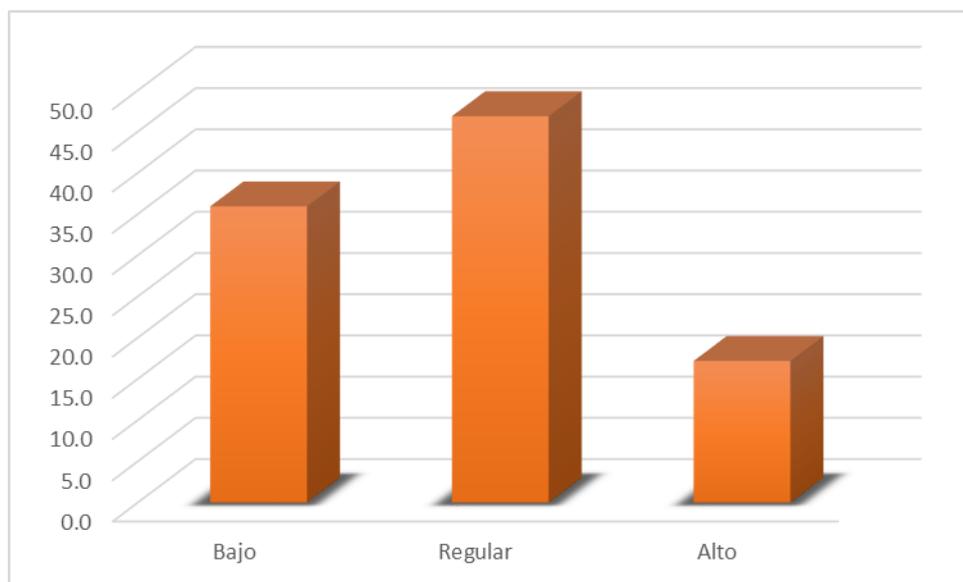


Figura 32. Calidad del entorno natural

Tabla 32

Indicador: Calidad del entorno urbano

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bajo	101	26,3	26,3
Regular	236	61,5	87,8
Alto	47	12,2	100,0
Total	384	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

Interpretación

Los visitantes y turistas que llegan a la playa Boca del Río encuestados, el 26,3% manifiestan que la calidad del entorno urbano es baja, el 61,5% manifiestan que es regular y el 12,2% manifiestan que es alto.

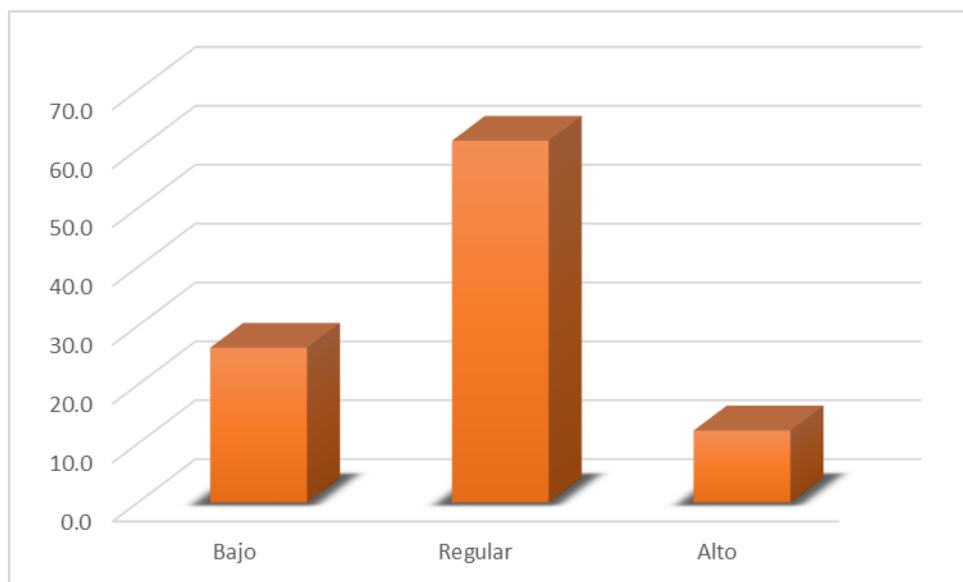


Figura 33. Calidad del entorno urbano

4.1.2.6.- ANÁLISIS RESUMEN DE LA VARIABLE

Tabla 37

Situación de análisis final del comportamiento de la variable Calidad del servicio del destino

Dimensiones	Indicadores	Niveles de percepción		
		Bajo	Regular	Alto
Calidad de servicios de hospedaje	Oferta	39,6	46,9	13,5
	Limpieza	26,6	58,9	14,6
	Facilidad	39,1	50,3	10,7
	Calidad	26,0	63,8	10,2
Calidad del servicio del restaurante	Variedad	20,6	65,6	13,8
	Limpieza	14,8	72,1	13,0
	Facilidad	31,8	56,0	12,2
	Calidad	22,9	68,5	8,6

Calidad de playas	Limpieza	25,5	63,0	11,5
	Equipamiento	22,4	64,1	13,5
	Puesto	18,5	72,1	9,4
	Acceso	19,5	68,5	12,0
	Otros	38,3	48,2	13,5
Calidad de infraestructura	Infraestructura de compra	45,8	37,8	16,4
	Infraestructura para ocio	47,7	38,5	13,8
	Infraestructura para cultura	27,1	57,3	15,2
Calidad del entorno	Natural	35,9	46,9	17,2
	Urbano	26,3	61,5	12,2
Media		26,07	61,08	12,85

Interpretación

La tabla 37 permite revelar desde la percepción de los visitantes y turistas encuestados, que llegan a la playa Boca del Río, que la Calidad de Servicio de Destino, que se desarrolla en la Playa alcanza el nivel de regular, (61,08%), nivel bajo (26,07%), y el nivel alto (12,85%).

4.2 Contraste de las hipótesis

4.2.1 Contraste de la hipótesis general

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

Ho: La gestión turística NO se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Rio de Tacna en el 2018.

Hipótesis alterna

H1: La gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Rio de Tacna en el 2018.

b) Nivel de significancia: 0,05

c) Elección de la prueba estadística: Chi cuadrado

Valor de la prueba Chi cuadrado

Coefficiente de prueba de Hipótesis	Valor	Grados de libertad	Sig, asintótica (Bilateral)
CHI-cuadrado	40,741	4	0,000

Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Conclusión:

El valor del chi-cuadrado calculado fue de 40,741 y el valor de $p = 0,000$ lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; lo que implica rechazar la H_0 ; es decir, se concluye que la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, con un nivel de confianza del 95%.

4.2.2 Contrastación de hipótesis secundarias

4.2.2.1.- Contrastación de la primera hipótesis secundaria

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H_0 : La gestión turística no se relaciona significativamente con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

Hipótesis alterna

H1: La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

b) **Nivel de significancia:** 0,05

c) **Elección de la prueba estadística:** Chi cuadrado

VALOR DE LA PRUEBA CHI CUADRADO

Coeficiente de prueba de Hipótesis	Valor	Grados de libertad	Sig, asintótica (Bilateral)
CHI-cuadrado	39,141	4	0,000

d) **Regla de decisión:**

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Conclusión:

El valor del chi-cuadrado calculado fue de 39,141 y el valor de $p = 0,000$ lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; lo que implica rechazar la H_0 ; es decir, se concluye que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, con un nivel de confianza del 95%.

4.2.2.2.- Contratación de la segunda hipótesis secundaria

a) **Planteamiento de la hipótesis estadística**

Hipótesis nula

Ho: La gestión turística no se relaciona significativamente con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

Hipótesis alterna

H1: La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

b) **Nivel de significancia:** 0,05

c) **Elección de la prueba estadística:** Chi cuadrado

Valor de la prueba Chi Cuadrado

Coefficiente de prueba de Hipótesis	Valor	Grados de libertad	Sig, asintótica (Bilateral)
CHI-cuadrado	14,107	4	0,000

d) **Regla de decisión:**

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Conclusión:

El valor del chi-cuadrado calculado fue de 14,107 y el valor de $p = 0,000$ lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; lo que implica rechazar la H_0 ; es decir, se concluye que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, con un nivel de confianza del 95%.

4.2.2.3.- Contrastación de la tercera hipótesis secundaria

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H_0 : La gestión turística no se relaciona significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

Hipótesis alterna

H_1 : La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

b) Nivel de significancia: 0.05

c) Elección de la prueba estadística: Chi cuadrado

VALOR DE LA PRUEBA CHI CUADRADO

Coefficiente de prueba de Hipótesis	Valor	Grados de libertad	Sig, asintótica (Bilateral)
CHI-cuadrado	34,127	4	0,000

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Conclusión:

El valor del chi-cuadrado calculado fue de 34,127 y el valor de $p = 0,000$ lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; lo que implica rechazar la H_0 ; es decir, se concluye que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, con un nivel de confianza del 95%.

4.2.2.4.- Contratación de la cuarta hipótesis secundaria

a) **Planteamiento de la hipótesis estadística**

Hipótesis nula

Ho: La gestión turística no se relaciona significativamente con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

Hipótesis alterna

H1: La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

b) **Nivel de significancia:** 0.05

c) **Elección de la prueba estadística:** Chi cuadrado

VALOR DE LA PRUEBA CHI CUADRADO

Coefficiente de prueba de Hipótesis	Valor	Grados de libertad	Sig, asintótica (Bilateral)
CHI-cuadrado	19,430	4	0,000

d) **Regla de decisión:**

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Conclusión:

El valor del chi-cuadrado calculado fue de 19,430 y el valor de $p = 0,000$ lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; lo que implica rechazar la H_0 ; es decir, se concluye que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, con un nivel de confianza del 95%.

4.2.2.5.- Contrastación de la quinta hipótesis secundaria

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

Hipótesis nula

H_0 : La gestión turística no se relaciona significativamente con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

Hipótesis alterna

H_1 : La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.

b) Nivel de significancia: 0.05

c) Elección de la prueba estadística: Chi cuadrado

VALOR DE LA PRUEBA CHI CUADRADO

Coefficiente de prueba de Hipótesis	Valor	Grados de libertad	Sig, asintótica (Bilateral)
CHI-cuadrado	9,311	4	0,000

d) Regla de decisión:

Rechazar H_0 si el valor-p es menor a 0,05

No rechazar H_0 si el valor-p es mayor a 0,05

Conclusión:

El valor del chi-cuadrado calculado fue de 9,311 y el valor de $p = 0,000$ lo que significa que el valor de p es menor que el nivel de significancia $\alpha = 0,05$; lo que implica rechazar la H_0 ; es decir, se concluye que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, con un nivel de confianza del 95%.

4.3 Discusión de Resultados

A la luz de los resultados se determinó que la gestión turística se determinó que es regular en un 54,2% manifiestan que es regular y el 12,2% manifiestan que es alto. La dimensión: comunicación de productos y destinos turísticos es regular en un 49,7 %. El indicador: comunicación de productos turísticos es regular en un 52,6% manifiestan que es regular. La comunicación de destinos turísticos es regular en un 52,6%. La dimensión: promoción y creación de productos y destinos turísticos es regular en un 61,5%. El indicador: promoción y creación de productos turísticos es regular en un 64,8%. el indicador: promoción y creación de destinos turísticos es regular en un 68% manifiestan que es regular. La calidad del servicio del destino es regular en un 51%. Los resultados hallados se parecen con Velascoz (2009), quien concluye que la gestión turística del patrimonio cultural es fundamental, por lo que se hace necesario la comunicación, y la promoción de estos productos turísticos, por lo que es imprescindible que las autoridades deben priorizar el turismo, y deben asignarle el presupuesto necesario para movilizar los productos y destinos turísticos.

Los resultados encontrados son equivalente a lo establecido por López y Vera (2015), quien concluyó que los principales medios de comunicación que utilizaron los turistas fueron en un 61% la referencia de familiares y amistades y en un 28% la web; de otro lado, el 64% y el 85% perciben que el desarrollo del transporte para el turismo de la playa Rosada al igual que el hospedaje no están desarrollados. Un porcentaje similar de 88% opinan que la seguridad es deficiente

y muy poco desarrollada; por lo que es evidente los servicios que se brindan las playas, en cuanto a la limpieza, limpieza de la arena, así como el equipamiento, y los puestos de vigilancia y puestos de socorro, así como los accesos, como las vías, transporte público; así como el acceso y equipamiento para personas con discapacidad. Además, es necesario priorizar brindarle la infraestructura para compras, ocio y cultura.

Asimismo, los hallazgos encontrados se parecen a lo informado por Asencio, Hernández y Maldonado (2015), quienes concluyeron que el disfrute en las playas que se encuentran en buen estado, hacen que los visitantes se queden más tiempo, ya que evidencian que en las playas adecuados servicios de hospedaje y restaurante, con relación a la variedad de oferta de servicio de hospedaje; sin embargo, no cuenta con suficiente personal para la atención debida; asimismo, el entorno naturales y urbano, en cuanto a lo natural, con relación a la calidad del paisaje natural, con ausencia de torres eléctricas, canteras, etc.

La dimensión: calidad del servicio de hospedaje es regular en un 43,2 % y regular en un 48,7%. El indicador: variedad de oferta de servicios de hospedaje es regular en un 46,9 %. El indicador: limpieza en los servicios de hospedaje es regular en un 58,9%. El indicador: facilidades de atención en los servicios de hospedaje es regular en un 50,3 %. El indicador: calidad de productos es regular en un 63,8%. Asimismo, los hallazgos encontrados se parecen a lo aseverado por Rodríguez (2015), quien concluyó que las autoridades de las municipalidades no se preocupan por comunicar, promocionar los productos y destinos turísticos,

sobre todo de las playas, a pesar que están brindan un adecuado servicio hotelero y de restaurante, en lo referente a la variedad de oferta de servicios, con calidad y el personal tiene adecuado trato personal.

Así como también, los hallazgos encontrados se parecen a lo establecido por Beltrán (2011), quien concluyó que, lo que favorece en el turismo es el hermoso entorno natural y urbano, en cuanto a lo natural, con calidad del paisaje, la calidad del paisaje natural, así como lo urbano, que este aspecto no cuenta con animación en la calle, la actitud de los lugareños hacia los turistas, es de desconfianza a veces, pero sí se observa la calidad el paisaje natural.

Los hallazgos encontrados se parecen a lo indicado con Casas (2012), quien concluye que existe relación de la Gestión Turística Municipal y Desarrollo Local Sostenible, se evidencia que si bien es cierto no hay muchos servicios de hospedaje y restaurante, pero sí se observa un hermoso entorno natural; por lo que las autoridades en alguna medida promueven la comunicación y creación de productos y destinos turísticos, ya que invierten suficiente cantidad para potenciarlo, ya que cuentas con recursos de canon minero.

La dimensión: calidad del servicio de restaurante es regular en un 56 %.

El indicador: variedad de oferta de servicios de restaurantes es regular en un 65,6%. El indicador: limpieza en los servicios de restaurantes es regular en un 72,1%. El indicador: facilidad de atención en los servicios de restaurantes es regular en un 56%. El indicador: calidad de productos de los servicios de

restaurante es regular en un 68,5%. Los hallazgos encontrados se parecen con lo informado por Cayotopa (2017), quien concluye que, al realizar el análisis tendencial del proceso de gestión turística se aprecia que el turismo entra como parte fundamental de la agenda política de numerosos países, desarrollando políticas públicas que intervienen en la promoción, planificación y comercializadas como pieza clave del desarrollo económico. Se trata de alcanzar un desarrollo turístico sostenible mediante la captación de nuevos mercados y la regulación de la estacionalidad. Al diagnosticar el estado actual del proceso de gestión turística municipal, integrada y participativa se aprecia que la percepción de la eficiencia del proceso de planificación de las actividades turísticas del Municipio de Zaña, 2017 es de que el 56% que no se encuentra de acuerdo y desconoce el proceso de planificación turística, siendo por lo tanto necesario hacer participar a la comunidad en mencionados acuerdos inmersos al turismo. Y así como este resultado, en la mayor parte de las interrogantes realizado la sumatoria del desconocimiento siendo el ítem indiferente o desacuerdo equivale a más del 51% queriendo decir que existe una brecha o necesidad por parte de la población en torno a la participación del conocimiento, inclusión y participación en temas y decisiones turísticas.

La dimensión: calidad de las playas es regular en un 51%. El indicador: limpieza es regular en un 63%. El indicador: equipamiento de las playas es regular en un 64,1%. El indicador: puesto de vigilancia y socorro es regular en un 72,1%. El indicador: acceso a servicios y a equipamiento: otros servicios se encuentran en un nivel bajo en un 38,3 % y es regular en un 48,2%. Asimismo, los

resultados encontrados se parecen a lo establecido con Ríos (2017), quien concluye que el proceso de planificación en la sub gerencia de turismo de la municipalidad de Chepén, está ausente en esta gestión. Lo que se manifiesta actualmente en la carencia de una visión y misión de la actividad turística. El área de turismo esta conducida por una Licenciada en Turismo, y cuenta con alumnos en calidad de Practicantes de un Instituto Técnico que tiene Programas afines al Turismo y que cumplen solo labores operativas. La operatividad de la gestión turística de la municipalidad en referencia, hacia la población, está limitada por la escasa participación de los actores involucrados en turismo (hoteles, restaurantes, etc.).

La dimensión: calidad de infraestructura para actividades turísticas es regular en un 58,1%. El indicador: calidad de infraestructura para compras es baja en un 45,8% y regular en un 37,8%. La calidad de infraestructura para ocio es baja en un 47,7 % y regular en un 38,5 %. El indicador: calidad de infraestructura para cultura y deporte es regular en un 57,3%. Los resultados obtenidos se parecen a lo establecido por Casas, (2012), quien concluye que la Gestión Turística Municipal del distrito de Ilabaya es deficiente; puesto que existen evidencias que las autoridades no han previsto dentro de su accionar un adecuado Plan Municipal Turístico; promoción turística; y capacitación sobre el mismo. Se observa además ausencia de planes y programas adecuados sobre Ordenamiento territorial y el Presupuesto para el potenciamiento del turismo en la comuna es escaso y no contribuye al fomento del mismo. El Desarrollo Sostenible del distrito de Ilabaya es bajo; puesto no se han potenciado el Desarrollo Ambiental; Desarrollo Socio-

cultural y los programas y actividades son escasos y no contribuyen al Desarrollo Económico del distrito de Ilabaya. Por lo que los pobladores de la comunidad se encuentran insatisfechos con la gestión por el bajo desarrollo del distrito; que no les permite mejorar su calidad de vida.

La dimensión: calidad del entorno natural y urbano es regular en un 54,9%. El indicador: calidad del entorno natural es bajo en un 35,9% y regular en un 46,9%. El indicador: calidad del entorno urbano es regular en un 61,5%. Los hallazgos encontrados se parecen a lo establecido por Alanoca y Rivera (2016), quien concluye que el eje costero de Tacna” presenta deficiencias de infraestructuras turísticas adecuadas y de confort para satisfacción del flujo turístico. Conclusión: se requiere un manejo integral del entorno natural del eje costero de Tacna. Además, los resultados hallados se relacionan con lo informado por Camarena y Coral (2016), quien concluye que existe un bajo una visión global del funcionamiento del sistema turístico, los puntos críticos que impiden el impulso de la gestión turística de la provincia. A partir de ello, se plantean 4 ejes estratégicos: (i) la creación de un plan de marketing para posicionar a Chupaca como destino turístico, la creación de un plan de gestión público-privado para realizar un cofinanciamiento de la actividad turística, la elaboración de un programa de capacitación técnica a los actores involucrados en el sistema turístico, y la elaboración de un plan territorial.

CONCLUSIONES

Primera

Se ha establecido que la gestión turística se determinó que es regular en un 54,2 % reflejado en la comunicación, la promoción y creación de productos y destinos turísticos, se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, que se encuentra en un nivel regular en un 51,0 % reflejado en la calidad del servicio de hospedaje, del restaurante, calidad de las playas y la calidad de infraestructura para actividades turísticas.

Segunda

Se ha determinado que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, que se encuentra en un nivel bajo en un 43,2 % y regular en un 48,7 %, reflejado en la variedad de oferta de servicios de hospedaje, limpieza en los servicios de hospedaje, calidad de los productos.

Tercera

Se ha establecido que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, se encuentra en un nivel regular en 56 %, reflejado en la variedad de oferta de servicios de restaurante, limpieza en los servicios de restaurante, así como las facilidades de atención en los servicios de restaurante.

Cuarta

Se ha determinado que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, reflejado en la limpieza y equipamiento de las playas, así como los puestos de vigilancia y socorro, así como los accesos de servicio y equipamiento, y otros servicios.

Quinta

Se ha determinado que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, se encuentra en un nivel regular 51,0 %, reflejado en la calidad de infraestructura para compras, para ocio, para cultura y deporte.

Sexta

Se ha determinado que la gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018, se encuentra en un nivel regular en un 58,10 %, reflejado en la calidad del entorno natural y la calidad del entorno urbano.

Séptima

Para el desarrollo de la actividad turística, el estudio sostiene, que del incremento de la efectividad de la gestión turística hará posible la mejora de la calidad del servicio de destino sol y playa en la Boca del Río de Tacna en el 2018.

RECOMENDACIONES

Primera

Se sugiere que se desarrolle un Plan de gestión turística con enfoque a resultados, para optimizar la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna, en cuanto a la calidad del servicio de: hospedaje, del restaurante, calidad de las playas, así como de la infraestructura para actividades turísticas.

Segunda

Se debe desarrollar estrategias efectivas de comunicación de productos y destinos turísticos para elevar la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna, con respecto al incremento de la variedad de la oferta de servicios de hospedaje.

Tercera

Se debe desarrollar buenas prácticas de promoción y creación de productos y destinos turísticos, para elevar la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna, en cuanto a la mejora de la limpieza en los servicios de restaurante.

Cuarta

El alcalde de la Municipalidad de la Boca del Río debe coordinar con el Gobierno Regional sobre el fortalecimiento de la gestión turística se relaciona

significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna, en cuanto a mejorar los puestos de vigilancia y socorro.

Quinta

El alcalde de la Municipalidad de la Boca del Río debe coordinar con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Tacna para desarrollar actividades que permitan mejorar la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna.

Sexta

Se debe implementar el Plan de gestión turística con enfoque a resultados para optimizar la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguiló E., Ruiz A., Valdés L. (1996). Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales. Edit. Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones: Oviedo.
- Alanoca y Rivera (2016). Planeación de infraestructura vacacional para el desarrollo turístico, con manejo integral del entorno natural en el eje costero de la Región Tacna (Tesis de titulación) UNJBG, Tacna.
- Alanoca y Rivera (2016). Planeación de infraestructura vacacional para el desarrollo turístico, con manejo integral del entorno natural en el eje costero de la Región Tacna. (Tesis de grado).). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Albert I. (2015). Gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Araluce M. (2001). Empresas de restauración alimentaria: un sistema de gestión global. Díaz de Santos: Madrid.
- Asencio M., Hernández K. y Maldonado F. (2015). Perfil del turista de playa interno y propuesta de estrategias para la optimización de la oferta turística: Caso de estudio Playas el Majahual y Conchalio, Departamento de la Libertad. (Tesis licenciatura) Universidad de El Salvador [En línea] Recuperado de ri.ues.edu.sv/8506/.
- Barrado D. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial [En línea] Recuperado de

<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-160-2004-pag45-68-91963.pdf>.

Bejarano R. (1997). *Vegetación y paisaje en la costa atlántica de Andalucía*. Serie Historia y Geografía Edit. Universidad de Sevilla: Sevilla.

Beltrán (2011) “Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho” (Tesis de grado). Universidad San Marín de Porres, Perú.

Betoño E. (2011). *Abrir un restaurante. Bases para un modelo de éxito*. RC Ediciones: Madrid.

Bigné E., López D. (1999). *Planificación territorial y comercialización turística*. Editorial Uanivesitat Jaume I: Castelló de la Plana.

Cabanilla E. (2011). *Metodología para elaborar un estudio por encuestas de la satisfacción del turista: Aplicación Quito Ecuador*. [En línea] Recuperado de <file:///F:/User-2017/Downloads/Dialnet-MetodologiaParaElaborarUnEstudioPorEncuestasDeLaSa-3769604.pdf>.

Camarena & Coral (2016). “diagnóstico de los componentes del sistema de gestión turística en comunidades receptoras andinas. Caso: provincia de Chupaca, Valle Del Mantaro, Región Junín.” de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

Caro A. (2011). *Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante (UF0258)*. IC Editorial: Málaga.

Casas (2012) en su trabajo de investigación titulado “INFLUENCIA DE LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL EN EL DESARROLLO LOCAL

- SOSTENIBLE DEL DISTRITO DE ILABAYA 2007- 2010". (tesis de grado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.
- Cayotopa, L. (2017). Modelo de Gestión Turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural, en el Distrito de Zaña. (tesis de maestría). Universidad Señor de Sipán
- Dadon J. (2012). Las playas como bien nacional de uso público desde la experiencia comparada. En Memoria Fórum Internacional Playas, Desarrollo Económico e Inclusión Social, Lima.
- DICA inventa,(2017).} la promoción de destinos turísticos de visitantes y turistas
- Dirección de Innovación y Calidad (DICA) – El Salvador (2017). Gestión y promoción turística de destinos: crisis del modelo tradicional [En línea] Recuperado <http://www.innovacion.gob.sv/>.
- Editorial Vértice (2008). La calidad en el servicio al cliente. Edit. Málaga Vértice: Madrid.
- García F., Gil M., García P. (2016). Operaciones básicas y servicios en restaurante y eventos especiales. 2da Edic. Ediciones Paraninfo S.A.: Madrid.
- González F. (2014). Sistema de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante: recepción y almacenamiento de provisiones. Edit. Ideas Propias: Madrid.
- Gronroos, C. (1994). *Marketing y Gestión de Servicios*. Ed. Díaz de Santos Madrid.
- Guerrero R. (2012). Técnicas elementales de servicio. Edit. Paraninfo: Madrid.

- Hax A. y Majluf N. (2004). Estrategias para el liderazgo competitivo: de la visión a los resultados. Edit. Granica: Buenos Aires.
- Hinojo J. (2016). *Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante*. Ediciones Paraninfo: Madrid.
- Janampa L. (2017). Turismo, innovación y emprendimiento [En línea] Recuperado de <http://blogs.upn.edu.pe/negocios/2015/10/12/turismo-innovacion-y-emprendimiento/>.
- Junta de Andalucía (s.f.). Calidad turística [En línea] Recuperado de <http://www.andaluciadestinocalidad.es/web/contenido?pag=/contenidos/calidadTuristica/introduccion&idActivo=M7&>.
- Jurado R. (2003). proyecto de Ley de creación del Distrito Luis Banchero Rossi, en la Provincia de Tacna, Departamento de Tacna [En línea] Recuperado de <http://www2.congreso.gob.pe/sicr/tradocestproc/clproley2001.nsf/pley/56AE381BE14E795405256D25005D5E2B?opendocument>
- Koc M., Silva M. y Díaz A. (2017). Universidad San Martín de Porres. Emprendimiento. Manual para uso exclusivo de los estudiantes [En línea] Recuperado de <http://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2017-I/MANUALES/EMPRENDIMIENTO.pdf>.
- López y Vera (2015) investigaron sobre la *Importancia del marketing turístico para el desarrollo sustentable del sector playa Rosada en la Península de Santa Elena*. (Tesis titulación) Universidad de Guayaquil.
- López y Vera (2015). Importancia del marketing turístico para el desarrollo sustentable del sector playa Rosada en la Península de Santa Elena. (Tesis

titulación) Universidad de Guayaquil [En línea] Recuperado de repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10988.

Matute, G., Izquierdo, L., Porrás, C., & Solano, N. (2008). *Modelo de gestión de la calidad para la Contraloría General de la República*. Lima: Universidad ESAN

MINCETUR (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima.

Ministerio del Medio Ambiente de España (2005). Hacia una gestión sostenible del litoral español. Diciembre 2005 [En línea] Recuperado de http://www.sgea.org/documentos/000039_litoral_mma.pdf.

MINSA (2010). Resolución Ministerial N° 659-2010/MINSA que aprueba la Directiva Sanitaria que establece el procesamiento para la evaluación de la calidad sanitaria de las Playas del Litoral Peruano, Diario Oficial El Peruano, Lima.

MINSA (2017). Brigadistas del MINSA protegerán salud de veraneantes en playas concurridas de Lima [En línea] Recuperado de <http://www.minsa.gob.pe/?op=51¬a=22231>.

MONCHÓN 2004 Economía en las Facultades de Turismo.

OMT 1980 Turismo y Paz Mundial

OTERO C. (2003) Evaluación de la calidad de destinos turísticos de sol y playa: una aplicación a la Costa del Sol. (Tesis doctoral) Universidad de Málaga [En línea] Recuperada de atarazanas.sci.uma.es/docs/tesisuma/16699336.pdf.

Palomo M. (2014). Atención al cliente. Ediciones Paraninfo S.A.: Madrid.

Pena M. (2012). Estudio sobre turismo rural sostenible y su aplicación docente.

Editorial Universidad de Almería: Almería.

Policía Nacional del Perú (2016). Unidad de Salvataje de la Policía Nacional del

Perú conmemoró LXXVI aniversario de creación [En línea] Recuperado de

[http://policia peru.tumblr.com/post/150835144226/unidad-de-salvataje-de-](http://policia peru.tumblr.com/post/150835144226/unidad-de-salvataje-de-la-polic%C3%ADa-nacional-del)

[la-polic%C3%ADa-nacional-del.](http://policia peru.tumblr.com/post/150835144226/unidad-de-salvataje-de-la-polic%C3%ADa-nacional-del)

Quintanilla (2009) Percepción de la calidad de los servicios que presta la Entidad

Prestadora de Servicios de Saneamiento SA. de Moquegua, año 2009”, de la

Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann – Tacna. (Tesis de

maestría).

Ríos, K. (2017). Gestión turística Municipal en la subgerencia de Turismo de la

Municipalidad de Chepén, año 2017

Rodríguez, J. (2015). Gestión local del turismo: el municipio y su rol en el

desarrollo turístico en Chile. *Gestión Turística*, núm. 23, enero-junio, 2015,

pp. 34-56. Universidad Austral de Chile.

Rovira E. y Cuyás B. (2003). *Libro blanco de la accesibilidad*. Edit. UPC:

Barcelona

Sainz J. (2001). *La distribución comercial: opciones estratégicas*. 2da edic. Edit.

ESIC: Madrid.

Sanchis J. y Ribeiro D. (1999). *Creación y dirección de Pymes*. Edit. Díaz de

Santos: Madrid.

- Superintendencia Nacional de Bienes Estatales (SBN). (2017). Normas sobre playas [En línea] Recuperado de https://www.sbn.gob.pe/normas_playas.php
- Tribe, 2005:284 Crecimiento económico y cambio sociales
- Velasco, J. (2010). *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión. Teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Cuadernos de Turismo, núm. 23, enero-junio, 2009, pp. 237-253 Universidad de Murcia Murcia, España.
- Venero L. (2017). Rol del MINCETUR para la facilitación turística en el Perú [En línea] Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/eventos_capacitaciones/Primer_Foro_Internacional_de_Facilitacion_Turistica/Lunes_26_junio/Bloque_I/1.Rol_del_Mincetur_para_la_Facilitacion_Turistica_en_el_Peru_LAVLT.pdf.
- Verdoy P. (2006). Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones. Edicut. Publicaciones de la Universidad Jaume I: Castelló de la Plana.
- Yepes V. (2005). Gestión del uso público de las playas según el sistema de calidad turístico español [En línea] Recuperado de <http://personales.upv.es/vyepesp/playasq.pdf>.
- Yepes V. y Cardona A. (1991). Mantenimiento y explotación de las playas como soporte de la actividad turística. El plan de turismo litoral 1991-99 de la comunidad valenciana [En línea] Recuperado de <http://personales.upv.es/vyepesp/Costyc99.PDF>.

ANEXOS

Anexo 1:

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO
HOTELERA**

**INSTRUMENTO 1
GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL RÍO,
TACNA 2018**

Estimados Srs. Sr. Srta.

El presente instrumento tiene como finalidad evaluar el Gestión turística y la calidad del servicio del destino Sol y Playa Boca del Río, Tacna 2018, es por ello que he elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir SOLO UNA, salvo que el enunciado de la pregunta diga expresamente que puede seleccionar varias.

Cada opción tiene un número, marque con un aspa (X) a la opción elegida, de la siguiente forma

Escala de valoración

Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	1	2	3	4	5
	COMUNICACIÓN DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS					
	Comunicación de productos turísticos					
1	Se ejecuta estrategias de comunicación de productos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna eficazmente					
2	Se ejecuta estrategias de comunicación de productos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna eficientemente					
3	Se ejecuta estrategias de comunicación de productos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna, cumpliendo las normas de MINCETUR					
	Comunicación de destinos turísticos					
4	Se ejecuta estrategias de comunicación de destinos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna eficazmente					
5	Se ejecuta estrategias de comunicación de destinos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna eficientemente					
6	Se ejecuta estrategias de comunicación de destinos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna, cumpliendo las normas de MINCETUR					
	PROMOCIÓN Y CREACIÓN DE PRODUCTOS Y DESTINOS TURÍSTICOS					
	Promoción y creación de productos turísticos					
7	Se ejecuta estrategias de promoción y creación de productos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna eficazmente					
8	Se ejecuta estrategias de promoción y creación de productos turísticos comunicación de destinos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna eficientemente					
9	Se ejecuta estrategias de comunicación de destinos turísticos de productos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna, cumpliendo las normas de MINCETUR					
	Promoción y creación de destinos turísticos					
10	Se ejecuta estrategias de promoción y creación de destinos turísticos de sol y playa Boca del Río, Tacna eficazmente					

11	Se ejecuta estrategias de promoción y creación de destinos turísticos sol y playa Boca del Río, Tacna eficientemente					
12	Se ejecuta estrategias promoción y creación de destinos turísticos del destino sol y playa Boca del Río, Tacna, cumpliendo las normas de MINCETUR					

INSTRUMENTO 2

CALIDAD DEL SERVICIO DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL RÍO, TACNA 2018

El presente instrumento tiene como finalidad evaluar la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río, Tacna 2018, es por ello que he elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir SOLO UNA, salvo que el enunciado de la pregunta diga expresamente que puede seleccionar varias.

Cada opción tiene un número, marque con un aspa (X) a la opción elegida, de la siguiente forma

Escala de valoración

Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nro.	Ítems	1	2	3	4	5
	CALIDAD DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE					
	Variedad de oferta de servicios de hospedaje					
1	En el hospedaje se ofrece variedad de servicio de desayuno, almuerzo y cena					
2	En el hospedaje se ofrece variedad de servicio de habitación					
3	En el hospedaje se ofrece variedad de servicio de servicios higiénico					
	Limpieza en los servicios de hospedaje					
4	En el hospedaje se evidencia limpieza de habitaciones					
5	En el hospedaje se evidencia limpieza de servicios higiénicos					
6	En el hospedaje se evidencia limpieza de servicio de comedor					
	Facilidades de atención en los servicios de hospedaje					

7	En el hospedaje la atención es personal profesional				
8	El trato del personal del hospedaje es adecuado				
9	En el hospedaje existe facilidad de atención a niños y personas capacitadas				
	Calidad de productos				
10	En el hospedaje existe calidad de productos relacionado a las habitaciones				
11	En el hospedaje existe calidad de productos a los alimentos				
12	En el hospedaje existe calidad de productos de entretenimiento				
	CALIDAD DEL SERVICIO DE RESTAURANTE				
	Variedad de oferta de servicios de restaurante				
13	En el restaurante se ofrece variedad a disposición de mobiliario y equipo				
14	En el restaurante se ofrece variedad de alimentos y bebidas de calidad				
15	En el restaurante se ofrece las instalaciones, equipos, montaje de mesas				
	Limpieza en los servicios de restaurante				
16	En el restaurante se evidencia limpieza de platos y cubiertos				
17	En el restaurante se evidencia limpieza de la cocina				
18	En el restaurante se evidencia limpieza de la atención del personal				
	Facilidades de atención en los servicios de restaurante				
19	La atención el restaurante es personal profesional				
20	El trato del personal del restaurante es adecuado				
21	En el restaurante existe facilidad de atención a niños y personas capacitadas				
	Calidad de productos de los servicios de restaurante				
22	En el hospedaje existe calidad de productos relacionado a los alimentos				
23	En el hospedaje existe calidad de productos de entretenimiento para niños				
24	En el hospedaje existe calidad de productos de utensilios cubertería				
	CALIDAD DE LAS PLAYAS				
	Limpieza de las playas				
25	Limpieza de agua				
26	Limpieza de arena				

27	Limpieza de agua y arena					
28	Equipamiento en las playas					
29	Equipamiento en las playas					
30	Equipamiento en las playas					
31	Equipamiento en las playas					
	Puestos de vigilancia y socorro					
32	Puesto de vigilancia					
33	Puesto de socorro					
34	Puesto de vigilancia y socorro					
	Accesos a servicios y equipamiento					
35	Acceso a vías y transporte público					
36	Acceso a equipamiento para niños					
37	Acceso a equipamiento para personas con discapacidad					
	Otros servicios					
38	Servicio de parques					
39	Servicio de jardines					
40	Servicio de parqueo					
	CALIDAD DE INFRAESTRUCTURA PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS					
	Calidad de infraestructura para compras					
25	La calidad de infraestructura para compras de artesanía					
26	La calidad de infraestructura para compras de boutique					
	Calidad de infraestructura para ocio					
27	La calidad de infraestructura para discotecas					
28	La calidad de infraestructura para cafetería y pubs, etc.					
	Calidad de infraestructura para cultura y deporte					
29	La calidad de infraestructura para espectáculos culturales					
30	La calidad de instalaciones deportivas para básquet, fútbol, vóley, etc.					
	CALIDAD DEL ENTORNO NATURAL Y URBANO					
	Calidad del entorno natural					
31	La calidad del entorno natural					
32	La calidad del entorno natural					
	Calidad del entorno urbano					
33	La calidad del entorno urbano					
34	La calidad del entorno urbano					

Anexo 2.

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: DR. WALTER OSWALDO VELASQUEZ REJAS
 - 1.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada de Tacna
 - 1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Gestión del Turismo
 - 1.4. Autor del Instrumento: Alex Jesús Miller Tejerina
- TITULO DE LA INVESTIGACION: GESTIÓN TURÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL RÍO, TACNA 2018**

II.- ASPECTOS DE EVALUACION:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					95%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					98
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					100
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					100
7. CONCISTENCIA	Basado en aspecto teórico científico .					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					100
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					100

III. OPINION DE APLICABILIDAD: 100% 13

IV. PROMEDIO DE VALORACION: 100%

Lugar fecha Tacna, Set 10 2015

firma del Experto Informante

DNI 0048789 Teléfono No. 952888690

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: JUSTNIANO DAVID ACOSTA HINOJOSA

1.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada de Tacna FACEM

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Calidad de Servicio

1.4. Autor del Instrumento: Alex Jesús Miller Tejerina

TITULO DE LA INVESTIGACION: **GESTIÓN TURÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL RÍO, TACNA 2018**

II.- ASPECTOS DE EVALUACION:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					99
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					100
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					100
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100
6.INTENCIONALID	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					98
7.CONCISTENCIA	Basado en aspecto teórico científico .					100
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					100
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100

III. OPINION DE APLICABILIDAD:..... *Favorable*

IV. PROMEDIO DE VALORACION: *100*

Lugar fecha

Tacna, Lambu 2018

firma del Experto Informante

DNI 29377344

Teléfono No.

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: NICOLAS FIDEL CARLDERON URRIOLOA

1.2. Cargo e institución donde labora: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

1.3. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Calidad del Servicio

1.4. Autor del Instrumento: Alex Jesús Miller Tejerina

TITULO DE LA INVESTIGACION: **GESTIÓN TURÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL RÍO, TACNA 2018**

II.- ASPECTOS DE EVALUACION:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					98
4.ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					100
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100
6.INTENCIONALID	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias científicas.					100
7.CONCISTENCIA	Basado en aspecto teórico científico .					100
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					100
9.METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnostico					100

III. OPINION DE APLICABILIDAD: 100% Favorable

IV. PROMEDIO DE VALORACION: 100%

Lugar fecha

Tacna Julio 2018

firma del Experto Informante

DNI 00440157

Teléfono No. 952 000 412

Anexo 3. Ficha de recolección de datos gestión turística

TÍTULO: GESTIÓN TURÍSTICA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL DESTINO SOL Y PLAYA BOCA DEL RÍO, TACNA 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN	METODOLOGÍA												
<p>Problema general ¿De qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?</p> <p>Problemas específicos a)¿Cómo la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018? b)¿De qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018? c)¿Cómo la gestión turística se relaciona con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018? d)¿De qué manera la gestión</p>	<p>Objetivo General Establecer la relación que existe entre la gestión turística y la calidad de servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna</p> <p>Objetivos Específicos a)Establecer cómo la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018. b)Determinar de qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018. c) Analizar cómo la gestión turística se relaciona con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del</p>	<p>Hipótesis general La gestión turística se relaciona con la calidad del servicio del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.</p> <p>Hipótesis específicas a) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de hospedaje del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018. b) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del servicio de restaurante del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018. c) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la playa del destino sol y playa Boca del</p>	<p>Variable independiente: Gestión turística</p> <table border="1"> <tr> <td>Comunicación de productos y destinos turísticos</td> <td>Comunicación de productos turísticos</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Comunicación de destinos turísticos</td> </tr> <tr> <td>Promoción y creación de productos y destinos turísticos</td> <td>Promoción y creación de productos turísticos</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Promoción y creación de destinos turísticos</td> </tr> </table> <p>Variable dependiente: Calidad del servicio del destino</p> <table border="1"> <tr> <td>Calidad del servicio de hospedaje</td> <td>Variedad de oferta de servicios de hospedaje</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Limpieza en</td> </tr> </table>	Comunicación de productos y destinos turísticos	Comunicación de productos turísticos		Comunicación de destinos turísticos	Promoción y creación de productos y destinos turísticos	Promoción y creación de productos turísticos		Promoción y creación de destinos turísticos	Calidad del servicio de hospedaje	Variedad de oferta de servicios de hospedaje		Limpieza en	<p>Tipo de investigación</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>Población</p> <p>Muestra</p> <p>Técnicas de recolección de datos</p> <p>Instrumentos de recolección de datos</p>
Comunicación de productos y destinos turísticos	Comunicación de productos turísticos															
	Comunicación de destinos turísticos															
Promoción y creación de productos y destinos turísticos	Promoción y creación de productos turísticos															
	Promoción y creación de destinos turísticos															
Calidad del servicio de hospedaje	Variedad de oferta de servicios de hospedaje															
	Limpieza en															

<p>turística se relaciona con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?</p> <p>e)¿De qué forma la gestión turística se relaciona con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018?</p>	<p>Río de Tacna en el 2018.</p> <p>d)Establecer de qué manera la gestión turística se relaciona con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.</p> <p>e)Determinar de qué forma la gestión turística se relaciona con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.</p>	<p>Río de Tacna en el 2018.</p> <p>d) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad de la infraestructura para compras, ocio, cultura del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.</p> <p>e) La gestión turística se relaciona significativamente con la calidad del entorno natural y urbano del destino sol y playa Boca del Río de Tacna en el 2018.</p>		los servicios de hospedaje	
				Facilidad de atención de los servicios de hospedaje	
				Calidad de productos de hospedaje	
			Calidad del servicio de restaurante	Variedad de oferta de servicios de restaurante	
				Limpieza en los servicios de restaurante	
				Facilidad de atención de los servicios de restaurante	
				Calidad de productos de restaurante	
			Calidad de las playas	Limpieza de las playas	
				Equipamiento	
				Puesto de atención	
	Acceso a servicios y a equipamiento				
	Otros servicios				
Calidad de la	Infraestructura				

			<table border="1"> <tr> <td rowspan="3">infraestructura para actividades</td> <td>para compras</td> </tr> <tr> <td>Infraestructura para ocio</td> </tr> <tr> <td>Infraestructura para cultura</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Calidad del entorno natural y urbano</td> <td>Natural</td> </tr> <tr> <td>Urbano</td> </tr> </table>	infraestructura para actividades	para compras	Infraestructura para ocio	Infraestructura para cultura	Calidad del entorno natural y urbano	Natural	Urbano	
infraestructura para actividades	para compras										
	Infraestructura para ocio										
	Infraestructura para cultura										
Calidad del entorno natural y urbano	Natural										
	Urbano										