



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

**ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE
LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019**

PRESENTADA POR
MIRTHA RONDON CHALLCO

ASESORA
ROSSANA SORAIDA DÍAZ PÉREZ

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERÍA

LIMA – PERÚ

2020



Reconocimiento - No comercial

CC BY-NC

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS
DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE
SERVICIO, 2019”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN

TURISMO Y HOTELERÍA

PRESENTADA POR:

MIRTHA RONDON CHALLCO

ASESOR:

DRA. ROSSANA SORAIDA DÍAZ PÉREZ

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mi madre Alicia, por su inmenso amor, entrega y coraje, por su apoyo incondicional que me ha permitido ser la persona y profesional que soy ahora.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, quien fue mi motor y motivo para seguir adelante, por su apoyo incondicional, por su paciencia infinita y por el gran amor que me brindan día a día.

A la Universidad San Martín de Porres, por su gran contribución a los conocimientos de sus estudiantes y brindar variedad de herramientas de investigación.

A mi asesora Rossana Díaz, Natalia Iju, Barbara Ponce y profesores, por su colaboración constante, por su paciencia e interés al guiarme en la realización de mi tesis.

ÍNDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
Descripción de la realidad problemática	xv
Problema General	xvii
Problemas específicos	xvii
Objetivo General	xvii
Objetivos específicos	xviii
Justificación de la investigación	xviii
Limitaciones del estudio	xviii
Limitación Espacial	xviii
Limitación Temporal	xix
Limitación Conceptual	xix
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	20
1.1. Antecedentes de la investigación	20
1.1.1 Antecedentes nacionales	20
1.1.2 Antecedentes internacionales	23
1.2. Bases Teóricas.....	25

1.2.1	Variable actividad turística	25
1.2.1.1.	Dimensión Demanda	28
1.2.1.2.	Dimensión Oferta	30
1.2.1.3.	Dimensión Espacio Geográfico.....	32
1.2.1.4.	Dimensión Operadores de Mercado	35
1.2.2.	Teorías sobre patrimonio natural	38
1.2.3.	Las Lomas Costeras	42
1.2.4.	Las Lomas de Lúcumo	44
1.2.5.	Teorías sobre calidad.....	47
1.2.6.	Teorías sobre calidad de los servicios	50
1.2.7.	Teorías sobre calidad de servicio turístico	51
1.3.	Definición de términos básicos.....	53
1.3.1	Actividad turística.....	53
1.3.2	Los recursos turísticos	54
1.3.3	Atractivo turístico	55
1.3.4	El producto turístico	55
1.3.4	Servicios turísticos	57
1.3.5	Infraestructura Turística	57
1.3.6	Instalaciones turísticas.....	58
1.3.7	Ecoturismo	59
1.3.8	Turismo sostenible.....	59
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....		61
2.1.	Hipótesis de la Investigación	61
2.1.1.	Hipótesis general	61
2.1.2.	Hipótesis específicas	61
2.2.	Variables de la investigación	62

2.3. Matriz de Operacionalización de variables	62
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	63
3.1. Diseño metodológico	63
3.1.1. Enfoque tipo y nivel de investigación	64
3.1.1.1 Enfoque de investigación.....	64
3.1.1.2 Tipo de investigación	64
3.1.1.3 Nivel de investigación	64
3.2. Diseño muestral	64
3.3. Técnicas de recolección de datos	66
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	69
3.5. Aspectos éticos	69
3.6. Matriz de consistencia.....	69
CAPÍTULO IV: RESULTADOS, ANÁLISIS, DISCUSIÓN Y PROPUESTA.....	70
4.1. Resultados de la investigación	70
4.1.1. Análisis descriptivo de la investigación	70
4.1.2. Análisis de fiabilidad.....	109
4.1.3. Análisis de prueba de hipótesis.....	110
4.1.3.1. Hipótesis general	110
4.1.3.2. Hipótesis específicas	112
4.1.4. Análisis cualitativo de la investigación	116
4.1.4.1. Resultados de las entrevistas	116
4.1.4.2 Guía de observación.....	129
4.2. Discusión de los resultados de la investigación	133
4.3 Propuesta.....	140
4.3.1 Propuesta de mejoramiento del producto turístico y calidad de servicio. ...	140
A. Presentación.....	140

B. Objetivos.....	141
C. Descripción de la ACELL.....	141
D. Análisis situacional	144
E. Plan de Propuesta	145
F. Desarrollo del plan de mejora:	146
G. Diagrama de Gantt.....	152
CONCLUSIONES	153
RECOMENDACIONES	155
FUENTES DE INFORMACIÓN	157
ANEXOS	165
ANEXO 01. MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	165
ANEXO 02. MATRÍZ DE CONSISTENCIA	167
ANEXO 03. Guía de observación	168
ANEXO 04: MODELO DE ENCUESTA.....	169
ANEXO 05. GUÍA DE PARA LA ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA A EXPERTOS SOBRE LAS LOMAS DE LÚCUMO	170
ANEXO 06: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS- EXPERTO 1	172
ANEXO 07: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS-EXPERTO 2	178
ANEXO 08: FOTOS DE LAS LOMAS DE LÚCUMO.....	184

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Variables de Investigación.....	62
Tabla N°2. Frecuencia de Visita	70
Tabla N°3. Satisfacción	72
Tabla N°4. Publicidad.....	73
Tabla N°5. Recursos Turísticos.....	75
Tabla N°6. Precio	77
Tabla N°7. Instalaciones	79
Tabla N°8. Accesibilidad	80
Tabla N°9. Seguridad	82
Tabla N°10. Infraestructura	83
Tabla N°11. Guía Turístico.....	85
Tabla N°12. Servicio de Boletería	87
Tabla N°13. Guarda-lomas.....	89
Tabla N°14. Tiempo promedio.....	91
Tabla N°15. Interés por ayudar	93
Tabla N°16. Servicio Inmediato	95
Tabla N°17. Absolver Dudas	97
Tabla N°18. Personal Capacitado	99
Tabla N°19. Personal confiable	101
Tabla N°20. Atención personalizada	102
Tabla N°21. Seguimiento	104
Tabla N°22. Instalaciones atractivas	106
Tabla N°23. Presentación del personal	108
Tabla N°24. Fiabilidad del Instrumento	110
Tabla N°25. Prueba de Hipótesis General	111
Tabla N°26. Prueba de Hipótesis Específica 1.....	112
Tabla N°27. Prueba de Hipótesis Específica 2.....	113
Tabla N°28. Prueba de Hipótesis Específica 3.....	114
Tabla N°29. Prueba de Hipótesis Específica 4.....	115
Tabla N°30. Datos de la entrevista.....	116
Tabla N°31. Matriz 1- Experto 1	117

Tabla N°32. Matriz 2- Experto 2	119
Tabla N°33. Matriz 3- Experto 3	122
Tabla N°34. Matriz de Triangulación de Resultados de Expertos.	124
Tabla N°35. Guía de Observación.....	130
Tabla N°36. Validación Externa de Expertos	133
Tabla N°37. Actividades Propuestas	145

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 Elementos de la actividad turística	27
Figura N°2. Determinantes de la demanda turística	30
Figura N°3. Actividades y Oferta Turística	32
Figura N°4. Elementos que conforman el espacio geográfico.....	33
Figura N°5. Componentes del espacio turístico	35
Figura N°6. Elementos del equipamiento Turístico	37
Figura N°7. Elementos del producto turístico	56
Figura N°8. Infraestructura básica requerida en un centro poblado	58
Figura N°9. Frecuencia de Visita.....	71
Figura N°10. Satisfacción	72
Figura N°11. Publicidad.....	74
Figura N°12. Recursos Turísticos.....	76
Figura N°13. Precio	78
Figura N°14. Instalaciones	79
Figura N°15. Accesibilidad	81
Figura N°16. Seguridad.....	82
Figura N°17. Infraestructura	84
Figura N°18. Guía Turístico.....	86
Figura N°19. Servicio de Boletería	88
Figura N°20. Guarda-lomas	90
Figura N°21. Tiempo prometido	92
Figura N°22. Interés por ayudar	94
Figura N°23. Servicio inmediato	96
Figura N°24. Absolver dudas.....	98
Figura N°25. Personal capacitado.....	100
Figura N°26. Personal confiable.....	101
Figura N°27. Atención personalizada	103
Figura N°28. Seguimiento	105
Figura N°29. Instalaciones atractivas	107
Figura N°30. Presentación del personal.....	109
Figura N°31. Organigrama de la ACELL.	141

Figura N°32. FODA-Lomas de Lúcumo.....	144
Figura N°33. Cronograma de Actividades Propuestas	152

RESUMEN

El presente trabajo de investigación busca analizar el tipo de relación que existe entre la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y la calidad de servicio que se brinda en el lugar.

Analizar la actividad turística en las Lomas de Lucúmo es muy importante para el desarrollo de este atractivo turístico, el cual contribuye con ingresos económicos a la población de Quebrada Verde, y a la misma vez construye valiosos lazos de compromiso con la naturaleza y cultura que existe en el distrito mediante su participación activa en las labores que se realizan para el buen funcionamiento de este lugar y la interacción con los visitantes que van en busca del disfrute de los paisajes de estas Lomas. Por otro lado, en este estudio, podremos observar la manera en la cual viene siendo administrado este lugar, el estado en que se encuentran sus instalaciones, señalética, caminos, servicio de guiado, aforo, entre otros indicadores que influyen en la calidad de servicio que se brinda al turista.

La investigación tiene un enfoque mixto de tipo no experimental, de nivel correlacional, en la cual se ha establecido la relación entre dos variables y sus respectivas dimensiones.

La investigación llega a la conclusión de que existen algunas brechas por trabajar en las Lomas de Lúcumo que limita su crecimiento, al mismo tiempo se evidencia la carencia de una adecuada gestión y control que retrasa su desarrollo.

Palabras Claves: *actividad turística, calidad de servicio turístico, infraestructura turística.*

ABSTRACT

This research project seeks to analyze the relation between tourist activity in the Lucumo's hills and the quality of service provided in that place.

Analyzing the tourist activity in the Lucumo's hills is very important for the development of this tourist attraction which contribute with economic income in benefit of the Quebrada Verde population at the same time builds valuable commitment to nature and the culture of the district where they live with their active participation in the activities for the proper work of this place and the interaction with the visitors who enjoy the beautiful view of this hills. On the other hand, in this study we'll see the way in which it has been managed, the condition of its facilities, signage, roads, its guides, gauge, and other indicators that influence the service quality provided to tourists.

The research has a mixed approach of a non-experimental type, of correlation level in which has established a relation between two variables and their respective dimensions.

The research gets to the conclusion that there are some breaches to work in the Lucumo's hills which limit its growth, at the same time their lack of good management and control that affects their development.

Key words: *tourist activity, quality of tourist service, touristic infrastructure*

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Análisis de la actividad turística en la Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio, 2019”, ha tenido como finalidad investigar el nivel de calidad de servicio brindada al visitante, identificar sus debilidades para que a futuro pueda mantener o incrementar la cantidad de visitas que recibe.

La tesis está compuesta por el planteamiento del problema en donde se describe la realidad problemática del lugar en estudio, Las Lomas de Lúcumo, un área natural atractiva para personas que gustan practicar deportes como el trekking, escalada en roca, ciclismo, entre otros, en contacto con la naturaleza. Este lugar, de características muy atractivas para personas de ciudad, presenta ciertos vacíos con respecto a la calidad de servicio que se brinda al visitante, debido a la incidencia en ciertas variables de esta, las cuales condicionan el regreso de los visitantes.

Por tal motivo el objetivo general de la presente tesis es: “Analizar los factores de la actividad turística que inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo”, mediante un estudio de enfoque mixto de tipo no experimental, de nivel correlacional, en la cual se ha establecido la relación entre dos variables y sus respectivas dimensiones.

Para ello, se realizó un análisis documental individual y profundo sobre aquellos factores que se relacionan con el desarrollo de la actividad turística en este atractivo, brindando al final una serie de recomendaciones y conclusiones que

sirvan de ayuda a este destino turístico para su desarrollo sostenible, de esta manera, contribuir a la vez con la mejora de la calidad de vida de los pobladores de Quebrada Verde (poblado en el cual se ubica esta área natural).

La presente tesis se encuentra estructurada primeramente por el capítulo I, donde se presenta el Marco Teórico; en el capítulo II, Hipótesis y variables de la Investigación. En el Capítulo III, se da a conocer el Diseño Metodológico; Capítulo IV, en donde se expone los Resultados y Discusión de la investigación; en el capítulo V, se desarrolla la Propuesta. Para culminar, se presentan las conclusiones y las recomendaciones pertinentes.

Descripción de la realidad problemática

Perú es considerado uno de los 10 países mega diversos del mundo, lo cual se traduce en desarrollo económico a futuro debido, al gran potencial ecológico que posee, todo ello, evidenciado en el descubrimiento de nuevas especies cada día (Centro de Investigación de Geografía Aplicada [CIGA], 2014).

Las Lomas de Lúcumo, considerado en la Resolución Ministerial N°0274-2013-MINAGRI como “primer ecosistema frágil del Perú”, es un recurso natural poseedor de especies endémicas y a la misma vez estacionales, la cual ofrece un paisaje inusual cerca de Lima capital ya que se encuentra ubicado a solo 34 km de este, en el distrito de Pachacamac. Aparte de ser el principal destino de ecoturismo en la ciudad de Lima, en este lugar se pueden realizar distintas actividades turísticas como trekking, camping, escalada en roca, entre otros, y a la vez disfrutar de su misticismo y gastronomía.

Respecto a la actividad turística Varisco (2018) señala que, esta surge a partir de una valoración de los recursos paisajísticos y culturales que resultan atractivos para los turistas, razón principal de su viaje, para lo cual será necesario su puesta en valor, además de la habilitación de infraestructura y servicios básicos necesarios para el desarrollo de esta actividad. Debido a que estos recursos forman parte de los bienes públicos, es necesaria la participación del gobierno local en coordinación con otras entidades públicas y privadas, trayendo beneficios a los residentes.

La Asociación del Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo (ACELL) 2000, quienes administran este lugar, vienen sembrando esfuerzos durante estos últimos años para llevar adelante este proyecto que ha traído muchos beneficios y desarrollo al Centro Poblado Rural Quebrada Verde, lugar donde se ubica esta área natural, sin embargo, se encontraron aún muchas brechas que hay que trabajar para elevar la calidad de servicio y brindar una mejor experiencia al visitante, de esta manera mantener e incrementar la preferencia del turista local y nacional por este atractivo turístico natural.

Al respecto Castro, Fonseca & Maldonado (2012) menciona que, el turismo trae consigo efectos positivos como la generación de empleo y mejora de la infraestructura; así también efectos negativos tales como inversión pública limitada y por ende la infraestructura de servicios públicos se tornan insuficientes, muchas veces, a causa del inadecuado repartimiento de los ingresos económicos de esta actividad.

En este caso, se pudo apreciar el poco compromiso de parte del gobierno local con la Asociación de Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo y la función

importante que representaría su apoyo con respecto a la gestión de esta área natural, abordando temas como el vandalismo, problemas con la infraestructura, red vial y publicidad.

Problema General

¿Qué factores de la actividad turística inciden en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo?

Problemas específicos

1. ¿De qué manera la demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?
2. ¿De qué manera la oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?
3. ¿De qué manera el espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?
4. ¿De qué manera los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?

Objetivo General

Analizar los factores de la actividad turística que inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Objetivos específicos

1. Determinar de qué manera la demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.
2. Determinar de qué manera la oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.
3. Determinar de qué manera el espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.
4. Determinar de qué manera los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Justificación de la investigación

Limitaciones del estudio

Se limita al estudio de la actividad turística realizada en las Lomas de Lúcumo en el centro poblado Quebrada Verde, distrito de Pachacamac.

El estudio analiza la calidad de servicio prestado y las variables que influyen en la percepción del visitante.

Limitación Espacial

La investigación se enmarca en el recurso natural turístico Lomas de Lúcumo en el centro poblado Quebrada Verde, distrito de Pachacamac, para su posterior desarrollo turístico permanente.

Limitación Temporal

La presente investigación se realizó en el periodo de julio a agosto del 2019.

Limitación Conceptual

La presente tesis se basa en responder las interrogantes planteadas en los problemas de investigación, asimismo, abarca las variables de la actividad turística y calidad de servicio; por otro lado, se enfoca en las siguientes dimensiones: atractivos turísticos, infraestructura, capacidad de carga y guías profesionales de turismo.

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes nacionales

Regalado, M. E. (2018), en la Universidad San Martín de Porres, Perú, en su tesis de doctorado titulado: “Análisis del comportamiento y su relación con la actividad turística desde la perspectiva del turista en Granja Porcón, Cajamarca 2015”, la autora en este estudio tiene como finalidad determinar la relación del comportamiento y la actividad turística desde la perspectiva del turista en la Granja Porcón, para que de esta manera pueda identificar los gustos y preferencias cambiantes del turista de hoy en día y así mejorar el producto en base a las expectativas del visitante. Este estudio presenta un diseño metodológico de enfoque cuantitativo de tipo observacional no experimental-transversal ya que el estudio se realiza en un solo momento que es el año 2015, y es de nivel descriptivo correlacional.

Finalmente, la autora concluye que es de suma importancia definir los deseos y necesidades del turista, así como estar pendiente de los cambios en sus gustos y preferencias. Por ello, propone realizar mejoras constantes en sus

servicios que vayan alineados a las necesidades cambiantes del visitante de la Granja Porcón, así como desarrollar una mejor publicidad de su producto.

Esto nos lleva a resaltar la importancia del comportamiento de uno de los elementos de la actividad turística, la demanda, y cuáles son los factores influyentes en su decisión de visita o regreso al lugar. Todo ello se tuvo en consideración en la presente investigación.

Capcha. M. S. (2017). en la Universidad San Martín de Porres, Perú, en su tesis para optar el título profesional de licenciada, titulada: "Análisis de la calidad de servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, basado en el modelo de medición Servqual, Barranco, 2017". La autora en este estudio tiene como objetivo determinar la calidad de servicio que presta el hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, un pequeño negocio familiar ubicado en Barranco, cuya fortaleza es la atención personalizada que brindan a sus huéspedes. En esta investigación se aplicó la metodología de investigación de enfoque mixto, diseño no experimental, de tipo descriptivo-simple para el análisis de la variable calidad de servicio.

Para ello se utilizó un instrumento de medición basado en el modelo Servqual, quien propone cinco dimensiones; elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, ideal para la medición de la calidad de servicio de empresas de cualquier rubro, a través del conocimiento de sus expectativas y percepciones.

Del estudio se concluye que el establecimiento D' Osma Bed & Breakfast cuenta con una calidad de servicio que supera las expectativas de sus clientes, sin

embargo, presenta algunas deficiencias en sus dimensiones como: elementos tangibles, donde recomienda mejorar la iluminación y ventilación; seguridad, recomienda capacitación constante en temas de calidad de servicio y fiabilidad, donde se recomienda mejor comunicación y alineamiento de todos los empleados con respecto a la información acerca de cada huésped ; Por tal motivo la autora propone un manual de buenas prácticas detallando las acciones a desarrollar para la mejora de sus servicios en relación a cada dimensión en estudio.

Por tal motivo, teniendo en cuenta la importancia de esta herramienta en el estudio y medición de la calidad de servicio, en la presente investigación se trabajó con estas cinco dimensiones. De esta manera conocer a con mayor certeza y fiabilidad la percepción del visitante en Las Lomas de Lúcumo.

Boscatto. F. Y. (2015), en la Universidad Nacional Agraria la Molina, Perú, en su tesis para optar el título profesional de Ingeniero Forestal, titulada: “Contribución a la gestión del uso público en la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo, Pachacamac, Lima”. En esta investigación la autora busca desarrollar y mejorar la gestión del uso público en la ACELL, ya que el lugar evidenciaba deficiencias como: falta de mantenimiento de senderos, atractivos y señalización; estos presentaban daños a consecuencia de la actividad turística que se realiza en las Lomas de Lúcumo cuyos impactos negativos no habían sido controlados de manera efectiva. El análisis realizado fue de carácter cualitativo y cuantitativo aplicando instrumentos tales como: entrevistas, encuestas, revisión de fuentes secundarias y observación.

Finalmente, la autora concluye que la capacidad de carga en un momento determinado es de 448 visitantes como máximo, esto basado en la ruta corta, así mismo determina que la satisfacción del visitante es principalmente por el paisaje y que este es un lugar mayormente visitado por estudiantes.

Es decir, coincide con la importancia de estudio del factor oferta de la actividad turística, y como se está gestionando, para que a partir de ello se realice una propuesta de mejora.

1.1.2 Antecedentes internacionales

Rogel. J. L. & Cejas. M. (2018). “La calidad de servicio y desarrollo sostenible del turismo en Santa Cruz-Galápagos”. Esta investigación presenta un método de investigación de enfoque cuantitativo, aplicando al mismo tiempo estadística descriptiva. Para ello, se hizo una recolección de datos de establecimientos de alojamiento turístico rural y a la misma vez poder estudiar a sus huéspedes con relación a sus experiencias vividas en el lugar. En este estudio se utilizaron dos técnicas: la observación y encuestas o test para conocer su percepción del servicio, este fue diseñado bajo las dimensiones del método Servqual. Este estudio tuvo como objetivo principal el análisis de la calidad de servicio que se brinda al turista en el cantón de Santa Cruz Galápagos y a la vez contribuir en su desarrollo sostenible a través de oferta de un servicio de calidad en los hospedajes que operan en el lugar.

Se llega a la conclusión la gran influencia que tiene la calidad de servicio en este cantón para el desarrollo sostenible a través del turismo; así mismo se pudo comprobar el buen trato personalizado que brindan los hospedajes a sus clientes,

sin embargo, estos manifiestan deseos de obtener mayores servicios de parte de ellos tales como: entretenimiento y esparcimiento de un turismo rural sostenible. Para ello los autores recomiendan realizar un plan estratégico donde se ofrezcan mayores servicios turísticos como turismo de aventura, cultural, ecológico, entre otros.

Un turismo sostenible es uno de los resultados que se quiere lograr en Las Lomas de Lúcumo, un recurso turístico gestionado por habitantes de la misma localidad en la que se encuentra ubicada, lo cual les da a sus visitantes la mayoría de veces atención cálida, sin embargo, tal como en la investigación de Rogel. J. L. & Cejas. M, los visitantes manifiestan deseos de encontrar más actividades a realizar.

Fernandes. D y Becerra. D. N. (2015). "Factores de atraktividad y calidad de los servicios turísticos en el destino Pipa-Brasil". *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(02), 205-221. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En este estudio se tiene como objetivo la evaluación de los principales factores de la variable atraktividad y las brechas que presenta la calidad del servicio turístico en el destino Pipa en Brasil, para ello se aplicó el modelo de brechas de Parasumaran, Zeithalm y Berry, de esta manera determinar las expectativas del visitante e identificar puntos de oportunidad de desarrollo. La metodología aplicada fue de enfoque mixto, se trabajó con una muestra de 760 turistas, se realizó una investigación preliminar del lugar en estudio, revisión documental y entrevistas semiestructuradas con los gestores y los mismos turistas.

Del estudio se concluye que los puntos a mejorar son la seguridad (debido a los continuos robos, homicidios, secuestros), la relación calidad-precio de restaurantes y bares (elevan los precios de sus productos), la relación calidad-precio de hospedajes (tarifas elevadas y servicio de baja calidad) y mejorar los servicios y equipamientos de salud (solo opera un puesto de salud sin médicos). La recomendación que se da con respecto al resultado es el aumento de efectivos policiales para la seguridad, participación de los empresarios y gestores turísticos en cursos de administración eficiente de sus negocios ya sea bar, restaurante y hospedaje, por último, aumentar el cuadro médico y equipamiento del puesto de salud.

De esta manera, se evidencia el hecho de lo vital que es el trabajo coordinado e integrado de aquellos factores que contribuyen a mejorar y asegurar una grata experiencia de viaje a los visitantes, tales como seguridad, elementos tangibles, espacio geográfico sumado correcto desempeño de los operadores de mercado. Logrando así una buena calidad en el servicio que se brinda.

1.2. Bases Teóricas

1.2.1 Variable actividad turística

Gurría (2004) afirma que el turismo surge a partir de la necesidad del hombre de transportarse de un lugar a otro en busca de la satisfacción de sus necesidades tales como religión, recreación o descanso. En un inicio, solo las clases altas podían acceder a este tipo de viajes, ya con el tiempo, el desarrollo de los medios de transporte y la baja del costo del petróleo después de la segunda guerra mundial, así como el aumento del tiempo libre, surge un turismo de masas en donde las

personas podían realizar viajes no solo nacionales sino también internacionales (citado en Morillo, 2011, p.137).

Por tales razones la oferta se fue incrementando y diversificando debido a que los motivos de viaje cada vez eran más variados. Con relación a ello con el tiempo van surgiendo estudios sobre el turismo de distintos autores como la OMT (1998), quien define al turismo como el conjunto de actividades que las personas realizan durante sus viajes en un lugar diferente al de su entorno habitual por periodos de tiempo menores a un año, ya sea por motivos de ocio, negocio, etc.

Aquellas cosas que los turistas desean hacer durante sus viajes, los servicios turísticos que se les brindará, son conocidos como actividades turísticas, tal como lo menciona Boullón (1990); asimismo, menciona que “éstas se transforman en el elemento a partir del cual nace, se desarrolla y se justifica la totalidad el sistema turístico” (p.145).

Al respecto la OMT (1998) concuerda que “la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente” (p. 47).

De tal manera menciona cuatro elementos básicos de la actividad turística:

Figura N°1 Elementos de la actividad turística

DEMANDA	•Consumidores o posibles consumidores de los bienes y servicios turísticos.
OFERTA	•Son los productos, servicios y organizaciones involucradas en la experiencia del turista.
ESPACIO GEOGRÁFICO	•Lugar donde interactúa la oferta y la demanda, así como el lugar donde se ubica la población residente.
OPERADORES DE MERCADO	•Entidad pública o privada encargada de brindar facilidades para el correcto desarrollo de esta actividad económica.

Fuente: OMT (1998)

Elaboración: propia

Considerando la gran importancia del rol que cumplen de manera integrada estos elementos en la actividad turística para su adecuado desempeño, en el presente estudio, se incluyó cada una de ellas como parte de las dimensiones de investigación.

Actualmente, los deseos y motivaciones de viaje de las personas han cambiado considerablemente, y cada vez se vuelven más exigentes y difíciles de complacer, donde requieren actividades y servicios turísticos cada vez más elaborados e innovadores a las de un inicio. A todo esto, Boullón (1990) nos dice que “al momento de programar no debe olvidarse que la posibilidad de implementar cualquier actividad que se nos ocurra depende de cuatro factores” (p. 155).

1. Los gustos, deseos, preferencias, expectativas y capacidad de gusto del consumidor.
2. Las características del atractivo turístico o del sitio recreacional.
3. La existencia en el lugar de una planta específica que además de definir su vocación, sirva de apoyo a las nuevas actividades que se quieren desarrollar.

4. La existencia de una infraestructura de transportes y comunicaciones que facilite el acceso rápido y seguro de la demanda al lugar en que se localizará el proyecto en estudio.

1.2.1.1. Dimensión Demanda

En términos generales la demanda hace referencia a los consumidores o posibles consumidores de los bienes y servicios que se ofertan en el mercado. Existen muchas definiciones de la demanda como tal, esta variación estará sujeta a los intereses del autor. Como por ejemplo tenemos al Diccionario de Marketing/Cultural, S.A. (1999), quien define la demanda como: “Valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de la demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas” (p.87).

Así también, Kotler, Bowen, Makens, Moreno y Paz (2004), indican que la demanda es el deseo de un individuo de un producto que satisfaga en lo mejor posible la necesidad que tiene y que le sea económicamente posible adquirirlo.

Ambos autores coinciden que la decisión de compra se verá influenciada por diferentes factores, como el precio y sus ingresos económicos, así como en otros casos podría darse por las cualidades de autenticidad, o en temas de servicio podría medirse también por la promesa de vivir experiencias únicas durante el consumo del producto que ofrecen.

En este caso, tenemos al sector turismo, actividad económica que básicamente tiene como variable altamente influyente en la decisión de viaje de las

personas, el servicio. Frente a esto la OMT (1998), agrega que la demanda es todo un proceso donde las personas toman decisiones en relación a las actividades que realizarán en su tiempo libre, y todo ello dependerá de distintos factores como el económico, psicológico, sociológico, físicos y éticos.

Asimismo, tenemos a Navarro y Reyes (2015), quien coincide que “la demanda está condicionada por numerosos factores y variables que no puede controlar la empresa en su totalidad” (p. 62).

Por otro lado, en relación a la demanda turística, Navarro y Reyes (2015) la define como la cantidad de productos turísticos adquiridos por aquellas personas que lo desean consumir en determinado lugar, tiempo, condiciones del entorno, bajo un adecuado trabajo de marketing.

En temas de turismo, aquellos consumidores de productos turísticos también conocidos como turistas, viajeros y visitantes, los cuales, según la OMT (1998), conforman la demanda turística, cada uno de ellos con distintas personalidades e intereses, características sociodemográficas, motivaciones y experiencias.

Tal como lo menciona la OMT (2010), todos ellos pasan a ser determinantes de la demanda turística tal como se representa en el siguiente gráfico:

Figura N°2. Determinantes de la demanda turística



Fuente: OMT (2010)

Elaboración: propia

Dichos determinantes nos son de gran ayuda al momento de definir el perfil del visitante que llega al atractivo o destino turístico, en este caso Las Lomas de Lúcumo. Es por ello que es necesario incluirlos en la investigación para identificarlos y así poder ofrecer un producto de acuerdo a sus necesidades

1.2.1.2. Dimensión Oferta

Se le conoce como la variable presente en el mercado que interactúa con la demanda, en otras palabras, son los bienes y servicios que se ofrece al consumidor.

Según el Diccionario de Marketing/Cultural, S.A (1999), define oferta como: “Cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica

una empresa a otra, indicando de forma detallada las condiciones de la venta” (p. 237).

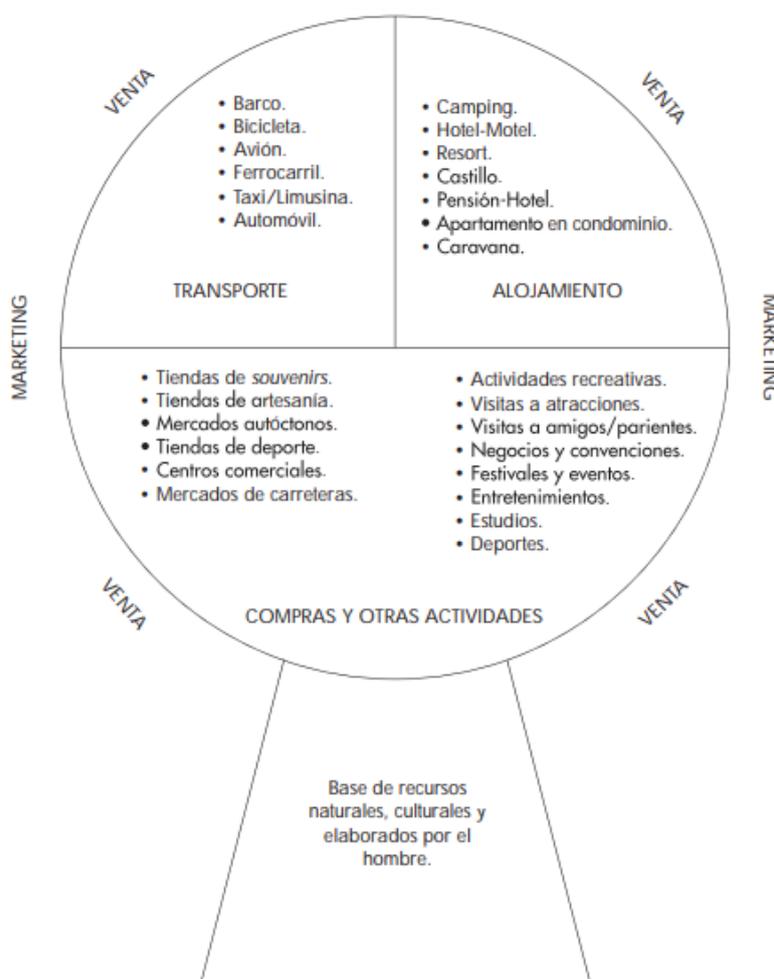
De la misma manera, Navarro (2015), concuerda que la oferta es la relación entre la cantidad de productos o servicios que se ofrece a un precio y momento determinado.

En síntesis, a partir de estas dos propuestas podemos referirnos a la oferta como aquella cantidad de productos que la empresa puede ofrecer al mercado a un determinado precio.

En temas de turismo tenemos a la OMT (1998), en el documento “Introducción al Turismo”, lo define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (p. 51).

Es decir, todo bien o servicio turístico consumido por el turista durante su viaje será considerado como parte de la oferta turística. A continuación, en la siguiente figura se presenta algunos ejemplos de ello:

Figura N°3. Actividades y Oferta Turística



Fuente y elaboración: McIntosh y Goeldner (1990 citado en OMT, 1998)

De la figura podemos resaltar aquellas actividades propuestas por los agentes turísticos impulsado por el marketing para la mayor generación de ventas de los diferentes productos turísticos ofertados.

1.2.1.3. Dimensión Espacio Geográfico

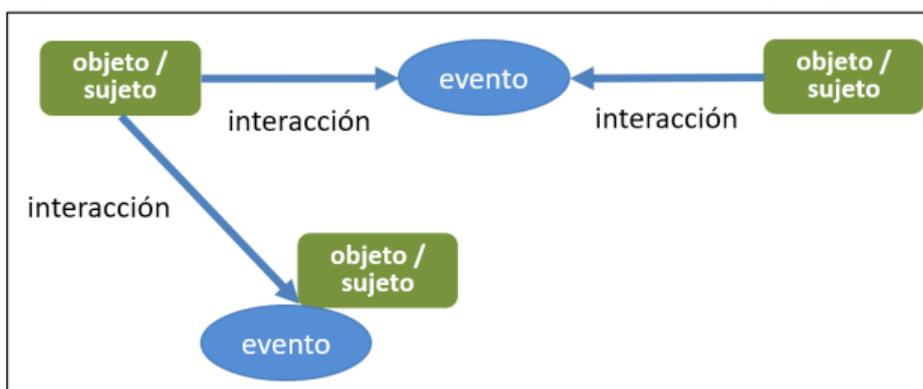
La geografía, ciencia que estudia el espacio geográfico, forma parte de la humanidad desde inicios de su existencia y su descubrimiento fue un factor importante para la evolución del hombre, a través de su exploración constante de la población antigua quienes, durante sus desplazamientos a diferentes lugares,

iban plasmando sus experiencias en cuevas y en distintos materiales contribuyeron al conocimiento del espacio geográfico.

Desde el punto de vista de la geografía, el espacio geográfico se define como: “el conjunto de relaciones que existen entre la superficie terrestre y la distribución espacial de sus elementos, físicos y biológicos, como ríos, montañas, lagos, recursos naturales, minerales, entre otros, y las relaciones recíprocas entre dicha distribución territorial y los diversos fenómenos sociales, económicos, políticos y culturales que en la Tierra se manifiestan” (García, 2018, p. 5).

Por tales motivos, su estudio es de gran importancia ya que por años viene siendo escenario de las distintas actividades humanas. Tal como lo explica Ubilla (2018), en su análisis de las definiciones de distintos geógrafos, concluye que el espacio geográfico es el marco de fenómenos, naturales, sociales, socio-naturales o ambientales, donde la interacción de objetos y sujetos dan paso al desarrollo de eventos y viceversa.

Figura N°4. Elementos que conforman el espacio geográfico



Fuente y elaboración: Ubilla (2018)

En la figura se ve una representación gráfica de lo que definía Ubilla como espacio geográfico, el cual da lugar a la interacción de objetos con sujetos,

generando como resultado diferentes eventos. Así como en turismo, la interacción de los turistas con los operadores de mercado y demás elementos turísticos en un destino o atractivo turístico, en el caso de este estudio el espacio geográfico, Lomas de Lúcumo.

En otros campos, como el de la economía, se conoce al espacio geográfico como el lugar donde se dará paso a la interacción de la oferta y la demanda. Asimismo, tenemos a la OMT (1998), quien define el espacio geográfico como el entorno en el cual el visitante vivirá su experiencia turística, así también al lugar donde se sitúa la población residente, factor importante del turismo.

En contraste del espacio geográfico, el espacio turístico es el lugar geográfico determinado donde el turista consumirá los bienes y servicios que se le ofrecen, motivo de su viaje (OMT,1998).

Por otro lado, Boullón (2006), lo define como la consecuencia de la distribución de los atractivos turísticos, planta e infraestructura turística, y lo descompone según el tamaño de su superficie:

Figura N°5. Componentes del espacio turístico



Fuente: Boullón (2006)
Elaboración: Propia

De acuerdo a lo indicado por Boullón, será de gran utilidad para aplicar principalmente en destinos turísticos como tal, en el presente caso, Las Lomas de Lúcumo al ser un atractivo turístico formaría parte del destino Pachacamac, distrito turístico donde se ubica este lugar, poseedor de varios atractivos y recursos turísticos en su espacio geográfico.

1.2.1.4. Dimensión Operadores de Mercado

Como se mencionó anteriormente, la actividad turística y el sistema turístico en sí, depende de ciertos elementos para su correcto desarrollo. Inicialmente se cuenta con un recurso o atractivo, ubicado en un lugar determinado (espacio

geográfico), con productos o servicios estructurados (oferta), y estos estarán disponibles para el consumo de los turistas que deseen su compra (demanda). Asimismo, todo ello no sería posible sin la intervención de aquellas empresas tanto públicas como privadas que contribuyen a la elaboración y promoción del producto turístico que se desea vender.

Entonces, se conoce como operadores de mercado aquella entidad pública o privada encargada de brindar facilidades para el correcto desarrollo de esta actividad económica. Algunos de estos agentes turísticos son las agencias de viajes, compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que contribuyen a la promoción del turismo (OMT, 1998).

Rivas (2009), reconoce a las empresas del sector turismo, a la administración pública y a las organizaciones supranacionales como agentes del turismo. Al mismo tiempo, destaca aquellas empresas que tienen una relación más directa en el sector turismo, como:

- Empresas dedicadas al alojamiento turístico: hoteles, albergues, casas rurales, campamentos de turismo, etc.
- Empresas dedicadas a la restauración: restaurantes, salas de fiesta, cafés, bares, catering, etc.
- Empresas dedicadas a la intermediación: agencias de viaje, air brokers, tour brokers, etc.
- Empresas dedicadas al transporte: compañías aéreas, ferroviarias, etc.

- Empresas dedicadas a la ocupación del tiempo de ocio: parques temáticos, casinos, instalaciones deportivas, espectáculos, empresas de animación, etc.
- Otras actividades empresariales y profesionales vinculadas a la actividad turística: guías, guías-interpretes, animadores, consultores, revistas especializadas, entre otros.

Por otra parte, Boullón (2006) considera a estas empresas de turismo como parte de uno de los elementos de la planta turística, el equipamiento, e indica que incluye aquellos establecimientos públicos o privados dedicados prestar servicios turísticos básicos, y los clasifica de la siguiente manera:

Figura N°6. Elementos del equipamiento Turístico

<i>Categoría</i>	<i>Tipo</i>
1. Alojamiento	1.1 Hoteles
	1.2 Moteles
	1.3 Hosterías y posadas
	1.4 Pensiones
	1.5 Aparthoteles
	1.6 Condominios (unidades o conjuntos)
	1.7 Casas (unidades o barrios)
	1.8 Cabañas
	1.9 Albergues
	1.10 <i>Trailer parks</i>
	1.11 <i>Campings</i>
	1.12 Camas en casas de familias
2. Alimentación	2.1 Restaurantes
	2.2 Cafeterías
	2.3 Quioscos
	2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)
3. Esparcimiento	3.1 <i>Night clubs</i>
	3.2 Discotecas
	3.3 Bares
	3.4 Casinos y otros juegos de azar
	3.5 Cines y teatros
	3.6 Otros espectáculos públicos (toros, riñas de gallo, rodeos, etc.)
	3.7 Clubes deportivos
	3.8 Parques temáticos
4. Otros servicios	4.1 Agencias de viajes
	4.2 Información
	4.3 Guías
	4.4 Comercio
	4.5 Cambios de moneda
	4.6 Dotación para congresos y convenciones
	4.7 Transportes turísticos
	4.8 Primeros auxilios
	4.9 Guarderías
	4.10 Estacionamientos

Fuente y elaboración: Boullón (2006)

Esta clasificación que hace Boullón, es bastante detallada e incluye a cada una de las empresas turísticas y sus agentes turísticos, desde el alojamiento, A&B, esparcimiento hasta la participación del parking, primeros auxilios o cambios de moneda, pequeños, pero no menos importantes elementos influyentes en la decisión de viaje, visita o compra de algún producto turístico.

1.2.2. Teorías sobre patrimonio natural

La UNESCO (2014), en su libro “Gestión del Patrimonio Mundial Natural”, reconoce a la Convención del Patrimonio Mundial de 1972, como una de las más importantes debido al apoyo y aprobación de 187 países al 2011; Asimismo, ratifica la definición de patrimonio natural, citada en esta Convención, como:

- a) Conjunto de formaciones físicas o biológicas con características únicas a nivel mundial ya sea por su belleza o valor científico.
- b) Áreas de conservación del hábitat de una flora o fauna en peligro de extinción de gran importancia para la ciencia y para los seres humanos.
- c) Espacios naturales con alto valor estético, singular en el mundo, que representa gran importancia e interés para las personas y la comunidad científica.

Este libro es una herramienta para la gestión eficaz de los sitios que forman parte de la lista del Patrimonio Mundial y así garantizar la conservación de sus valores excepcionales.

Sobre los espacios naturales, Boullón (2006) menciona que en los espacios naturales además de encontrar todos los atractivos de naturaleza de la categoría sitios naturales, según la clasificación de los atractivos turísticos, se encuentran a

la vez otros, como los sitios arqueológicos, los grupos étnicos, las represas o algunas fiestas religiosas o profanas.

Según el Ministerio de Cultura (s.f.), en su manual *¿Qué es el patrimonio cultural?*, menciona que el patrimonio natural “comprende los monumentos naturales, las formaciones geológicas y fisiográficas, las zonas que constituyen el hábitat de especies animales y vegetales, muchas de ellas amenazadas, los lugares naturales o zonas naturales estrictamente delimitadas, que tienen un valor especial desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural” (p.12).

Estas características especiales generan interés en las personas por contemplar principalmente sus paisajes generando en ellos sentimientos de relajación por las distintas actividades que puedan realizar dentro de ellas como excursiones de trekking, pesca, o practicar deportes náuticos. Todo ello hace posible la actividad turística en espacios naturales.

Por otro lado, Franco (2009) menciona que el patrimonio natural “son múltiples posibilidades ambientales y estéticas propias de la memoria y de la identidad de los lugares. Por lo tanto, es necesario valorar este patrimonio como alternativa de sostenibilidad ambiental, identidad cultural y desarrollo social” (p.130). Es decir, abarca variedad de espacios naturales existentes en el mundo con características diferentes, de belleza particular, que muchas veces pueden formar parte de la vida del hombre, su cultura y costumbres lo cual a la vez son atributos que los hacen atractivos a los ojos de las demás personas.

Similar a ello la Fundación ILAM (s.f.), indica que “el Patrimonio Natural es el conjunto de bienes y riquezas naturales, o ambientales, que la sociedad ha heredado de sus antecesores”. Está integrado por:

- Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico,
- Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal, amenazadas o en peligro de extinción,
- Formas de expresión (manifestaciones literarias, musicales, plásticas, escénicas, lúdicas, entre otras) y
- Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas (como parques nacionales, áreas de conservación, entre otros) que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

La actividad turística en espacios naturales es impulsada precisamente por el deseo de las personas por estar más en contacto con la naturaleza la cual desde años remotos ha sido parte de su desarrollo y han venido evolucionando a la par. Su gran desarrollo es gracias a la gran variedad de atributos que tiene la naturaleza para ellos y lo han venido transformando con relación a sus necesidades, sin embargo, toda esta materia prima tan valorada por ellos no reemplaza el valor de la belleza indiscutible de estos espacios en su estado natural y se convierten en atractivos naturales.

Boullón (1993) divide a los atractivos naturales en dos partes:

1. Área de concentración

Lugar destinado para la ubicación de la planta turística y administrativa del área natural como lo son:

- Oficinas de administración del área natural
- Vivienda del personal encargado del trabajo de campo
- Centro de interpretación
- Alojamiento para los turistas

2. Área de observación

Se refiere al lugar en el cual el turista ingresará a contemplar la belleza paisajística de este espacio natural de las siguientes formas:

- En vehículo
- A caballo o en mula
- Peatonalmente

Cualquiera de las formas que elijan será necesario que se tomen las medidas necesarias para el disfrute del turista tanto como el cuidado del área natural, para ello los caminos deberán ser acorde a la forma de transporte. Generalmente la forma de transportarse en este tipo de espacios es peatonalmente mediante los caminos o senderos delimitados. Boullón (1993) divide los senderos en las siguientes categorías:

- De conexión: une las áreas de concentración (camping, hoteles) ubicadas dentro de un área natural, con otros atractivos situados en puntos lejanos que obligan a recorridos de hasta diez o más horas a pie o en burro.

- De excursiones: conducen a uno o varios atractivos, a lo largo del camino, cuyo tiempo máximo de recorrido es igual a tres horas en cada sentido.
- De interpretación: senderos trazados en el área natural protegida para facilitar la observación de sus partes más significativas, que duran hasta tres o más horas de recorrido.
- De paseo: senderos peatonales que parten de centro turístico, campamentos o aldeas turísticas y conducen a miradores y atractivos cercanos, tiempo de recorrido es de 1.5 horas en cada sentido aproximadamente.

1.2.3. Las Lomas Costeras

Según el Ministerio del Ambiente [MINAM] (2013), en el foro de “Agua y Biodiversidad” define a las lomas costeras como “ecosistemas de condiciones ecológicas especiales, con vegetación de diferentes tipos y que reverdece durante el invierno (mayo-octubre). Están distribuidas desde Piura hasta el norte de Chile”.

Las lomas tienen como característica principal una vegetación fuertemente estacional, ya que como anteriormente mencionamos se desarrolla durante el periodo de invierno gracias al aprovechamiento de la humedad de las neblinas que hidratan los suelos de las pampas, colinas y cerros. Al respecto el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre [SERFOR] (2015), en “Guía de flora de las Lomas de Lima” menciona:

En las lomas se pueden distinguir dos estaciones marcadas: la estación seca que se presenta entre diciembre y marzo y la estación húmeda o de reverdecimiento que ocurre durante los meses de mayo a octubre. Durante la época seca algunos componentes de la vegetación entran en un periodo de latencia

gracias a sus adaptaciones especiales. Se dice entonces que la loma duerme.
(p.11)

A pesar del clima cambiante en esta región, esta vegetación ha sabido adaptarse y hasta hoy en día seguir presente albergando en su espacio flora y fauna de diferentes tipos.

El 43% de la flora es endémica de este tipo de ecosistemas, las cuales sirven de vivienda a variedad de especies de insectos, reptiles, aves y mamíferos, además de ofrecernos su inusual belleza en la costa desértica, así lo menciona (MINAM, 2013).

Por otro lado, cabe mencionar la importancia de las lomas en la historia del hombre ya que en ella guarda grandes vestigios acerca de la interacción de los primeros grupos humanos con la naturaleza. Según Engel (1973), en sus investigaciones en Loma Paloma en Chilca, indica presencia humana durante el periodo Arcaico Medio (7800-4700 a.C.), pues encontró evidencias de un asentamiento de hasta cuatrocientos pescadores que alternaban su fuente de recursos entre las lomas y el litoral” (citado en Niewland y Mamani, 2017, p. 112).

Los pobladores de ese entonces desarrollaban distintas actividades, desde la recolección de frutos o caracoles hasta la caza de animales como venado o palomas para su subsistencia. De esta manera se generaron algunos rastros de la actividad humana más antiguos en territorio limeño, como lo son las pinturas rupestres en el interior de las rocas en las lomas costeras. Por lo tanto, se concluye que las lomas de Lima albergan un patrimonio pre-histórico que los mismos centros arqueológicos (Niewland y Mamani, 2017).

Con el paso del tiempo de las primeras poblaciones fueron desarrollando la agricultura y esto se fue evidenciando en la andenería que hoy en día podemos

apreciar en algunas de las lomas costeras; así como su evidente interacción con población de la serranía y el intercambio de productos como el pasto ya que se puede ver la cercanía del camino inca ubicado en el Santuario de Pachacamac y las lomas. En evidencia de ello Niewland y Mamani (2017) indican que el Santuario de Pachacamac se encuentra cerca de las Lomas de Atocongo y La Ciudadela de Cajamarquilla está próxima a las Lomas de Mangamarca.

Ya con el crecimiento y desarrollo de la población aparecen las amenazas a estos ecosistemas frágiles, tales como el sobrepastoreo y la tala de los árboles para la producción de leña, carbón o casas. Hoy en día corren otros riesgos como son las invasiones y contaminación tanto de las fábricas como de los mismos pobladores que poco a poco fueron degradando parte de las lomas, quedando actualmente solo unas cuantas.

1.2.4. Las Lomas de Lúcumo

Descripción

Las Lomas de Lúcumo, es el principal destino de ecoturismo en nuestra capital, perteneciente al distrito de Pachacamac. Tal como lo mencionan en su página web “Lomas de Lúcumo”, este ecosistema de 150 hectáreas de territorio, es producto de las grandes masas de neblina que cubre la quebrada en que se encuentra y que al contacto con la tierra frágil y suave de este cerro dan vida la hermosa y variable vegetación que nos muestra en cada visita durante la temporada de invierno en Lima, que comprende los meses de julio a noviembre.

Asimismo, en estas lomas podemos encontrar especies naturales como la flor de amancaes con su característico color amarillo, la tara, el mito y el lúcumo. Por otro lado, nos presenta su fauna representativa como lo son los caracoles insecto palo-palo, vizcachas, turtupilín, el zorro y los halcones.

Además de las caminatas largas y cortas que se realizan en este lugar, es posible también practicar otros deportes como escala en roca, además actividades de camping, observar edificaciones arqueológicas o algunas pinturas rupestres, interactuar con la población local, asimismo, comprar sus productos elaborados artesanalmente, disfrutar de su gastronomía entre otros.

Historia

Gestionada por una asociación conformada por pobladores de la comunidad Quebrada Verde en Pachacamac, vienen trabajando desde el año 1996 con gran parte de la población local quienes, gracias a su compromiso, entrega y al apoyo de la ONG Ecociudad en distintos proyectos planteados logran, en el año 2003, inaugurar por primera vez El Circuito Eco turístico en las Lomas de Lúcumo. La comisión formada por 4 familias inició faenas en la cual registraron por primera vez, así como la formación de caminos para poder ser recorridos con facilidad y recolección de información histórica.

La Asociación de Circuito turístico Lomas de Lúcumo, en su página web cuenta que, después de todos estos trabajos realizados a partir del año 2,000 se apertura las caminatas, saliendo por primera vez una publicación en la Republica- revista Andares. En el año 2002 gracias a su proyecto ganador presentado a Fondevalle, fondo local que apoya pequeños proyectos, fundado por OACA

(organización sin fines de lucro), se realiza la construcción de una infraestructura turística básica en Las Lomas de Lúcumo como boletería, servicios higiénicos, señalización y ampliación de camino.

Más tarde, y debido al aumento de visitantes al lugar se dio la capacitación a conductores locales gracias al apoyo recibido de la ONG Manuela Ramos, ACONSUR (empresa que brinda asesoría en gestión empresarial y capacitación de artesanas textiles), y financiado por FONCODES (Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social). Asimismo, en el año 2011 se inauguran 4 stand para venta, módulos de cocina, biblioteca, oficina administrativa, cuarto de investigación implementado gracias al financiamiento de ACEID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

En honor a todas estas iniciativas por parte de esta comunidad, se les brindaron varios reconocimientos como: Premio Cambie (premio a la conservación del medio ambiente), Innova TRC (innovación de nuevas propuestas de iniciativa turística- Turismo Rural Comunitario), Premio Lima Verde (cuidado al medio ambiente).

Según datos encontrados en su página web oficial de Las Lomas de Lúcumo tienen como misión: “Cuidar, conservar, recuperar y contribuir al desarrollo sostenible. Mediante acciones de difusión, promoción, educación ambiental y el uso sostenible de las lomas”. Por otro lado, su visión es: “Ser uno de los principales destinos turísticos y ente ambiental de importancia de Lima Metropolitana, que encuentra plena armonía con el ambiente y utiliza de manera sustentable y sostenible su patrimonio natural”.

1.2.5. Teorías sobre calidad

La calidad siempre ha existido, desde la era de las cavernas con la apreciación o juicio que se tenía con respecto a un alimento o cosa, y era elegido por aquellas características que lo hacían diferente y mejor a comparación de otros productos alternos (Guajardo, 1996).

A través del tiempo ha venido evolucionando enormemente con la aparición de grandes autores quienes fueron más allá de querer satisfacer la necesidad del consumidor, sino más bien superar sus expectativas con la creación de procesos que ayudarían a llegar a su objetivo en común, la obtención de la calidad. Entre los autores más destacados tenemos:

Ishikawa (1986) refiere calidad como el proceso de producción de un producto manteniendo la calidad a un coste económico y que éste sea siempre de gran utilidad y satisfacción para el consumidor. Entre sus aportes más importantes se encuentran las 7 herramientas para la administración de la calidad: histogramas, hojas de verificación, gráfica de Pareto, diagrama causa-efecto, estratificación, gráfica de control, diagrama de dispersión.

Con relación a lo expuesto Deming (s.f.), personaje ilustre dentro de la industria japonesa, logró convencer a los grandes líderes empresariales que la calidad es un arma secreta, el cual, mediante su correcta gestión, es capaz de lograr incrementar las ganancias de una empresa hasta el doble por medio de la corrección de errores y reducción de desperdicios en el proceso de producción (citado en Guajardo, 1996, p.36).

Para el logro de estos objetivos Deming (1989), propone la adopción de los 14 puntos de Deming, que se traduce en la intención de las empresas en querer

permanecer en el mercado y éste se desagrega en incremento de dividendos y generación de más trabajo, además es de gran ayuda no solo para las grandes empresas sino también para las pequeñas ya sean del rubro de servicios o las de fabricación.

Punto 1: Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio.

Punto 2: Adoptar la nueva filosofía

Punto 3: No depender más de la inspección masiva

Punto 4: Acabar con la práctica de adjuntar contratos de compra basándose exclusivamente en el precio.

Punto 5: Mejorar continuamente los procesos productivos y el servicio.

Punto 6: Instituir la capacitación en el trabajo.

Punto 7: Instituir en el liderazgo.

Punto 8: Desterrar el temor

Punto 9: Derribar las barreras que hay entre las áreas de staff.

Punto 10: Eliminar los slogans, las exhortaciones y las metas numéricas.

Punto 11: Eliminar las cuotas numéricas.

Punto 12: Derribar las barreras que impiden el orgullo de hacer bien un trabajo.

Punto 13: Instituir un programa vigoroso de educación y reentrenamiento.

Punto 14: Tomar medidas para lograr la transformación.

Por otro lado, Feigenbaum (s.f.) citado por Guajardo (1996, p.65) resalta que la calidad no se traduce a algo mejor, si no lo mejor para el consumidor con respecto al servicio y al precio. Asimismo, alega que en la frase “control de calidad”, control es una herramienta conformada por 4 pasos:

- a. Definir las características de calidad que son importantes
- b. Establecer estándares deseados para esas características
- c. Actuar cuando se exceden los estándares
- d. Planear mejoras en los estándares de calidad

Además, afirma que toda empresa que apuesta por la administración de calidad pasa por 6 etapas denominadas las 6 C's.

1. Comprensión
2. Compromiso
3. Competencia
4. Comunicación
5. Corrección
6. Continuidad

Por otro lado, ISOTools (2016), herramienta empresarial para la mejora continua en sistemas de gestión, reconoce como gestión de calidad al conjunto de acciones, medidas y soluciones orientadas a la mejora continua de los procesos internos de una organización, tomando como objetivo principal el aumento del nivel de satisfacción de un grupo de clientes o consumidores.

Asimismo, refiere que el estándar ISO 9001 brinda conceptos básicos, directrices y vocabulario suficiente para la aplicación correcta de un SGC (sistema de gestión de la calidad); de esta manera cualquier empresa, sin importar el rubro

o el tamaño de esta, sea capaz de reconocer la importancia de la satisfacción de las necesidades del cliente con relación a la calidad del producto y servicio que se le brinda.

1.2.6. Teorías sobre calidad de los servicios

Duque (2005), expresa que este siempre ha sido un tema importante de estudio, donde muchos coinciden que se da en la interacción del consumidor y los elementos que componen un servicio, sin embargo, existen variables cuando se trata de determinar aquellos factores que garanticen una calidad en el servicio.

Indica también, que la calidad de los servicios dependerá de la percepción de los clientes posterior a la evaluación de las características del servicio, además dependerá del consumidor como tal y del contexto en el que se desarrolla.

En relación a ello, Valls, Román, Chica & Salgado (2017) menciona que, la percepción de la calidad de un servicio dependerá de la evaluación de dos factores, el buen desempeño del proveedor durante la prestación del servicio y las expectativas del cliente. En la evaluación de la calidad del servicio, los clientes tomarán en cuenta los siguientes puntos:

- Confiabilidad: Servicio seguro, exacto y consiente
- Respuesta: Servicio puntual
- Seguridad: Dependerá del conocimiento y cortesía de empleados
- Empatía: Atención personalizada
- Tangibles: Elementos físicos

Según Arias (2013), indica que para que el servicio de una empresa sea considerado de calidad, es necesario que brinde garantía de cada una de las

características que lo conforman. Asimismo, esto hará que cada integrante de la empresa se mantenga más comprometido e interesado en brindar un mejor servicio que supere la calidad garantizada, ya que de esta manera estará evitando pérdidas económicas para la empresa por la devolución del dinero al cliente insatisfecho.

Además, resalta que brindar una calidad superior garantiza la fidelidad de los clientes, y colaboradores, lo cual da como resultado el incremento de las ganancias en la empresa y la libre gestión de los precios de sus productos.

1.2.7. Teorías sobre calidad de servicio turístico

Según la OMT (2010), menciona que la calidad en turismo es “el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural” (citado en Castilla y Alarcón, 2017, p. 163).

De igual modo la OMT (2010) explica lo siguiente:

- La Calidad es un resultado; porque será lo que se consigue de la interacción de distintos elementos involucrados en la actividad, los cuales buscan finalmente lograr la satisfacción del consumidor.
- La Calidad es un proceso; ya que es una cadena o secuencia de acciones de mejora continua, orientadas a estar a la vanguardia de las nuevas exigencias del consumidor.

- La calidad en tanto satisfacción; ya que se adecua a los gustos y preferencias cambiantes del consumidor ya que en que cada uno de ellos se generarán diferentes expectativas de una misma experiencia.
- El factor “legitimidad”; se refiere al derecho que respalda al turista en razón de recibir un buen servicio acorde al pago realizado, así como su compromiso y respeto por la cultura y medio ambiente del lugar visitado.
- Noción de “exigencias respecto a los productos”; resalta la idea de la percepción del turista con respecto al producto en general, un factor no determina la satisfacción del cliente, sino un todo integrado. Lo mismo pasa con las exigencias respecto a los servicios, no solo se centra en el capital humano y la atención a los visitantes, sino saber identificar otros elementos influyentes como el tiempo de espera, entre otros.
- La calidad, contiene “factores subyacentes” que la determinan; hace referencia a aquellas variables de calidad básicas para la mayoría de visitantes y que no debería estar sujeto a un precio, ya que genera incomodidad y mala experiencia en su visita.

Sin embargo, De la Torre (2011), aduce que, “Calidad en los servicios turísticos implica revisión de los procesos, cambio de filosofía, nueva cultura organizacional, inversión en el proceso de mejora, entrenamiento y el convencimiento, de que la satisfacción del turista debe ser la prioridad” (p.141).

Si bien es cierto que la calidad en turismo consta en superar las expectativas del turista o visitante, para llegar a ello se deben tomar en cuenta los factores que influirán en su percepción global del producto turístico recibido durante su viaje como son los elementos tangibles e intangibles, es decir, tal como mencionan estos dos autores, la calidad en turismo será posible mediante la unión del buen servicio

prestado de parte de los trabajadores de una organización y las evidencias físicas del establecimiento turístico tales como: espacios amplios, decorados, con mobiliario apropiado pensado en la comodidad del turista, todo ello basado en sus gustos y preferencias.

En relación a ello, esto significa que “la calidad deja de ser un calificativo exclusivo para un producto y pasa a ser un concepto que envuelve todas las actividades en las que esté inmersa la organización” (Mora, 2011, p. 150).

Asimismo, MINCETUR (2008), en el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), manifiesta que al alcanzar un alto nivel de calidad en las distintas dimensiones en el sector turismo, será un factor de diferenciación estratégico para la competitividad con otros destinos o productos turísticos. Por tal motivo, en plan de promover la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos y lograr posicionar al Perú como un destino de calidad, ha desarrollado una herramienta orientada a las buenas prácticas de gestión, el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas. Para ello se elaboró manuales diseñados para: los servicios turísticos de hospedaje, restaurantes y agencia de viajes y turismo respectivamente.

1.3. Definición de términos básicos

1.3.1 Actividad turística

En los “Lineamientos para una estrategia de desarrollo”- OEA (1978), indica que la “actividad turística es el acto que realiza el visitante para que materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos”.

1.3.2 Los recursos turísticos

Según MINCETUR (2018), “los recursos turísticos son bienes o elementos naturales, culturales y humanos, materiales o inmateriales, muebles o inmuebles, existentes en un territorio y que, por sus características especiales, tienen potencial turístico que podrían captar el interés de los visitantes” (p.14). Asimismo, los agrupa en 5 categorías:

- Sitios naturales; esta categoría agrupa a los lugares geográficos que, por sus atributos propios, tienen gran importancia y constituyen atractivos turísticos.
- Manifestaciones culturales; se consideran los diferentes sitios y expresiones culturales del país, región o pueblo, que datan de épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) o más recientes (tales como retos y lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros) y que representan por ello una atracción en sí mismos.
- Folclor; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, mitos, bailes, gastronomía, que representan y sintetizan el carácter único y diferente del país, región y/o pueblo.
- Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología alcanzado por el país, la región o el pueblo, con características únicas de gran importancia y relevantes para el turismo.
- Acontecimientos programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

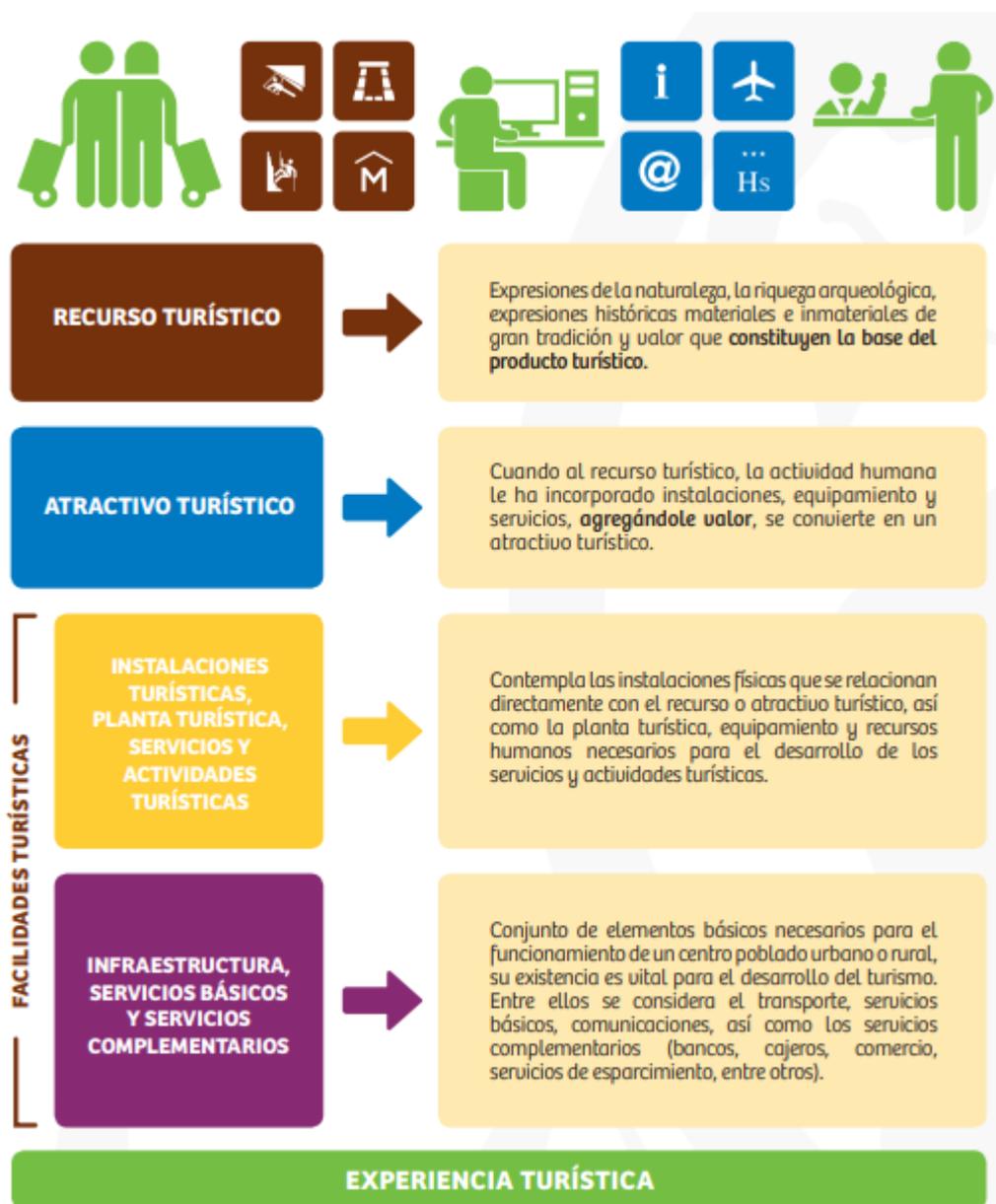
1.3.3 Atractivo turístico

Según la Ley General del Turismo (2009), explica que: “un atractivo turístico es un recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones equipamiento y servicio agregándole valor”.

1.3.4 El producto turístico

Según MINCETUR (2018), menciona que “El producto turístico es el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (p.19). Asimismo, señala cuatro elementos que componen un producto turístico, ilustrado a continuación:

Figura N°7. Elementos del producto turístico



Fuente y elaboración: MINCETUR (2018, p.20).

En este gráfico podemos observar cada componente del producto turístico y el rol que cumplen. Todos ellos en conjunto hacen posible el resultado final que es el producto turístico. Cada uno de ellos es de vital importancia y juntos logran un fin común el cual es garantizar una experiencia turística singular y memorable para el visitante.

1.3.4 Servicios turísticos

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2011), en la Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos, define los servicios turísticos como “los servicios proporcionados a las personas que desean hacer turismo (visitantes). Pueden ser de dos tipos: públicos y privados” (p. 19).

a) Servicios turísticos privado:

Son los que ofrecen los prestadores y operadores de servicios turísticos a través de la planta turística.

b) Servicios turísticos públicos:

Son los servicios ofrecidos a partir de las instalaciones turísticas y recursos turísticos en el producto, atractivo, circuito o corredor turístico con la finalidad de satisfacer las necesidades del visitante, mejorando la experiencia de la visita ofreciéndole facilidades, calidad y seguridad.

1.3.5 Infraestructura Turística

Según Secretaría de Turismo [SECTUR] (s.f), en su sitio web indica que: infraestructura turística son aquellas edificaciones realizadas por parte del estado necesarias para el correcto desarrollo de la actividad turística, tales como accesos, comunicaciones, abastecimiento de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.

Por otro lado, Ministerio de Economía y Finanzas [MEF] (2011), define infraestructura como: “conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo” (p, 20).

A continuación, refiere las más importantes:

Figura N°8. Infraestructura básica requerida en un centro poblado

Tipo	Sub-tipo	Ejemplos
Transporte	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
Servicios Básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
Energía		Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Fuente: MINCETUR-DNDT (en MEF, 2011)

1.3.6 Instalaciones turísticas

Según el Ministerio de Economía y Finanzas [MEF] (2011), lo define como: “instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística” (p.14). A continuación, menciona unos ejemplos:

- a) Miradores turísticos.
- b) Museos de sitio.
- c) Centros de interpretación.
- d) Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre.
- e) Paradores turísticos.
- f) Embarcaderos / muelles turísticos.
- g) Marina turística.
- h) Oficina de información turística.

- i) Zonas de campamento (camping).
- j) Estancia para animales de transporte turístico (acémilas, caballos, llamas).
- k) Estacionamiento de vehículos.
- l) Orquideario.
- m) Senderos peatonales, ecuestres y otros.
- n) Señales turísticas
- o) Zona para muestras culturales, entre otros.

1.3.7 Ecoturismo

Según Ceballos (1996), y adoptada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), lo define como: “Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar a o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueda encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (citado en MINCETUR, 2011, p.13).

1.3.8 Turismo sostenible

Según la OMT (s.f), lo define como, aquel turismo consciente de los impactos económicos, sociales y medioambientales que puede provocar en el presente y futuro. A partir de ello, satisfacer las necesidades de los visitantes y demás sujetos involucrados en esta actividad.

Asimismo, considera que debe seguir los siguientes principios de sostenibilidad:

- a) Usar eficientemente los recursos naturales mediante el respeto a sus políticas de conservación de su biodiversidad
- c) Practicar la actividad turística sin dañar o alterar el patrimonio, cultura, costumbres y tradiciones de la población nativa, aprendiendo de ellos y respetándolos.
- d) Contribuir con proyectos bien planificados que puedan brindar empleo en el presente y futuro lejano a los pobladores del lugar, mejorando así su economía y calidad de vida.

CAPÍTULO II:

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Hipótesis de la Investigación

2.1.1. Hipótesis general

Los factores de la actividad turística repercuten en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

2.1.2. Hipótesis específicas

- He1.- La demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.
- He2.- La oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.
- He3.- El espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.
- He4.- Los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

2.2. Variables de la investigación

Tabla N°1. Variables de Investigación

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
ACTIVIDAD TURÍSTICA	Demanda	+ Frecuencia de visita + Satisfacción + Publicidad
	Oferta	+ Recursos turísticos + Precio + Instalaciones
	Espacio Geográfico	+ Accesibilidad + Seguridad + Infraestructura
	Operadores de Mercado	+ Guía Turístico + Servicio de Boletería + Guarda-lomas
CALIDAD DE SERVICIO	Fiabilidad	+ Cumplir tiempos prometidos + Mostrar interés por ayudar
	Capacidad de Respuesta	+ Servicio inmediato + Absolver dudas
	Seguridad	+ Personal capacitado + Personal inspira confianza
	Empatía	+ Atención personalizada + Seguimiento
	Elementos Tangibles	+ Instalaciones atractivas + Presentación del personal

Fuente y elaboración: Propia

2.3. Matriz de Operacionalización de variables

(Ver anexo 1)

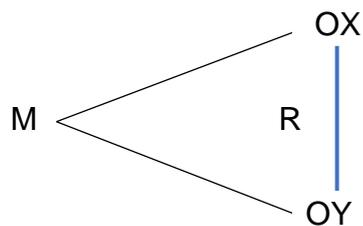
CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

El diseño que se utilizó es de tipo no experimental-transversal y de alcance descriptivo correlacional lo cual, según Hernández, Fernandez y Baptista (2010), menciona que este diseño consta en recoger información sobre las características de las variables y describir su relación en un momento determinado.

Asimismo, la investigación no experimental “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.149).



Dónde:

OX: Observación de la actividad turística.

OY: Percepción de los visitantes respecto a la calidad de servicio.

M: Muestra

R: Relación.

3.1.1. Enfoque tipo y nivel de investigación

3.1.1.1 Enfoque de investigación

Es de enfoque mixto puesto que se recolectaron datos cuantitativos y cualitativos de acuerdo a las variables en estudio.

3.1.1.2 Tipo de investigación

Es de tipo observacional ya que no se manipula a la variable; se realizaron estudios y revisión teórica sin modificar o provocar algún cambio en la variable de estudio.

3.1.1.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación de la presente tesis es descriptivo correlacional debido a que se estudiarán las distintas variables en cuanto a sus características importantes para determinar la relación o influencia que tiene una sobre la otra.

3.2. Diseño muestral

La población está constituida por 2, 484 personas las cuales son pobladores del centro poblado Quebrada Verde donde se encuentra ubicada Las Lomas de Lúcumo (2018).

La muestra seleccionada, estuvo integrada por

Fórmula:

$$n = \frac{(z)^2 p \cdot q \cdot N}{(e)^2 (N-1) + z^2 (p) (q)}$$

N	Tamaño de la muestra	332.82
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Variabilidad positiva	0.5
Q	Variabilidad negativa	0.5
N	Tamaño de población	2484
E	Precisión o el error	0.05

Dónde,

N = 2484

z= 1.96

p = 0.5

q= 0.5

n= 332.82

E= 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)(2484)}{(0.05)^2 (2484-1)+1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

n = 333 tamaño de la muestra total

3.3. Técnicas de recolección de datos

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) indica que “recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p.198). Para ello se requiere de distintas técnicas cualitativas como cuantitativas con la posibilidad de ser ambos utilizados en un mismo estudio.

Es decir, son aquellas herramientas que sirven de apoyo al investigador en la obtención de información necesaria para el desarrollo de su tema en estudio. En el caso de la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- Entrevista: guía de entrevista
- Encuesta: cuestionario
- Observación: guía de observación
- Análisis documental: ficha documental

a) La entrevista

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), la entrevista es una forma de recolección de información a través de la formulación de preguntas de manera presencial y verbal, estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas, estas preguntas serán formuladas por una persona calificada a uno o varios participantes.

Se elaboró un cuestionario con preguntas abiertas las cuales fueron realizadas a tres expertos (María Guillen, Jacinto Mendoza y Jonathan Retes), miembros de la ACELL y encargados de la gestión de este recurso turístico natural. Su elección se consideró oportuna, ya que, en el caso de María Guillén y Jacinto Mendoza, son fundadores de la ACELL; mientras que Jonathan Retes, es el actual presidente de esta asociación.

b) Encuesta

Los cuestionarios, herramienta para realizar una encuesta, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), se basan en preguntas que pueden ser cerradas o abiertas respecto de una o más variables en estudio y medición.

Para aplicar esta técnica fue necesario elaborar un cuestionario, dirigido a los visitantes que llegan al lugar turístico Lomas de Lúcumo. En este lugar, se realizó de manera individual esta encuesta a aquellos visitantes, que, de manera voluntaria, respondieron a 22 preguntas formuladas a partir de los indicadores en estudio, con respuestas en escala de Likert.

Ficha técnica:

- Nombre: “Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio, 2019”.
- Autor: Mirtha Rondón Challco
- Lugar: Área Natural Lomas de Lúcumo
- Universo: Visitantes de las Lomas de Lúcumo
- Técnica: Muestreo probabilístico simple
- Tamaño: 333 unidades
- Objetivo: Conocer la percepción de los visitantes con respecto a la calidad de servicio que se brinda analizando los factores que influyen en su opinión.
- Administración: Individual y o colectiva
- Tiempo de duración: 5 minutos aproximadamente
- Instrumento: Encuesta estandarizada con 22 preguntas en escala Likert.
- Indicador de evaluación:

Totalmente en desacuerdo (1)

Desacuerdo (2)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)

De acuerdo (4)

Totalmente de acuerdo (5)

- Encuestadores: La investigadora y equipo de apoyo.

c) Observación:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), la observación es una técnica que se basa en recolectar información mediante la evaluación de los hechos y comportamientos del objeto en análisis sin irrumpir en su proceso.

Así mismo se utilizó la técnica de observación para el análisis del estado en que se encuentra el atractivo turístico, si cuenta con la infraestructura adecuada y demás factores que comprometen la calidad en el servicio que brindan durante la visita, todo ella se llevara a cabo gracias a la utilización de un check list.

d) Análisis Documental

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), el análisis documental es la consulta, revisión y obtención de información a partir de otros documentos o fuentes de información mediante la selección útil respecto al tema en estudio.

Herramienta básica de toda investigación para la recolección de información de diferentes fuentes tales como: libros, revistas, periódicos, páginas web, documentos, leyes, manuales, informes, entre otros. Por tal motivo, se realizó una revisión de gran parte de ellos en la presente investigación.

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Después de recolectados los datos necesarios, a través de las herramientas anteriormente señaladas, se pasó al análisis de la información para luego organizarlas y seleccionar las de mayor importancia.

Para ello se utilizó la estadística descriptiva, para lo cual se graficaron tablas y figuras donde se plasmaron las diferentes dimensiones y variables.

3.5. Aspectos éticos

La presente tesis se encuentra elaborada bajo bases morales y legales, cerciorándonos y cuidando siempre respetar los valores, creencias, e integridad de las personas que se vieron involucradas en el estudio. De igual manera con la información confidencial lo cual permitió acceder con motivos únicamente de estudio.

Además, se puede asegurar que se ha venido respetando el derecho de autor mediante la utilización de la cita adecuada para cada caso evitando así cualquier tipo de posible plagio.

3.6. Matriz de consistencia

Ver anexo 2

CAPÍTULO IV:

RESULTADOS, ANÁLISIS, DISCUSIÓN Y PROPUESTA

4.1. Resultados de la investigación

4.1.1. Análisis descriptivo de la investigación

Cuestionario aplicado a visitantes de las Lomas de Lúcumo

Tabla N°2. Frecuencia de Visita

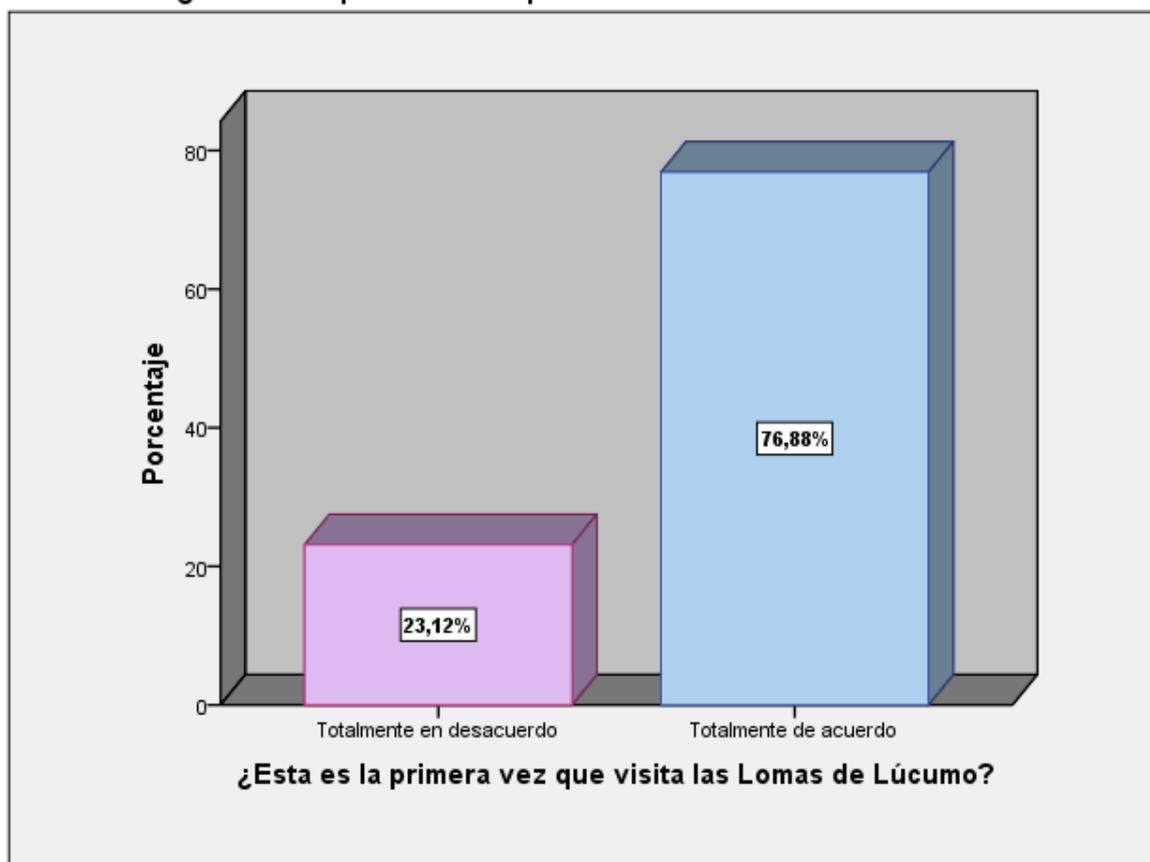
¿Esta es la primera vez que visita las Lomas de Lúcumo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	77	23,1	23,1	23,1
	Totalmente de acuerdo	256	76,9	76,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora

Elaboración: propia

Figura N°9. Frecuencia de Visita.

¿Esta es la primera vez que visita las Lomas de Lúcumo?



Fuente y elaboración: Propia

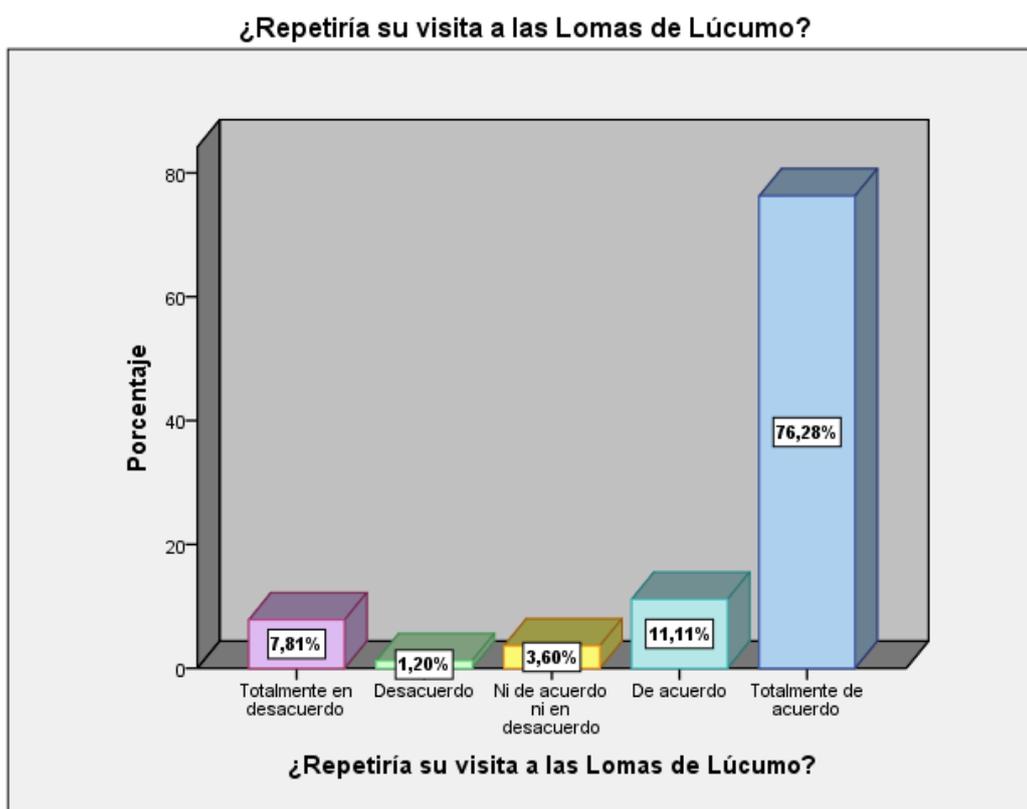
Interpretación: Los resultados muestran que el 76, 88 % de los encuestados visitan por primera vez las Lomas de Lúcumo, mientras que el 23,12 % manifiesta que ya lo había visitado anteriormente.

Tabla N°3. Satisfacción

		¿Repetiría su visita a las Lomas de Lúcumo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	26	7,8	7,8	7,8
	Desacuerdo	4	1,2	1,2	9,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	3,6	3,6	12,6
	De acuerdo	37	11,1	11,1	23,7
	Totalmente de acuerdo	254	76,3	76,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora
Elaboración: Propia

Figura N°10. Satisfacción



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: De la encuesta realizada tenemos que el 76,28 % del total de la muestra se encuentra totalmente de acuerdo en repetir su visita, mientras que el 11,11 % dijo estar de acuerdo en repetir su visita, un 7,81 % dijo estar totalmente

en desacuerdo en repetir su visita, un 3,60 no está de acuerdo ni en desacuerdo y solo el 1, 20 % de encuestados indica desacuerdo en este ítem.

Tabla N°4. Publicidad

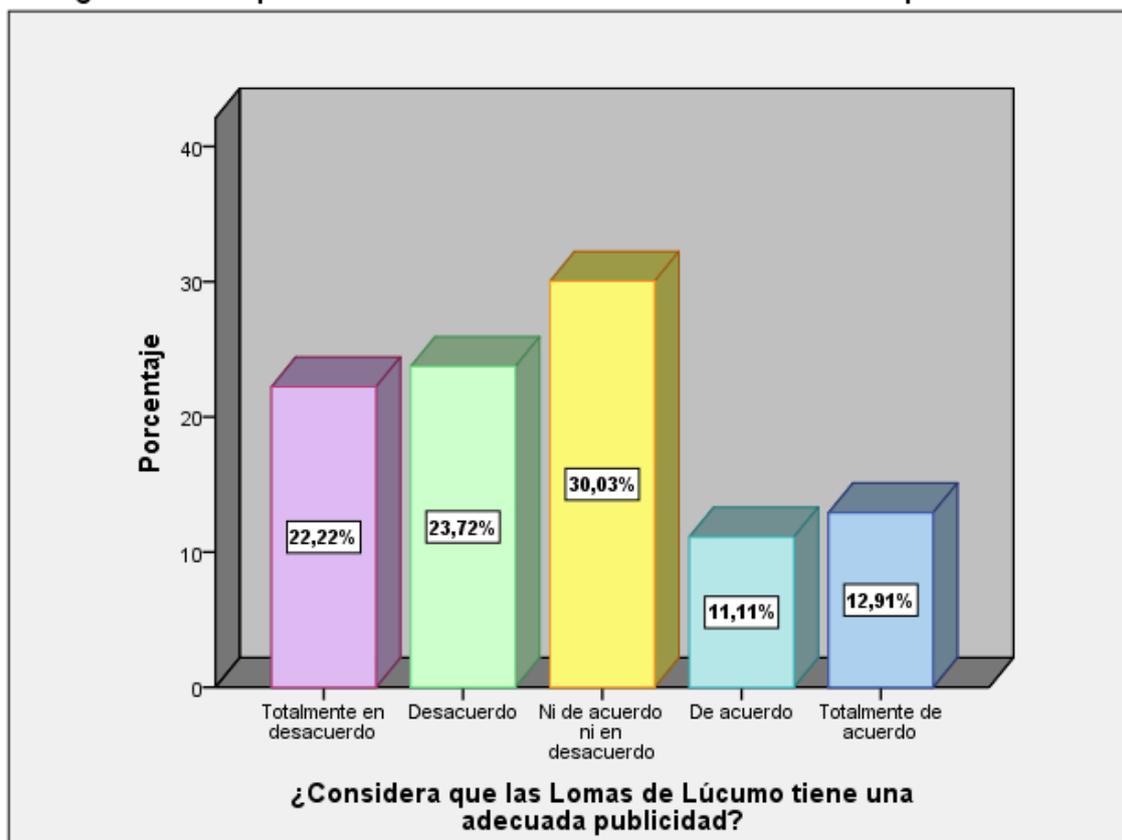
¿Considera que las Lomas de Lúcumo tiene una adecuada publicidad?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	74	22,2	22,2	22,2
	Desacuerdo	79	23,7	23,7	45,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	100	30,0	30,0	76,0
	De acuerdo	37	11,1	11,1	87,1
	Totalmente de acuerdo	43	12,9	12,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora

Elaboración: Propia

Figura N°11. Publicidad

¿Considera que las Lomas de Lúcumo tiene una adecuada publicidad?



Fuente y elaboración: Propia

Nota: En la presente figura tenemos que el 30,03% de los encuestados no está de acuerdo ni en desacuerdo con la publicidad que maneja las Lomas de Lúcumo, mientras que el 23,72 % se encuentra en desacuerdo, el 22,22 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo, un 12,91% se encuentra de acuerdo y el 11,11 % están de acuerdo con la publicidad que tiene esta área natural.

Tabla N°5. Recursos Turísticos

¿Considera que la cantidad y calidad de recursos turísticos encontrados son los adecuados?

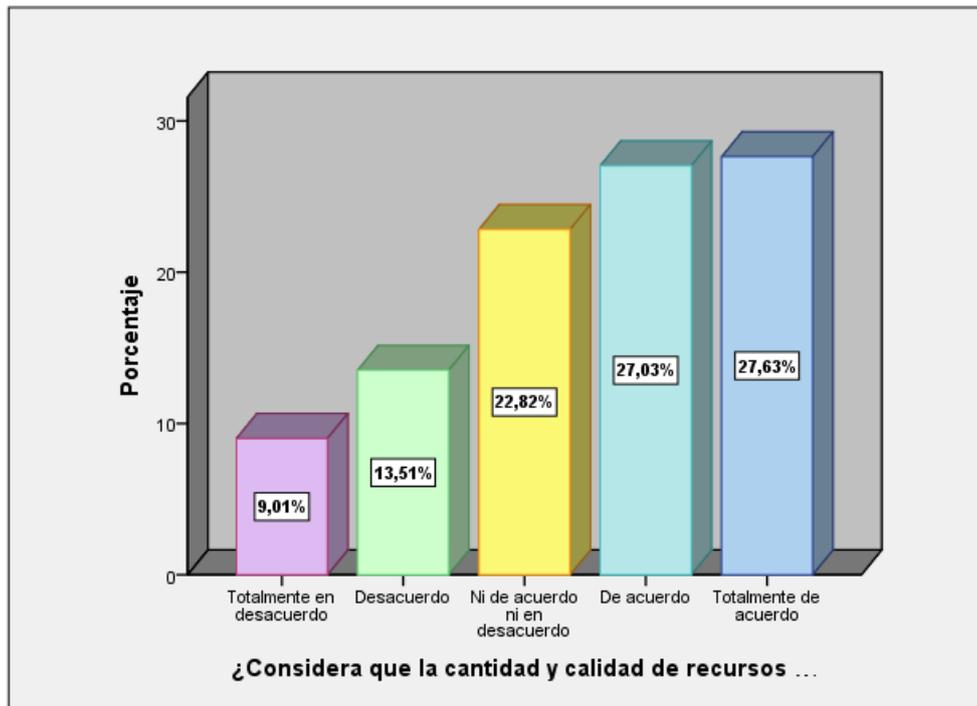
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	9,0	9,0	9,0
	Desacuerdo	45	13,5	13,5	22,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	76	22,8	22,8	45,3
	De acuerdo	90	27,0	27,0	72,4
	Totalmente de acuerdo	92	27,6	27,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora

Elaboración: Propia

Figura N°12. Recursos Turísticos

¿Considera que la cantidad y calidad de recursos turísticos encontrados son los adecuados?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: Con relación a la cantidad y calidad de recursos turísticos que presenta las Lomas de Lúcumo el 27,63 % de encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con ello, un 27,03 % se encuentra de acuerdo, el 22,82 % no está de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 13,61 % está en desacuerdo y el 9,01 % de encuestados manifiestan estar totalmente en desacuerdo.

Tabla N°6. Precio

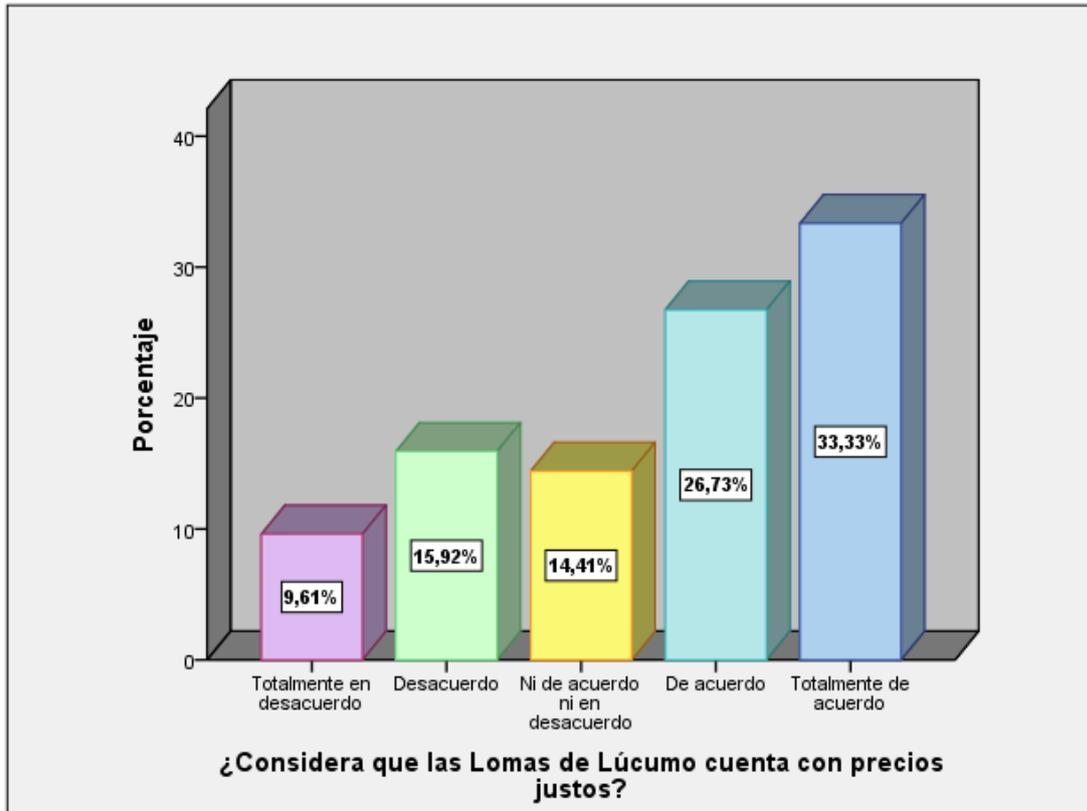
¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuentan con precios justos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	32	9,6	9,6	9,6
	Desacuerdo	53	15,9	15,9	25,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	48	14,4	14,4	39,9
	De acuerdo	89	26,7	26,7	66,7
	Totalmente de acuerdo	111	33,3	33,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora

Elaboración: Propia

Figura N°13. Precio

¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuenta con precios justos?



Fuente y elaboración: Propia

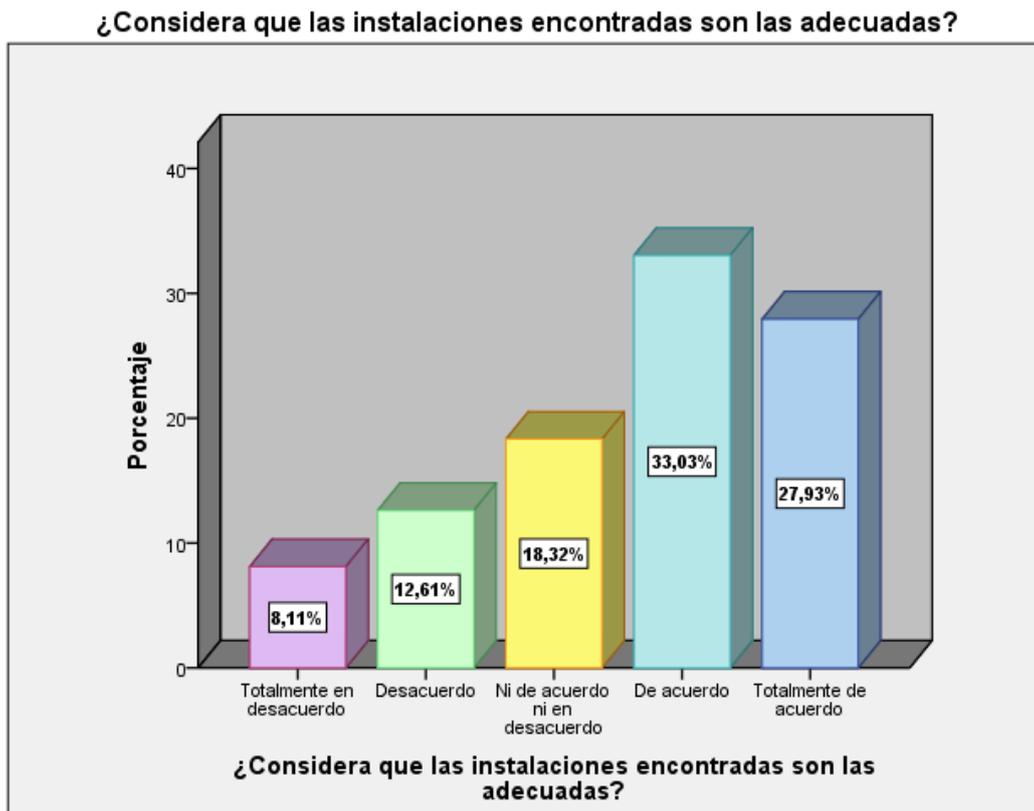
Interpretación: La presente figura muestra que el 33, 33 % de visitantes encuestados consideran que las Lomas de Lúcumo cuentan con precios justos, un 26,73 % se encuentra de acuerdo, mientras que un 15,92 % de personas se encuentran en desacuerdo, un 14, 41 % dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 9,61 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo con esta cuestión.

Tabla N°7. Instalaciones

		¿Considera que las instalaciones encontradas son las adecuadas?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	27	8,1	8,1	8,1
	Desacuerdo	42	12,6	12,6	20,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	18,3	18,3	39,0
	De acuerdo	110	33,0	33,0	72,1
	Totalmente de acuerdo	93	27,9	27,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora
Elaboración: Propia

Figura N°14. Instalaciones



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: En cuanto a las instalaciones encontradas en el lugar, la encuesta arroja un 33,03 % de encuestados de acuerdo con ello, un 27,93 % se encuentra de acuerdo, mientras que el 18,32 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 12,61

% dice estar en desacuerdo y sólo un 8,11 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo.

Tabla N°8. Accesibilidad

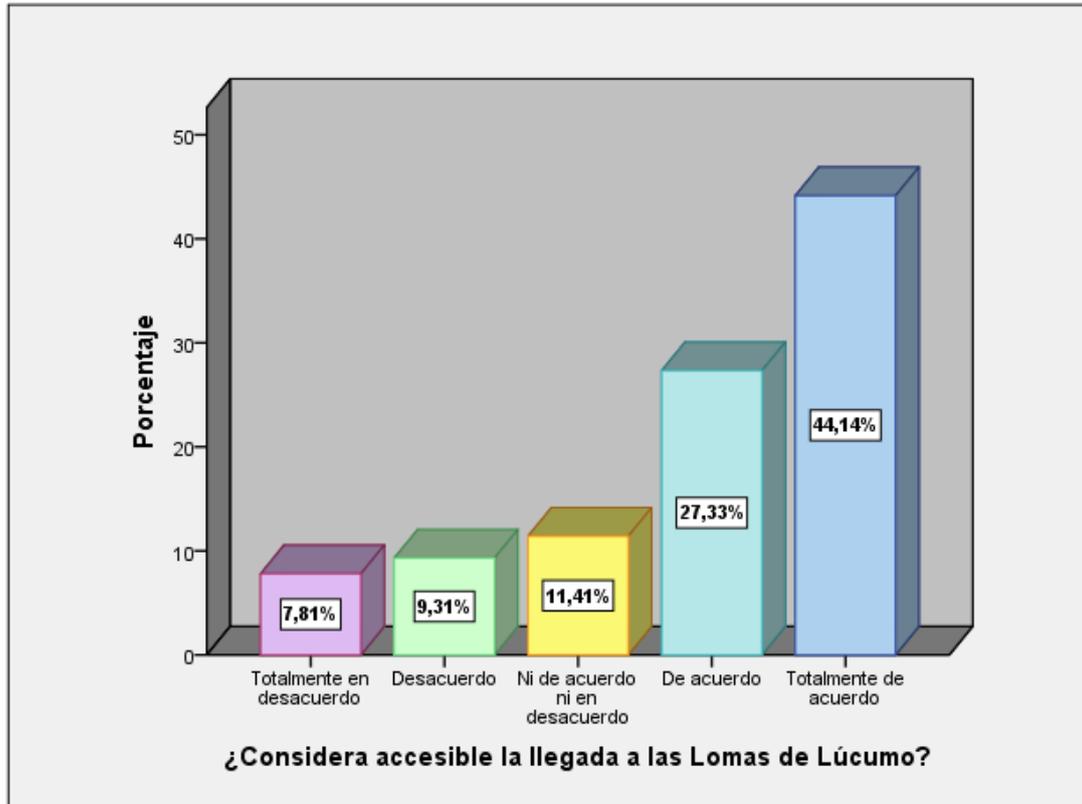
¿Considera accesible la llegada a las Lomas de Lúcumo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	26	7,8	7,8	7,8
	Desacuerdo	31	9,3	9,3	17,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	11,4	11,4	28,5
	De acuerdo	91	27,3	27,3	55,9
	Totalmente de acuerdo	147	44,1	44,1	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°15. Accesibilidad

¿Considera accesible la llegada a las Lomas de Lúcumo?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: El resultado arroja que el 44,14 % de visitantes manifiesta estar totalmente de acuerdo con la accesibilidad a las Lomas de Lúcumo, un 27,33 % dice estar de acuerdo, mientras que el 11,41 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 9,31 % se encuentra en desacuerdo y un 7,81 % dice estar completamente en desacuerdo con la accesibilidad a esta área natural.

Tabla N°9. Seguridad

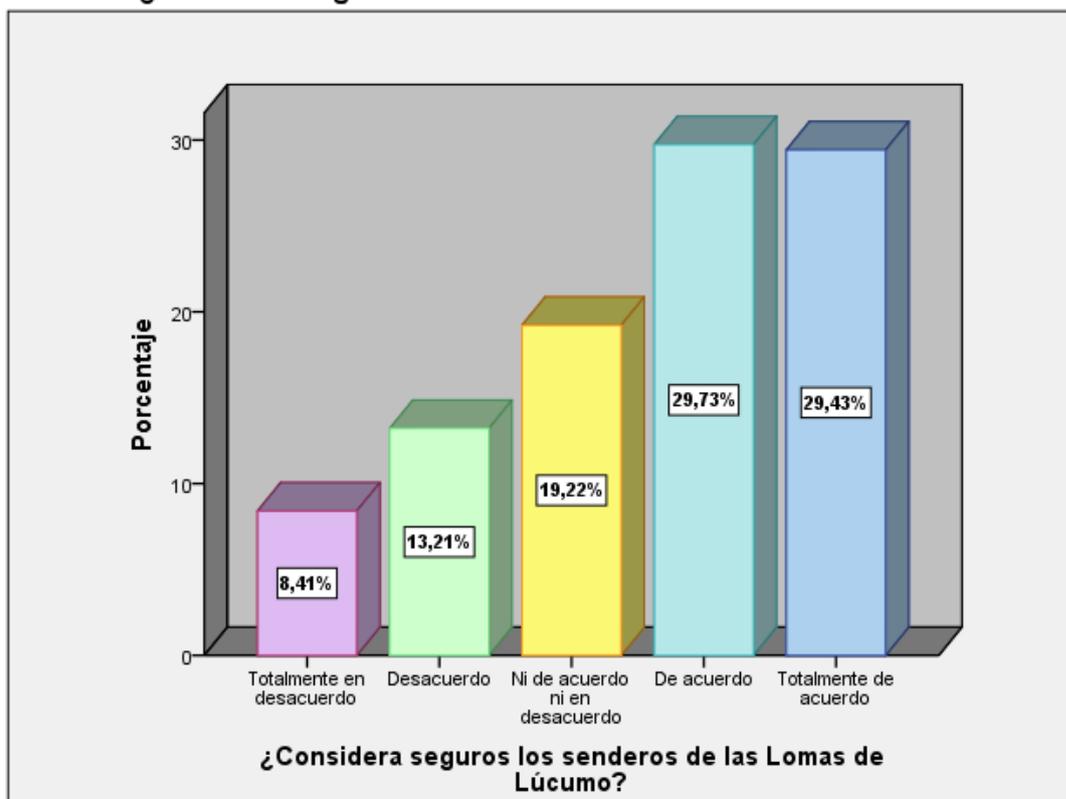
¿Considera seguros los senderos de las Lomas de Lúcumo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	28	8,4	8,4	8,4
	Desacuerdo	44	13,2	13,2	21,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	64	19,2	19,2	40,8
	De acuerdo	99	29,7	29,7	70,6
	Totalmente de acuerdo	98	29,4	29,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°16. Seguridad

¿Considera seguros los senderos de las Lomas de Lúcumo?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: Según la encuesta realizada el 29,73 % del total de encuestados están de acuerdo con la seguridad de los senderos de las Lomas de Lúcumo, un 29,43 dice estar totalmente de acuerdo, mientras que el 19,22 % están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 13,21 % se encuentran en desacuerdo y el 8,41 % de encuestados indican estar totalmente en desacuerdo.

Tabla N°10. Infraestructura

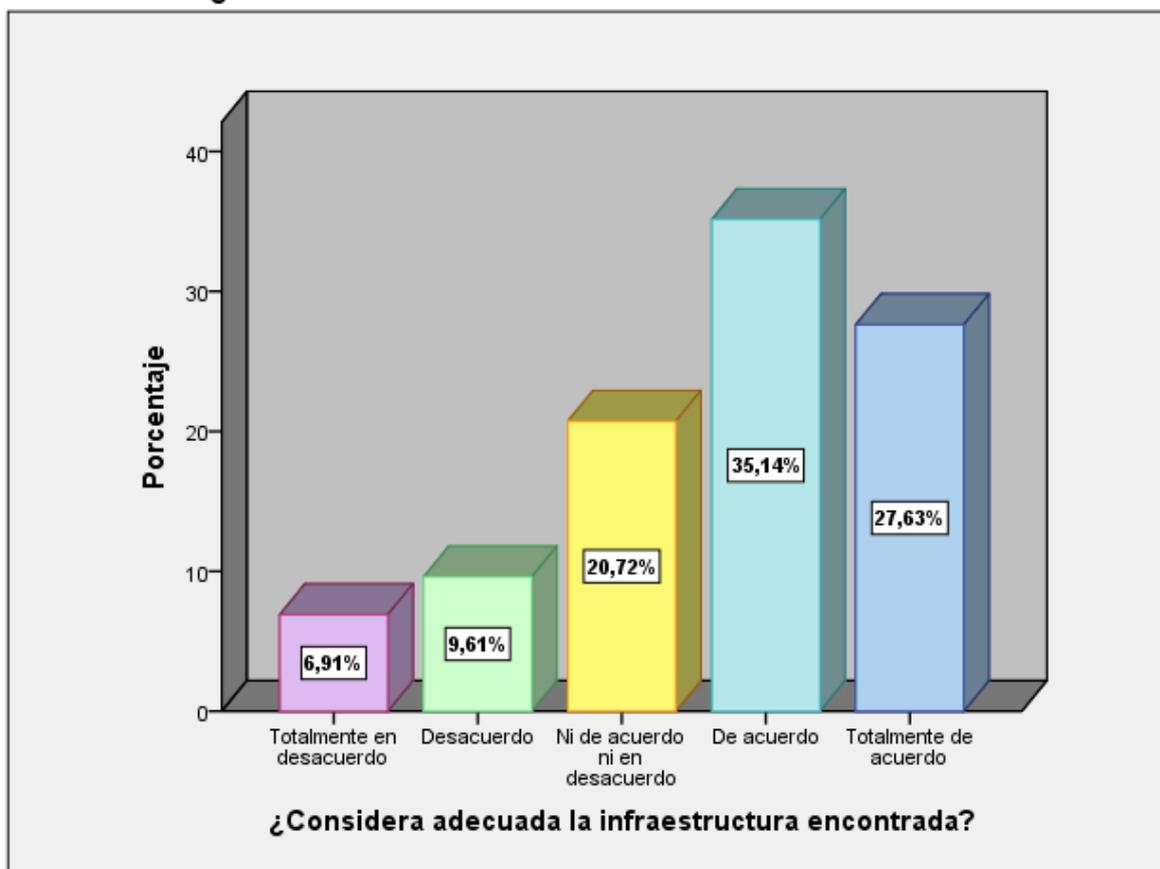
¿Considera adecuada la infraestructura encontrada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	23	6,9	6,9	6,9
	Desacuerdo	32	9,6	9,6	16,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	69	20,7	20,7	37,2
	De acuerdo	117	35,1	35,1	72,4
	Totalmente de acuerdo	92	27,6	27,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°17. Infraestructura

¿Considera adecuada la infraestructura encontrada?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: Tenemos que el 35,14 % del total de encuestados considera estar de acuerdo con la infraestructura actual encontrada, un 27,63 % dice estar totalmente de acuerdo, mientras que un 20,72 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 9,61 % de encuentra en desacuerdo y el 6,91 % dice estar totalmente en desacuerdo con lo mencionado.

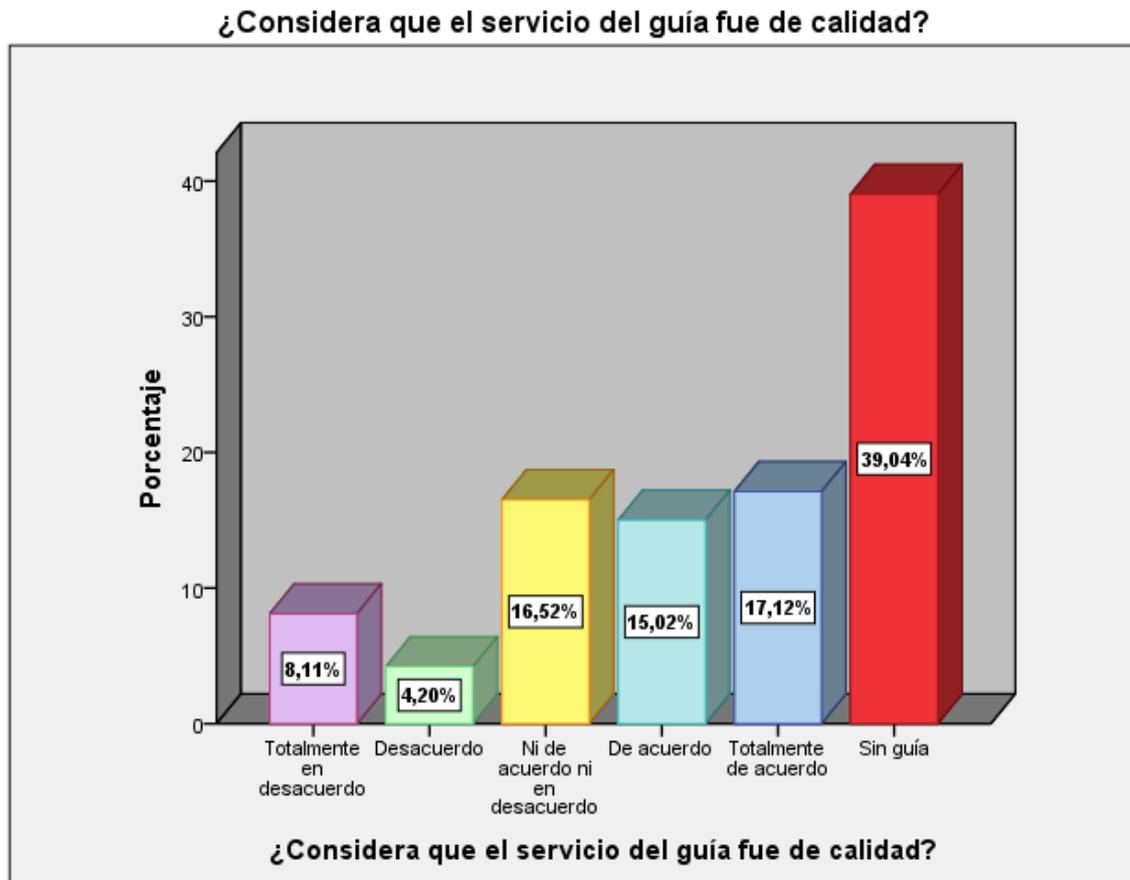
Tabla N°11. Guía Turístico

¿Considera que el servicio del guía fue de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	27	8,1	8,1	8,1
	Desacuerdo	14	4,2	4,2	12,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	16,5	16,5	28,8
	De acuerdo	50	15,0	15,0	43,8
	Totalmente de acuerdo	57	17,1	17,1	61,0
	Sin guía	130	39,0	39,0	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°18. Guía Turístico



Fuente y elaboración: Propia.

Interpretación: Del resultado de la encuesta el 39,04 % del total de encuestados realizó su recorrido sin guía, mientras que el 17,12 % se encuentra totalmente de acuerdo con la calidad de servicio del guiado, un 16,52% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con el servicio, mientras que un 8,11 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo con la calidad de servicio del guiado y un 4,20 % dice estar en desacuerdo con ello.

Tabla N°12. Servicio de Boletería

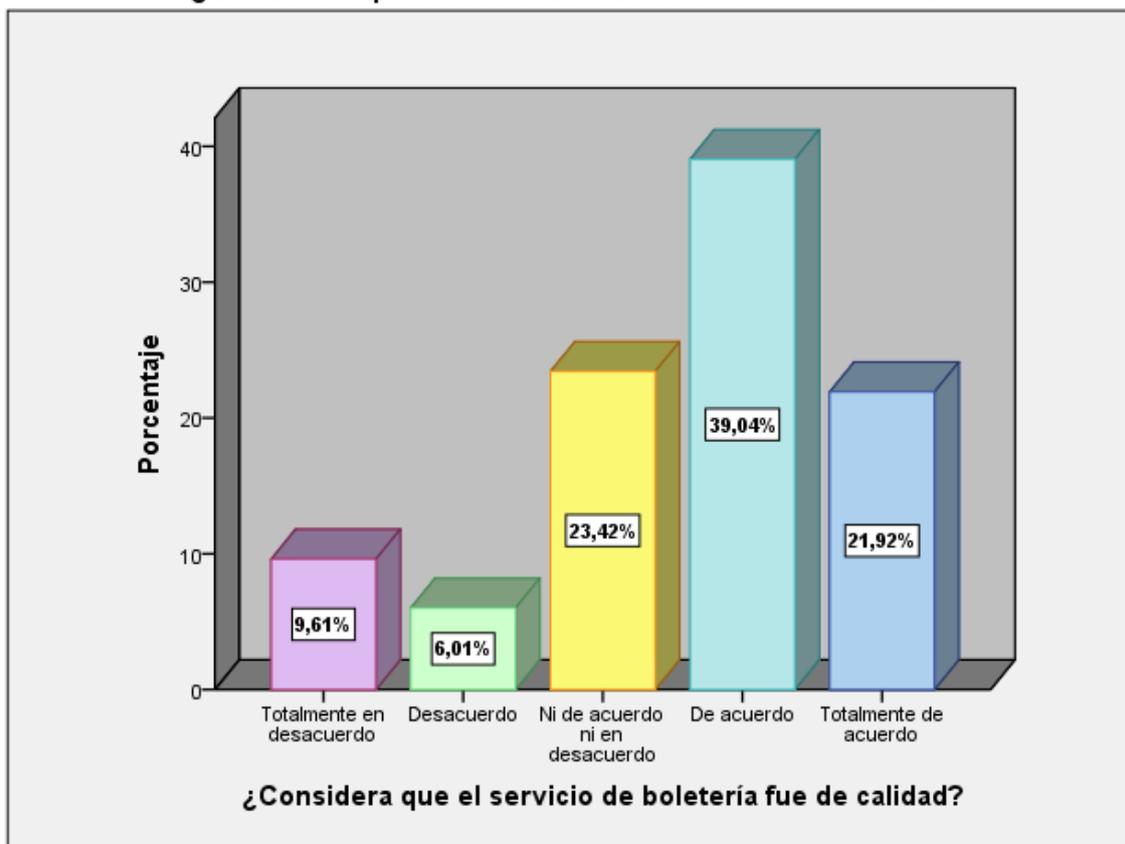
¿Considera que el servicio de boletería fue de calidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	32	9,6	9,6	9,6
	Desacuerdo	20	6,0	6,0	15,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	78	23,4	23,4	39,0
	De acuerdo	130	39,0	39,0	78,1
	Totalmente de acuerdo	73	21,9	21,9	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°19. Servicio de Boletería

¿Considera que el servicio de boletería fue de calidad?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: El 39,04 % del total de encuestados se encuentra de acuerdo con la calidad de servicio de boletería, el 21,92 % indica que está totalmente de acuerdo, el 23,42 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 9,61 % se encuentra totalmente en desacuerdo y el 6,01 % dice estar en desacuerdo con este servicio.

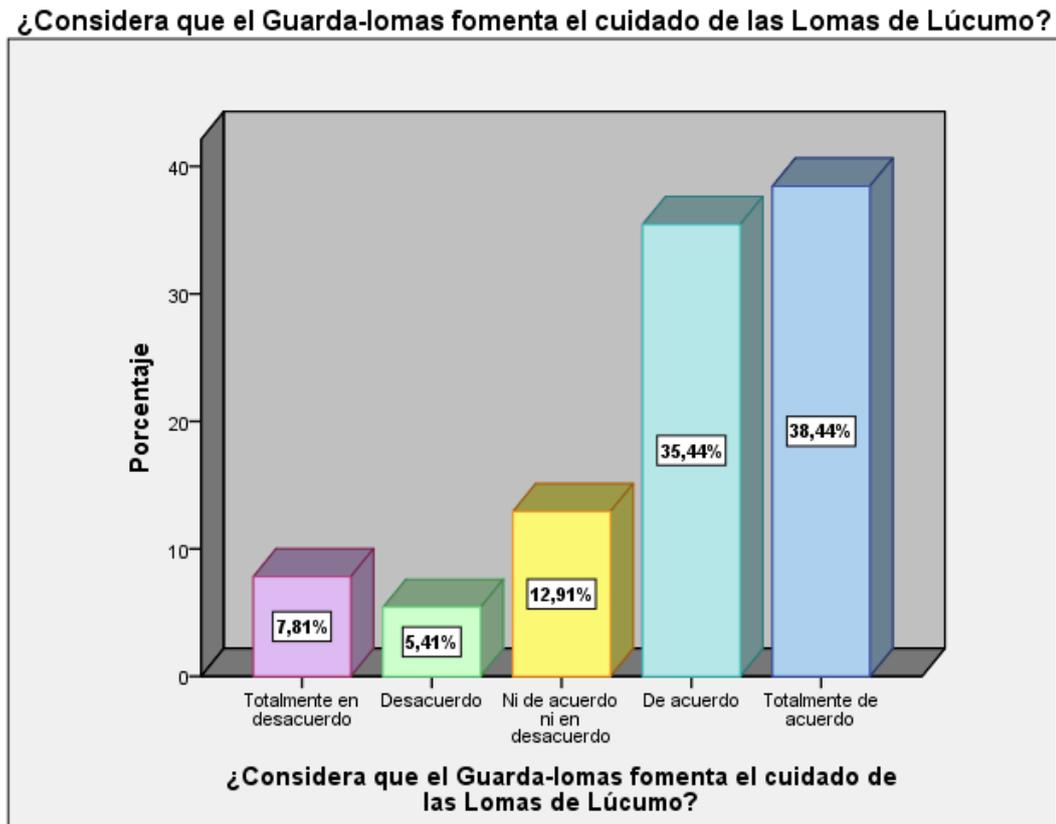
Tabla N°13. Guarda-lomas

¿Considera que el guarda-lomas fomenta el cuidado de las Lomas de Lúcumo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	26	7,8	7,8	7,8
	Desacuerdo	18	5,4	5,4	13,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	12,9	12,9	26,1
	De acuerdo	118	35,4	35,4	61,6
	Totalmente de acuerdo	128	38,4	38,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°20. Guarda-lomas



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: En este caso la figura arroja que el 38,44 % de los encuestados están totalmente de acuerdo con el trabajo que viene realizando el guarda-lomas de esta área natural, un 35,44 % está de acuerdo, mientras que un 12,91 % está ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 7,81 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo y un 5,41 % de encuestados indican desacuerdo.

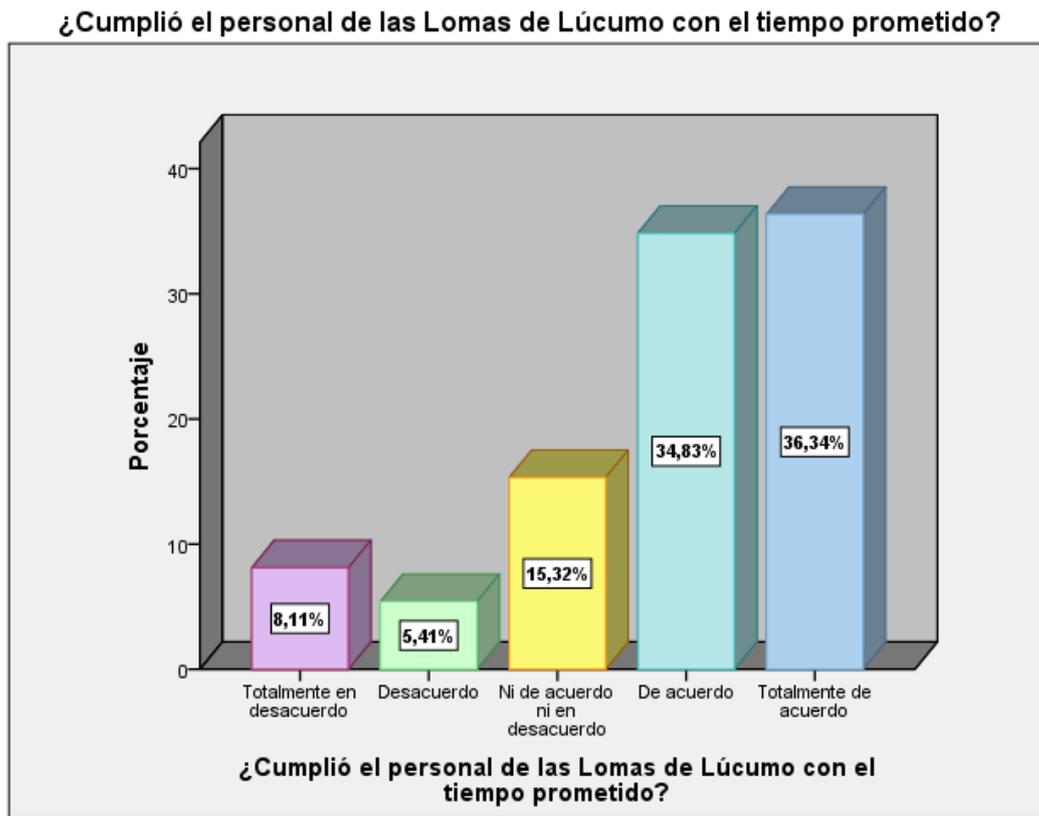
Tabla N°14. Tiempo promedio

¿Cumplió el personal de las Lomas de Lúcumo con el tiempo prometido?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	27	8,1	8,1	8,1
	Desacuerdo	18	5,4	5,4	13,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	15,3	15,3	28,8
	De acuerdo	116	34,8	34,8	63,7
	Totalmente de acuerdo	121	36,3	36,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora
Elaboración: Propia

Figura N°21. Tiempo prometido



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: Con relación al tiempo prometido un 36,34 % de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo con ello, un 34,83 % se encuentra de acuerdo, el 15,32 % de encuestados están ni de acuerdo un en desacuerdo, mientras que un 8,11 % manifiestan estar totalmente en desacuerdo y un 5,41 % dice estar en desacuerdo.

Tabla N°15. Interés por ayudar

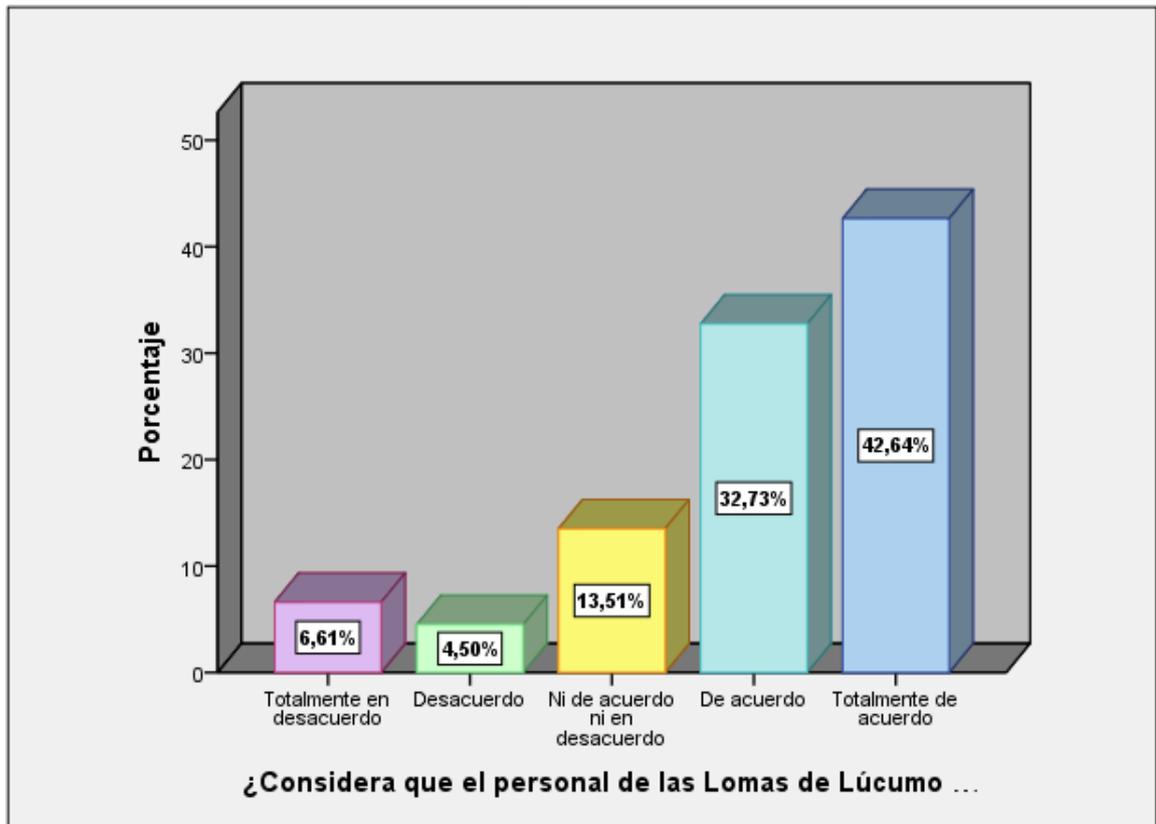
¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo mostró interés en ayudarlos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	22	6,6	6,6	6,6
	Desacuerdo	15	4,5	4,5	11,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	13,5	13,5	24,6
	De acuerdo	109	32,7	32,7	57,4
	Totalmente de acuerdo	142	42,6	42,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°22. Interés por ayudar

¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo mostró interés en ayudarlos?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: La figura muestra un 42,64 % de encuestados totalmente de acuerdo con respecto al interés que muestra el personal de las Lomas de Lúcumo en ayudarlos, un 32,73 % se encuentran de acuerdo, mientras que un 13,51 están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 6,61 % consideran estar totalmente en desacuerdo y un 4,50 % de personas encuestadas están en desacuerdo con esta afirmación.

Tabla N°16. Servicio Inmediato

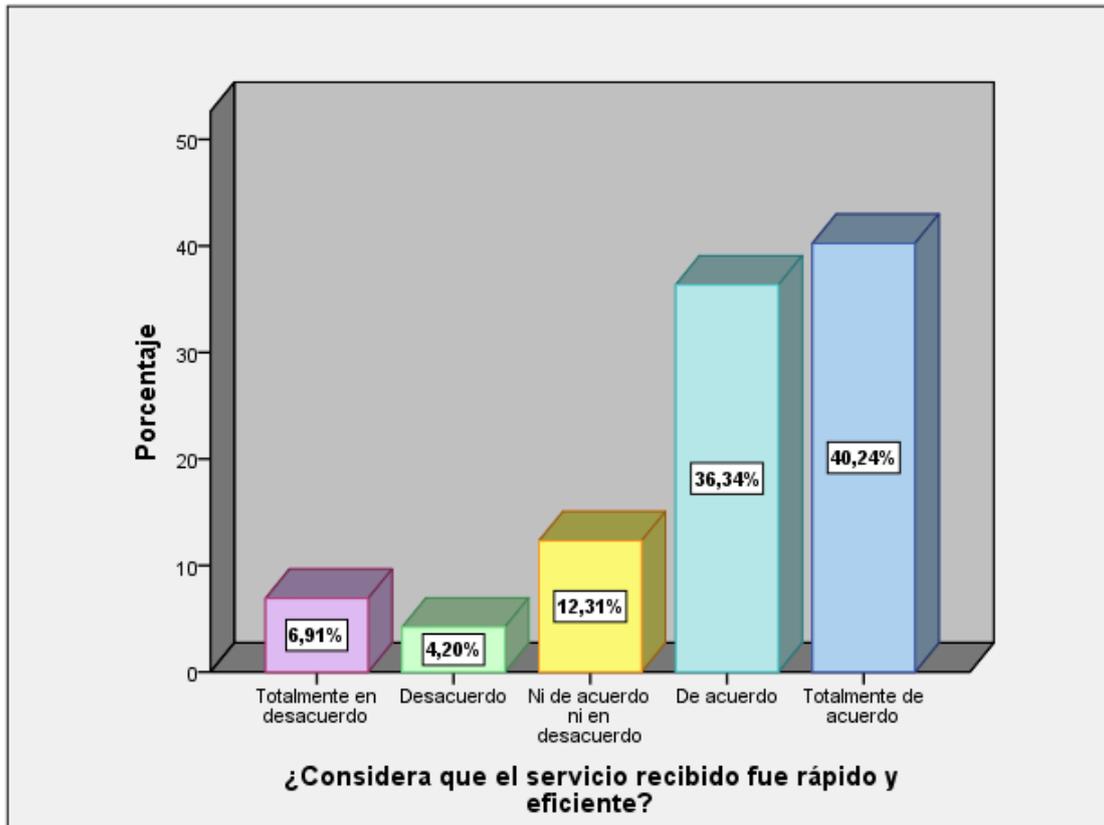
¿Considera que el servicio recibido fue rápido y eficiente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	23	6,9	6,9	6,9
	Desacuerdo	14	4,2	4,2	11,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41	12,3	12,3	23,4
	De acuerdo	121	36,3	36,3	59,8
	Totalmente de acuerdo	134	40,2	40,2	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°23. Servicio inmediato

¿Considera que el servicio recibido fue rápido y eficiente?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: En este caso el 40,24 % de encuestados considera estar totalmente de acuerdo con relación a la rapidez y eficiencia del servicio recibido en las Lomas de Lúcumo, un 36,34 % dice estar de acuerdo, el 12,31 % de personas están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 6,91 % se encuentran totalmente en desacuerdo y sólo un 4,20 % está en desacuerdo.

Tabla N°17. Absolver Dudas

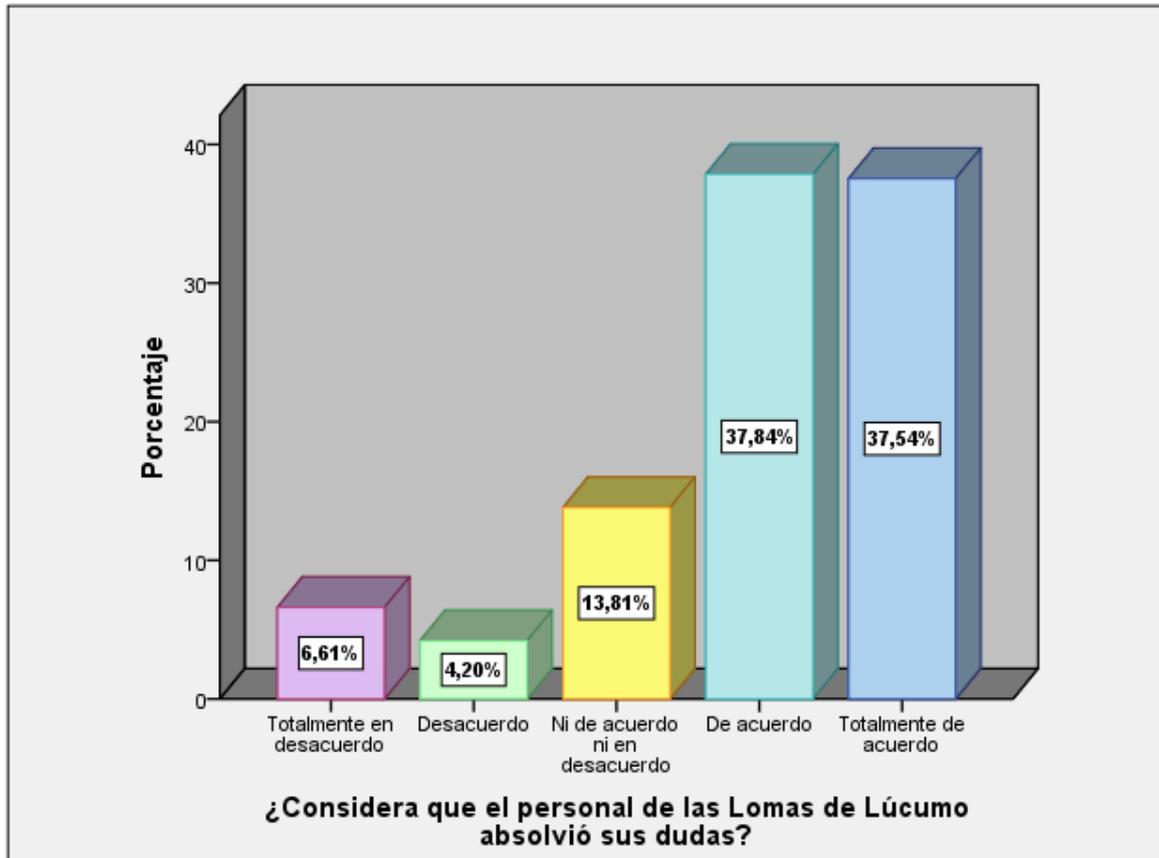
¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo absolvió sus dudas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	22	6,6	6,6	6,6
	Desacuerdo	14	4,2	4,2	10,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	13,8	13,8	24,6
	De acuerdo	126	37,8	37,8	62,5
	Totalmente de acuerdo	125	37,5	37,5	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°24. Absolver dudas

¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo absolvió sus dudas?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: A continuación, se aprecia un 37,84 % de encuestados de acuerdo con las dudas absueltas por parte del personal de las Lomas de Lúcumo durante su visita, un 37,54 % dice estar de acuerdo, un 13,81% de personas están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 6,61 % manifiestan estar totalmente en desacuerdo y un 4,20 % dicen estar en desacuerdo.

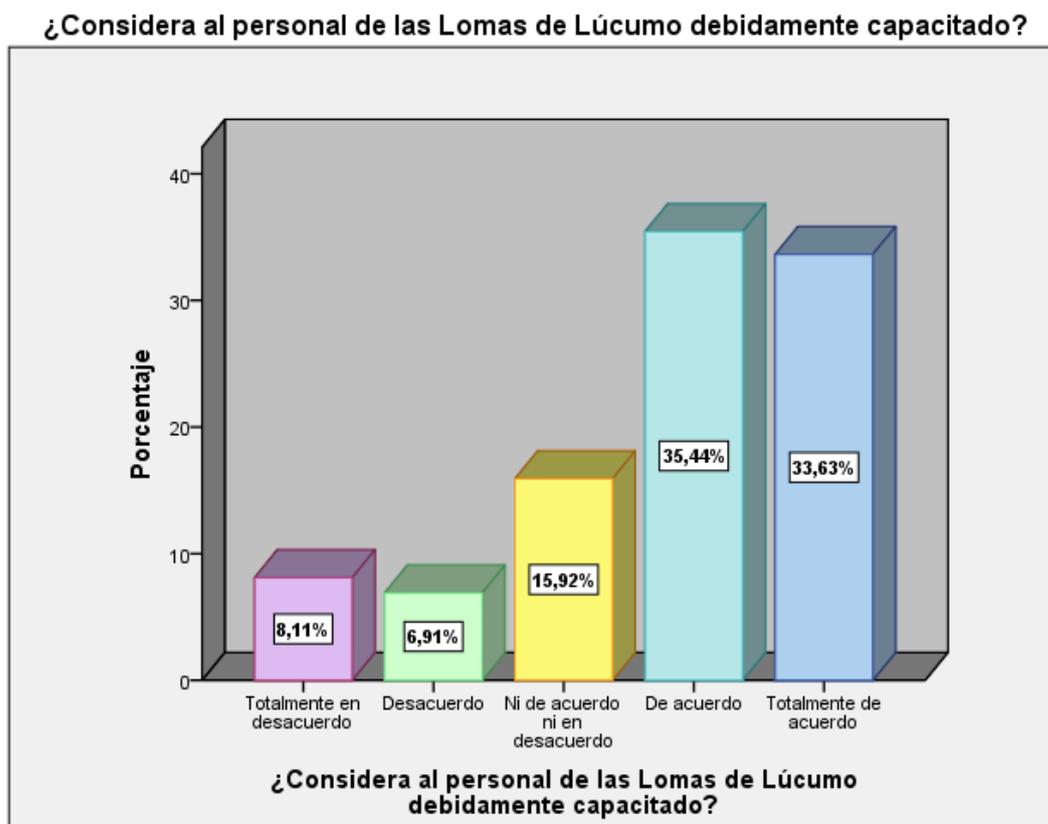
Tabla N°18. Personal Capacitado

¿Considera al personal de las Lomas de Lúcumo debidamente capacitado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	27	8,1	8,1	8,1
	Desacuerdo	23	6,9	6,9	15,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	15,9	15,9	30,9
	De acuerdo	118	35,4	35,4	66,4
	Totalmente de acuerdo	112	33,6	33,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°25. Personal capacitado



Fuente y elaboración: Propia.

Interpretación: Con respecto a la capacitación del personal el 35,44 % de encuestados considera estar totalmente de acuerdo con ello, un 33,63 % se encuentra de acuerdo, un 15,92 % de visitantes están ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 8,11 % indican estar totalmente en desacuerdo y el 6,91% dicen estar en desacuerdo.

Tabla N°19. Personal confiable

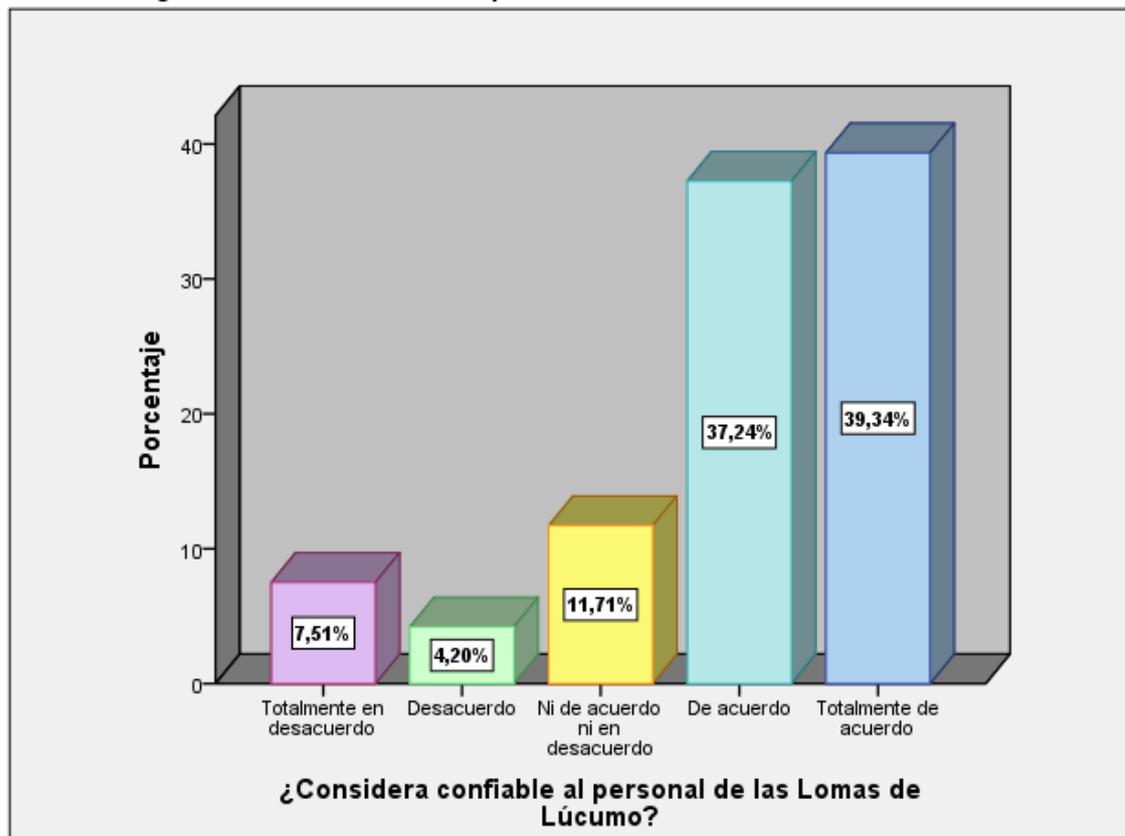
¿Considera confiable al personal de las Lomas de Lúcumo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	25	7,5	7,5	7,5
	Desacuerdo	14	4,2	4,2	11,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	11,7	11,7	23,4
	De acuerdo	124	37,2	37,2	60,7
	Totalmente de acuerdo	131	39,3	39,3	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia

Figura N°26. Personal confiable

¿Considera confiable al personal de las Lomas de Lúcumo?



Fuente y elaboración: Propia.

Interpretación: Con relación a la confiabilidad del personal de las Lomas de Lúcumo el 39,34 % de encuestados considera estar totalmente de acuerdo con ello, un 37,24 % está de acuerdo, un 11,71 % dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 7,51 % indica estar totalmente en desacuerdo y un 4,20 % dice estar en desacuerdo.

Tabla N°20. Atención personalizada

¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo le brindó atención personalizada?

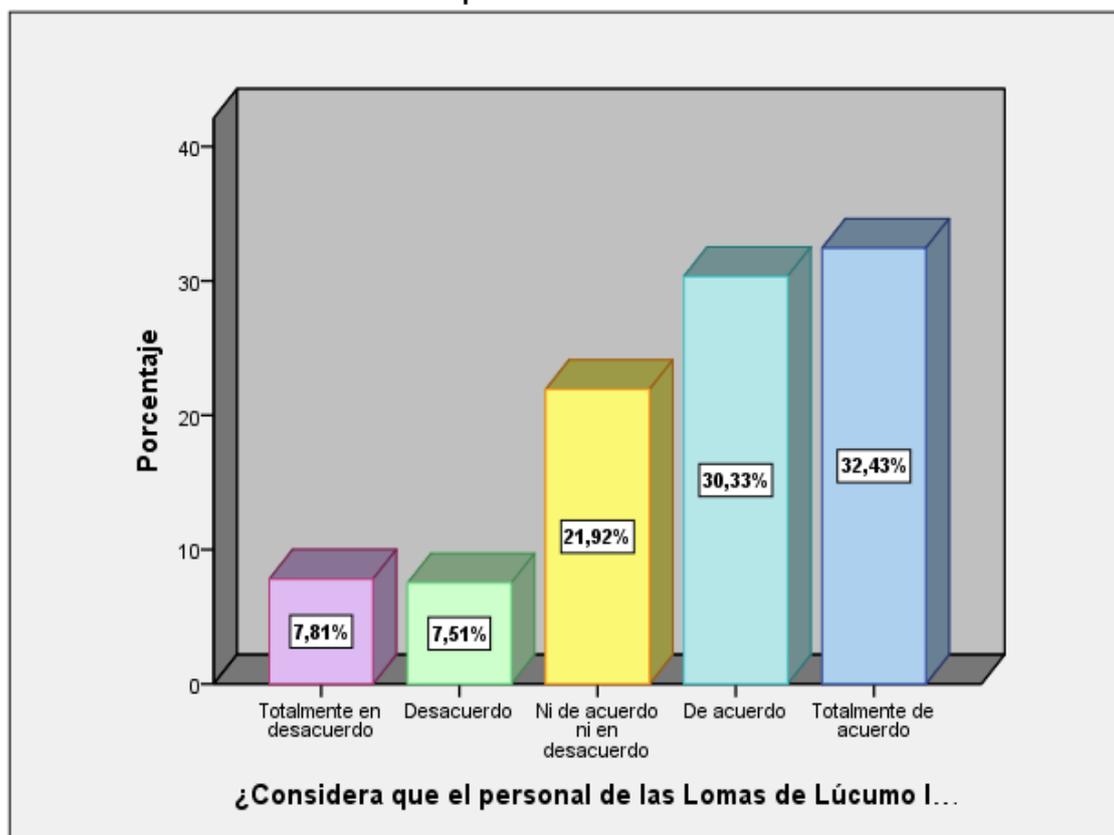
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	26	7,8	7,8	7,8
	Desacuerdo	25	7,5	7,5	15,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	73	21,9	21,9	37,2
	De acuerdo	101	30,3	30,3	67,6
	Totalmente de acuerdo	108	32,4	32,4	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia

Figura N°27. Atención personalizada

¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo le brindó atención personalizada?



Fuente y elaboración: Propia.

Interpretación: Con relación a la atención personalizada recibida, el 32,43% de visitantes manifiesta estar totalmente de acuerdo con ello, el 30,33% está de acuerdo, un 21,92% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 7,81% de encuestados dice estar totalmente en desacuerdo y un 7,51% indica estar en desacuerdo.

Tabla N°21. Seguimiento

¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo estuvo pendiente de sus solicitudes?

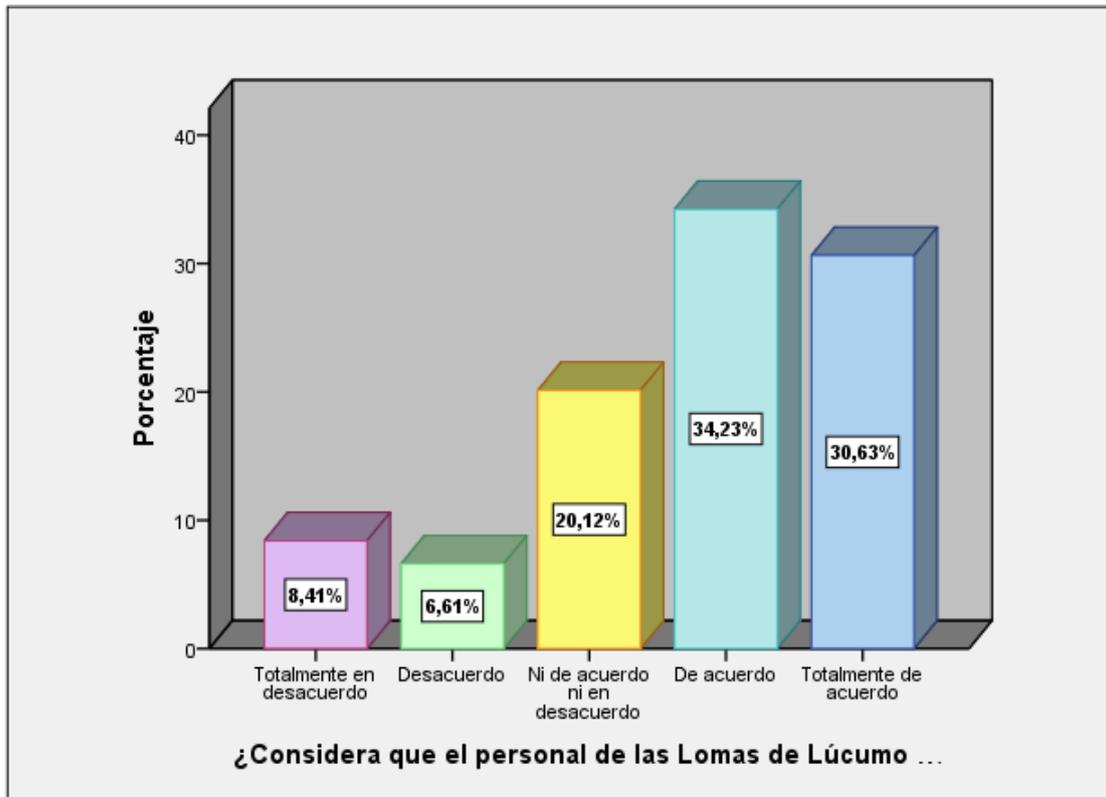
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	28	8,4	8,4	8,4
	Desacuerdo	22	6,6	6,6	15,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	67	20,1	20,1	35,1
	De acuerdo	114	34,2	34,2	69,4
	Totalmente de acuerdo	102	30,6	30,6	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia

Figura N°28. Seguimiento

¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo estuvo pendiente de sus solicitudes?



Fuente y elaboración: Propia.

Interpretación: La presente figura muestra un 34,23 % de encuestados de acuerdo con el seguimiento a sus solicitudes de parte del personal de las Lomas de Lúcumo, el 30,63 % dice estar totalmente de acuerdo, mientras que un 20,12% indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con ello, el 8,41 % de encuestados dicen estar totalmente en desacuerdo y el 6,61 % se encuentra en desacuerdo.

Tabla N°22. Instalaciones atractivas

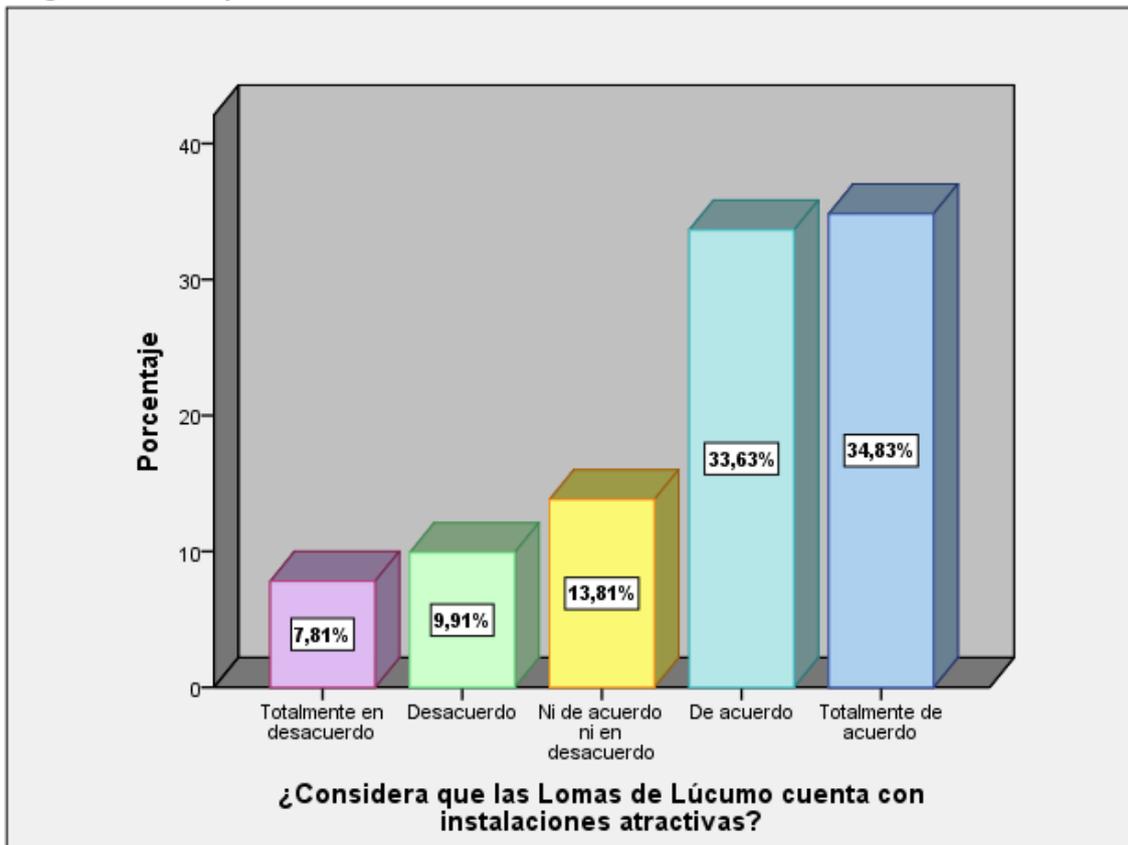
¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuentan con instalaciones atractivas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	26	7,8	7,8	7,8
	Desacuerdo	33	9,9	9,9	17,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	46	13,8	13,8	31,5
	De acuerdo	112	33,6	33,6	65,2
	Totalmente de acuerdo	116	34,8	34,8	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia.

Figura N°29. Instalaciones atractivas

¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuenta con instalaciones atractivas?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: Los resultados muestran a un 34,83 % de encuestados totalmente de acuerdo con lo atractivo de las instalaciones de las Lomas de Lúcumo, un 33,63 % manifiesta estar de acuerdo, el 13,81% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que un 9,91 % se encuentra en desacuerdo y sólo un 7,81 % de encuestados manifiesta estar totalmente en desacuerdo con ello.

Tabla N°23. Presentación del personal

¿Considera adecuada la presentación del personal de las Lomas de Lúcumo?

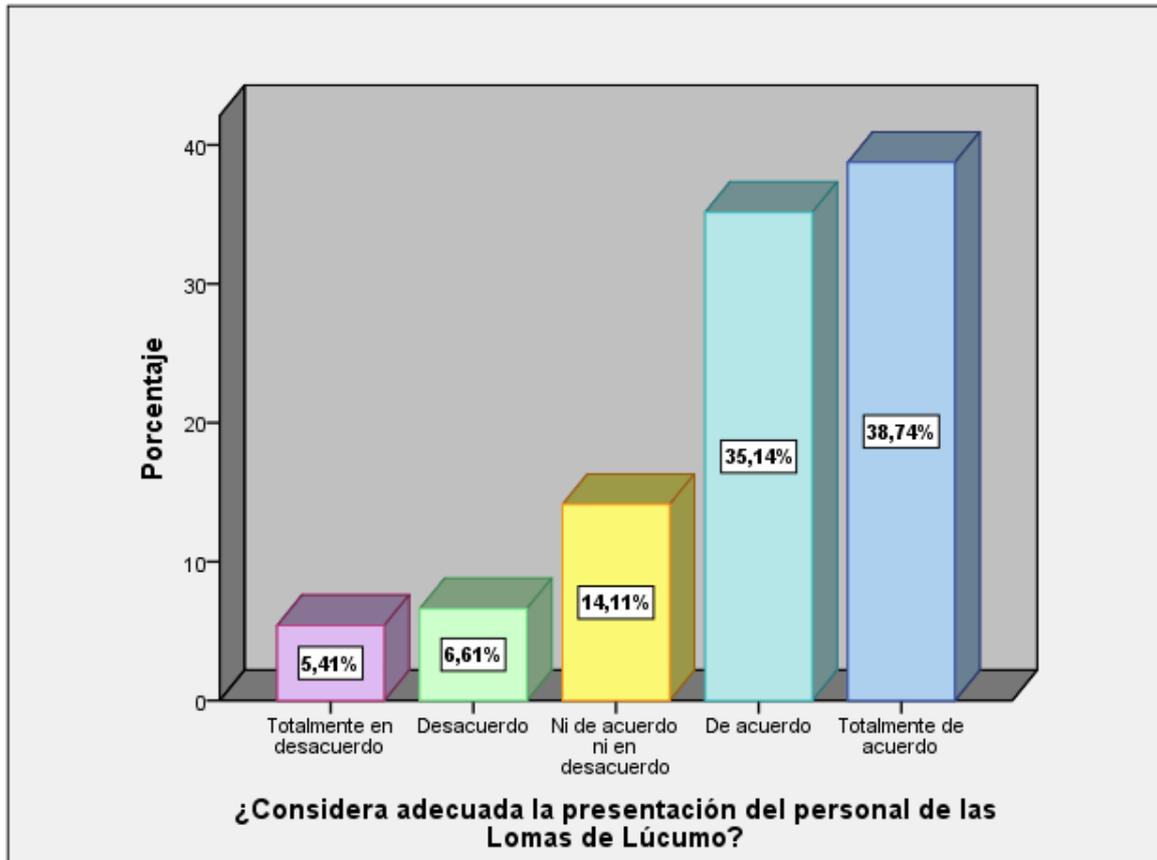
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	18	5,4	5,4	5,4
	Desacuerdo	22	6,6	6,6	12,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	14,1	14,1	26,1
	De acuerdo	117	35,1	35,1	61,3
	Totalmente de acuerdo	129	38,7	38,7	100,0
	Total	333	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia.

Figura N°30. Presentación del personal

¿Considera adecuada la presentación del personal de las Lomas de Lúcumo?



Fuente y elaboración: Propia

Interpretación: A continuación, se tiene como resultado que el 38,74 % de encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo con la presentación del personal de las Lomas de Lúcumo, el 35, 14 % se encuentra de acuerdo, mientras que el 14,11 % indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 6,61 % considera estar en desacuerdo y sólo un 5,41 % dice estar totalmente en desacuerdo.

4.1.2. Análisis de fiabilidad

Hernández (2010), plantea que, “la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales”. (p.200)

En este caso, basándose en que el cuestionario tiene preguntas con varias alternativas de respuesta se realizó un cálculo de confiabilidad con el método de consistencia interna.

Así tenemos:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Dónde:

K: Número de preguntas

Si²: Varianza de cada pregunta

St²: Varianza total

Tabla N°24. Fiabilidad del Instrumento

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,930	,934	22

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia.

Dado que en la aplicación de la encuesta se obtuvo el valor de 0.93, podemos deducir que la encuesta es muy confiable.

4.1.3. Análisis de prueba de hipótesis

4.1.3.1. Hipótesis general

H1: Los factores de la actividad turística inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Ho: Los factores de la actividad turística no inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Se eligió la prueba no paramétrica Rho de Spearman, para medir la correlación entre las variables actividad turística y su relación con la calidad de servicio.

El coeficiente Rho de Spearman se define como “una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal; los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 332).

Tabla N°25. Prueba de Hipótesis General

			ACTIVIDAD TURÍSTICA	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	ACTIVIDAD TURÍSTICA	Coeficiente de correlación	1,000	,693**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,693**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: encuesta realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia.

Interpretación: En la tabla 25 se observa la correlación significativa que existe entre la variable actividad turística y calidad de servicio, con un coeficiente de correlación de 69,3 %, además nos muestra un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,01 de manera que se aprueba la hipótesis general.

4.1.3.2. Hipótesis específicas

a) Primera hipótesis específica

He1: La demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Ho: La demanda no incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Tabla N°26. Prueba de Hipótesis Específica 1.

			Correlaciones	
			CALIDAD DE	
			SERVICIO	DEMANDA
Rho de	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,281**
Spearman		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	DEMANDA	Coeficiente de correlación	,281**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia.

Interpretación: En la tabla 26 se observa la correlación significativa que existe entre la variable calidad de servicio y la dimensión demanda, con un coeficiente de correlación de 28,1 %, además nos muestra un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,01 de manera que se aprueba la primera hipótesis específica.

b) Segunda hipótesis específica

He2: La oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Ho: La oferta no incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Tabla N°27. Prueba de Hipótesis Específica 2.

			Correlaciones	
			CALIDAD DE SERVICIO	OFERTA
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	1,000	,656**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	OFERTA	Coefficiente de correlación	,656**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.
Elaboración: Propia.

Interpretación: En la tabla 27 se observa la correlación significativa que existe entre la variable calidad de servicio y la dimensión oferta, con un coeficiente de correlación de 65,6 %, además nos muestra un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,01 de manera que se aprueba la segunda hipótesis específica.

c) Tercera hipótesis específica

He3: El espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Ho: El espacio geográfico no incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Tabla N°28. Prueba de Hipótesis Específica 3.

			CALIDAD DE SERVICIO	ESPACIO GEOGRÁFICO
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,556**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	ESPACIO GEOGRÁFICO	Coeficiente de correlación	,556**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: encuesta realizada por la investigadora

Elaboración: Propia.

Interpretación: En la tabla 28 se observa la correlación significativa que existe entre la variable calidad de servicio y la dimensión espacio geográfico, con un coeficiente de correlación de 55,6 %, además nos muestra un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,01 de manera que se aprueba la tercera hipótesis específica.

d) Cuarta hipótesis específica

He4: Los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Ho: Los operadores de mercado no inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.

Tabla N°29. Prueba de Hipótesis Específica 4.

			Correlaciones	
			CALIDAD DE SERVICIO	OPERADORES DE MERCADO
Rho de Spearman	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	1,000	,652**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	333	333
	OPERADORES DE MERCADO	Coeficiente de correlación	,652**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	333	333

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta realizada por la investigadora.

Elaboración: Propia.

Interpretación: En la tabla 29 se observa la correlación significativa que existe entre la variable calidad de servicio y la dimensión operadores de mercado, con un coeficiente de correlación de 65,2 %, además nos muestra un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,01 de manera que se aprueba la cuarta hipótesis específica.

4.1.4. Análisis cualitativo de la investigación

4.1.4.1. Resultados de las entrevistas

En este capítulo se presenta de manera esquemática los resultados de aplicación de las entrevistas realizadas a expertos e turismo, los cuales han sido procesados a través de la metodología de triangulación.

Tabla N°30. Datos de la entrevista

TÍTULO	<i>Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio 2019.</i>
PROBLEMA CENTRAL	¿Qué factores de la actividad turística repercuten en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo?
OBJETIVO GENERAL	Identificar los factores de la actividad turística que repercuten en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo.
ACTOR	Expertos en el tema

Fuente y elaboración: Propia

Tabla N°31. Matriz 1- Experto 1

Jonathan Retes

Presidente de la Asociación del Circuito Eco turístico Lomas de Lúcumo

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”

Hipótesis	Catg	Indicadores	Resultados	Conclusiones
Los elementos de la actividad turística repercuten en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo.	Actividad Turística	¿Actualmente, cuentan ustedes con visión, misión, metas, objetivos y plan turístico anual, con el cual vienen trabajando?	En este caso contamos con misión, visión, objetivos, en cuanto a un plan turístico anual todavía no lo hemos desarrollado.	Se cuenta con todo excepto el plan turístico anual
		¿Cuánta es la demanda que recibe las Lomas de Lúcumo en temporada alta?	En temporada alta, hablandote con los resultados del año pasado, fue de 26000 visitantes, en el caso de días de semana máximo 600 personas y fin de semana de 800 a mil personas.	26000 visitantes al año
		¿Cuentan ustedes con un registro de visitantes en donde puedan conocer algunos datos básicos del visitante?	No, solamente lo que es colegios. Con respecto a los visitantes no hay un control de ellos, nosotros sólo vendemos los tickets y no sabemos a quiénes.	Solo de colegios.
		¿Cuál es la capacidad de carga establecida?	Se hizo esta capacidad de carga hace 7 años pero no está actualizado, nosotros hemos hecho en base al promedio que recibíamos antes, en días de semana podían venir 700 a 800 y nosotros cerramos en 600 y los fines de semana por horarios, sólo se ingresa hasta las 2 pm.	No se cuenta con una capacidad de carga actualizada.
		¿Qué medidas se están tomando para que estas visitas sean sostenibles?	En este caso estamos apuntando al tema ambiental y rural, que se identifique con los orientadores y las personas que venden acá sean netamente de la población y venderles la idea de cómo una comunidad puede manejar esto, y a la par enseñarles que más que limpiar es no ensuciar, es por ello que quitamos los tachos.	Participación de los pobladores y concientización y educación a los visitantes con respecto a sus desechos.

Los elementos de la actividad turística repercuten en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo.

Calidad de Servicio

¿Con qué tipos de programas de mantenimiento cuentan las instalaciones del lugar y cada cuánto tiempo se realizan?	En este caso el mantenimiento de caminos es anual, hay una programación sobre la mejora si se puede recuperar o no; y en el tema de la limpieza de las lomas es semanal.	Mantenimiento anual y la limpieza semanal.
¿Cuentan ustedes con un buzón o cuaderno de sugerencias donde los visitantes puedan transmitir su apreciación acerca de su visita a las L.L?	Vamos a colocarlos, sí recibimos las sugerencias pero en forma verbal, es por eso, que hemos mandado a elaborar nuestro buzón y nuestro registro de visitantes.	No cuentan con buzón ni cuaderno de sugerencias físico para los visitantes.
¿Cuentan ustedes con un programa de actividades recreativas para los visitantes?	Directamente un programa, no, solamente los orientadores manejan un tema de actividades dependiendo de cómo es el grupo.	Cuentan sólo para escolares al momento del guiado.
¿Con cuántos orientadores locales cuenta actualmente las L.L?	En total tenemos más de 100 personas capacitados, listos para guiar, sin embargo, actualmente vienen trabajando 35	Cuentan con 35 orientadores locales activos.
¿Con qué frecuencia, los guías turísticos, reciben capacitación para la mejora de sus servicios?	Ellos reciben capacitación anual para cada comienzo de temporada. Cada uno de ellos realiza investigaciones, lo exponen frente a todos y así aportamos más cosas. Además, este año están recibiendo un curso en CENFOTUR.	Capacitación anual
¿Cuál es el grado de instrucción de los orientadores locales de las L.L?	Nosotros capacitamos a chicos de 4to y 5to de secundaria que deseen guiar, en el camino ellos realizan estudios universitarios, es por ello, que tenemos guías con primaria completa, universitarios y profesionales.	Primaria completa y universitarios
¿En qué proyectos vienen trabajando este año, y cuáles tienen pendientes para el próximo año?	Este año venimos trabajando la puesta en valor del tramo final del circuito, que es muy probable que se aplase hasta el próximo año. Para el próximo año tenemos un proyecto de paradores turísticos.	Puesta en valor tramo final del recorrido.

Fuente y elaboración: Propia.

Tabla N°32. Matriz 2- Experto 2

Jacinto Mendoza

Asesor fundador del Circuito Eco-turístico Lomas de Lúcumo

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”

Hipótesis	Catg	Indicadores	Resultados	Conclusiones
Los elementos de la actividad turística repercuten en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo.	ACTIVIDAD TURÍSTICA	¿Actualmente, cuentan ustedes con visión, misión, metas, objetivos y plan turístico anual, con el cual vienen trabajando?	Sí	Sí cuentan con todos
		¿Cuánta es la demanda que recibe las Lomas de Lúcumo en temporada alta?	Anualmente oscila entre 25000 y 26000 visitantes entre adultos niños escolares y universitarios.	26000 visitantes
		¿Cuentan ustedes con un registro de visitantes en donde puedan conocer algunos datos básicos del visitante?	El registro de visitante si no lo tenemos. Empezamos trabajando pero como son tantos ya no lo podemos y hacer.	No cuentan con un registro de visitantes.
		¿Cuál es la capacidad de carga establecida?	Tenemos una capacidad de carga trabajada hasta hace dos hace dos años, pero luego está por reestructurar nuevamente y trabajarlo. La que tenemos es de un promedio de 450 persona por día y en fin de semana 500 a 520 personas.	No la tienen actualizada
		¿Qué medidas se están tomando para que estas visitas sean sostenibles?	Las medidas que estamos tomando es el tema de las reservas, en el caso de los colegios y universidades que no cumplen las reglas no ingresan en otra temporada.	Trabajan grupos grandes mediante reservas.
		¿Con qué tipos de programas de mantenimiento cuentan las instalaciones del lugar y cada cuánto tiempo se realizan?	Las instalaciones del lugar lo casi hacemos cada fin de semana, hay personas que se encargan de hacer todo el mantenimiento de todo el espacio en uso para las visitas. Antes había tachos pero se hacía toda una chanchería, hemos tenido que quitar esos tachos y los visitantes mismos regresen con sus desechos.	Lo hacen cada fin de semana

¿Cuentan ustedes con un buzón o cuaderno de sugerencias donde los visitantes puedan transmitir su apreciación acerca de su visita a las L.L?	Tenemos uno dentro del local para que puedan solicitarlo, pero lo vamos hacer más visible, para que puedan de manera más abierta poder poner ahí sus observaciones o alguna queja, qué cosas podríamos mejorar o quitar.	No lo tienen visible y accesible para el público.
¿Cuentan ustedes con un programa de actividades recreativas para los visitantes?	Solamente al inicio de temporada luego no, salvo que lo soliciten, si lo solicitan si podemos tener todo un tema de trabajos. Si viene un colegio se hacen actividades lúdicas, para esto los chicos ya están preparados.	Al inicio de temporada y durante el guiado a escolares.
¿Con cuántos orientadores locales cuenta actualmente las L.L?	Nosotros tenemos más de 100 ya preparados, listos para trabajar. Pero con los que trabajamos de manera constante son un poquito más de 40.	Cuentan con 40 orientadores listos para trabajar.
¿Con qué frecuencia los orientadores locales, reciben capacitación para la mejora de sus servicios?	Están recibiendo la capacitación antes de empezar la temporada alta, los meses de febrero, marzo y mayo, en junio comienzan y ya deben estar listos. Es más, este año estamos haciendo el reforzamiento para el tema de la competencia laboral, en octubre ya deben de estar obteniendo su cartón de CENFOTUR que dura 5 años.	Antes de la temporada alta.
¿Cuál es el grado de instrucción de los orientadores locales de las L.L?	Nosotros empezamos con el grado de instrucción de secundaria de 3er grado en adelante y que al final la misma visión que ellos tienen es ser profesionales. Tenemos dentro del equipo personas que son egresados de las universidades que tienen distintas carreras como ingeniería ambiental.	3ro de secundaria en adelante.

¿En qué proyectos vienen trabajando este año, y cuáles tienen pendientes para el próximo año?

Nosotros este año venimos trabajando el proyecto del mejoramiento del tramo final y estamos enfocándonos primero en culminar porque este es un proyecto de mediano y largo plazo porque la cantidad del costo no nos alcanza porque es más de un millón, es por eso que estamos buscando financiamiento de empresas privadas o instituciones no gubernamentales. Para el próximo año estamos visionando es un mejoramiento de la zona de descanso, una parada turística sobre todo en verano.

Mejoramiento del tramo final y al próximo año una parada turística.

Fuente y elaboración: Propia.

Tabla N°33. Matriz 3- Experto 3

María Guillen

Secretaria de economía del Circuito Eco-turístico Lomas de Lúcumo

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”

Hipótesis	Catg	Indicadores	Resultados	Conclusiones
Los elementos de la actividad turística repercuten en la calidad de servicio que se brinda al visitante en las Lomas de Lúcumo		¿Actualmente, cuentan ustedes con visión, misión, metas, objetivos y plan turístico anual, con el cual vienen trabajando?	Sí, nosotros desde un inicio venimos trabajando con un plan eco-turístico. Empezamos a desarrollarlo con apoyo de alumnos que están trabajando en su tesis. A fin de año es donde nosotros actualizamos toda la información, observamos el plan operativo del año anterior y objetivos que se cumplieron.	Si cuentan con todos ellos.
		¿Cuánta es la demanda que recibe las Lomas de Lúcumo en temporada alta?	Nosotros consideramos 250 personas como máximo, y si lo hacemos en dos turnos podemos agregar 100 más, esto de lunes a viernes. Los días sábados y domingos como máximo 400 pero en feriado hasta 500.	Lunes a viernes 250 personas aproximadamente y sábados y domingos 400 personas.
		¿Cuentan ustedes con un registro de visitantes en donde puedan conocer algunos datos personales o básicos del visitante?	Sí, los que reservan, nosotros sabemos de qué distrito vienen y cantidad de personas, pero cuando vienen personas en fin de semana sólo lo controlamos por ticket, si es adulto, niño o estudiante.	Solo de las personas que reservan con anticipación.
		¿Cuál es la capacidad de carga establecida?	Sí tenemos, con el apoyo de una alumna que ha preparado su tesis hemos hecho todo un estudio de capacidad de carga pero no lo tenemos exhibido; el cual según estudios es de 600 personas.	Sí, esta es de 600 personas aproximadamente.
		¿Qué medidas se están tomando para que estas visitas sean sostenibles?	Nosotros de lunes a viernes trabajamos con grupos organizados, sábados y domingos mayormente son familias y no es organizado. Nosotros a veces tenemos estar pendiente como van nuestros ingresos y tenemos que detenerlos.	De lunes a viernes trabajan con grupos organizados y fines de semana controlando el ingreso ordenado de las personas.

¿Con qué tipos de programas de mantenimiento cuentan las instalaciones del lugar y cada cuánto tiempo se realizan?	Hay mantenimientos que tienen que hacerlo diariamente como, los servicios higiénicos, en los senderos igual, cuando se manifiesta algún inconveniente tienen que ir a hacerle mantenimiento. El mantenimiento fijo si o si en cada inicio de temporada a los senderos e instalaciones.	La limpieza lo realizan diariamente y la mejora de senderos anualmente.
¿Cuentan ustedes con un buzón o cuaderno de sugerencias en donde los visitantes puedan transmitir su apreciación acerca de su visita a las L.L?	De sugerencia no está actualizado ni habilitado, pero sí tenemos libro de reclamaciones. Lo hacemos más verbal, dentro de nuestro estándar del conductor local, quién es el último en tener contacto, tiene que hacer la consulta sobre qué le pareció, que le gustó y qué recomendaciones daría para mejorar.	No cuentan con un buzón o cuaderno de sugerencias actualizado.
¿Cuentan ustedes con un programa de actividades recreativas para los visitantes?	No estamos haciendo cada fin de semana, pero sí tenemos el festival de Lomas y las dinámicas para niños dentro del guiado.	Cuentan con dinámicas para grupos de niños en casi lo soliciten.
¿Con cuántos orientadores locales cuenta actualmente las L.L?	En total son más de 100 a 120 personas ya capacitadas, pero los que se encuentran trabajando actualmente son de 35 a 40 orientadores.	De 35 a 40 orientadores en actividad.
¿Con qué frecuencia los orientadores locales, reciben capacitación para la mejora de sus servicios?	Nosotros al final del día hacemos una retroalimentación en caso se requiera se contrata a un tercero para estandarizar nuestros servicios y nos evalúen.	Reciben una retroalimentación cada fin de día.
¿Cuál es el grado de instrucción de los orientadores locales de las L.L?	A partir de 3er año de secundaria en adelante, se les capacita y cuando ya están listos entran a practicar informando al público o como guarda-parques y ya después cuando agarran la confianza comienzan a guiar.	De tercer grado de secundaria en adelante.
¿En qué proyectos vienen trabajando este año, y cuáles tienen pendientes para el próximo año?	Este año se colocaron las nuevas señaléticas y se está mejorando todo el tramo final del circuito.	Las señaléticas y el tramo final del circuito.

Fuente y elaboración: Propia.

Matriz de triangulación de resultados

En los siguientes cuadros se presenta de manera esquemática los resultados de aplicación de entrevistas a expertos.

Tabla N°34. Matriz de Triangulación de Resultados de Expertos.

"ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019"						
Catg	Indicador	Expertos			Comparación	Resultados
		1	2	3		
Actividad Turística	¿Actualmente, cuentan ustedes con visión, misión, metas, objetivos y plan turístico anual, con el cual vienen trabajando?	En este caso contamos con misión, visión, objetivos, en cuanto a un plan turístico anual todavía no lo hemos desarrollado.	Sí	Sí, nosotros desde un inicio venimos trabajando con un plan eco-turístico. Empezamos a desarrollarlo con apoyo de alumnos que están trabajando en su tesis. A fin de año es donde nosotros actualizamos toda la información, observamos el plan operativo del año anterior y objetivos que se cumplieron.	Experto uno y dos coinciden en contar con todos estos elementos, sin embargo, el experto tres indica que le falta el plan turístico anual.	ACELL cuenta con visión, misión, metas y objetivos.
	¿Cuánta es la demanda que recibe las Lomas de Lúcumo en temporada alta?	En temporada alta, hablándote con los resultados del año pasado, fue de 26000 visitantes, en el caso de días de semana máximo 600 personas y fin de	Anualmente oscila entre 25000 y 26000 visitantes entre adultos niños escolares y universitarios.	Nosotros consideramos 250 personas como máximo, y si lo hacemos en dos turnos podemos agregar 100 más, esto de lunes a viernes. Los días sábados y domingos como	Experto 1 y 2 coinciden en la cantidad de 26000 visitantes al año mientras que experto 3 no menciona una cantidad anual	Circuito eco-turístico Lomas de Lúcumo recibe 26000 visitantes al año.

	semana de 800 a mil personas.		máximo 400 pero en feriado hasta 500.		
¿Cuentan ustedes con un registro de visitantes donde puedan conocer algunos datos básicos del visitante?	No, solamente lo que es colegios. Con respecto a los visitantes no hay un control de ellos, nosotros sólo vendemos los tickets y no sabemos a quiénes.	El registro de visitante si no lo tenemos. Empezamos trabajando pero como son tantos ya no lo podemos y hacer.	Sí, los que reservan, nosotros sabemos de qué distrito vienen y cantidad de personas, pero cuando vienen personas en fin de semana sólo lo controlamos por ticket, si es adulto, niño o estudiante.	Los tres expertos coinciden que manejan un registro de las reservas de grupos ya sea de colegios universidades u otros, sin embargo, del resto de personas es complicado.	No se maneja un registro del total de visitantes, sólo de las reservas.
¿Cuál es la capacidad de carga establecida?	Se hizo esta capacidad de carga hace 7 años pero no está actualizado, nosotros hemos hecho en base al promedio que recibíamos antes, en días de semana podían venir 700 a 800 y nosotros cerramos en 600 y los fines de semana por horarios, sólo se ingresa hasta las 2 pm.	Tenemos una capacidad de carga trabajada hasta hace dos años, pero luego está por reestructurar nuevamente y trabajarlo. La que tenemos es de un promedio de 450 persona por día y en fin de semana 500 a 520 personas.	Sí tenemos, con el apoyo de una alumna que ha preparado su tesis hemos hecho todo un estudio de capacidad de carga pero no lo tenemos exhibido; el cual según estudios es de 600 personas.	Los tres expertos alegan que si cuentan con la capacidad de carga pero que no se encuentra actualizada.	No se cuenta con una capacidad de carga establecida que se encuentre actualizada.
¿Qué medidas se están tomando para que estas visitas sean sostenibles?	En este caso estamos apuntando al tema ambiental y rural, que se identifique con los orientadores y las personas que venden acá sean netamente de la población y venderles la idea de cómo una comunidad puede manejar esto, y a la par enseñarles que más que limpiar es no ensuciar, es	Las medidas que estamos tomando es el tema de las reservas, en el caso de los colegios y universidades que no cumplen las reglas no ingresan en otra temporada.	Nosotros de lunes a viernes trabajamos con grupos organizados, sábados y domingos mayormente son familias y no es organizado. Nosotros a veces tenemos estar pendiente como van nuestros ingresos y tenemos que detenerlos.	Experto uno indica que promueven la participación de los pobladores y el trabajo en conjunto con los visitantes acerca de sus desechos, mientras que el experto 2 y tres resaltan las medidas de control con los grupos de visitantes.	Trabajo en equipo con la población para el cuidado del área natural y el control del ingreso de visitantes a este atractivo

	por ello que quitamos los tachos.				
¿Con qué tipos de programas de mantenimiento cuentan las instalaciones del lugar y cada cuánto tiempo se realizan?	En este caso el mantenimiento de caminos es anual, hay una programación sobre la mejora si se puede recuperar o no; y en el tema de la limpieza de las lomas es semanal.	Las instalaciones del lugar lo casi hacemos cada fin de semana, hay personas que se encargan de hacer todo el mantenimiento de todo el espacio en uso para las visitas. Antes había tachos pero se hacía toda una chanchería, hemos tenido que quitar esos tachos y los visitantes mismos regresen con sus desechos.	Hay mantenimientos que tienen que hacerlo diariamente como, los servicios higiénicos, en los senderos igual, cuando se manifiesta algún inconveniente tienen que ir a hacerle mantenimiento. El mantenimiento fijo si o si en cada inicio de temporada a los senderos e instalaciones.	Experto 1 y 3 coinciden que se realiza el mantenimiento de los senderos cada año, mientras que el experto dos indica que el mantenimiento se hace cada fin de semana.	El programa de mantenimiento que se maneja es anual con mayor incidencia en los senderos.
¿Cuentan ustedes con un buzón o cuaderno de sugerencias en donde los visitantes puedan transmitir su apreciación acerca de su visita a las L.L?	Vamos a colocarlos, sí recibimos las sugerencias pero en forma verbal, es por eso, que hemos mandado a elaborar nuestro buzón y nuestro registro de visitantes.	Tenemos uno dentro del local para que puedan solicitarlo, pero lo vamos hacer más visible, para que puedan de manera más abierta poder poner ahí sus observaciones o alguna queja, qué cosas podríamos mejorar o quitar.	De sugerencia no está actualizado ni habilitado, pero sí tenemos libro de reclamaciones. Lo hacemos más verbal, dentro de nuestro estándar del conductor local, quién es el último en tener contacto, tiene que hacer la consulta sobre qué le pareció, que le gustó y qué recomendaciones daría para mejorar.	Los tres expertos indican que si cuentan con un buzón de sugerencias pero que no se encuentra visible y que por ahora se encuentran trabajando con apreciaciones que hacen los visitantes al final de su guiado a sus respectivos orientadores locales.	No cuentan con un buzón y cuaderno de sugerencias en funcionamiento actualmente.
¿Cuentan ustedes con un programa de actividades recreativas para los visitantes?	Directamente un programa, no, solamente los orientadores manejan un tema de actividades dependiendo de cómo es el grupo.	Solamente al inicio de temporada luego no, salvo que lo soliciten, si lo solicitan si podemos tener todo un tema de trabajos. Si viene un colegio se hacen actividades lúdicas, para esto los chicos ya están preparados.	No estamos haciendo cada fin de semana, pero sí tenemos el festival de Lomas y las dinámicas para niños dentro del guiado.	Encontramos opiniones en común de los tres expertos , quienes alegan que cuentan con actividades para niños dentro del guiado en caso lo soliciten, sin embargo, para los visitantes en general no.	Falta implementar actividades recreativas para los fines de semana donde llegan la mayoría de sus visitantes.

¿Con cuántos orientadores locales cuenta actualmente las L.L?	En total tenemos más de 100 personas capacitados, listos para guiar, sin embargo, actualmente vienen trabajando 35	Nosotros tenemos más de 100 ya preparados, listos para trabajar. Pero con los que trabajamos de manera constante son un poquito más de 40.	En total son más de 100 a 120 personas ya capacitadas, pero los que se encuentran trabajando actualmente son de 35 a 40 orientadores.	Los tres expertos coinciden en tener más de 100 personas capacitadas listas para ejercer el trabajo del guiado, pero que se encuentran activos sólo 35 actualmente.	Actualmente las Lomas de Lúcumo cuenta con 35 orientadores locales
¿Con qué frecuencia los orientadores locales, reciben capacitación para la mejora de sus servicios?	Ellos reciben capacitación anual para cada comienzo de temporada. Cada uno de ellos realiza investigaciones, lo exponen frente a todos y así aportamos más cosas. Además, este año están recibiendo un curso en CENFOTUR.	Están recibiendo la capacitación antes de empezar la temporada alta, los meses de febrero, marzo y mayo, en junio comienzan y ya deben estar listos. Es más, este año estamos haciendo el reforzamiento para el tema de la competencia laboral, en octubre ya deben de estar obteniendo su cartón de CENFOTUR que dura 5 años.	Nosotros al final del día hacemos una retroalimentación en caso se requiera se contrata a un tercero para estandarizar nuestros servicios y nos evalúen.	Experto 1 y 2 coinciden en la capacitación anual de sus orientadores locales mientras que experto tres menciona una retroalimentación cada fin de jornada.	Los orientadores locales del CELL reciben capacitación cada inicio de temporada.
¿Cuál es el grado de instrucción de los orientadores locales de las L.L?	Nosotros capacitamos a chicos de 4to y 5to de secundaria que deseen guiar, en el camino ellos realizan estudios universitarios, es por ello, que tenemos guías con primaria completa, universitarios y profesionales.	Nosotros empezamos con el grado de instrucción de secundaria de 3er grado en adelante y que al final la misma visión que ellos tienen es ser profesionales. Tenemos dentro del equipo personas que son egresados de las universidades que tienen distintas carreras como ingeniería ambiental.	A partir de 3er año de secundaria en adelante, se les capacita y cuando ya están listos entran a practicar informando al público o como guarda-parques y ya después cuando agarran la confianza comienzan a guiar.	Tenemos tres expertos que mencionan que sus orientadores locales parten con un grado de instrucción de primaria completa, así también, tienen en su mayoría orientadores con estudios universitarios.	Se encuentra que el grado de instrucción de sus orientadores locales varía desde estudios primarios hasta universitarios.

¿En qué proyectos vienen trabajando este año, y cuáles tienen pendientes para el próximo año?

Este año venimos trabajando la puesta en valor del tramo final del circuito, que es muy probable que se aplase hasta el próximo año. Para el próximo año tenemos un proyecto de paradores turísticos.

Nosotros este año venimos trabajando el proyecto del mejoramiento del tramo final y estamos enfocándonos primero en culminar porque este es un proyecto de mediano y largo plazo porque la cantidad del costo no nos alcanza porque es más de un millón, es por eso que estamos buscando financiamiento de empresas privadas o instituciones no gubernamentales. Para el próximo año estamos visionando es un mejoramiento de la zona de descanso, una parada turística sobre todo en verano.

Este año se colocaron las nuevas señaléticas y se está mejorando todo el tramo final del circuito.

Los tres expertos coinciden que este año se viene trabajando el mejoramiento del tramo final del circuito, así también el experto tres menciona también la implementación de las señaléticas a lo largo de los senderos. y para el próximo año tienen un proyecto de paradores turísticos.

Este año vienen trabajando en el mejoramiento del tramo final del recorrido y para el próximo año tienen planeado implementar paradores turísticos.

Fuente y elaboración: Propia.

4.1.4.2 Guía de observación

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de la observación del Circuito Eco turístico Lomas de Lúcumo, para ello se hizo uso del instrumento guía de observación y el cual fue procesado mediante la narrativa descriptiva.

VARIABLE A OBSERVAR

Calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo

Objetivo:

- Verificar mediante la observación si el área natural Lomas de Lúcumo cumple con los requerimientos básicos e importantes para poder brindar un adecuado servicio al visitante.

Tipo de observación:

Observación con participante encubierto.

Unidades de observación:

- Infraestructura
- Personal
- Servicio

Tabla N°35. Guía de Observación

Puntos a observar (dimensiones)	Apreciación del observador		
	Indicadores	si	no Observaciones
Demanda	Control de ingreso	X	
	Capacidad de carga	X	No se encuentra actualizada ni publicada
	Recursos turísticos a lo largo del sendero	X	Falta señalización interpretativa
	Recursos en buen estado	X	Agregar valor
	Tarifario	X	
Oferta	Señalización a lo largo del sendero	X	Falta agregar más, y reparar algunos
	Servicios higiénicos	X	Falta personal de limpieza permanente y utilería
	Restaurantes	X	Solo puestos de comida, falta orden
	Zona de camping	X	Inhabilitada
	Zona de parking	X	Es amplia pero deberían acondicionarlo mejor
	Tienda de suvenires	X	Se encontró un stand pequeño entre los puestos de comida
	Centro de interpretación	X	Permanece generalmente cerrado
	Oficina de atención e información al visitante	X	Se les brinda información al momento de su llegada
Espacio geográfico	Infraestructura adecuada	X	Tramo final en mal estado, no cuentan con servicio permanente de agua potable
	Senderos en buen estado	X	Es necesario la presencia de cercos en zonas de riesgo
Operadores de mercado	Presencia de guarda-lomas	X	Incorporar más para un mejores resultados
	Personal con identificación	X	
	Personal Uniformado	X	

Fuente y elaboración: Propia (2019)

A partir de la guía de observación realizada en las Lomas de Lúcumo, primer ecosistema frágil del Perú, se analizaron diversas variables de estudio; De acuerdo a lo observado, se puede aducir que el lugar cuenta con un paisaje natural excepcional y poco común de encontrar cerca de la ciudad, el cual se encuentra en muy buenas condiciones y se complementa con recursos turísticos a lo largo del circuito como, formaciones rocosas, pinturas rupestres, restos arqueológicos, andenería, mina artesanal, entre otros, además de involucrar en la actividad a los pobladores rurales del lugar quienes mantienen algunas costumbres como la crianza de vacunos y aves, así como la agricultura, ofreciendo así sus productos a los visitantes.

Además, para el cuidado y protección de estos atractivos y de todo el área natural en general, se cuenta con guarda-parques, correctamente uniformados e identificados ubicados en zonas estratégicas del lugar para evitar que los visitantes, que van de manera independiente, puedan seguir el camino adecuadamente, siempre atentos a los daños que pueda causar alguna persona, tales como, hacer pintas en las formaciones rocosas, en el farallón donde se practican deportes como escalada en roca o rapel, en las pinturas rupestres o extraer la flora y fauna del lugar.

Asimismo, los guarda-parques velan también por la seguridad de los visitantes en caso sufran una caída o descompensación durante su recorrido; todo ello apoyados por los guías quienes a la vez se ocupan del recojo de residuos en el camino durante su guiado.

Por otro lado, se logró identificar señalización turística insuficiente para todo el recorrido, así como señalización interpretativa frente a cada atractivo del lugar,

de esta manera, hacer más educativo e interactiva la visita a aquellas personas que realizan su recorrido de manera independiente.

En relación a los senderos, se encontró gran parte de ellos por mejorar ya que suelen ser peligrosos en días muy húmedos, sobre todo en la ruta larga donde se pudo observar caminos angostos con precipicios de considerable altura, lo cual representa mayor peligro para grupos que van con niños. Algo similar sucede con la zona de camping, el cual no se encuentra acondicionado lo suficiente para la comodidad y desarrollo eficaz de esta actividad como por ejemplo no se cuenta con servicios higiénicos, área de parrilla o cercos que brinden seguridad y delimiten cada nivel de esta zona, ya que, por su ubicación en la parte alta, esto se vuelve indispensable.

Con respecto a los servicios como alimentos y bebidas, se encontró que se cuenta con suficientes tiendas que ofrecen snacks y diferentes tipos de bebidas necesarias para hacer la caminata, sin embargo, al término del recorrido muchas personas terminan agotadas, con un gran apetito y en busca de un restaurante, lo cual es inexistente en el lugar, alternativo a ello, se cuenta con puestos de comida. Estos ofrecen variedad de platos y todos ellos son preparados por pobladores del lugar quienes se encuentran registrados en la asociación.

Todos estos platillos son degustados en un espacio en común donde hay mesas y bancos de madera, sin embargo, al ser de características rústicas y no ser un espacio cerrado el ingreso de animales como perros es muy común, si bien es cierto muchos visitantes simpatizan con estos animalitos, hay otros que se fastidian con su presencia ya que estos canes suelen ser muy persistentes en pedir comida a estas personas.

Asimismo, se observó servicios higiénicos en buen estado y gratuito para el usuario, de la misma manera que el parking. Si bien es cierto, además de contar con estos servicios básicos, cuentan con un pequeño parque, boletería, centro de interpretación y un pequeño espacio de lectura para niños, sin embargo, estos dos últimos se encuentran cerrados; asimismo, hace falta implementar una tienda de suvenires donde se ofrezcan productos alusivos o relacionados a este atractivo, para que los visitantes se puedan llevar a casa y recordar la experiencia que vivieron.

4.2. Discusión de los resultados de la investigación

Antes de iniciar la discusión de la presente tesis, es necesario recalcar la validez interna del instrumento, a través del Alfa de Cronbach, el cual arrojó un nivel de confiabilidad de 93%; lo cual garantiza la confiabilidad del estudio.

Por otro lado, a través del juicio de expertos se validó externamente los instrumentos cualitativos, para lo cual se tuvo la ayuda de dos expertos. A continuación, se detalla los pesos de los porcentajes.

Tabla N°36. Validación Externa de Expertos

NOMBRE DEL EXPERTO	CARGO	GRADO ACADÉMICO	PORCENTAJE DE VALIDACIÓN
Rodríguez Pérez, Alexander Henry	Docente de la USMP	MBA	95%
Llontop Diez, Claudia	Docente de la USMP	Magister	95%

Fuente y elaboración: Propia (2019)

De acuerdo con la tabla 36, la validez y confiabilidad por consistencia externa de los instrumentos presentados en la tesis, obtuvo un promedio de 95% lo cual según la escala, es considerado como excelente.

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar los factores de la actividad turística que inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo. Para ello se desarrollaron herramientas de recolección de datos como: análisis documental, guía de observación, guía de entrevista y encuesta; las cuales pueden ser utilizadas en estudios similares en otras lomas. Según MINAM (2013), las lomas costeras están distribuidas desde Piura hasta el norte de Chile, caracterizada por su vegetación fuertemente estacional, invierno, gracias al aprovechamiento de la humedad de las neblinas. Ante esto SERFOR (2015) agrega que durante la época seca entra en un periodo de latencia, es entonces cuando las lomas duermen.

Es importante resaltar su importancia en la historia del hombre ya que muchas de estas lomas guardan en sus espacios evidencias de la interacción de los primeros pobladores con la naturaleza tales como pinturas rupestres o hasta andenerías, lo cual la convierte en parte importante de nuestro patrimonio natural y cultural (Niewland y Mamani, 2017). Por todo lo mencionado, estos espacios naturales vienen siendo cada vez más valoradas por la población limeña, tanto, que ya se cuenta con toda una red de Lomas en Lima.

De los resultados obtenidos en esta investigación, se puede deducir que la mayoría de las personas realizan por primera vez la visita a este lugar y tienen interés en volver, sobre todo por la belleza paisajística natural que ofrece, ideal para hacer una caminata y relajarse. Sin embargo, consideran que los servicios que

ofrecen son muy limitados y deberían diversificarse más y de esta manera justificar el precio que pagan por el producto en general.

En relación a la calidad del servicio, se coincide en que este dependerá de los elementos que componen un servicio (Duque, 2005). Además de ello, el consumidor evaluará la atención y desempeño del personal del lugar (Valls, Román, Chica & Salgado, 2017). En turismo, de la misma manera, implica saber identificar estos elementos influyentes como, por ejemplo, el tiempo de espera (OMT, 2010). Del presente estudio en específico, estas características o elementos influyentes en el servicio, a las que la OMT y Duque se refieren, son la accesibilidad, instalaciones, recursos turísticos en buen estado de conservación, entre otros.

Con respecto al desenvolvimiento del personal, fue difícil de calificar ya que se observó que la mayoría de ellos realizan su visita sin la compañía de un guía, estos sólo tienen contacto con el personal al momento de su llegada al lugar y al realizar el pago de sus entradas, este pago generalmente lo realiza una persona por grupo, después de ello expresan que no reciben otro tipo de servicio, por este motivo, les hace difícil calificar la calidad de servicio del personal y optan por la opción “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, es decir, indiferente.

Por otro lado, de estos datos se puede concluir que la razón principal de satisfacción depende principalmente del buen estado de conservación del recurso natural turístico Lomas de Lúcumo y en segundo lugar están los otros elementos que lo complementan como, el servicio de guiado, las instalaciones como: señalética, senderos, el centro de interpretación el cual por lo general se encuentra cerrado, alimentos y bebidas que aún se mantienen como puestos de comida y las actividades recreativas como la minigranja.

Como se observó, la actividad turística y sus elementos son un todo integrado, interrelacionados entre sí, donde el adecuado funcionamiento de cada uno de ellos contribuye en la formación de un producto de calidad perdurable en el tiempo y el mercado. Al respecto la OMT propone cuatro elementos que componen la actividad turística: demanda, oferta, espacio geográfico y operadores de mercado. Todos ellos debidamente analizados en el estudio, son factores altamente influyentes en la decisión de compra y satisfacción del visitante.

Del análisis de los resultados de la tesis nos llevan a confirmar lo que Boscato (2015), en su tesis “Contribución a la gestión del uso público en la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo, Pachacamac, Lima”, afirma que durante su estudio en este lugar se encontraron deficiencias en el mantenimiento de senderos, atractivos y señalética, asimismo concluye que el principal motivo de satisfacción del visitante es el paisaje.

Por otro lado, Rogel & Cejas (2018), en su artículo titulado “La calidad de servicio y desarrollo sostenible del turismo en Santa Cruz-Galápagos”, indica que conocer la percepción del consumidor con relación a sus experiencias vividas en el lugar, nos ayuda a identificar aquellos factores importantes a mejorar para asegurar un desarrollo sostenible del destino a través de la actividad turística. Asimismo, en el caso de las Lomas de Lúcumo, se hizo una medición de la satisfacción del visitante al final del circuito turístico, para después identificar aquellas brechas por mejorar, los factores identificados fueron principalmente la oferta y el espacio geográfico.

De acuerdo al resultado obtenidos de la demanda, tenemos que la publicidad no es una de las fortalezas de este lugar ya que sólo tiene un 12, 91 % de

aceptación, sin embargo el 76, 28 % visita por primera vez el lugar, lo cual nos lleva a la conclusión que la mejora de esta dimensión traería nuevos y más visitantes al lugar. Estos resultados son comparables con la investigación de Regalado (2018), quien al analizar los gustos y preferencias de los turistas, concluye que para mejorar el producto Garanja Porcón será necesario desarrollar una mejor publicidad con información adecuada y necesaria.

De la misma forma, Navarro y Reyes (2015), agrega que la demanda es la cantidad de productos turísticos que el consumidor requerirá influenciado por ciertos factores como el marketing. Si bien es cierto, esta afirmación no concuerda del todo con nuestro estudio tomando en cuenta el porcentaje de visitantes que visitan por primera vez este atractivo es de 76,88 % y el hecho que los gestores de las Lomas de Lúcumo, lejos de querer mayor cantidad de visitantes su deseo es atraer visitantes de calidad que vayan alineados con la misión, visión y objetivos de la ACELL. Para ello, será necesario realizar una correcta publicidad y marketing para atraer a este segmento de mercado interesados en este tipo de producto.

Asimismo tenemos a la OMT (2010), quien hace mención de determinantes en la decisión de compra de las personas como lo es el sociológico, económico y otros relacionados a su viaje, los cuales deberán ser tomados en cuenta al momento de la captación del público al cual queremos dirigirnos. La ACELL expresa su interés a futuro de ser el destino favorito de visitantes que compartan con ellos la idea de un turismo respetuoso con la naturaleza, personas que valoren su belleza paisajista de igual manera que su flora y fauna propia de este tipo de ecosistemas, es por ello que será dispensable tomar en cuenta todos estos determinantes de la demanda.

Por otro lado, tenemos a la dimensión oferta, la cual es producto de la relación entre la cantidad de productos o servicios que se ofrece a un precio y momento determinado (Navarro, 2015), es decir, en este estudio realizado en las Lomas de Lúcumo, dicha teoría no coincide completamente ya que tenemos una oferta que en relación a su precio tiene un 86,79 % de aprobación. Por otro lado, los recursos turísticos que se ofrecen cuentan con un 54,66 % de aprobación. Lo mismo sucede con las instalaciones, las cuales se relacionan directamente con el atractivo y son necesarias para realizar la visita turística (MEF, 2011); según los resultados tiene un 60.96 % de aprobación. En conclusión, en relación a los resultados expuestos de los indicadores de la oferta, estos, a pesar de tener una aprobación de un poco más del 50% de encuestados, aún queda mucho por trabajar para obtener un porcentaje considerable de aprobación, por tal motivo, un factor más a mejorar sería la variedad de recursos turísticos e instalaciones que se ofrece.. De esta manera nos orientamos a la calidad de servicio turístico, la cual según la OMT (2010) es un proceso y secuencia de acciones de mejora continua.

Además, tenemos a Boscato (2015), que, en su estudio realizado en Las Lomas de Lúcumo, concluye que a pesar de contar con una belleza paisajística, motivo principal de visita de las personas, aún queda mucho por mejorar en la gestión de la actividad turística. Algunos ejemplos de ello son el instalar paradores turísticos en donde los visitantes puedan descansar y resguardarse del sol y la lluvia, e implementar señalización interpretativa al pie de los recursos turísticos más importantes del lugar, para que así las personas puedan aprender un poco más acerca de lo que están observando. Estos dos puntos fueron los más

comentados y sugeridos durante la encuesta realizada en este estudio en relación a la oferta.

Durante la realización del trabajo de campo con respecto a la dimensión espacio geográfico, considerado por García (2018) y Ubilla (2018) como la distribución territorial escenario de distintas actividades humanas que a su vez dan paso al desarrollo de eventos, así como estos eventos dan paso al desarrollo de actividades humanas. Se pudo observar algunas limitaciones en la accesibilidad hacia este atractivo, lugar donde se desarrolla finalmente la actividad turística, a causa de los colectivos, transporte informal que generalmente se encuentra para poder movilizarte hacia las Lomas de Lúcumo, otra opción de transporte son las combis, sin embargo, su circulación no es fluída.

Otro factor importante para el desarrollo del turismo son aquellos elementos básicos de la infraestructura como carreteras, caminos pedestres, rellenos sanitarios, energía, centrales de comunicación, entre otros (MEF, 2011), de la misma manera lo reitera (SECTUR, s.f). Se coincide entonces con ambos autores ya que se evidencia en los resultados obtenidos del indicador infraestructura, que a pesar de tener la aprobación de la mayoría de los encuestados estos no llegan a superar el 50 %.

En referencia a la dimensión operadores de mercado OMT (1998), lo refiere como factor importante para el correcto desarrollo de la actividad turística, Rivas (2009) los reconoce como agentes del turismo que tienen relación directa o indirecta con el turismo; todos estos criterios tomados en cuenta en la investigación aunque sólo dio pie a analizar solo alguno de ellos debido a la la naturaleza de lugar

y su capacidad de atracción limitada, en este caso se analizó principalmente el desempeño de los guías, guarda-lomas, personal de boletería y recepción.

Por otra parte Boullón (2006) lo considera como parte de uno de los elementos de la planta turística (equipamiento) dedicados a prestar servicios turísticos básicos. En este caso, se tomaron a los operadores de mercado como uno de los elementos de la actividad turística que no sólo involucran a las empresas privadas prestadoras de servicio turístico, sino también, así como los autores anteriores refieren, a las entidades públicas que contribuyen al ordenamiento y promoción de esta actividad como, municipalidades, ministerios, entre otros.

4.3 Propuesta

4.3.1 Propuesta de mejoramiento del producto turístico y calidad de servicio.

A. Presentación

El desarrollo del siguiente manual que se presenta a continuación se realizó en base a los resultados de la presente investigación como un aporte al continuo progreso del turismo en espacios naturales como son las lomas.

El propósito es lograr el mejoramiento de la calidad de servicio en el área natural Lomas de Lúcumo. La asociación del circuito Lomas de Lúcumo está conformada por un equipo de trabajo que se encuentra comprometido con el desarrollo del turismo en este lugar, es por ello, que en su interés de mejorar la experiencia del visitante nos brindó las facilidades de acceso a la información necesaria e importante para la ejecución de este manual.

Alcanzar el éxito y estabilidad de lugares turísticos que además de ofrecer recursos ya sean culturales y/o naturales atractivas al turista, dependerá mucho de la atención que le brindarán a su cliente además del grado de satisfacción de este.

Hoy en día, se vienen desarrollando varios productos turísticos, sin embargo, gran parte de sus logros no sólo son por las grandes cualidades del recurso o atractivo que ofrecen, sino más bien por su complementación con un servicio de calidad. La unión y el buen funcionamiento de ambas variables harán de la visita de cada persona una experiencia única, y del negocio el más rentable y sostenible.

B. Objetivos

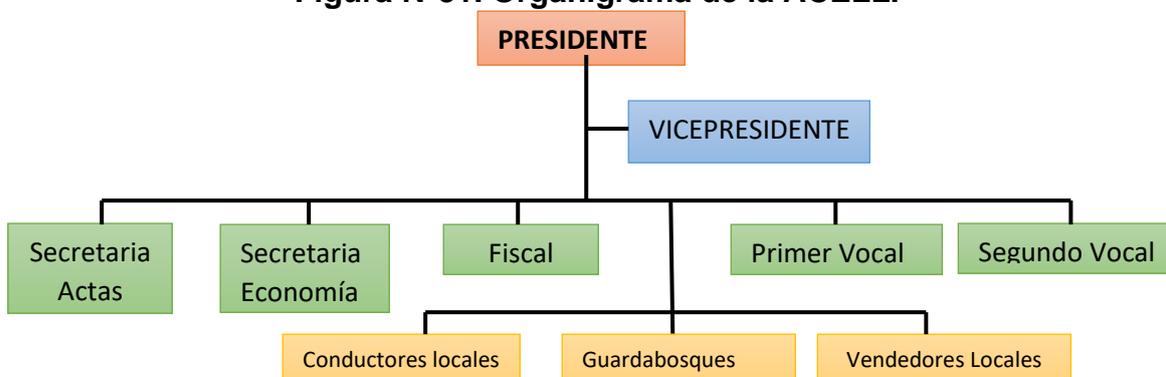
Objetivo General

- Orientar a la Asociación del Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo y grupos de trabajo similares, al desarrollo del turismo a través de un servicio de calidad.

C. Descripción de la ACELL

La asociación del Circuito Ecoturístico de las Lomas de Lúcumo se encuentra conformada por:

Figura N°31. Organigrama de la ACELL.



Fuente: elaboración propia (2019)

➤ **PRESIDENTE:**

Representante de la asociación, se encarga de autorizar toda clase de contratos ya sea compra, venta o arrendamiento con fines beneficiosos al área natural. Así también, se encarga de la supervisión y coordinación del trabajo de los demás miembros; además de brindar un informe acerca de los objetivos cumplidos durante su gestión.

➤ **VICEPRESIDENTE**

Además de reemplazar al presidente en caso de ausencia, colabora con la presentación de propuestas para el logro de los fines de la asociación.

➤ **SECRETARIA DE ACTAS**

Redacta y suscribe las actas en coordinación con el presidente en cada asamblea realizada para facilitar la información de los acuerdos.

➤ **SECRETARIA DE ECONOMÍA:**

Administra los recursos económicos, organiza actividades que generen más ingresos financieros y económicos, así como se encarga del inventario de todos los bienes muebles e inmuebles adquiridos. Es la encargada de presentar el balance general al Consejo Directivo.

➤ **FISCAL**

Encargada de velar por el cumplimiento de los acuerdos presentados durante las asambleas, así también comprobar la veracidad de los estados financieros denunciando alguna irregularidad.

➤ **PRIMER VOCAL**

Persona encargada de la promoción y difusión de los proyectos que presentan los miembros de la asociación. En caso de ausencia temporal de algún miembro directivo, ésta se encarga de reemplazarlos.

➤ SEGUNDA VOCAL:

Su función principal es velar por la comunicación entre los miembros mediante correos, llamadas telefónicas, para la difusión de información de interés para la asociación.

➤ GRUPO DE CONDUCTORES LOCALES:

Además de orientar, conducir a los visitantes durante su excursión en las Lomas de Lúcumo, e informar sobre aspectos generales con respecto al cuidado y conservación del lugar, se encargan de apoyar en la vigilancia y el mantenimiento de los caminos turísticos y demás instalaciones.

➤ GUARDA-BOSQUES:

Organizan y coordinan la vigilancia del buen funcionamiento y cuidado del área natural, e informar inmediatamente en caso de alguna situación de emergencia o accidente de los visitantes.

➤ VENDEDORES LOCALES

Orientar sobre los productos locales que ofrecen y mantener limpio sus espacios.

D. Análisis situacional

Figura N°32. FODA-Lomas de Lúcumo



Fuente y elaboración: Propia

E. Plan de Propuesta

Tabla N°37. Actividades Propuestas

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ALIANZAS ESTRATÉGICAS	MATERIALES Y EQUIPOS
1	Desarrollo de capacitación para los orientadores locales.	Presidente y vicepresidente	USIL, UNACEM	
2	Implementación de señalización interna de prevención y de localización para el visitante.	Presidente y vicepresidente	Municipalidad de Pachacamac	Señalización interpretativa, mano de obra
3	Mejoramiento y reparación de los senderos inseguros del circuito y zona de camping.	Presidente y vicepresidente		Piedra laja
4	Implementación de un buzón y cuaderno de sugerencias y recomendaciones.	Secretaria de Economía		Buzón, cuaderno, hojas y lapicero.
5	Desarrollo de propuestas de actividades recreativas para el visitante.	Secretaria de Economía	SERNANP	Útiles de oficina
6	Implementación y funcionamiento de una tienda de souvenirs.	Secretaria de Economía	UNACEM	Estantería, vitrinas exhibidoras
7	Supervisar el orden y cumplimiento del acuerdo en el área de comidas.	Fiscal		Check list
8	Fortalecer la presencia en redes sociales.	Primer vocal	USIL (escuela de Ciencias de la comunicación)	

Fuente y elaboración: Propia

F. Desarrollo del plan de mejora:

Las siguientes actividades propuestas para cada integrante del organigrama de la ACELL, fueron desarrolladas en base al Manual de Buenas Prácticas para la atención de clientes dirigido a gerentes, administradores y mandos medios-CALTUR, además apoyados en otras fuentes que respaldan cada una de nuestras propuestas de mejora.

Presidente

1. Desarrollo de capacitación para los orientadores locales en temas como:

- Interpretación turística-directa; según la Guía de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural elaborada por el MINCETUR (2011), se refiere a pasar de un guiado tradicional a la transmisión de significados del recurso natural, desarrollar un nivel de comunicación superior, enviando mensajes profundos e impactantes que conecten con el lado emocional de cada visitante, logrando así mayor concientización por el lugar que están visitando.
- Técnicas de atención y servicio al cliente; aprender a distinguir la tipología de clientes a quienes estamos brindando el servicio, desarrollar liderazgo y destrezas para sobrellevar situaciones difíciles, conflictos y solucionar problemas de manera inmediata tomando decisiones asertivas.

2. Implementación de señalización interna de prevención y de localización para el visitante.

- Para una mejor orientación para el visitante en su recorrido al interior del atractivo es importante resaltar los peligros presentes en el camino, es por ello, que es necesario la colocación de señaléticas de prevención en zonas de riesgo de accidentes, lo cual, según el Manual de Señalización Turística del Perú, MINCETUR (2016), estos deberán ser de color Pantone 480C, en los textos, flechas y pictogramas, sobre un fondo blanco. Estos se recomiendan ser colocados en el camino seguido del área de camping, debido a que en esta zona el sendero se torna estrecho y de capacidad para una sola persona ya que, al lado izquierdo de esta, presenta precipicio.
- Asimismo, se recomienda una señalética de localización en la bifurcación presente de la ruta de los guardianes con la ruta de los lúcumos, indicando la distancia en que se encuentra el área de camping y la piedra padre, utilizando para ello señalética de pie con signo direccional, pictograma y texto.

3. Mejoramiento y reparación de los senderos inseguros del circuito y zona de camping.

- Tal como se describe en el MBP consultado, parte de los componentes del servicio son en primera instancia el soporte físico, seguido de las particularidades, el cual se refiere a las características físicas de operación del establecimiento, en este caso los senderos forman parte básica para el

desarrollo de la actividad, es por ello, la razón principal de preocupación y cuidado de estas, ya que se encontraron algunas partes del recorrido zonas del sendero deterioradas, resbalosas a causa del tránsito de las personas, además de aparición de falsos senderos obra de los mismos visitantes.

- Por tales motivos expuestos, se recomienda mejorar los senderos con materiales del lugar como las lajas de rocas y la misma tierra arcillosa de las lomas, sobretodo en el tramo de la bajada, parte con mayor posibilidad a resbalarse. Atender todos estos problemas inmediatamente al momento de detectarlo, evitamos que el trabajo de reparación se acumule, se torne difícil y pesado.
- De la misma manera, rediseñar y poner en funcionamiento el área de camping, colocar cercos que delimiten este espacio, así como parrillas, bancos de madera y un baño ecológico.

Secretaría de Economía

4. Implementación de un buzón de sugerencias y un cuaderno de registro para visitantes.

- Tal como se menciona en el MBP consultado, las quejas y sugerencias son una fuente de ideas para mejorar la calidad, variedad, presentación, precio de tu producto o servicio. Consideramos entonces que es de suma importancia contar con un buzón de sugerencias ya que de esta manera podemos resolver problemas que están pasando desapercibidos por la administración, pero, que son identificados por los visitantes. Problemas que

no representaron gran incomodidad en su visita, sin embargo, se pueden mejorar y prevenir futuras insatisfacciones.

- Por otro lado, contar con un cuaderno de registros, en lugares turísticos, prestadores de productos y servicios, representa cierta ventaja ya que gracias a esta herramienta podemos conocer, de manera voluntaria, datos importantes sobre los visitantes como, lugar de procedencia, grado de instrucción y su opinión con respecto a su visita.

5. Desarrollo de propuestas de actividades recreativas para el visitante.

- Función de títeres; es una actividad muy atractiva para los niños y que no requiere de mucho material, sólo unos títeres y una estructura que cubra a las personas que darán movimiento y voz a estos pequeños personajes, así también será necesaria mucha imaginación para la creación de las historias educativas que se narrarán en cada presentación. Esta función sería presentada en el patio del pequeño parque ubicada a metros del inicio del circuito.
- Dibujo y pintura; prácticas mini clases de arte para que los pequeños puedan expresar su talento el dibujo y pintura de la flora y fauna típicas de las Lomas de Lúcumo, para ello se necesitarán pequeñas mesas y sillas, así como hojas bond blancas y otras hojas con dibujos ya elaborados listos para ser pintados. Estas actividades serán realizadas de preferencia los fines de semana, días en que hay mayor afluencia de visitantes.

6. Implementación de una tienda de souvenirs.

- Debido a que se cuenta con espacios libres listos para ser ocupados se recomienda trabajar en la ambientación de una pequeña tienda que ofrezca productos referidos al área natural, con el cual el visitante pueda recordar la experiencia vivida en este lugar. Algunos productos a ofrecer serían las flores de amancaes, que viene siendo elaborada manualmente por señoras del centro poblado rural Quebrada Verde, apoyadas por UNACEM, así también, llaveros, imágenes imantadas decorativas de refrigeradoras, tazas, toma-todos, polos y gorros, todos ellos con imágenes alusivas a la flora y fauna del área natural.

Fiscal

7. Supervisión del orden y cumplimiento del acuerdo en el área de comidas.

- El área de comidas es un espacio bastante concurrido por los visitantes, ya sea antes o después de su caminata, es allí donde radica su importancia ya que este lugar debe mantenerse limpio y ordenado, para ello la fiscal deberá encargarse de supervisar que todos los stands de comidas cumplan con las reglas pactadas; reglas como, uniforme completo del color acordado, cofia, gorro y lo más importante, que se esté brindando un producto de calidad, para que de esta manera no se ponga en riesgo la salud del visitante y este a la vez quede satisfecho.

Primer Vocal

8. Fortalecimiento de la presencia en redes sociales.

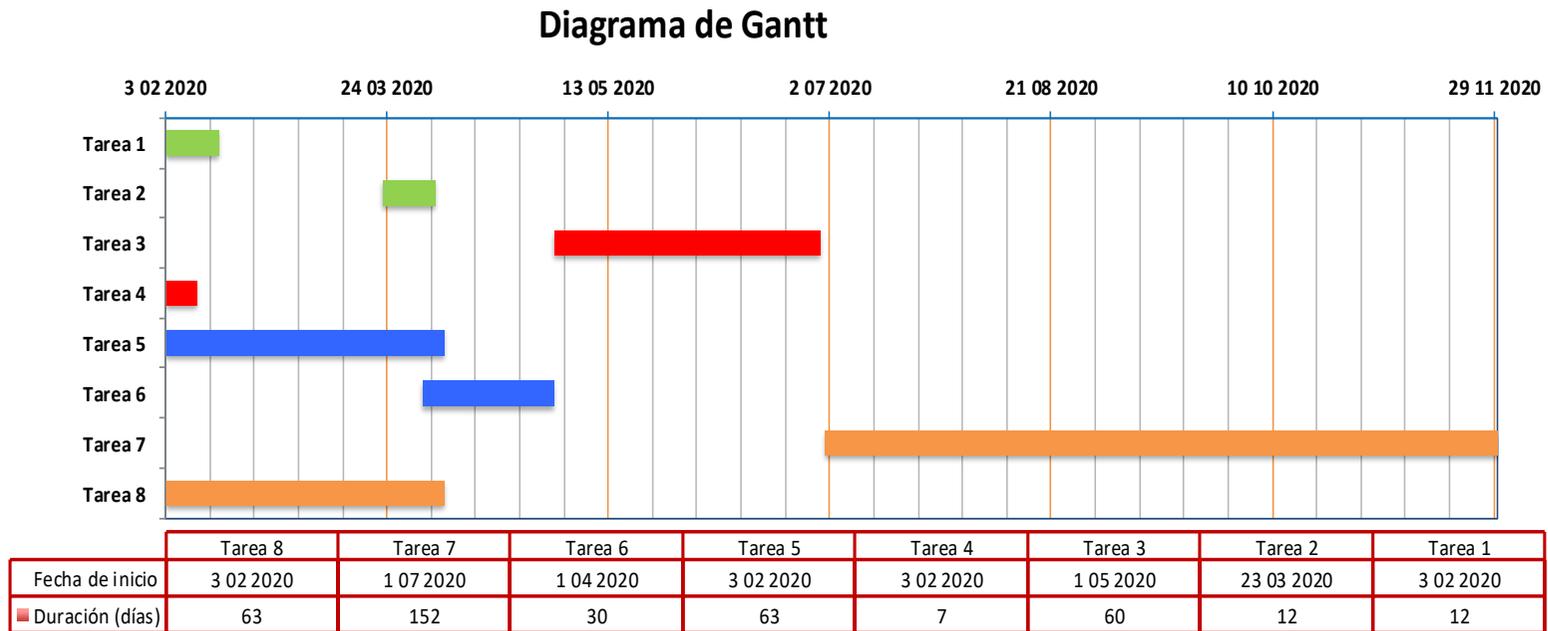
- Hoy en día las redes sociales han tomado gran importancia en la vida de las personas, todo gira entorno a ellas, información, noticias, comunicación, se expresan emociones y experiencias de cada uno de ellos, es aquí surge la necesidad de las empresas y demás entidades de trabajar con ellas y sacarles el mayor provecho ya que mediante ellas podemos dar a conocer un producto, su naturaleza, sus atributos, además que mediante los comentarios de las personas acerca de sus productos y servicios podrán conocer sus puntos débiles y fuertes, así lo recomienda CALTUR.

Para ello será necesario que, en este caso el primer vocal, esté permanentemente actualizando las redes sociales con las que cuenta esta área natural, comunicando las actividades en las que se viene trabajando, los atractivos, y todo lo relacionado con el lugar como horarios de atención, los servicios con los que se cuenta o alguna novedad que se presente; así también absolviendo las preguntas y dudas de sus seguidores.

G. Diagrama de Gantt

Con la finalidad de dar seguimiento y control a cada una de las actividades planteadas en el proyecto, se realizó el Diagrama de Gantt exponiendo allí los periodos y fechas en las cuales se pretende cumplir con estas actividades. De esta manera se podrá visualizar mejor el avance de las tareas programadas.

Figura N°33. Cronograma de Actividades Propuestas



Fuente y elaboración: Propia.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que el factor de la actividad turística tiene relación significativa en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo, puesto que según la prueba de hipótesis indicada demuestra una relación al 69.3% destacando el nivel de aprobación de las variables de la investigación. Así mismo se debe indicar que los factores más influyentes en la calidad de servicio son: la oferta y los operadores de mercado, esto debido a falencias en la gestión del lugar, el cual, si bien es cierto ha logrado un desarrollo en los últimos años, este ha sido a paso lento ya que no cuentan con el apoyo y respaldo suficiente de entidades públicas o privadas.
2. Encontramos que la demanda ante la calidad de servicio se relaciona significativamente según la prueba de hipótesis al 28.1 %. La mayoría de sus visitantes realiza por primera vez su visita y tienen intención de volver, sin embargo, hay un desconocimiento de los deseos y expectativas del visitante de las Lomas de Lúcumo, esto debido a la falta de investigación y herramientas prácticas para la elaboración de una base de datos que les permita conocer más a sus clientes. Esto también contribuirá en la promoción y comercialización de este lugar, al cual no se le ha sacado el debido provecho, de esta manera se podrá compartir información asertiva a sus clientes y consumidores potenciales.
3. La oferta de las Lomas de Lúcumo se relaciona con la calidad de servicio principalmente por su belleza paisajística que, a pesar de ser altamente

atractiva para el público, no cuenta con el respaldo de los otros elementos que complementen un producto turístico ideal, tales como, las instalaciones turísticas, las cuales son insuficientes y algunas se encuentran en mal estado, además de no contar con otros recursos que amplíe la variedad de su oferta acorde a las necesidades y deseos de sus visitantes, tal como expresaron los encuestados, quienes están de acuerdo con el precio establecido siempre y cuando este se vea reflejado en la calidad de su producto.

4. Se concluye que el espacio geográfico tiene relación significativa con la calidad de servicio al 55,6 %. En razón a ello tenemos que esta área natural no cuenta con senderos que ofrezcan completa seguridad a lo largo de todo el circuito debido a su falta de mantenimiento. Además, se encontró accesibilidad limitada a causa de transportes insuficientes y seguros para movilizarse al destino.
5. En relación a los operadores de mercado tenemos que estos influyen significativamente en la calidad de servicio con un 65,2 % según la prueba de hipótesis, ya que desde la llegada al lugar el visitante se ve en la necesidad de ser orientado, de igual manera ocurre durante su caminata y al final del recorrido del circuito, a pesar de ello, la mayoría de visitantes no sienten tener contacto suficiente con el personal de este lugar que les permita evaluarlos. Sin embargo, la boletería, guarda-lomas y orientadores locales tienen un nivel de aceptación superior al 50%.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los gestores de las Lomas de Lúcumo centrar esfuerzos en la mejora de su producto turístico y la calidad de servicio que se está brindando en relación a las necesidades de sus visitantes y atenderlas a la brevedad posible mediante alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas.
2. Se recomienda profundizar el estudio de la demanda de este lugar y realizar investigaciones periódicas acerca del perfil del visitante, con respecto a sus gustos y preferencias, de esta manera, segmentar a su cliente objetivo apoyados en herramientas sencillas como: encuestas cortas de satisfacción, implementación de un buzón de quejas y sugerencias y prestando atención a los comentarios sobre su producto en redes sociales.
3. Se sugiere diseñar una propuesta de actividades recreativas para el visitante, además atender aquellas falencias en los elementos de la instalación turística identificadas en el estudio, asimismo, desarrollar un programa de mantenimiento frecuente y efectivo.
4. Desarrollar un plan de mantenimiento de senderos antes del inicio de temporada de lomas, durante y al término de este. En temporada alta designar una persona encargada de atender inmediatamente el problema constante de creación de falsos senderos y contrarrestar el impacto negativo de este sobre el suelo y la flora del lugar. Así también, fortalecer lazos y establecer mayor comunicación con las entidades públicas para la atención de los problemas en la infraestructura del centro poblado y el distrito mismo.

5. Además de las capacitaciones propuestas, se recomienda brindar una atención más personalizada mediante el aumento de personal de servicio los días de mayor afluencia de visitantes, todos ellos debidamente alineados y con buena actitud para brindar un servicio de calidad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arias, A. (2013). *Calidad de los servicios y la satisfacción del usuario*. Primera edición. España: Facultad Ciencias de la Documentación.
- Boullón, R. (1990). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. México: editorial Trillas.
- Boullón, R. (1993). *Ecoturismo: Sistemas Naturales y Urbanos*. Buenos Aires: "Temas de Turismo" Librerías turísticas.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: editorial Trillas
- Boscatto, F. Y. (2015). *Contribución a la gestión del uso público en la asociación circuito ecoturístico Lomas de Lúcumo, Pachacamac, Lima*. (tesis de licenciatura). Universidad Agraria la Molina. Lima.
- Capcha, M. S. (2017). *Análisis de la calidad del servicio en el establecimiento de hospedaje D' Osma Bed & Breakfast, basado en el modelo de medición Servqual, Barranco, 2017*. (tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima.
- Castilla, G., & Alarcón, N. O. (2017). Evaluación de la calidad en establecimientos de alojamiento y hospedaje. *Semestre económico*, 20(43), 161-189. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.22395/seec.v20n43a7>
- Castro, U., Fonseca, M. & Maldonado, L. M. (2012). *Turismo y Desarrollo Local: Dualidad Alternativa*. En Camelo, J.O y Ceballos, L. A. (Ed.), *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria*, 13-45. Recuperado

de

https://www.academia.edu/23752667/Turismo_y_Desarrollo_Local_Dualidad_Alternativa

Centro de Investigación en Geografía Aplicada. (2014). Perú: país megadiverso. Recuperado de <https://ciga.pucp.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/peru-pais-megadiverso/>

De la Torre, A. (2011). Turismo y calidad de servicio. *Cultura*, 25, 127-142. Recuperado de http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_25_1_turismo-y-calidad-del-servicio.pdf

Demanda. (1999). En el *Diccionario de Marketing* (1999 ed.). Madrid, España: Cultural, S.A.

Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*. Madrid: ediciones Díaz de santos.

Duque, E. J. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. *Innovar*, 15(25), 64-80. Recuperado en diciembre 22, 2020, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es.

Fernandes, D., & Bezerra, D. N. (2015). Factores de atraktividad y calidad de los servicios turísticos en el destino Pipa - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 205-221. Recuperado en 05 de noviembre de 2019, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000200002&lng=es&tlng=es.

- Franco, L. V. (2009). Mompoxy y el río grande de la Magdalena: Patrimonio cultural y natural de Colombia y de la humanidad. *Revista Gestión y Ambiente*, 12(3), 119-132. Doi: 10.15446/ga.
- Fundación ILAM (sin fecha). Patrimonio Natural. Costa Rica: ILAM. Recuperado de <http://www.ilam.org/index.php/es/programas/ilam-patrimonio/patrimonio-natural>
- García, Y. G. (2018). *Geografía: El estudio del espacio desde una perspectiva social (2a. ed.)*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Guajardo, E. (1996). *Administración de la calidad total: conceptos y enseñanzas de los grandes maestros de la calidad*. México: editorial Pax México.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es el control total de la calidad?: la modalidad japonesa*. Bogotá: editorial Norma.
- ISOTools. (2016). Historia y evolución del concepto de Gestión de Calidad. *Blog Calidad y Excelencia*. Recuperado de <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J., (2004). *Marketing para Turismo*. Tercera edición. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.
- Ley N° 29408, Ley General de Turismo. *Diario el Peruano, normas legales*, Lima, 23 de Setiembre del 2009.

Lomas de Lúcumo (sin fecha). Historia de las Lomas de Lúcumo. Lima, Perú.:
Lomas de Lúcumo. Recuperado de <http://lomasdelucumo.org.pe/historia.php>

Ministerio del Ambiente (21 de mayo del 2013). Gestión de Agua y Biodiversidad en lomas Reserva Nacional de Lachay. [Foro: Agua y Biodiversidad]. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/cambioclimatico/wp-content/uploads/sites/11/2015/01/Gesti%C3%B3n-del-Agua-y-biodiversidad-em-Lomas-LACHAY.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). *Plan Nacional de Calidad Turística del Perú*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/Revista_CALTUR_170108_VERSIONFINAL.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). *Guía de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Guías-Interpretacion-Patrimonio-Cultural.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). Manual de Buenas Prácticas para la Atención de Clientes dirigido a gerentes, administradores y mandos medios-CALTUR. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/07_mbp_aclientes/MBP_AC_Mandos_Medios.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Manual de Señalización Turística del Perú*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/turismo/documentos/Manual_Senalizacion_Turistica_2016.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Manual para la Elaboración y Actualización del Inventario de Recursos Turísticos*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Guía para la elaboración del PERTUR: Plan Estratégico Regional de Turismo*. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/GUIA_PERTUR.PDF

Ministerio de Cultura. (sin fecha). Manual: *¿Qué es patrimonio cultural?*. Recuperado de <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/paginternas/tablaarchivos/04/1manualqueespatrimonio.pdf>

Mora, C. E. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*. 10(2), 146-162. doi: 10.5585/remark.v10i2.2212

Morillo, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Revista Visión Gerencial*, (1),135-158. ISSN: 1317-8822. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4655/465545890011>

- Nieuwland, B., Mamani, J. M. (2017). Las lomas de Limas: Enfocando ecosistemas desérticos como espacios abiertos en Lima Metropolitana. *Espacio y Desarrollo*, (29), 109-133. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/17572/18489>
- Navarro, A., y Reyes, M. E. (2015). Entorno, mercado y demanda turística. En M. Rey. (Ed.), *Dirección de Marketing Turístico* (pp. 53-79). Madrid, España: Ediciones Pirámide.
- Navarro, J. (2015). *Oferta y Demanda*. Definición ABC. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/negocios/oferta-y-demanda.php>
- Organización de los Estados Americanos. (1978). *Lineamientos para una Estrategia de Desarrollo*.
- Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: WTO. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284402694>
- Organización Mundial del Turismo. (2010). *Normas y sistemas de calidad en el turismo y su relación con la sostenibilidad y las leyes del Turismo-La experiencia de las Américas*. Madrid
- Organización Mundial del Turismo (sin fecha). Sustainable development of Tourism. Recuperado de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Regalado, M. E. (2018). *Análisis del comportamiento y su relación con la actividad turística desde la perspectiva del turista en Granja Porcón, Cajamarca 2015*. (tesis doctoral). Universidad de San Martín de Porres. Lima.

- Rivas, J. (2009). *Estructura y economía en el mercado turístico*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Rogel, J. L., & Cejas, M. (2018). La calidad de servicio y desarrollo sostenible del turismo en santa cruz-galápagos. *Negotium*, 14(40) Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2293980956?accountid=14747>
- Secretaría de Turismo (sin fecha). *Glosario*. México: Gob.mx. Recuperado de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_I
- Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (2015). *Guía de Flora y Fauna de las Lomas de Lima*. Lima, Perú: Talleres gráficos de Maria Julia Herrera Delgado. Recuperado de https://www.serfor.gob.pe/wp-content/uploads/2015/12/guia_flora_lomas_lima_2015.pdf
- Ubilla, G. (2018). *Espacio geográfico, territorio y gobernanza: Apuntes conceptuales y metodológicos*. St. Louis: Federal Reserve Bank of St Louis. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2185159432?accountid=14747>
- UNESCO (2014). *Gestión del Patrimonio Mundial Natural*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226796?posInSet=2&queryId=82c65dd8-3d38-4aac-8494-ae90dac65358>
- Valls, W., Román, V., Chica, C., & Salgado, G. (2017). *Calidad de Servicio: Vía Segura para alcanzar la competitividad*. Primera Edición. Ecuador: Editorial Mar Abierto.
- Varisco, C. (2018). Desarrollo local y complejidad. La actividad turística como caso de aplicación. En *La emergencia de los enfoques de la complejidad en América Latina. Desafíos, contribuciones y compromisos para abordar los*

problemas complejos del siglo XXI, (p. 283-304). Buenos Aires: Comunidad

Editora Latinoamericana. Recuperado de

<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2997>

ANEXOS

ANEXO 01. MATRÍZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”					
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
ACTIVIDAD TURISTICA	Según la OMT (1994) “la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones de diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.”(p.4 7).	DEMANDA	Cantidad de consumidores de los bienes y servicios que se oferta.	Frecuencia de visita	¿Considera usted que volvería a visitar las Lomas de Lúcumo?
				Satisfacción	¿Se siente satisfecho con su visita a las Lomas de Lúcumo?
				Publicidad	¿Considera que las Lomas de Lúcumo tiene una adecuada publicidad?
		OFERTA	Se refiere a los productos o servicios que se ofrece al mercado.	Recursos turísticos	¿Considera que la cantidad y calidad de recursos turísticos encontrados son los adecuados?
				Precio	¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuenta con precios justos?
				Instalaciones	¿Considera que las instalaciones encontradas son las adecuadas?
		ESPACIO GEOGRÁFICO	Espacio físico donde se realiza la actividad turística y en donde se encuentra ubicado el atractivo turístico.	Accesibilidad	¿Considera accesible la llegada a Las Lomas de Lúcumo?
				Seguridad	¿Considera seguros los senderos de las Lomas de Lúcumo?
				Infraestructura	¿Considera adecuada la infraestructura encontrada?
		OPERADORES DE MERCADO	Prestadores de bienes servicios quienes brindan facilidades para la realización de la actividad turística.	Guía turístico	¿Considera que el servicio del guía fue de calidad?
				Servicio de boletería	¿Considera que el servicio de boletería fue de calidad?
				Guarda-lomas	¿Considera que el guarda-lomas fomenta el cuidado de las Lomas de Lúcumo?

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEMS
CALIDAD DE SERVICIO	Según normas ISO 9000, es “el aseguramiento de un resultado satisfactorio procedente de una actividad, en la interfaz entre el proveedor y el cliente, siendo el servicio generalmente intangible”.	FIABILIDAD	Probabilidad de la empresa en cumplir con el servicio de modo confiable.	Cumplir tiempos prometidos	¿Cumplió, el equipo de las Lomas de Lúcumo, con el tiempo prometido?
				Mostrar interés por ayudar	¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo mostró interés en ayudarlos?
		CAPACIDAD DE RESPUESTA	Actitud y disposición de una persona o empresa para prestar ayuda y un servicio eficiente.	Servicio inmediato	¿Considera que el servicio recibido fue rápido y eficiente?
				Absolver dudas	Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo resolvieron sus dudas?
		SEGURIDAD	Capacidad de la empresa en brindar confianza y garantía de los bienes y servicios que ofrece.	Personal instruido	¿Considera al personal de las Lomas de Lúcumo adecuadamente instruido?
				Personal inspira confianza	¿Considera al personal de las Lomas de Lúcumo le inspira confianza?
		EMPATÍA	Habilidad para relacionarse efectivamente e interactuar con el cliente	Atencion personalizada	¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo le brindo atención personalizada?
				Seguimiento	¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo estuvo pendiente de sus solicitudes?
		ELEMENTOS TANGIBLES	Todo aquel elemento o evidencia física que complementa un servicio de calidad.	Instalaciones atractivas	¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuenta con instalaciones atractivas?
				Presentación del personal	¿Considera adecuada la presentación del personal de las Lomas de Lúcumo?

ANEXO 02. MATRÍZ DE CONSISTENCIA

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”						
	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
GENERAL	¿Qué factores de la actividad turística inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?	Analizar los factores de la actividad turística que inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	Los factores de la actividad turística inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	ACTIVIDAD TURÍSTICA	- Demanda - Oferta - Espacio geográfico - Operadores de mercado	- Enfoque: Mixto - Nivel: Descriptivo-correlacional
ESPECÍFICO	1. ¿De qué manera la demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?	1. Determinar de qué manera la demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	H1.- La demanda incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	CALIDAD DE SERVICIO	-Fiabilidad -Capacidad de respuesta -Seguridad -Empatía	- Tipo: Observacional - Diseño: No experimental Transversal Correlacional
	2. ¿De qué manera la oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?	2. Determinar de qué manera la oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	H2.- La oferta incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.			
	3. ¿De qué manera el espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?	3. Determinar de qué manera el espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	H3.- El espacio geográfico incide en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.			
	4. ¿De qué manera los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo?	4. Determinar de qué manera los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.	H4.- Los operadores de mercado inciden en la calidad de servicio en las Lomas de Lúcumo.			

ANEXO 03. Guía de observación

“ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019”				
Puntos a observar (dimensiones)	Apreciación del observador			
	Indicadores	si	no	Observaciones
Demanda	Control de ingreso			
	Capacidad de carga			
Oferta	Recursos turísticos a lo largo del sendero			
	Recursos en buen estado			
	Tarifario			
	Señalización a lo largo del sendero			
	Servicios higiénicos			
	Restaurantes			
	Zona de camping			
	Zona de parking			
	Tienda de suvenires			
	Centro de interpretación			
	Oficina de atención e información al visitante			
Espacio geográfico	Infraestructura adecuada			
	Senderos en buen estado			
Operadores de mercado	Presencia de guarda-lomas			
	Personal con identificación			
	Personal Uniformado			

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 04: MODELO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y PSICOLOGÍA

1= totalmente en desacuerdo

2= desacuerdo

3= ni de acuerdo ni en desacuerdo

4= de acuerdo

5= totalmente de acuerdo

"ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO, 2019"						
N°	ITEM	1	2	3	4	5
DEMANDA						
1	¿Se siente satisfecho con su visita a las Lomas de Lúcumo?					
2	¿Considera usted que volvería a visitar las Lomas de Lúcumo?					
3	¿Considera que las Lomas de Lúcumo tiene una adecuada publicidad?					
OFERTA						
4	¿Considera que la cantidad y calidad de recursos turísticos encontrados son los adecuados?					
5	¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuenta con precios justos?					
6	¿Considera que las instalaciones encontradas son las adecuadas?					
ESPACIO GEOGRÁFICO						
7	¿Considera accesible la llegada a Las Lomas de Lúcumo?					
8	¿Considera seguros los senderos de las Lomas de Lúcumo?					
9	¿Considera adecuada la infraestructura encontrada?					
OPERADORES DE MERCADO						
10	¿Considera que el servicio del guía fue de calidad?					
11	¿Considera que el servicio de boletería fue de calidad?					
12	¿Considera que el guarda-lomas fomenta el cuidado de las Lomas de Lúcumo?					
FIABILIDAD						
13	¿Cumplió, el equipo de las Lomas de Lúcumo, con el tiempo prometido?					
14	¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo mostró interés en ayudarlos?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
15	¿Considera que el servicio recibido fue rápido y eficiente?					
16	Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo absolvieron sus dudas?					
SEGURIDAD						
17	¿Considera al personal de las Lomas de Lúcumo adecuadamente instruido?					
18	¿Considera al personal de las Lomas de Lúcumo le inspira confianza?					
EMPATÍA						
19	¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo le brindo atención personalizada?					
20	¿Considera que el personal de las Lomas de Lúcumo estuvo pendiente de sus solicitudes?					
ELEMENTOS TANGIBLES						
21	¿Considera que las Lomas de Lúcumo cuenta con instalaciones atractivas?					
22	¿Considera adecuada la presentación del personal de las Lomas de Lúcumo?					

ANEXO 05. GUÍA DE PARA LA ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA A EXPERTOS SOBRE LAS LOMAS DE LÚCUMO

Buenos días/tardes, la presente entrevista tiene como finalidad obtener información acerca de la calidad de servicio que se brinda en el area natural Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac. Como experto, su participacion es muy importante para poder obtener una perspectiva sobre este tema.

- 1) ¿ Actualmente, cuentan ustedes con visión, misión, metas, objetivos y plan turístico anual, con el cual vienen trabajando?
- 2) ¿Cuánta es la demanda que recibe las lomas de Lúcumo en temporada alta?
- 3) ¿Cuentan ustedes con un registro de visitantes en donde puedan conocer algunos datos personales o básicos del visitante?
- 4) ¿Cuentan ustedes con una capacidad de carga establecida?
- 5) ¿Qué medidas se estan tomando para que estas visitas sean sostenibles?
- 6) ¿Cuentan ustedes con un registro de visitantes en donde puedan conocer algunos datos personales o básicos del visitante?
- 7) ¿Cuentan ustedes con un programa de actividades recreativas dirigidas a los visitantes?
- 8) ¿Con qué tipos de programas de mantenimiento cuentan las instalaciones del lugar y cada cuanto tiempo se realizan?
- 9) ¿Cuentan ustedes con un buzón o cuaderno de sugerencias en donde los visitantes puedan transmitir su apreciación acerca de su visita a las L.L?

- 10) ¿Con cuántos orientadores locales cuenta actualmente Las Lomas de Lúcumo?
- 11) ¿Con qué frecuencia, los orientadores locales, reciben capacitación para la mejora de sus servicios?
- 12) ¿Cuál es el grado de instrucción de los orientadores locales?
- 13) ¿En qué proyectos vienen trabajando este año, y cuáles tienen pendientes para el próximo año?

Muchas gracias.



U N I V E R S I D A D D E
SAN MARTIN DE PORRES

VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:

1. Solicitud
2. Conceptualización de las variables
3. Informe de validación del instrumento.
4. Matriz de consistencia.
5. Operacionalización de las variables.
6. Cuestionario (s).



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

(Magíster o Doctor(a)):

Yo, MIRTHA RONDON CHALLCO, Bachiller postulante a la titulación por tesis de la escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO 2019".

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.
5. Observación
6. Entrevista

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 04 de Octubre 2019

MIRTHA RONDON CHALLCO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: *Lontay Diez, Claudie*
- 1.2. Grado Académico: *Maestro*
- 1.3. Institución donde labora: *USMP*
- 1.4. Especialidad del validador: *TURISMO Y HOTELERÍA*
- 1.5. Título de la investigación: "Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio 2019".
- 1.6. Autor del Instrumento: Mirtha Rondon Chalco.
- 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable 1): ACTIVIDAD TURÍSTICA

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE 1: ACTIVIDAD TURÍSTICA

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DEMANDA						
1. Frecuencia de visita					100%	
2. Satisfacción					100%	
3. Publicidad					100%	
OFERTA						
1. Recursos turísticos					100%	
2. Precio					100%	
3. Instalaciones					100%	

ESPACIO GEOGRÁFICO					
1. Accesibilidad				100%	
2. Seguridad				100%	
3. Infraestructura				100%	
OPERADORES DE MERCADO					
1. Guía Turístico				100%	
2. Guarda Lomas				100%	
3. Servicio de boletería				100%	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
FIABILIDAD						
1. Cumplir tiempos prometidos					100%	
2. Mostrar interés por ayudar					100%	
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
1. Servicio inmediato					100%	
2. Absolver dudas					100%	
SEGURIDAD						
1. Personal instruido					100%	
2. Personal inspira confianza					100%	
EMPATÍA						
1. Atención personalizada					100%	
2. Seguimiento					100%	
ELEMENTOS TANGIBLES						
3. Instalaciones atractivas					100%	
4. Presentación del personal					100%	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ...100...%.

1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					95%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					95%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					95%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					95%
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					95%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					95%
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					95%

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha..... octubre 2019.....



Firma del Experto Informante.
DNI. N° 09541592
Teléfono N° 945226193

ANEXO 07: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS-EXPERTO 2



U N I V E R S I D A D D E
SAN MARTIN DE PORRES

VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:

1. Solicitud
2. Conceptualización de las variables
3. Informe de validación del instrumento.
4. Matriz de consistencia.
5. Operacionalización de las variables.
6. Cuestionario (s).



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

(Magíster o Doctor(a)):

Yo, MIRTHA RONDON CHALLCO, Bachiller postulante a la titulación por tesis de la escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LAS LOMAS DE LÚCUMO Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO 2019".

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Cuestionarios.
5. Observación
6. Entrevista

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 04 de Octubre 2019

MIRTHA RONDON CHALLCO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: RODRÍGUEZ PÉREZ ALEXANDER HENRY
- 1.2. Grado Académico: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (MBA) / MARKETING TURÍSTICO y HOTELERO
- 1.3. Institución donde labora: UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES
- 1.4. Especialidad del validador: TURISMO Y HOTELERÍA / METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
- 1.5. Título de la investigación: "Análisis de la actividad turística en las Lomas de Lúcumo y su incidencia en la calidad de servicio 2019".
- 1.6. Autor del Instrumento: Mirtha Rondon Chalco.
- 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable 1): **ACTIVIDAD TURÍSTICA**

1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS VARIABLE 1: ACTIVIDAD TURÍSTICA

Items	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
DEMANDA						
1. Frecuencia de visita					X	
2. Satisfacción					X	
3. Publicidad					X	
OFERTA						
1. Recursos turísticos					X	
2. Precio					X	
3. Instalaciones					X	

ESPACIO GEOGRÁFICO					
1. Accesibilidad				x	
2. Seguridad				x	
3. Infraestructura				x	
OPERADORES DE MERCADO					
1. Guía Turístico				x	
2. Guarda Lomas				x	
3. Servicio de boletería				x	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100.00 %.

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
FIABILIDAD						
1. Cumplir tiempos prometidos					x	
2. Mostrar interés por ayudar					x	
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
1. Servicio inmediato					x	
2. Absolver dudas					x	
SEGURIDAD						
1. Personal instruido				x		
2. Personal inspira confianza					x	
EMPATÍA						
1. Atención personalizada					x	
2. Seguimiento					x	
ELEMENTOS TANGIBLES						
3. Instalaciones atractivas					x	
4. Presentación del personal					x	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%.

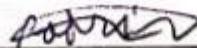
1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha. SURQUILLO, 05-10-2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40585626

Teléfono N° 999.666.520

ANEXO 08: FOTOS DE LAS LOMAS DE LÚCUMO



Fuente propia: área de bienvenida



Fuente propia: Plazoleta y Zona de parking



Fuente propia: Puestos de comida



Fuente propia: Zona de Camping



Fuente propia: Piedra Padre



Fuente propia: Continuación del Sendero Piedra Padre



Fuente propia: Túnel Piedra Padre



Fuente propia: Daños en los recursos turísticos



Fuente propia: Orientador Local



Fuente propia: Tachos de Reciclaje



Fuente propia: Proyectos pendientes