



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

**PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO COMO ESTRATEGIA  
DE DIVERSIFICACIÓN PARA LOS PASAJEROS DE CRUCERO  
QUE ARRIBAN EN EL PUERTO DEL CALLAO - PERÚ 2019**

**PRESENTADA POR  
SARA ELIZABETH SUYÓN CORTEZ**

**ASESORA**

**MARIA CONSUELO ALBAN SOLIS**

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

**LIMA – PERÚ**

**2019**



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

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

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



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

**“PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO COMO ESTRATEGIA  
DE DIVERSIFICACIÓN PARA LOS PASAJEROS DE CRUCERO  
QUE ARRIBAN EN EL PUERTO DEL CALLAO - PERÚ 2019”**

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

**PRESENTADO POR:  
SARA ELIZABETH SUYÓN CORTEZ**

**ASESOR:  
MG. MARIA CONSUELO ALBAN SOLIS**

**LIMA – PERÚ**

**2019**

## **DEDICATORIA**

A Dios, quien ha cuidado de mí siempre, y me dio una segunda oportunidad de vida. Con Él puedo, y lo soy todo.

A mi familia, por ser mi motor y apoyo. Porque a pesar de los altibajos, me apoyaron incondicionalmente.

A él, que me cuidó, incentivó y ayudó a luchar. Por su amor incondicional y paciencia en este largo camino.

A mi Perú, porque gracias a su gran diversidad multicultural, fue ente impulsor a estudiar lo que más amo; Turismo y Hotelería.

## **AGRADECIMIENTO**

A mis profesores de la Facultad: Malena Orbegoso, Cristóbal Noriega, Maria Albán y Roxana Munives, quienes me enseñaron a amar y disfrutar mi carrera. Por su apoyo y sus consejos, a seguir trabajando en el sector.

A mis amigos, quienes me dan las fuerzas para seguir adelante en lo personal y profesional.

A mi tripulación, mis guest y todos los involucrados que ayudaron con la recolección de información para terminar este proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Página</b>
PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
Descripción de la situación problemática.....	xiv
Formulación del problema.....	xvii
Problema general.....	xvii
Problemas específicos.....	xvii
Objetivos de la investigación.....	xvii
Objetivo general.....	xvii
Objetivos específicos.....	xviii
Justificación de la investigación.....	xviii
Importancia de la investigación.....	xviii
Viabilidad de la investigación.....	xx
Limitaciones del estudio.....	xxi

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	22
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	22
1.1.1. Antecedentes Nacionales.....	22
1.1.2. Antecedentes Internacionales .....	23
1.2. Bases teóricas.....	24
1.2.1. Circuito Turístico .....	24
1.2.2. Tipos de circuitos turísticos .....	26
1.2.3. Fases para la elaboración de un circuito turístico .....	27
1.2.4. Estrategias de diversificación.....	29
1.2.5. Estrategia de diversificación relacionada .....	30
1.2.6. Estrategia de diversificación no relacionada .....	30
1.2.7. Ventajas de una estrategia de diversificación .....	31
1.2.8. Diversificación de una empresa .....	31
1.2.9. Tipos de estrategias de diversificación.....	34
1.3. Definición de términos básicos.....	35
1.3.1. Capacidad de ventas.....	35
1.3.2. Circuito turístico .....	35
1.3.3. Cruceros.....	35
1.3.4. Demanda turística .....	35
1.3.5. Destino de un viaje.....	36
1.3.6. Flujo turístico .....	36
1.3.7. Gasto turístico .....	36
1.3.8. Marca .....	36
1.3.9. Nivel de satisfacción.....	36
1.3.10. Oferta turística.....	37

1.3.11.	Productos .....	37
1.3.12.	Reducción de riesgos.....	37
1.3.13.	Turismo .....	37
1.3.14.	Turismo cultural.....	38
1.3.15.	Turismo de cruceros.....	38
1.3.16.	Venta.....	38
1.3.17.	Viaje turístico.....	38
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES .....		39
2.1.	Formulación de hipótesis .....	39
2.1.1.	Hipótesis principal .....	39
2.1.2.	Hipótesis específicas.....	39
2.2.	Variables y definiciones operacionales .....	40
CAPITULO III: METODOLOGÍA.....		41
3.1.	Diseño Metodológico.....	41
3.1.1.	Enfoque.....	41
3.1.2.	Tipos .....	42
3.1.3.	Niveles .....	42
3.2.	Diseño muestral .....	42
3.2.1.	Población y muestra.....	42
3.3.	Técnica de recolección de datos.....	44
3.4.	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información .....	44
3.5.	Aspectos éticos.....	44
CAPITULO IV: RESULTADOS.....		46
4.1.	Resultados de la investigación.....	46



4.1.1.	Análisis descriptivo.....	46
4.1.2.	Análisis de fiabilidad.....	58
4.1.3.	Análisis de prueba de hipótesis.....	59
4.1.4.	Análisis de los instrumentos cualitativos .....	63
4.2.	Discusión de la investigación .....	69
CAPITULO V: PROPUESTA.....		74
5.1.	Diagnostico situacional.....	74
5.2.	Análisis de la oferta turística .....	80
5.3.	Análisis de la demanda turística.....	84
5.4.	Análisis FODA.....	88
5.5.	Estrategias .....	89
5.6.	Propuesta de circuito turístico .....	90
CONCLUSIONES.....		94
RECOMENDACIONES .....		95
FUENTES DE INFORMACIÓN .....		96
Bibliográficas .....		96
Electrónicas.....		99
ANEXOS .....		106
Anexo N° 1: Matriz de consistencia.....		106
Anexo N° 2: Encuesta .....		108
Anexo N° 3: Guion de entrevista .....		109
Anexo N° 4: Validación de expertos .....		110

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Página</b>
Tabla 1: Lugar de origen .....	46
Tabla 2: Género .....	47
Tabla 3: Edad.....	48
Tabla 4: Nivel de educación .....	49
Tabla 5: Ocupación .....	50
Tabla 6: Experiencia de desembarque en el Puerto del Callao.....	51
Tabla 7: Dominio de información del guía turístico.....	52
Tabla 8: Dominio de idiomas del guía turístico.....	53
Tabla 9: Observación de nuevos productos turísticos durante su visita .....	54
Tabla 10: Transporte .....	55
Tabla 11: Tour gastronómico en el Perú .....	56
Tabla 12: Opciones de visita a nuevos lugares .....	57
Tabla 13: Análisis de Confiabilidad .....	58
Tabla 14: Prueba de hipótesis específica 1 .....	59
Tabla 15: Prueba de hipótesis específica 1 .....	60
Tabla 16: Prueba de hipótesis específica 2.....	61
Tabla 17: Prueba de hipótesis específica 3.....	62
Tabla 18: Validación por juicio de expertos.....	69

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Página</b>
Gráfico 1: Lugar de origen.....	46
Gráfico 2: Género.....	47
Gráfico 3: Edad del público encuestado.....	48
Gráfico 4: Nivel de educación.....	49
Gráfico 5: Ocupación de los encuestados.....	50
Gráfico 6: Experiencia de desembarque en el Puerto del Callao.....	51
Gráfico 7: Dominio de información del guía turístico.....	52
Gráfico 8: Dominio de idiomas del guía turístico.....	53
Gráfico 9: Observación de nuevos productos turísticos durante su visita.....	54
Gráfico 10: Transporte.....	55
Gráfico 11: Tour gastronómico en el Perú.....	56
Gráfico 12: Opciones de visita a nuevos lugares.....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Página</b>
Figura 1: Información de pasajeros que realizan turismo en cruceros - 2019 .....	75
Figura 2: Turismo de cruceros en el mundo .....	75
Figura 3: Mapa del Perú .....	76
Figura 4: Número de pasajeros de los cruceros recepcionados.....	87

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el Puerto del Callao, Perú - 2019”. Que propone un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao, Perú – 2019. El diseño metodológico utilizado es ex post facto con un enfoque mixto y de tipo transversal y descriptivo. Asimismo, cuenta con un nivel descriptivo correlacional. La muestra fue de 379 cruceristas. La técnica de recolección utilizada fueron la entrevista y la encuesta. Los instrumentos utilizados fueron el cuestionario y el guion de entrevista. Finalmente se concluye que el desarrollo de propuestas de circuitos turísticos innovadores, permitirán la diversificación de la oferta en circuitos turísticos que se ofrecen a los pasajeros que arriban al puerto del Callao.

Palabras claves: circuito turístico, estrategia de diversificación, Callao.

## **ABSTRACT**

This research work entitled “Proposal of a tourist circuit as a diversification strategy for cruise passengers arriving in Port of Callao, Peru – 2019”. That proposes a tourist circuit as a diversification strategy for cruise passengers arriving at the port of Callao, Perú – 2019. The methodological design used is ex post facto with a mixed and cross- sectional and descriptive approach. It also has a correlational descriptive level. The sample was 379 cruise passengers. The collections techniques used was the interview and the survey. The instruments used were the questionnaire and the interview script. Finally, it is concluded that the development of proposals for innovate tourist circuits will allow the diversification of the offer in tourist circuits that are offered to passengers arriving at the port of Callao.

Keywords: tourist circuit, diversification strategy, Callao.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el Puerto del Callao, Perú – 2019, es de un diseño ex post facto que intenta proponer un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao. El presente trabajo de investigación consta de cinco capítulos que procederemos a detallar a continuación:

Capítulo I, Se elaboró el marco teórico que soporta la presente investigación, así como los antecedentes de la investigación y la definición de términos básicos.

Capítulo II, se desarrollaron las hipótesis generales y específicas de la investigación. Así como las variables de la investigación.

Capítulo III, se explica la metodología de la investigación, el tipo, el diseño, el enfoque. Así como las técnicas de recolección utilizadas en el presente trabajo científico.

Capítulo IV, se encuentra conformado por el análisis de la información.

Capítulo V, se encuentra el desarrollo de la propuesta de investigación.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación de acuerdo con los objetivos planteados.

## **Descripción de la situación problemática**

Según OMT (citado por CANATUR, 2008) América Central y América del Sur son destinos prometedores para el desarrollo del turismo de cruceros. En el mundo se movilizan 25 millones de cruceristas por año, Centroamérica capta el 36% y Sudamérica el 3%.

Asimismo, CANATUR (2019) indica que el Perú se encuentra en el sexto puesto en todo Sudamérica respecto al arribo de grandes cruceros turísticos, detrás de Argentina, Uruguay, Brasil, Chile y Colombia. Asimismo, señala además que la falta de infraestructura y servicios especializados para este tipo de naves detiene el desarrollo de la industria del turismo de cruceros.

La Cámara Nacional de Turismo en el Perú (2019) presenta un ranking sudamericano de las principales ciudades de arribo, siendo encabezado por Buenos Aires (Argentina), seguido de Montevideo (Uruguay), Río de Janeiro (Brasil), Valparaíso (Chile), Cartagena (Colombia), Callao (Perú) y Manta (Ecuador).

El puerto del Callao se encuentra ubicado en la provincia Constitucional del Callao, es un punto importante de importaciones y exportaciones (y sus conexiones), ya que representa la entrada de abastecimientos que llegan a la ciudad. Este puerto se ha ido convirtiendo no solo en puente de las actividades comerciales, sino, que también ha ido variando hasta llegar a ser puente de percepción de turistas nacionales e internacionales.



El crecimiento de la actividad turística se debe al incremento del flujo de cruceros que arriban al puerto del Callao buscando diferentes tipos de actividades como turismo de sol y playa, rutas gastronómicas, comercio, venta de artesanías, museos, etc.

En los últimos años, la imagen de seguridad del puerto del Callao ha cambiado, permitiendo la creación de nexos entre la ciudad y el puerto. Desde entonces se observa que la actividad turística se viene incrementando con el arribo de cruceros al puerto, permitiendo dar a conocer las riquezas naturales y culturales del país. El desembarque de cruceristas al Perú es a través de los puertos del Callao, Trujillo e Ica que son los puertos donde arriban los cruceros.

Sin embargo, el puerto del Callao no cuenta con espacios apropiados para el embarque y desembarque de pasajeros. Además, de otros como: venta de souvenirs y alimentos, lugares de espera o bienvenida, entre otros.

De acuerdo con la información facilitada por CANATUR (2019) los principales destinos que visitan los cruceristas son Lima, Cusco, Paracas, Nazca y Trujillo. Además, señala que los servicios que consumen son: tours de mediodía, tours de un día y tours de máximo tres días, los mismos que son coordinados previamente con las agencias de viajes locales.

Asimismo, según anunció la Autoridad Portuaria Nacional (APN), encargada del proyecto, señala que existe la posibilidad de “construir un terminal portuario

especial para cruceros en la bahía de Miraflores, en Lima, obra que estaría lista en el 2021”

Asimismo, CANATUR (2019) señala que el gasto de los cruceristas se encuentra entre 250 y 500 dólares para los tours de hasta un día, y puede llegar a los US\$ 2,000 para los viajes de 3 días, incluyendo todos los servicios.

Por su parte, el titular del MINCETUR Rogers Valencia indicó en una entrevista que se espera realizar diferentes acciones que permitirán mejorar la experiencia del turista al momento de su ingreso y salida del país. Para ello, se espera realizar inversiones sobre el S/2.5 millones en infraestructura, mobiliario, señalización en puestos de control, terminales terrestres y estaciones ferroviarias, etc.

Entonces, se debe tener en cuenta que el Perú, tiene potencial turístico y cultural, que hace del puerto del Callao, lugar para el incremento del turismo, dando a conocer su cultura, generando divisas y puestos de trabajo, y generando conciencia turística en los visitantes.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Es la propuesta de un circuito turístico lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019?

### **Problemas específicos**

- ¿De qué manera el atractivo turístico permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú - 2019?
- ¿Es el guía turístico lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019?
- ¿Cómo la infraestructura permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Proponer un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao, Perú – 2019.

## **Objetivos específicos**

- Identificar de qué manera el atractivo turístico permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriba en el puerto del Callao, Perú – 2019.
- Identificar de qué manera el guía turístico permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.
- Identificar de qué manera la infraestructura permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

## **Justificación de la investigación**

### **Importancia de la investigación**

Según la Agencia Portuaria Nacional (APN, 2019), en el año 2017 llegaron al Perú un total de 58,334 pasajeros a bordo de 82 naves de cruceros de tráfico internacional, cifra que representa un crecimiento de 5% con respecto al año 2016 (arribaron 55,576 cruceristas en 81 embarcaciones).

El Portal del Turismo (2019), señala que “el 60% de los pasajeros que llegan a los puertos del país salen de sus cruceros para hacer diversas actividades turísticas y comerciales”. A esto, se añade que, al llegar al país, los cruceristas contratan city tours para realizar diferentes tipos de actividades,

como culturales, gastronómicas, compra de joyería y artesanía, y otros optan por conocer atractivos del interior del país.

Los puertos en el Perú reciben anualmente un promedio de 20 a 30 cruceros a través de sus principales puertos permitiendo el ingreso aproximado de 40 millones de dólares como parte de las actividades de turismo que generan. Por su parte, Cóndor Travel (2018) señaló que se generan 20 millones de dólares al año con los cruceros que arriban al Puerto, esto es un aproximado de 1,000 a 2,000 pasajeros aproximadamente. Esta cantidad es debido a la compra de paquetes turísticos, gastronomía, artesanía y transporte.

Asimismo, Condor Travel (2018) indicó que el arribo de un crucero genera un ingreso de dinero de aproximadamente 20 millones de dólares extra, gracias al abastecimiento del combustible, comida, agua y flores, entre otros productos que le servirán para sus días en altamar.

El presente trabajo de investigación es conveniente para el Gobierno Provincial del Callao y la Autoridad Portuaria Nacional, pues brindará herramientas para el mejor manejo de este tipo de turismo.

Con esta investigación se propone el desarrollo de una estrategia de diversificación de circuitos para los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao, con la finalidad de mostrar los diversos atractivos turísticos que podrían visitar durante su estadía. Y con ello, se espera activar, crear conciencia e identidad

cultural, creando actividades turísticas que vayan de la mano con el crecimiento económico y generando nuevos puestos de trabajo.

### **Viabilidad de la investigación**

El desarrollo del presente trabajo de investigación ha sido posible debido a que se contó con los recursos humanos necesarios como amigos y profesionales en turismo que ayudaron a la elaboración de esta investigación científica con información y sus opiniones.

Asimismo, se contó con el apoyo de profesionales que trabajan en las diferentes empresas de cruceros y pasajeros de cruceros que desembarcan en el Puerto del Callao.

Por otro lado, se contó con los recursos materiales suficientes como cámara fotográfica, laptop, grabador e impresora, los mismos que han permitido registrar, documentar y analizar la información recopilada.

Además, se tuvo los recursos económicos suficientes para poder desarrollar la presente investigación.

## **Limitaciones del estudio**

### **Delimitación espacial**

La presente investigación se desarrolla en el Puerto del Callao, Perú.

### **Delimitación temporal**

La presente investigación se encuentra enfocada en el año 2019.

### **Delimitación conceptual**

Circuitos Turísticos. Autor: Organización Mundial del Turismo

Estrategias de diversificación. Autor: Guerras, L. y Navas, J.

## **CAPÍTULO I:**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1. Antecedentes de la Investigación**

##### **1.1.1. Antecedentes Nacionales**

Tamamoto, V. (2018) en su tesis titulada “*Propuesta de un circuito turístico para el desarrollo sostenible en el Distrito de Tumán, Chiclayo*”, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Lambayeque, Perú. El objetivo de la investigación fue establecer el potencial turístico del distrito de Tumán para su inclusión en un circuito turístico. La metodología empleada fue el método descriptivo y proyectivo, no experimental y transversal. Se concluyó que el distrito cuenta con infraestructura como base para el funcionamiento vital para el desarrollo turístico local.

Castillo, C. (2017), en su tesis de licenciatura titulada “*Importancia del desarrollo turístico del circuito vivencial Amazonas y su influencia en la economía de la región*”, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. El objetivo de la investigación fue analizar si el circuito mejorará el desarrollo turístico de la localidad y repercutirá la economía de la región. La Metodología utilizada fue el método operacional – transversal. Los resultados mencionan que resolver el tema de la infraestructura y la información de los atractivos



turísticos generaría una importante fuente de ingresos a la región y al país, así como el crecimiento del desarrollo turístico. Concluyendo que a mayor demanda de turistas tanto internos como externos, esto generan divisas, trabajos e incrementaran la calidad de vida de los pobladores.

Gordon, R. (2016), en su tesis de maestría titulada *“Potencial turístico del distrito de Huancaya – Yauyos”* por la Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. El objetivo de la investigación fue determinar el potencial turístico para un manejo sostenible en el Distrito de Huancaya. La metodología utilizada fue el método descriptivo y de observación, análisis y trabajo de campo In Situ. Se llegó a la conclusión de que Huancaya, posee potencial turístico para realizar diferentes formas de turismo, recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados por los pobladores para lograr un turismo sostenible, mejorando su calidad de vida y generando puestos de trabajo.

### **1.1.2. Antecedentes Internacionales**

De Souza, J, Shiki, S. y Pereira, P. (2015) en el siguiente trabajo de investigación titulado *“Desarrollo sustentable: Un índice para el Circuito Turístico Trilha dos Inconfidentes - Minas Gerais, Brasil”* de la Universidad Federal de São João Del-Rei, Brasil. El objetivo de la investigación fue analizar el potencial de la actividad turística para promover el desarrollo sustentable de los municipios en estudio. La metodología utilizada fue el método de cálculo de revisión bibliográfica, y cálculo de Índice del desarrollo turístico. Se llegó a la conclusión de que es preciso ampliar el desarrollo de los consorcios con el sector privado y especialmente con las comunidades locales, así como reforzar

los consejos municipales para conocer las demandas de la población local, considerando los diferentes segmentos que deben ser representados.

Bojanic, B. y Toro, M. (2006) en su tesis de licenciatura titulada *“Percepción de los servicios turísticos para cruceros en Puerto Montt”* de la Universidad Austral de Chile. Valdivia, Chile. El objetivo de la investigación fue conocer las condiciones actuales en que se encuentra la oferta de servicios turísticos en las ciudades de Puerto Montt y Puerto Varas para el turismo de cruceros. La metodología empleada fue el método de trabajo de campo y de carácter documental. Se concluyó que ambos puertos cuentan con oferta turística aceptable (recursos turísticos, infraestructura y empresas turísticas) necesarias para la recepción del turista de crucero.

## **1.2. Bases teóricas**

### **1.2.1. Circuito Turístico**

Según Aguilera, T. (2015) el circuito turístico es un conjunto de espacios territoriales que conforman la oferta de bienes y servicios turísticos. Siendo su característica principal su recorrido circular o semicircular y cuenta con atractivos y facilidades durante su ruta.

Por su parte, Wallingre, N. y Toyos, M. (2010) afirman que el circuito turístico “es la combinación de determinados elementos (atractivo turístico,

centros turísticos, equipamiento, infraestructura, etc.) que permite el conocimiento de los destinos turísticos” (p.55).

Asimismo, Godínez, R. y Calderón A. (2009) definen al circuito turístico al recorrido turísticos que se realiza partiendo de un lugar, volviendo al mismo punto, pero sin pasar por el mismo, dos veces.

Entonces se entiende que el circuito turístico es el conjunto articulado de manera circular de espacios territoriales que conforman la combinación de oferta de servicios y bienes turísticos de un lugar.

Por otro lado, Aguilera, T. (2015) señala que los pasos para la elaboración de un circuito turístico son:

- a. Definición de aspectos generales del circuito
- b. Identificación
- c. Definición del recorrido
- d. Recopilación de información y reconocimiento del circuito.
- e. Prueba del circuito propuesto.
- f. Difusión del circuito turístico

Por lo tanto, se concluye que, para la elaboración de un circuito turístico, es necesario identificar los recursos turísticos que posee el lugar a visitar, los horarios, productos a ofertar, infraestructura, la posible oferta gastronómica, así como la capacidad de los guías turístico en idiomas y manejo de información. Todo ello, con la finalidad de satisfacer las

expectativas del visitante. Asimismo, es importante considerar el tiempo de duración del recorrido y el estado tanto de las carreteras como los servicios que se ofertaran.

### 1.2.2. Tipos de circuitos turísticos

Según la Escuela de Turismo, los circuitos turísticos pueden ser:

- **Local:** Duración no mayor a un día. Enfocados en la población interna y a los atractivos de la misma localidad.
- **Regional:** Tiene una duración máxima de 3 días. Se visitan atractivos de distintas regiones o localidades.
- **Nacional:** Duración mínima de 3 días, cuyo recorrido se hace dentro de un mismo país en varias regiones y/o localidades.
- **Continental:** Duración de 6 o más días, de interés interno o internacional y se realiza en países de un mismo continente.
- **Intercontinental:** Duración de 10 o más días y se realiza en diferentes países o continentes.

Entonces, se debe tomar en cuenta, que para lograr crear el circuito turístico se debe considerar el tiempo, el precio, la infraestructura del lugar, el estado de las vías de comunicación, el estado de los lugares de pernoctación, restaurantes, horarios de atención de los lugares a visitar, etc.

### **1.2.3. Fases para la elaboración de un circuito turístico**

Según la web Entorno turístico (s.f), considera que se debe de contar con experiencia teórica o práctica, tiempos, información y costos del recorrido para la elaboración del circuito turístico.

Por otro lado, es importante rescatar el trabajo del diseñador de circuitos turísticos, pues se encarga de elegir los lugares a visitar, estudiarlos y venderlos a los turistas. Asimismo, Llontop, C. (2008), señala en su trabajo de investigación que cada una de las fases que conforman el diseño, ameritan dedicación y estudio. Y propone el desarrollo de un circuito a través de 4 fases, las mismas que se procede a detallar a continuación:

#### **▪ Fase 1: Estructuración del circuito**

1. Definir si el circuito será temático (cultural, natural, de diversión, etc.), o general (distintos temas).
2. Determinación o inventario de los recursos turísticos del lugar o lugares.
3. Escoger los puntos de:
  - a) Salida.
  - b) Paradas técnicas.
  - c) Paradas con estancia en los centros turísticos.
  - d) Llegada.
4. Definir horarios.

5. Hacer un análisis de la cantidad de personas que pueden formar parte en cada circuito.
6. Elaboración de alternativas con respecto a los puntos intermedios de la ruta.
7. Determinar los recorridos internos de interés, si los hubiere, en los distintos centros turísticos.

▪ **Fase 2: Determinación y selección de los servicios a incluir en el circuito**

1. Transporte.
2. Alojamiento.
3. Alimentación.
4. Servicio de guías y visitas.
5. Actividades recreativas.

▪ **Fase 3: Determinación de los costos y gastos de operación**

1. Costos fijos.
2. Costos variables.
3. Gastos generales.
4. Imprevistos.
5. Presupuesto total.

- **Fase 4: Determinación de precios y beneficios netos de operación**

1. Cálculo del precio por persona.
2. Determinación del beneficio neto.

Se concluye que para la elaboración de un circuito turístico se debe considerar el tipo de circuito y el lugar donde se realizará el recorrido, tomando en cuenta los tiempos, la cantidad de personas, infraestructura, servicios a ofrecer, así como precios y presupuestos.

#### **1.2.4. Estrategias de diversificación**

Según Guerras, L. y Navas. J. (2015), indican que la empresa añade nuevos productos a nuevos mercados existentes, con el propósito de modificar el campo de actividades, buscando nuevo público objetivo gracias a nuevos productos.

Además, los autores consideran que se deben incluir nuevas actividades empresariales y con ello, promocionar un futuro crecimiento de la empresa, dando a conocer nuevos bienes o atrayendo un nuevo público.

Según el portal Web y Empresas (2015), señala que una de las estrategias de diversificación más utilizada por las empresas, es la de diversificación. Las empresas optan por este tipo de estrategias para ampliar sus productos a ofrecer, no solo basados en un público o sector en específico, sino considerando su expansión para crecimiento económico. Al

hacer eso, se puede ampliar la visión de la empresa dependiendo del tipo de estrategia que escoja.

Finalmente, se observa que las estrategias de diversificación son acciones que utilizan las empresas para generar ingresos económicos adicionales, creando nuevos productos y dirigiéndose a nuevos mercados

#### **1.2.5. Estrategia de diversificación relacionada**

Según la web de la Escuela Europea de Management (2016), la estrategia de diversificación relacionada es cuando el proyecto de una empresa con la que desarrolla otra, están relacionadas.

Por lo que se entiende, las estrategias de diversificación relacionada tienen la finalidad de saber aprovechar los recursos que posee juntamente con la competencia, al tener claro eso, sus resultados al combinar ambas, serán mayores a sus costes.

#### **1.2.6. Estrategia de diversificación no relacionada**

La Escuela Europea de Management (2016) señala que este tipo de estrategia se considera algo más arriesgada, ya que no guarda relación con lo realizado hasta el momento. Y se le considera de ese modo ya que el rubro en el que se está ahondando es desconocido.

Se puede concluir, que la estrategia de diversificación no relacionada es más arriesgada, ya que se ahonda en nuevos mercados.



### 1.2.7. Ventajas de una estrategia de diversificación

- ✓ **Mayores ventas.** Al entrar en nuevos mercados y consigues posicionarte, las empresas logran elevar las ventas del servicio o producto ofrecido y, por ende, supone el incremento del aspecto económico.
- ✓ **Reducción del riesgo.** Empresas que limitan sus negocios, tienden a fracasar en tiempos de crisis, es decir, al ampliar tu visión de negocio, reducen el “fracaso financiero” (Ruíz, V. 2018).
- ✓ **Aprovechamiento de los recursos.** Reutilizar recursos extra y sus capacidades al crear nuevos productos, entonces, se pueden crear nuevas actividades donde se pueden reutilizar y aprovechar los mismos.
- ✓ **Extensión de la imagen de marca.** Si la firma va dirigida solo a un público en específico, la marca será conocida solo a ese grupo limitado de personas, pero si el target se diversifica, se captará un mayor número que incrementará presencia en la sociedad.

Finalmente, se considera que las ventajas de usar las estrategias de diversificación permitirán que las empresas capten un mayor número de clientes, expandiendo su negocio y logrando el crecimiento económico.

### 1.2.8. Diversificación de una empresa

En la página web de Harvard y Business School, señalan que diversificar es sinónimo de expansión, crecimiento, inversión y apertura (Puerto, 2008), entonces, la estrategia de diversificación viene a hacer una estrategia de crecimiento de la empresa, pero también la más arriesgada ya

que se va a expandir a nuevos y desconocidos mercados a través de nuevos productos.

Se le puede considerar la estrategia que tiene más riesgos, ya que va dirigido a nuevos mercados y con nuevos productos. Si éste funciona de manera positiva, se habrá ingresado a nuevas posibilidades comerciales, ampliando su cartera de clientes y se pueden compensar las bajadas de la empresa en un rubro, pero el otro compensará ya que su público es mayor. Está logrando ser independiente y puede ampliar oportunidades de crecimiento corporativo.

### **Tipos de diversificación**

Según lo describe Ruíz, V. (2018) señala que existen dos tipos de estrategias que las empresas eligen al momento de un nuevo proyecto de diversificación.

La primera; la más empleada por numerosas compañías de varios sectores, que consiste en hacer una inversión para llegar al objetivo comercial nuevo y/o tener un objetivo específico de clientes.

La segunda opción es más común, donde las empresas tratan de adquirir a otra empresa que esté posicionada y que ya operé en el sector (distinta a su rubro) y hace que su capital se diversifique independientemente de la marca o el producto que la empresa tiene o está enfocado.

A. **Relacionada:** Este tipo de diversificación busca tener relación con otras empresas que estén enfocados con un mismo objetivo en común, negocios compartidos o relacionados para que se lleve a cabo. Lo más importante para este tipo de diversificación es que ambas acciones den mejores resultado estanco juntas, que separadas. Muchas veces se escoge este tipo de diversificación al detectar un futuro negocio similar que llevará a ampliar horizontes, publico objetivo e incrementar sus ingresos.

B. **No relacionada:** Se le considera una estrategia drástica, ya que la empresa se aventura a nuevos tipos de mercado, público y/o productos, Su visión es totalmente distinta a lo ofrecido, es una visión nueva que tiene como objetivo ampliar y obtener mayor rentabilidad global. Sus nuevos negocios están enfocados en nuevas carteras de inversiones. Normalmente las empresas que optan esto, cuentan con el capital para aplacar riesgos.

Se entiende que ambos conceptos están relacionados, llegando a la conclusión que la estrategia de diversificación es mediadora de la posible expansión de la empresa, creando nuevos productos y llegando a nuevos mercados.

### 1.2.9. Tipos de estrategias de diversificación

Según Ruíz, V. (2008), considera los siguientes tipos de estrategias de diversificación dentro de una empresa:

- **Diversificación Concéntrica:** La diversificación Concéntrica es el aporte de nuevos productos a la oferta de la empresa, es decir de añadir productos o servicios nuevos a los que se tiene, pero guardan relación. Se suelen dar cuando la empresa está en declive o baja en ventas.
- **Diversificación Horizontal:** En este tipo de estrategia lo que se busca es la incorporación de nuevos productos o servicios, pero su diferencia es que estos no están relacionados con lo que venía ofreciendo la empresa. Su objetivo es incrementar los ingresos de la compañía y el aminorar el riesgo global.
- **Diversificación Conglomerada:** Su objetivo es implementar nuevos productos o servicios, tal cual, en la anterior, pero al mismo público objetivo, es decir sin cambiarlo, solo. Se compran otras empresas y esto hará que el público objetivo sea mayor.

Por lo anterior, se entiende que los tipos de estrategia de diversificación es la creación de nuevos productos al mercado, dependiendo del tipo de visión que la empresa tenga con relación al público objetivo, lo que permitirá incrementar ingresos y diversificar el público.

### **1.3. Definición de términos básicos**

#### **1.3.1. Capacidad de ventas**

Según el Foro de la Consultoría Comercial Avanzada (2017) señala que la capacidad de ventas consiste en “hacer fácil lo que el vendedor considere un obstáculo para la venta”.

#### **1.3.2. Circuito turístico**

La OMT (2015) señala que un circuito turístico es una ruta organizada por una empresa turística especializada. Además de tener perfectamente definido el itinerario, incluye el alojamiento y la alimentación durante todo el recorrido, todo ello a un precio estipulado que sirve para comprar el conjunto de los servicios.

#### **1.3.3. Cruceros**

Según el Portal de Barcelona (s.f.), señala que los cruceros son las naves o buques que ofrecen todas las facilidades de un hotel, pero en alta mar, brindando diferentes servicios como alojamiento, bebidas, comidas, servicios médicos y entretenimiento como: bares, piscinas, teatros, gimnasio, actividad deportiva, show nocturno, etc.

#### **1.3.4. Demanda turística**

MINCETUR (2018) señala que la demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

### **1.3.5. Destino de un viaje**

La OMT (2015) lo define como el lugar que se va a visitar y que es primordial para realizar el viaje.

### **1.3.6. Flujo turístico**

La Universidad de Málaga (2013) define al flujo turístico como el desplazamiento de viajeros que se mueven de su domicilio habitual a otro que les ofrecen servicios turísticos.

### **1.3.7. Gasto turístico**

La OMT (2019) hace referencia al pago que se realiza por los bienes y servicios adquiridos, incluyendo souvenirs utilizados para uso del turista o como regalos.

### **1.3.8. Marca**

Según Kotler (2017), “una marca es un nombre, termino, signo, símbolo o diseño, que pretende identificar los bienes o servicios de un vendedor y diferenciarlos de los de la competencia”. (Pág. 4).

### **1.3.9. Nivel de satisfacción**

La Universidad de Málaga (2018) define que es el nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. Menciona que, a mayor satisfacción del cliente, existe mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o contratar el servicio que el lugar le ha brindado.

#### **1.3.10. Oferta turística**

Según el MINCETUR (2018) lo define como el conjunto de elementos que conforman el producto turístico. Añadiendo un programa enfocado en posibles consumidores, puede lograr el desarrollo de la promoción a los mismos.

#### **1.3.11. Productos**

Según Muñiz, R. (2018) define al producto como el conjunto de características tangibles y no intangibles que se compra y que va a satisfacer alguna necesidad. Entonces, se considera al producto, el objeto que es producido de manera natural o industrial, para que sea consumido por una persona.

#### **1.3.12. Reducción de riesgos**

Según el Foro de Emprendedores “Expansión” (2013) señala que para reducir riesgos se debe identificar las debilidades de tu negocio, y mediante ello monitorear las alternativas que pueden ayudar a la empresa y las que se pueden implementar.

#### **1.3.13. Turismo**

De acuerdo con lo indicado por la OMT (2008), se le considera turismo a las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual en un período de tiempo mayor a un año, con fines de ocio, negocios u otros.

#### **1.3.14. Turismo cultural**

La Enciclopedia Cubana Ecu Red (2018), señala al turismo cultural como una actividad excepcional, necesaria y enriquecedora de la calidad de vida. Se involucran las instituciones públicas y privadas, generando mayor economía para el sector.

#### **1.3.15. Turismo de cruceros**

La OMT (2010) señala que el turismo de cruceros es el viaje por mar que se realiza a gran escala a diferentes puertos de diversas ciudades ofreciendo productos y servicios, así como atracciones turísticas.

#### **1.3.16. Venta**

Según el Diccionario de la Real Academia Española (RAE) define a la venta como el contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado.

#### **1.3.17. Viaje turístico**

Según la OMT (2019) señala que es el desplazamiento que hace el turista a un lugar fuera de su entorno habitual, desde que sale de su país hasta su retorno.



## **CAPÍTULO II:**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **2.1. Formulación de hipótesis**

##### **2.1.1. Hipótesis principal**

La propuesta de un circuito turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

##### **2.1.2. Hipótesis específicas**

- El atractivo turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.
- El guía turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.
- La infraestructura es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

## 2.2. Variables y definiciones operacionales

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS
CIRCUITOS TURÍSTICOS	Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año.	Atractivo turístico	Lugar que los turistas visitan gracias al valor cultural e histórico que posee, ofreciendo ocio, aventura y diversión.	Flujo turístico o cantidad de visitas	a
				Nivel de satisfacción	1
		Guía turístico	Persona que brinda asistencia e información sobre el patrimonio cultural, histórico y contemporáneo a personas que realizan viajes de interés significativos.	Nivel de formación	d
				Manejo de idiomas	3, g, h
				Dominio de la información	2, g
		Infraestructura	Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado.	Viabilidad	e
				Servicio de restaurantes	6, i
				Transporte	5, k
		ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN	Según Guerras, L. y Navas, J. (2015) consideran que: las estrategias de diversificación consisten en que la empresa añada nuevos productos y mercados a los ya existentes, atrayendo nuevo público, modificando y ampliando el ámbito de sus productos.	Diversificación relacionada	Cuando existe alguna conexión entre los productos nuevos y los antiguos de la empresa.
Marca	f				
Diversificación no relacionada	No hay ninguna relación entre los productos nuevos y antiguos.			Reducir el riesgo	b
				Productos nuevos	4, 7, l

Fuente: Elaboración propia (2019).

## **CAPITULO III: METODOLOGÍA**

### **3.1. Diseño Metodológico**

Según Tamayo, M. (2004) el diseño metodológico es “la estructura a seguir en una investigación, ejerciendo el control de la misma a fin de encontrar resultados confiables y su relación con los interrogantes surgidos de los surgidos e hipótesis de los problemas”. (p. 108)

El presente trabajo de investigación se utilizó un diseño descriptivo no experimental ya que no se han manipularán las variables ni la condición de las pruebas.

#### **3.1.1. Enfoque**

El enfoque utilizado en la presente investigación es mixto ya que se ha utilizado técnicas de recolección de datos cuantitativas como cualitativas.

### **3.1.2. Tipos**

La investigación es de tipo ex post facto puesto que no se manipula las variables de estudio, así mismo es de tipo transversal ya que la toma de recolección de datos se realizará en un solo tiempo. Y será de tipo descriptivo pues se busca verificar la relación de las variables.

### **3.1.3. Niveles**

El presente trabajo es de tipo descriptivo correlacional pues se analizará a las variables circuito turística y estrategias de diversificación.

Según Hernández, R. (2014): los estudios descriptivos correlacionales “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (p.92)

## **3.2. Diseño muestral**

### **3.2.1. Población y muestra**

Para el presente trabajo se consideró tomar como población a los 28,261 cruceristas que desembarcaron en el año 2017 en el Puerto del Callao de acuerdo con lo registrado por la Agencia Portuaria Nacional (2018).

Por lo que se utilizara para esta investigación el método aleatorio simple a fin de calcular la población muestra:

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(N - 1) * E^2 + Z^2 P * Q}$$

Donde:

n:	Tamaño de muestra	
P:	Proporción poblacional de éxito	Entonces:
Q:	Proporción poblacional de fracaso	n= $\frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 28,261}{((28,261-1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}$
Z	Puntuación normal estándar	n= 379.02
E	Error en la estimación	
N	Tamaño de la población	n= 379

### 3.3. Técnica de recolección de datos

Basados en Hernández, et al (2014), la recolección de datos “es el acopio de datos en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis” (p. 397)

Al ser esta una investigación mixta las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la entrevista para los datos cualitativos, y la encuesta para los datos cuantitativos.

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
- Encuesta.	- Cuestionario
- Entrevista.	- Guía de entrevista.

Fuente: Elaboración propia (2019)

### 3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de datos recolectados y la comprobación de la prueba de hipótesis se utilizó el programa SPSS 25.

### 3.5. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación se realizó cumpliendo los parámetros morales y legales. Además, se cuidó de no infringir las normas, derechos de autor o bienestar de las personas encuestadas y entrevistadas.

Es por ello, que se ha tenido mucho cuidado al citar y referenciar a los autores mencionados en los antecedentes y bases teóricas de esta investigación.

Asimismo, velando por el cumplimiento del Código de ética Mundial para el Turismo – OMT (1999) se han formulado propuestas turísticas que permiten cumplir con el artículo N° 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades destino.

## CAPITULO IV: RESULTADOS

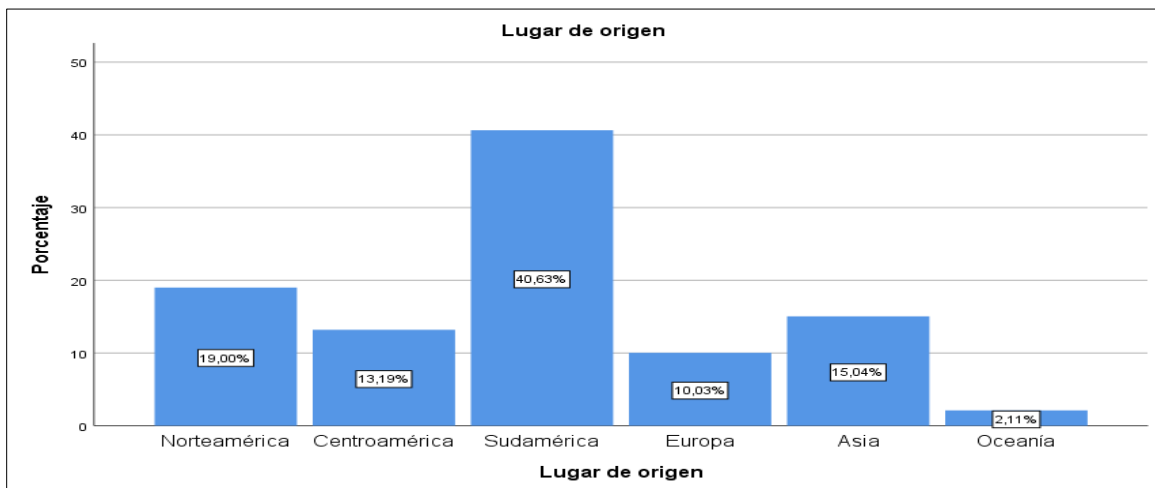
### 4.1. Resultados de la investigación

#### 4.1.1. Análisis descriptivo

**Tabla 1: Lugar de origen**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Norteamérica	72	19,0	19,0
	Centroamérica	50	13,2	32,2
	Sudamérica	154	40,6	72,8
	Europa	38	10,0	82,8
	Asia	57	15,0	97,9
	Oceanía	8	2,1	100,0
	Total	379	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 1: Lugar de origen**

Fuente: Elaboración propia (2019).

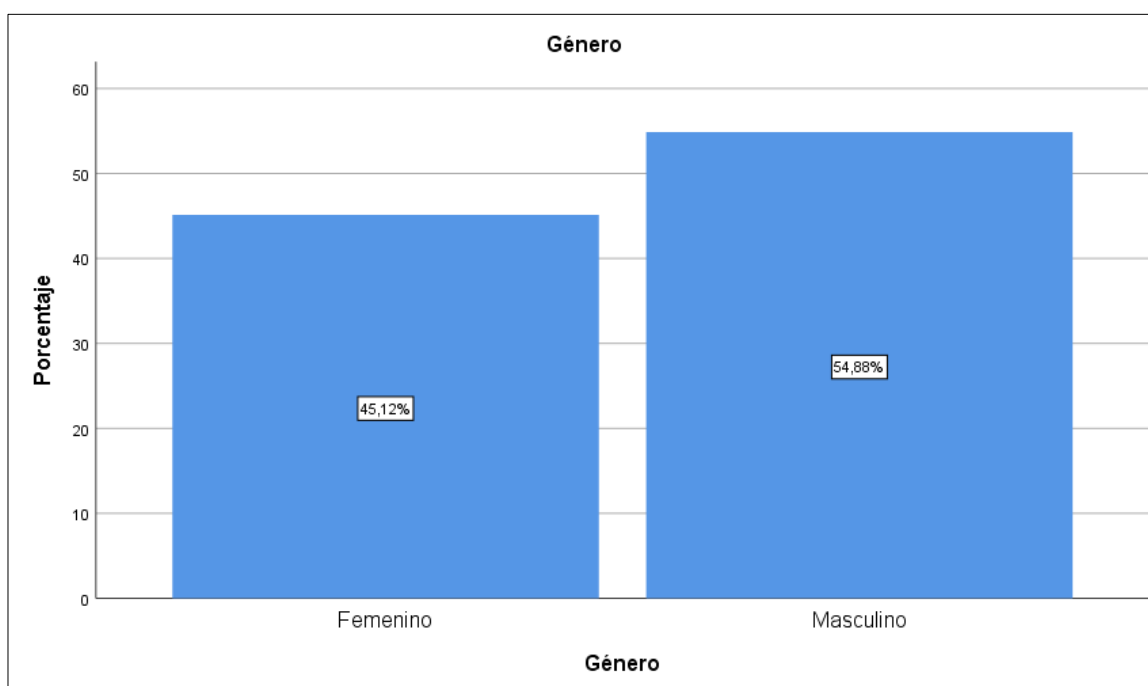
**Interpretación:** La Tabla N° 1 se basa en las 379 (muestra) cruceiros que llegan al puerto del Callao, siendo 72 personas de Norteamérica (19%) ocupando el 2° lugar, 50 de Centroamérica (13.19%), 154 de Sudamérica (40.63%) siendo esta el rango más alto, 38 de Europa (10.03%), 57 de Asia (15.04%) y 8 de Oceanía (2.11%)



**Tabla 2: Género**

		<b>Género</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	171	45,1	45,1	45,1
	Masculino	208	54,9	54,9	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 2: Género**

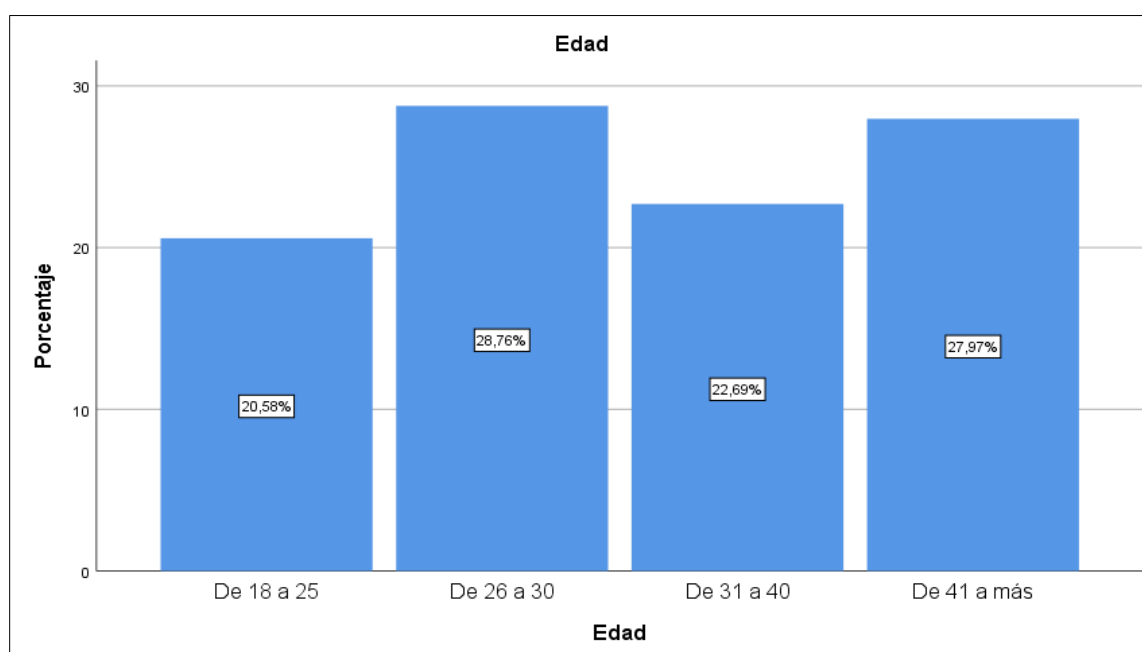
Fuente: Elaboración propia (2019).

**Interpretación:** La Tabla N° 2 nos muestra que según el número de encuestados (379) 171 personas, son de sexo femenino y 208 del sexo masculino. El gráfico N° 2 muestra que el 45.12% es de género femenino, mientras que el 54.88% son de género masculino.

**Tabla 3: Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 25	78	20,6	20,6	20,6
	De 26 a 30	109	28,8	28,8	49,3
	De 31 a 40	86	22,7	22,7	72,0
	De 41 a más	106	28,0	28,0	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 3: Edad del público encuestado**

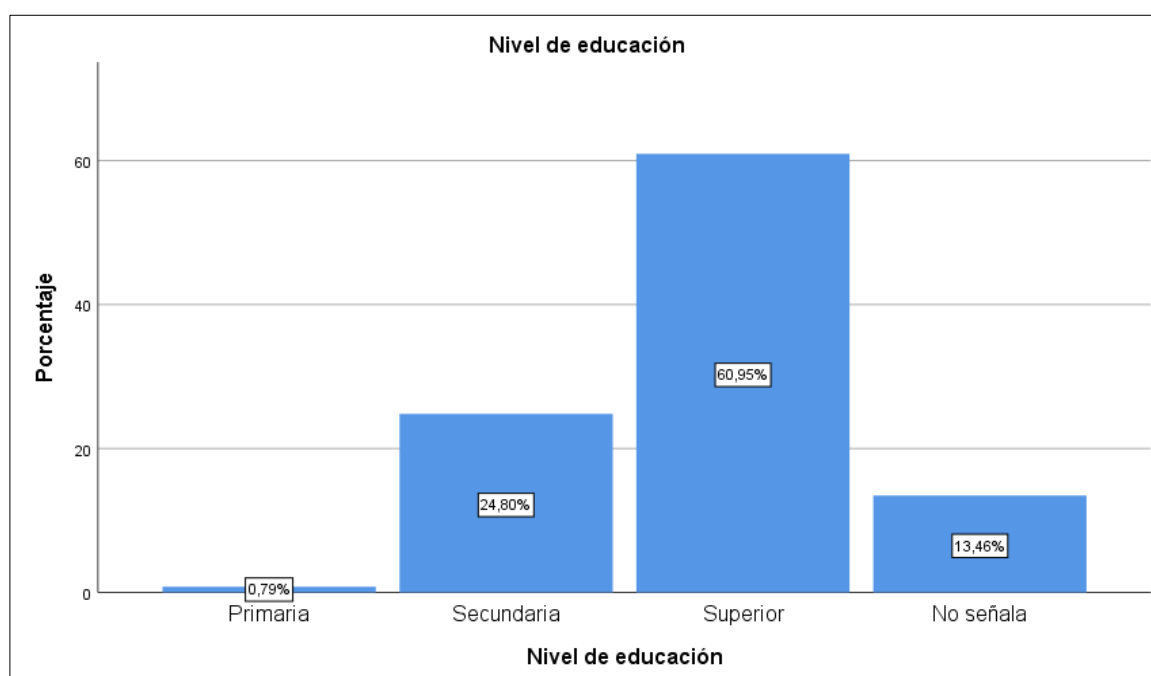
Fuente: Elaboración propia (2019).

**Interpretación:** En la tabla N° 3, señala que la frecuencia de edad del público entrevistado de 18 a 25 años fueron de 78 personas, de 26 a 30 años fueron de 109 personas, de 31 a 40 años: 86 personas y de 41 años a más, 106 personas. En el gráfico N° 3 se observa que la edad del público en porcentajes. De 18 a 25 años corresponde a un 20,58%, el 28,76% es de 26 a 30 años, el 22,69% está entre los 31 a 40 años y el 27,97% pertenece a los 41 años a más.

**Tabla 4: Nivel de educación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	3	,8	,8	,8
	Secundaria	94	24,8	24,8	25,6
	Superior	231	60,9	60,9	86,5
	No señala	51	13,5	13,5	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 4: Nivel de educación**

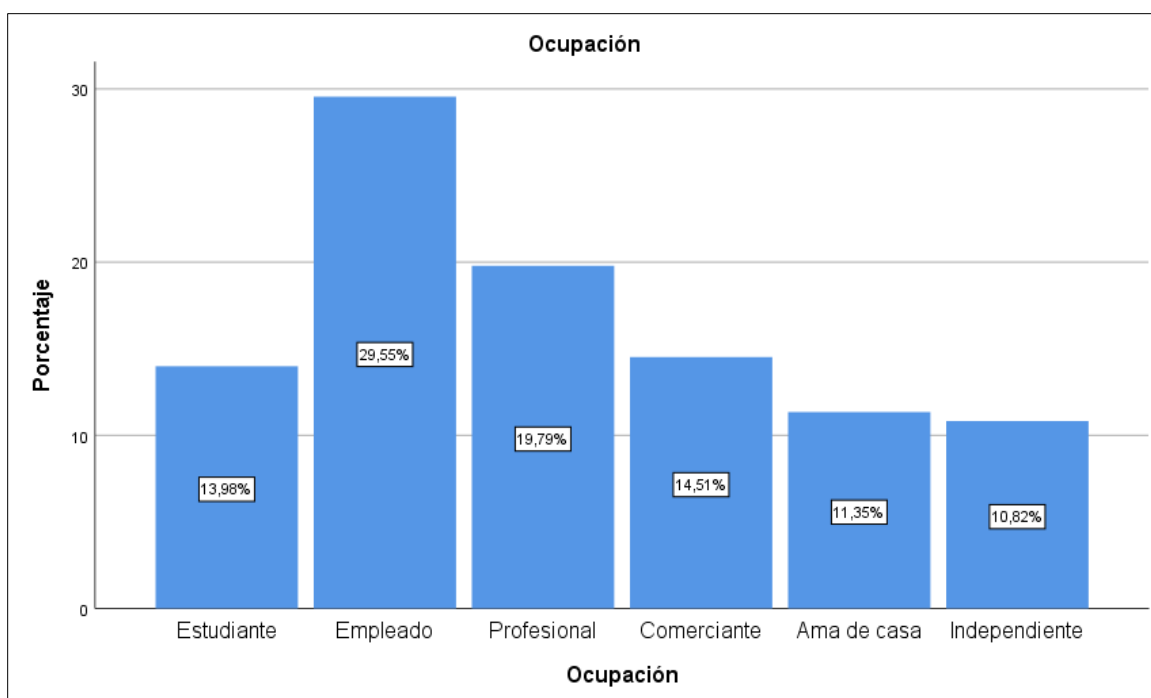
Fuente: Elaboración propia (2019).

**Interpretación:** La Tabla N° 4, se muestra que el nivel de educación de los encuestados es de 3 personas a nivel primaria, 94 de secundaria, 231 personas de nivel superior y no señalan un total de 51 personas. En el Gráfico N°4 se observa que solo el 0.79% pertenece al nivel primaria, el 24.80% es de secundaria, el 60.95% pertenece al nivel superior y el 13.46% no señala su nivel de educación.

**Tabla 5: Ocupación**

		<b>Ocupación</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	53	14,0	14,0	14,0
	Empleado	112	29,6	29,6	43,5
	Profesional	75	19,8	19,8	63,3
	Comerciante	55	14,5	14,5	77,8
	Ama de casa	43	11,3	11,3	89,2
	Independiente	41	10,8	10,8	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 5: Ocupación de los encuestados**

Fuente: Elaboración propia (2019).

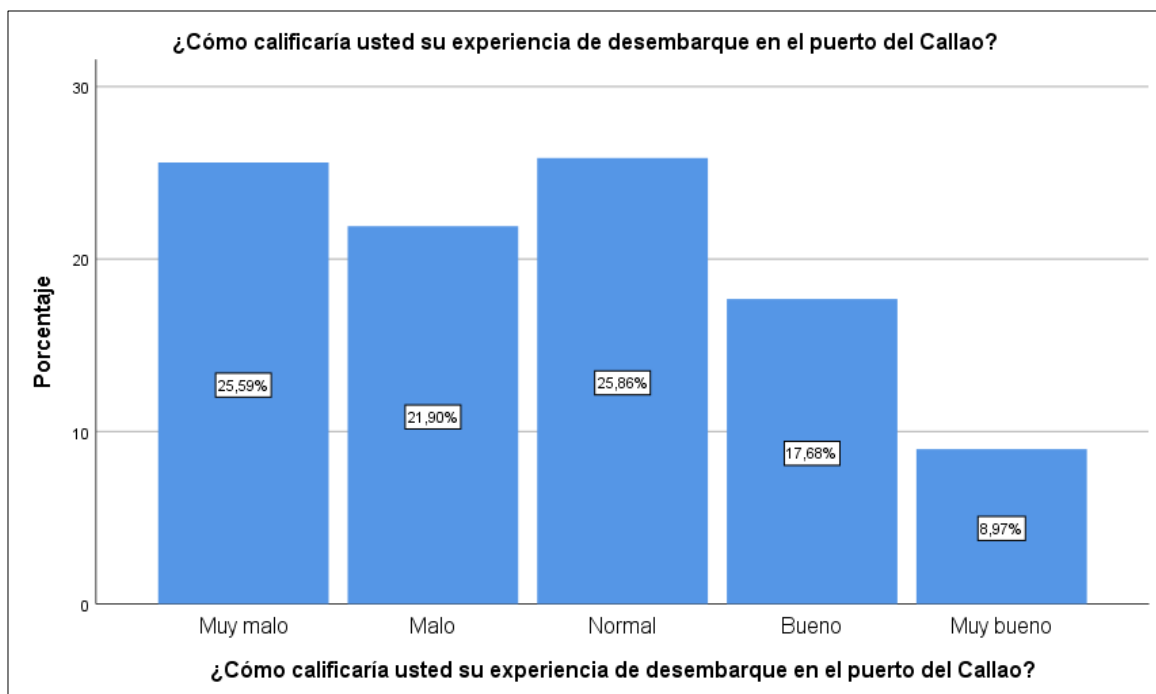
**Interpretación:** La Tabla N° 5 sobre la ocupación de los cruceristas entrevistados, señala que 53 personas son estudiantes, empleados son 112, profesionales son 75, comerciantes son 55, amas de casa son 43 y de forma independiente 41 personas. En el Gráfico N°5 se observa que el 29.55% son empleados y el 19.79% son profesionales.

**Tabla 6: Experiencia de desembarque en el Puerto del Callao**

**¿Cómo calificaría usted su experiencia de desembarque en el puerto del Callao?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	97	25,6	25,6	25,6
	Malo	83	21,9	21,9	47,5
	Normal	98	25,9	25,9	73,4
	Bueno	67	17,7	17,7	91,0
	Muy bueno	34	9,0	9,0	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 6: Experiencia de desembarque en el Puerto del Callao**

Fuente: Elaboración propia (2019).

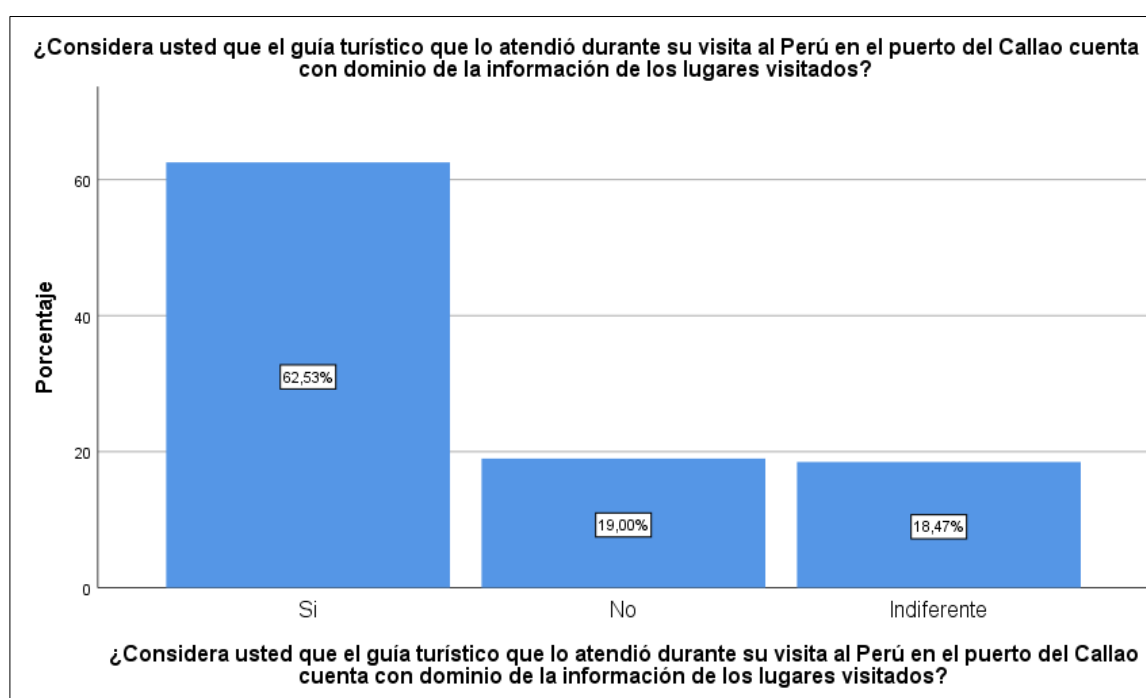
**Interpretación:** La Tabla N° 6, sobre la experiencia de desembarque que tuvieron los cruceristas en el Puerto del Callao, muestra que quienes lo consideraron “muy malo” fueron 97 personas (25.59%), como “malo” 83 personas (21.90%), como “normal” 98 personas (25.86%), como “bueno” fueron 67 personas (17.68%) y como “muy bueno” fueron 34 personas (8.97%).

**Tabla 7: Dominio de información del guía turístico**

**¿Considera usted que el guía turístico que lo atendió durante su visita al Perú en el puerto del Callao cuenta con dominio de la información de los lugares visitados?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	237	62,5	62,5	62,5
	No	72	19,0	19,0	81,5
	Indiferente	70	18,5	18,5	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 7: Dominio de información del guía turístico**

Fuente: Elaboración propia (2019).

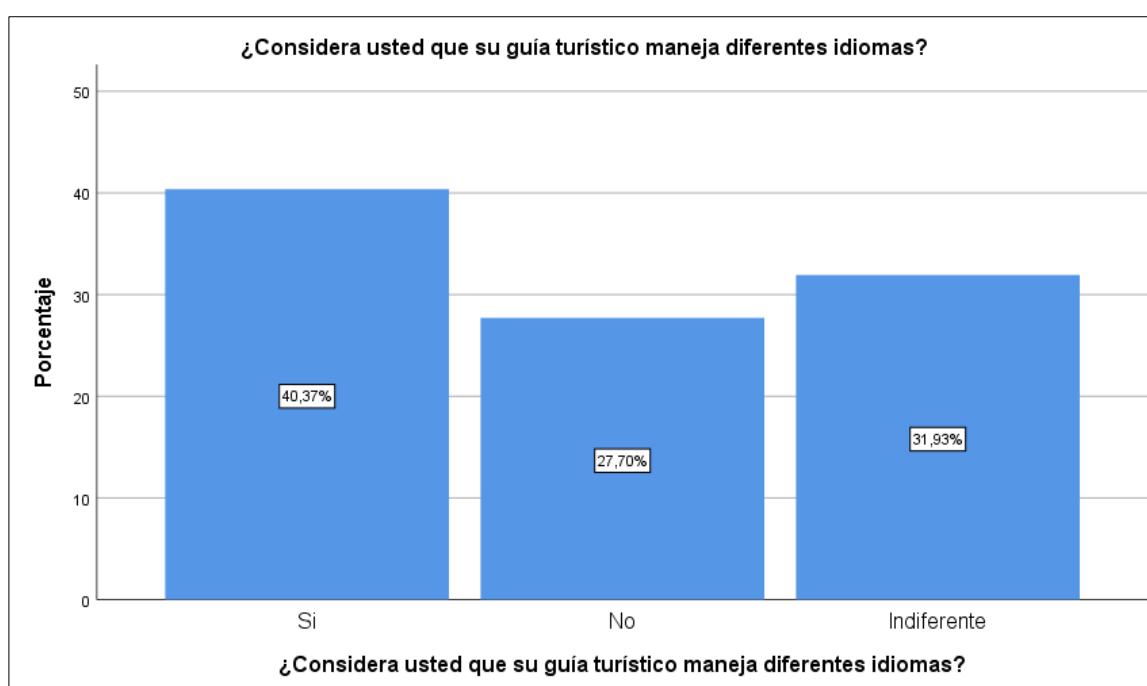
**Interpretación:** En la Tabla N° 7 sobre el dominio de información del guía turístico, el público encuestado considera en un 62.53% domina la información contra un 19.00% que considera que no maneja la información necesaria. Además, se aprecia que el 18.47% no manifiesta interés en responder la pregunta.

**Tabla 8: Dominio de idiomas del guía turístico**

**¿Considera usted que su guía turístico maneja diferentes idiomas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	153	40,4	40,4	40,4
	No	105	27,7	27,7	68,1
	Indiferente	121	31,9	31,9	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019)



**Gráfico 8: Dominio de idiomas del guía turístico**

Fuente: Elaboración propia (2019).

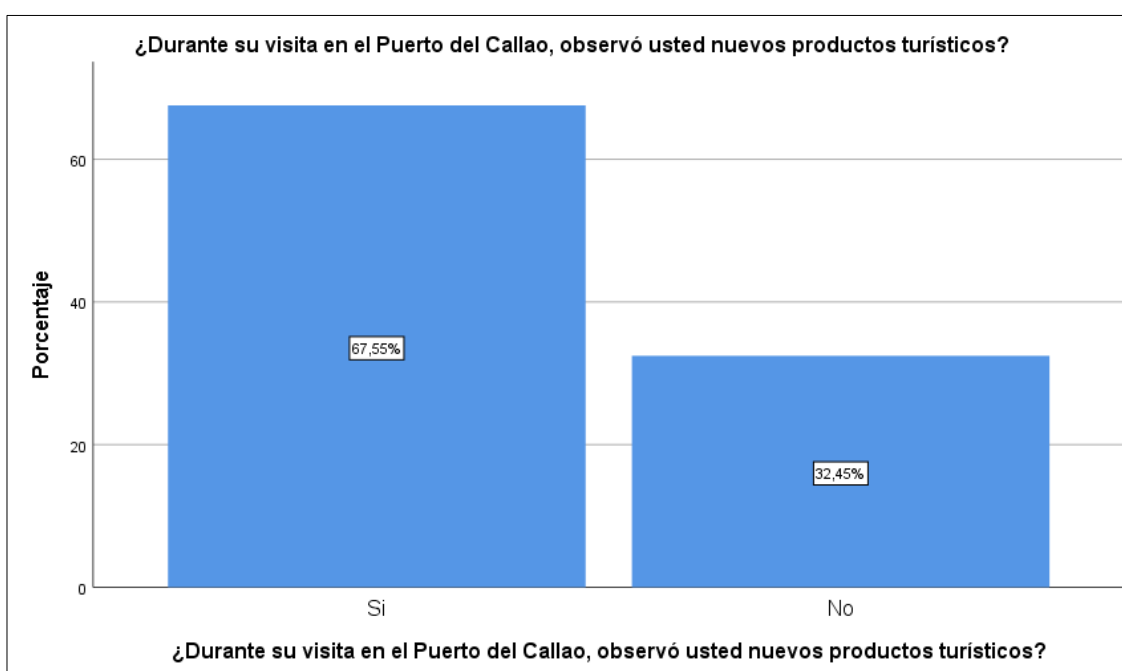
**Interpretación:** La Tabla N° 8, sobre el dominio de idiomas del guía turístico, señala que, de las 379 personas encuestadas, 153 responden de forma afirmativa, 105 de forma negativa y 121 personas se encuentran indiferentes a la pregunta. En el Gráfico N°8, valorizado en porcentajes, el público considera en un 40.37% de forma afirmativa, el 27.70% considera que No y el 31.93% se encuentra indiferente.

**Tabla 9: Observación de nuevos productos turísticos durante su visita**

**¿Durante su visita en el Puerto del Callao, observó usted nuevos productos turísticos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	256	67,5	67,5	67,5
	No	123	32,5	32,5	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 9: Observación de nuevos productos turísticos durante su visita**

Fuente: Elaboración propia (2019).

**Interpretación:** La Tabla N° 9, sobre la observación de nuevos productos turísticos durante su visita al Puerto del Callao, de los 379 encuestados, 256 personas respondieron de forma afirmativa y 123 de forma negativa. En el Gráfico N°9 podemos apreciar que 67.55% considera que se podrían desarrollar nuevos productos.

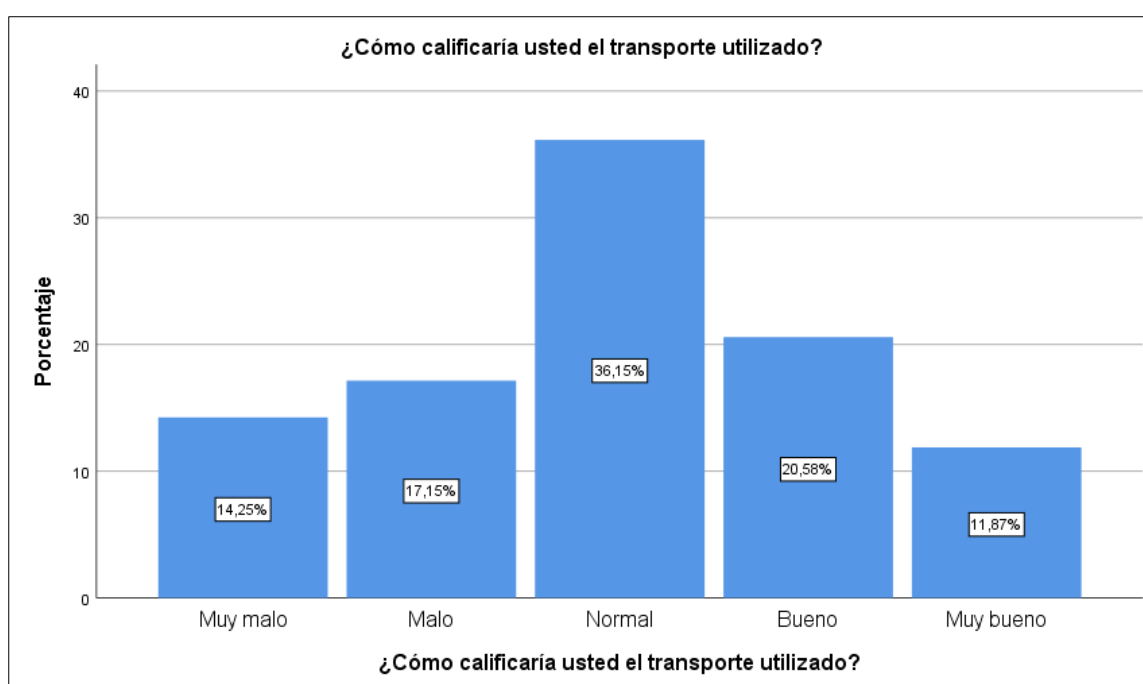


**Tabla 10: Transporte**

**¿Cómo calificaría usted el transporte utilizado?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	54	14,2	14,2
	Malo	65	17,2	31,4
	Normal	137	36,1	67,5
	Bueno	78	20,6	88,1
	Muy bueno	45	11,9	100,0
	Total	379	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 10: Transporte**

Fuente: Elaboración propia (2019).

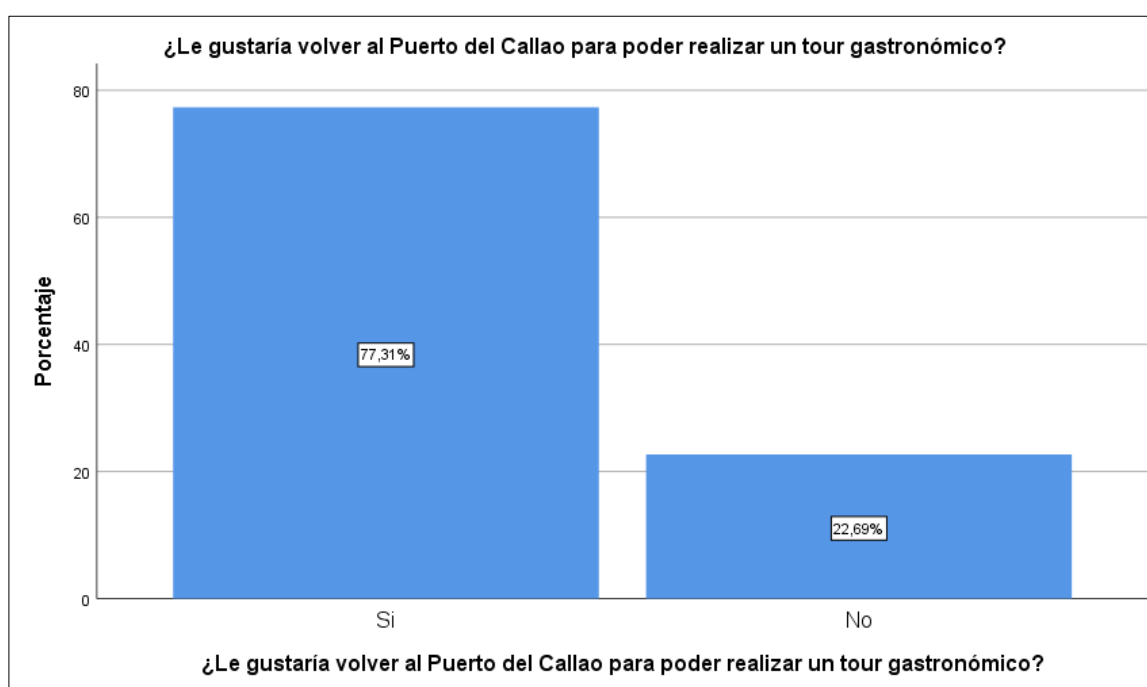
**Interpretación:** La Tabla N° 10, sobre el transporte utilizado con los 379 encuestados, se aprecia que 54 personas lo consideraron “muy malo” (14.25%), 65 personas como “malo” (17.15%), 137 personas lo consideraron “normal” (36.15%), 78 personas como “bueno” (20.58%) y solo 45 personas lo consideraron como “muy bueno” (11.87%).

**Tabla 11: Tour gastronómico en el Perú**

**¿Le gustaría volver al Puerto del Callao para poder realizar un tour gastronómico?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	293	77,3	77,3	77,3
	No	86	22,7	22,7	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 11: Tour gastronómico en el Perú**

Fuente: Elaboración propia (2019).

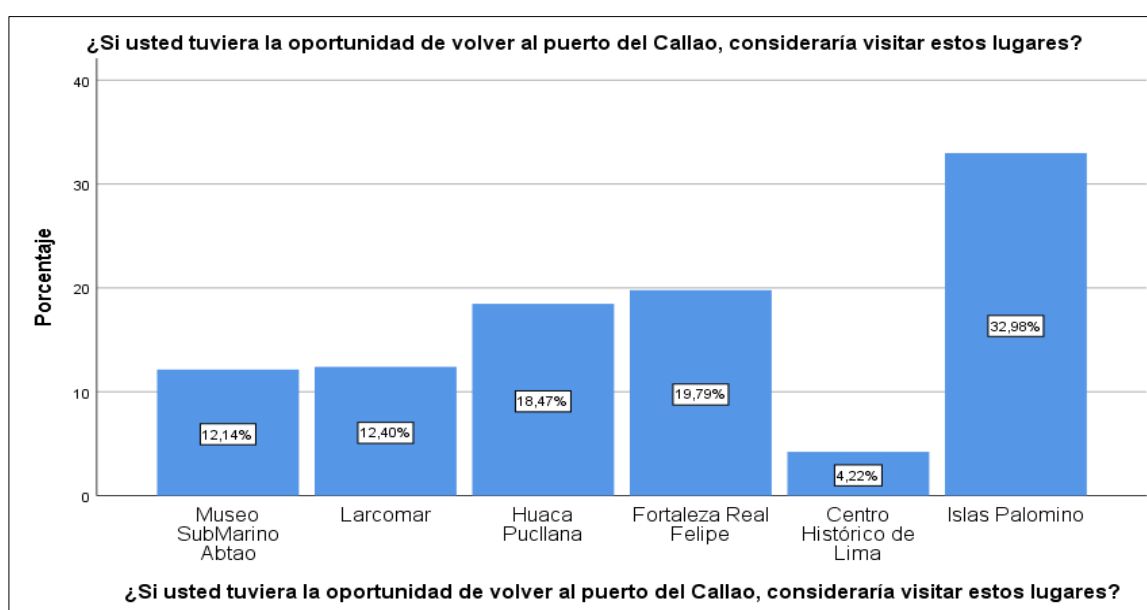
**Interpretación:** La Tabla N° 11, sobre volver al Perú para realizar un tour gastronómico, de las 379 personas encuestadas, 293 personas respondieron de forma afirmativa y 86 personas de forma negativa. En el Gráfico N°11, expresado en porcentajes, forma afirmativa respondieron con un 77.31% y de forma negativa con un 22.69%.

**Tabla 12: Opciones de visita a nuevos lugares**

**¿Si usted tuviera la oportunidad de volver al puerto del Callao, consideraría visitar estos lugares?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Museo SubMarino Abtao	46	12,1	12,1	12,1
Larcomar	47	12,4	12,4	24,5
Huaca Pucllana	70	18,5	18,5	43,0
Fortaleza Real Felipe	75	19,8	19,8	62,8
Centro Histórico de Lima	16	4,2	4,2	67,0
Islas Palomino	125	33,0	33,0	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia (2019).



**Gráfico 12: Opciones de visita a nuevos lugares**

Fuente: Elaboración propia (2019).

**Interpretación:** La Tabla N° 12, sobre la oportunidad del crucerista de volver al Puerto del Callao y visitar nuevos lugares, 46 personas optaron por escoger el Museo Submarino Abtao siendo ésta cantidad el 12.14%, 47 personas escogieron a Larcomar con un 12.40%, 70 personas escogieron la Huaca Pucllana con un 18.47%, 75 personas escogieron la Fortaleza Real Felipe con un 19.79%, 16 personas escogieron al Centro Histórico de Lima con un 4.22% y 125 escogieron las Islas Palomino, con un 32.98%.

#### 4.1.2. Análisis de fiabilidad

Con la finalidad de verificar la legitimidad del instrumento cuantitativo y la aplicación de esta, sea utilizado el Alfa de Cronbach, el mismo que nos muestra los siguientes resultados:

**Tabla 13: Análisis de Confiabilidad**

##### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	379	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	379	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,695	7

##### Interpretación:

De la Tabla N° 13 se observa que la confiabilidad de instrumentos cuantitativo es de 69.5% en sus elementos.

### 4.1.3. Análisis de prueba de hipótesis

A fin de medir la correlación entre las variables y dimensiones propuestas en la investigación se aplicó la prueba de Rho Spearman.

#### Hipótesis general

**Hg:** La propuesta de un circuito turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Ho:** La propuesta de un circuito turístico no es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Tabla 14: Prueba de hipótesis específica 1**

		Correlaciones		
			Circuitos_turísticos	Estrategias_de_diversificación
Rho de Spearman	Circuitos_turísticos	Coeficiente de correlación	1,000	,527**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	379	379
	Estrategias_de_diversificación	Coeficiente de correlación	,527**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	379	379

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

Fuente: Elaboración propia (2019)

**Interpretación:** En la Tabla N° 14 se aprecia que existe una correlación entre las variables circuitos turístico y estrategias de diversificación con un valor de 52.7% y la sigma bilateral es  $0,0001 < 0.05$  por lo tanto se aprueba la hipótesis general.

### Hipótesis específica 1

**He<sub>1</sub>:** El atractivo turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Ho<sub>1</sub>:** El atractivo turístico no es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Tabla 15: Prueba de hipótesis específica 1**

		Correlaciones		
			Atractivo_ turístico	Estrategias_de_ diversificación
Rho de Spearman	Atractivo_turístico	Coeficiente de correlación	1,000	,388**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	379	379
	Estrategias_de_ diversificación	Coeficiente de correlación	,388**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	379	379

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

Fuente: Elaboración propia (2019)

**Interpretación:** En la Tabla N° 15 se observa la correlación entre las dimensiones atractivo turístico y estrategia de diversificación es baja; con un valor de 38.8%. Por lo que se puede apreciar que la sigma bilateral es de  $0,0001 < 0,05$  por lo que se aprueba la hipótesis específica 1.

## Hipótesis específica 2

**He2:** El guía turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Ho2:** El guía turístico no es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Tabla 16: Prueba de hipótesis específica 2**

			Correlaciones	
			Guía_ turístico	Estrategias_de _diversificación
Rho de Spearman	Guía_ turístico	Coeficiente de correlación	1,000	,583**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	379	379
	Estrategias_de _diversificación	Coeficiente de correlación	,583**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	379	379

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

Fuente: Elaboración Propia (2019)

**Interpretación:** En la Tabla N° 16 se aprecia que la correlación entre las variables guía turístico y estrategia de diversificación es alta con un valor de 58.3%. Asimismo, se puede apreciar que la sigma bilateral es  $0,0001 < 0.05$  por lo tanto se aprueba la hipótesis específica 2.

### Hipótesis Específica 3

**He<sub>3</sub>:** La infraestructura es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Ho<sub>3</sub>:** La infraestructura no es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.

**Tabla 17: Prueba de hipótesis específica 3**

		Correlaciones	
		Infraestructura	Estrategias_de diversificación
Rho de Spearman	Infraestructura	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,257**
		N	,000
	Estrategias_de diversificación	Coefficiente de correlación	379
		Sig. (bilateral)	,257**
		N	,000
		379	379

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

Fuente: Elaboración Propia (2019)

**Interpretación:** En la Tabla N° 17 se observa que la correlación entre las variables infraestructura y estrategias de diversificación es baja con un valor de 25.7%. Además, podemos apreciar que la sigma bilateral es  $0,0001 < 0,05$  por lo tanto se aprueba que la prueba de hipótesis específica 2.



#### 4.1.4. Análisis de los instrumentos cualitativos

Se presentan los resultados de las entrevistas a expertos en el tema, los cuales han sido analizados a través de la metodología de la triangulación.

Titulo	“Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el Puerto del Callao – Perú, 2019”
Problema General	¿Es la propuesta de un circuito turístico lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019?
Objetivo General	Proponer un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao, Perú – 2019.
Actor	Expertos en el tema.

Fuente: Elaboración propia (2019)

## Guía de entrevista – Experto 1

### Agente de Viajes

Hipótesis	Variables	Indicadores	Resultados
Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el Puerto del Callao – Perú 2019	Circuito turístico	¿Considera usted que son muchos los cruceristas los que desembarcan en el puerto del Callao?	Si, se considera que un promedio de 80% de pasajeros desembarcan para hacer turismo en la ciudad y para abordar aerolíneas a diferentes puntos del país.
		¿Cree usted que el tiempo en migraciones y aduanas desaniman a los cruceristas a desembarcar en el puerto del Callao?	Desde hace par de años y actualmente se realizan coordinaciones con las autoridades de migraciones y aduanas para que realicen sus inspecciones y trámites respectivos en la escala de la nave. Sin embargo, cuando esto no sucede, cerca al muelle se encuentran ambas oficinas, el tiempo promedio es de 20 minutos.
		¿Cree usted que se cuenta con la capacidad de venta de servicios necesarios para atender a la capacidad de turistas que desembarcan en el Puerto del Callao?	De hecho, hay sobre oferta, hay una fuerte competencia con gran número de proveedores que cubren la cantidad de pasajeros.
		¿Cuál es su opinión respecto al nivel de formación del personal que atiende a los cruceristas en el Puerto del Callao?	Bueno. Casi la totalidad de coordinadores y guías hablan inglés además de otro idioma y para ingresar al puerto se requieren una serie de documentos que filtran malos elementos.
		¿Considera usted que el Puerto del Callao debería desarrollar una marca que lo identifique con los cruceristas? ¿Cómo cuál?	En realidad, el negocio de los cruceros es por una pequeña temporada del año, por lo que desarrollar una marca no es por el momento una prioridad. Y esto se observa por el interés que le pone la entidad encargada de los puertos, ya que no se preocupa por implementar un área apropiada para turistas, pues su prioridad es la importación y exportación de productos.
		¿Considera usted que los guías turísticos que reciben a los cruceristas cuentan con dominio de información de los lugares que visitan y dominio de idiomas?	Si, en la mayoría de los casos los turistas son atendidos por agencias que dominan el sector y cuentan con personal capacitado. Sin embargo, siempre existe el mercado negro que capta turistas con una limitada comunicación, pero la policía de turismo hace esfuerzos para erradicar estos hechos.
	Estrategias de diversificación	¿Qué idiomas recomendaría usted?	Inglés, francés e italiano.
		¿Cuál es su opinión con respecto a los restaurantes y la oferta gastronómica recibida?	La oferta no es muy amplia; los turistas, en su mayoría, se informan previamente de restaurantes y estos se saturan generando espera y lugares improvisados.
		¿Podría comentarnos cuál es su opinión respecto al transporte utilizado y el tráfico en la ciudad?	Los pasajeros son recogidos desde el muelle y trasladados en buses privados de agencias de viaje o proveídos por la agencia marítima fuera del área del callao (shuttle bus). Servicios particulares están prohibidos de ingresar al terminal. Por medida de seguridad se les recomienda a los pasajeros a no abordar servicios privados en los alrededores del puerto por lo que los pasajeros optan por el servicio de shuttle bus. El tráfico deja mucho que desear, empezando por la salida del puerto que es considerada zona roja y las vías de acceso son solo 2 (la av. marina y costa verde) ambas muy congestionadas.
		¿Cómo crucerista, que lugares le gustaría visitar a usted?	Costa de Europa, Bahamas y la costa de Brasil.

Fuente: Elaboración propia (2019).

## Guía de entrevista – Experto 2

### Director de Alimentos y Bebidas

Hipótesis	Variables	Indicadores	Resultados
Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el Puerto del Callao – Perú 2019	Circuito turístico	¿Considera usted que son muchos los cruceristas los que desembarcan en el puerto del Callao?	Sí, en barcos pequeños como el Norwegian Sun, que es uno de la flota que llega al Perú, tiene capacidad para 2400 pasajeros y 968 personas en la tripulación en las diferentes áreas.
		¿Cree usted que el tiempo en migraciones y aduanas desaniman a los cruceristas a desembarcar en el puerto del Callao?	Tengo 2 respuestas. Sí, porque el tiempo que se pierde en el desembarque es un aproximado de 2 horas, contando con pocos buses para que nuestros pasajeros salgan a puerto. Y No, porque a pesar del tiempo perdido en todos los trámites, el crucerista está interesado en conocer un país con cultura milenaria que, opta por buscar otras opciones para aprovechar el tiempo que se le da al momento de hacer su tour en el país.
		¿Cree usted que se cuenta con la capacidad de venta de servicios necesarios para atender a la capacidad de turistas que desembarcan en el Puerto del Callao?	Definitivamente no. Las agencias que venden sus tours no tienen la cantidad de buses ni suficientes guías que hablen diferentes idiomas (más que el inglés intermedio) para poder realizar diferentes tours o actividades que se desea. Cruceristas que hablan español, optan por taxis fuera del puerto para agilizar el tiempo que les queda en el puerto.
		¿Cuál es su opinión respecto al nivel de formación del personal que atiende a los cruceristas en el Puerto del Callao?	Necesitan más entrenamiento y capacitación. No tienen el nivel para recibir a tantos cruceristas internacionales.
		¿Considera usted que el Puerto del Callao debería desarrollar una marca que lo identifique con los cruceristas? ¿Cómo cuál?	Sí, durante el traslado y tiempo de espera para traslado, deberían ser aprovechados para mostrar la marca del país. Como crucero, en nuestras conferencias de información dentro del barco, antes de llegar a puerto, usamos mucho la “MARCA PERU”. Una opción que se podría hacer sería un video del Puerto del Callao y sus atractivos para que el crucerista sepa que elegir antes de su llegada. Comida y bailes son famosos, entonces, es un punto aprovechable que no se toma en cuenta.
		¿Considera usted que los guías turísticos que reciben a los cruceristas cuentan con dominio de información de los lugares que visitan y dominio de idiomas?	A ambos no. Las agencias que venden tour solo venden los paquetes, nuestro personal interno del crucero (Shore Excursión) son los que hacen el trabajo de traducción. Contamos con personal que habla diferentes idiomas, para que sea más diverso y entendible el tour que se realiza.
	Estrategias de diversificación	¿Qué idiomas recomendaría usted?	Inglés en un nivel avanzado, el alemán.
		¿Cuál es su opinión con respecto a los restaurantes y la oferta gastronómica recibida?	Muy buen escenario culinario, pero lamentablemente, solo en Lima.
		¿Podría comentarnos cuál es su opinión respecto al transporte utilizado y el tráfico en la ciudad?	Terrible. No se respetan las luces de tránsito, se pudo visualizar que no hay apoyo de las autoridades para la movilización de los buses, autos mal estacionados. Muchos turistas se quejaron de la contaminación de la capital.
		¿Cómo crucerista, que lugares le gustaría visitar a usted?	Miraflores y el Centro Histórico de Lima. Observé fotos y videos en las conferencias de información, tienen hermosos paisajes y mucha historia.

Fuente: Elaboración propia (2019).

### Matriz de triangulación de resultados

Cat.	Indicador	Expertos		Comparación	Resultados
		1	2		
Circuito turístico	¿Considera usted que son muchos los cruceristas los que desembarcan en el puerto del Callao?	Si, se considera que un promedio de 80% de pasajeros desembarcan para hacer turismo en la ciudad y para abordar aerolíneas a diferentes puntos del país.	Sí, en barcos pequeños como el Norwegian Sun, que es uno de la flota que llega al Perú, tiene capacidad para 2400 pasajeros y 968 personas en la tripulación en las diferentes áreas.	Ambos expertos se encuentran de acuerdo.	Es necesaria la infraestructura para la cantidad de cruceristas que arriban al Puerto del Callao.
	¿Cree usted que el tiempo en migraciones y aduanas desaniman a los cruceristas a desembarcar en el puerto del Callao?	Desde hace par de años y actualmente se realizan coordinaciones con las autoridades de migraciones y aduanas para que realicen sus inspecciones y trámites respectivos en la escala de la nave. Sin embargo, cuando esto no sucede, cerca al muelle se encuentran ambas oficinas, el tiempo promedio es de 20 minutos.	Tengo 2 respuestas. Sí, porque el tiempo que se pierde en el desembarque es un aproximado de 2 horas, contando con pocos buses para que nuestros pasajeros salgan a puerto. Y No, porque a pesar del tiempo perdido en todos los trámites, el crucerista está interesado en conocer un país con cultura milenaria que, opta por buscar otras opciones para aprovechar el tiempo que se le da al momento de hacer su tour en el país.	Ambos expertos están parcialmente de acuerdo.	El tiempo de operaciones internas debería reducirse para que el crucerista disfrute de su visita al país sin fomentarle molestias.
	¿Cree usted que se cuenta con la capacidad de venta de servicios necesarios para atender a la capacidad de turistas que desembarcan en el Puerto del Callao?	De hecho, hay sobre oferta, hay una fuerte competencia con gran número de proveedores que cubren la cantidad de pasajeros.	Definitivamente no. Las agencias que venden sus tours no tienen la cantidad de buses ni suficientes guías que hablen diferentes idiomas (más que el inglés intermedio) para poder realizar diferentes tours o actividades que se desea. Cruceristas que hablan español, optan por taxis fuera del puerto para agilizar el tiempo que les queda en el puerto.	Los expertos están en desacuerdo.	El país cuenta con suficiente oferta turística para ofrecer que debería ser coordinado con agencias y el crucero para ofrecer un servicio ordenado, diversificado y de calidad.
	¿Cuál es su opinión respecto al nivel de formación del personal que atiende a los cruceristas en el Puerto del Callao?	Bueno. Casi la totalidad de coordinadores y guías hablan inglés además de otro idioma y para ingresar al puerto se requieren una serie de documentos que filtran malos elementos.	Necesitan más entrenamiento y capacitación. No tienen el nivel para recibir a tantos cruceristas internacionales.	Los expertos están parcialmente de acuerdo.	El personal que brinda el servicio necesita capacitaciones regularmente, especialmente por la capacidad de cruceristas que llegan al país.

	¿Considera usted que el Puerto del Callao debería desarrollar una marca que lo identifique con los cruceristas? ¿Cómo cuál?	En realidad, el negocio de los cruceros es por una pequeña temporada del año, por lo que desarrollar una marca no es por el momento una prioridad. Y esto se observa por el interés que le pone la entidad encargada de los puertos, ya que no se preocupa por implementar un área apropiada para turistas, pues su prioridad es la importación y exportación de productos.	Sí, durante el traslado y tiempo de espera para traslado, deberían ser aprovechados para mostrar la marca del país. Como crucero, en nuestras conferencias de información dentro del barco, antes de llegar a puerto, usamos mucho la "MARCA PERU". Una opción que se podría hacer sería un video del Puerto del Callao y sus atractivos para que el crucerista sepa que elegir antes de su llegada. Comida y bailes son famosos, entonces, es un punto aprovechable que no se toma en cuenta.	Los expertos no están de acuerdo.	Se debe de tener en cuenta y resaltar aún más el hecho de que la Marca Perú es conocida. Si no se implementa una marca del puerto, al menos desarrollar la que se tiene del país o exhibirla en los lugares donde el crucerista visita.
	¿Considera usted que los guías turísticos que reciben a los cruceristas cuentan con dominio de información de los lugares que visitan y dominio de idiomas?	Si, en la mayoría de los casos los turistas son atendidos por agencias que dominan el sector y cuentan con personal capacitado. Sin embargo, siempre existe el mercado negro que capta turistas con una limitada comunicación, pero la policía de turismo hace esfuerzos para erradicar estos hechos.	A ambos no. Las agencias que venden tour solo venden los paquetes, nuestro personal interno del crucero (Shore Excursión) son los que hacen el trabajo de traducción. Contamos con personal que habla diferentes idiomas, para que sea más diverso y entendible el tour que se realiza.	Los expertos se encuentran en desacuerdo.	Agencias de viajes deberían de considerar capacitación para su personal. También reforzar esfuerzos para que el mercado negro no afecte la visita del crucerista durante su estadía.
Estrategias de diversificación	¿Qué idiomas recomendaría usted?	Inglés, francés e italiano.	Inglés en un nivel avanzado, el alemán.	Ambos expertos están parcialmente de acuerdo	El conocimiento de más idiomas ayuda a que la oferta sea diversificada y ayuda a establecer una mejor comunicación.
	¿Cuál es su opinión con respecto a los restaurantes y la oferta gastronómica recibida?	La oferta no es muy amplia; los turistas, en su mayoría, se informan previamente de restaurantes y estos se saturan generando espera y lugares improvisados.	Muy buen escenario culinario, pero lamentablemente, solo en Lima.	Ambos expertos están parcialmente de acuerdo	La oferta gastronómica es amplia. Se debe tener en cuenta la información de restaurantes cercanos y con gran capacidad para que los cruceristas puedan degustar de la misma sin ningún problema.

	<p>¿Podría comentarnos cuál es su opinión respecto al transporte utilizado y el tráfico en la ciudad?</p>	<p>Los pasajeros son recogidos desde el muelle y trasladados en buses privados de agencias de viaje o proveídos por la agencia marítima fuera del área del Callao (shuttle bus). Servicios particulares están prohibidos de ingresar al terminal. Por medida de seguridad se les recomienda a los pasajeros a no abordar servicios privados en los alrededores del puerto por lo que los pasajeros optan por el servicio de shuttle bus.</p> <p>El tráfico deja mucho que desear, empezando por la salida del puerto que es considerada zona roja y las vías de acceso son solo 2 (la av. marina y costa verde) ambas muy congestionadas.</p>	<p>Terrible. No se respetan las luces de tránsito, se pudo visualizar que no hay apoyo de las autoridades para la movilización de los buses, autos mal estacionados. Muchos turistas se quejaron de la contaminación de la capital.</p>	<p>Ambos expertos están de acuerdo.</p>	<p>La coordinación de entidades públicas y privadas deberían coordinar para ayudar a que la movilización de los pasajeros sea rápida y sin problemas. Se debe considerar el tiempo que toma salir y entrar al puerto. Implementar policías de tránsito y semáforos ayudaría mucho, tanto al crucerista como a las empresas involucradas.</p>
--	---	---	---	---	--

**Fuente: Elaboración propia (2019)**

## 4.2. Discusión de la investigación

Para la validación de la tesis se utilizaron dos técnicas: El coeficiente Alfa de Cronbach y el juicio de expertos.

El coeficiente Alfa de Cronbach se utilizó para la validación interna de los cuestionarios dando como resultado el 69.5% en los resultados a los pasajeros de cruceros encuestados.

La validación externa se ha realizado mediante el juicio de expertos, tal cual se muestra a continuación:

**Tabla 18: Validación por juicio de expertos**

Nombre de los expertos	Grado académico	Lugar donde laboran	Porcentaje de validez
Bárbara Isabel, Ponce Ponce	Maestra en Administración de Negocios (MBA)	USMP	100%
Alexander Henry, Rodríguez Pérez	Maestro en Administración de Negocios (MBA) Maestro en Marketing Turístico y Hotelero.	USMP	100%

Fuente: Elaboración propia (2019).

En la Tabla N° 18, se muestra el porcentaje de validez que es de 100% de promedio, lo que certificar el uso de los instrumentos.

La información adquirida en el análisis descriptivo de las encuestas y las entrevistas, muestran lo siguiente:

Con relación a la **dimensión circuito turístico** los resultados muestran que el 52.7% de los encuestados están de acuerdo en que Lima cuenta con suficientes atractivos turísticos para ser trabajados y que deberían tomarse en cuenta para realizar diversificación de los paquetes turísticos ofrecidos. Los resultados contrastan con el autor Castillo, C. (2017) quien menciona que la realización de un buen circuito turístico puede mejorar el desarrollo de la ciudad, generando puestos de trabajo y mejorará la economía del lugar. Según los expertos, consideran que el país cuenta con suficiente oferta turística para ofrecer, y, se debe coordinar con las agencias y el crucero para ofrecer un buen servicio a los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao.

Con relación a la **dimensión atractivo turístico** los resultados muestran que el 38.8% de los encuestados consideran volver al país para visitar diferentes atractivos del país debido a su cultura milenaria, incluso consideran realizar otros tipos de turismo para conocer a fondo la cultura e historia del país. Los resultados contrastan con el autor Gordon, R. (2016) quien considera que al poseer potencial de nuestros atractivos turísticos se puede realizar diferentes tipos de turismo a tomar en cuenta y que pueden ser aprovechados por las empresas que brindan servicios de turismo. Según los expertos, consideran que el crucerista está muy interesado en conocer un país con cultura milenaria y busca opciones que se adecue con sus tiempos y gustos, para realizar y terminar su recorrido por el país.



Con relación a la **dimensión guía turístico**, los resultados muestran que el 58.3% de los encuestados consideran que el guía turístico debe estar capacitado para brindar información de calidad a los turistas, considerando una amplia diversidad de conocimiento de los lugares donde se realiza el tour. Los resultados contrastan con los autores De Souza, J, Shiki, S. y Pereira, P. (2015), quienes consideran que el guía turístico debe tener conocimiento amplio de los atractivos turísticos. Según los expertos, ambos están de acuerdo y consideran que los guías turísticos deben ampliar el desarrollo de información de los lugares turísticos y que debe ser actualizada por las empresas públicas y privadas asociadas a este tipo de trabajo.

Con relación a la **dimensión infraestructura**, los resultados muestran que el 25.7% de los encuestados consideran que la infraestructura del lugar es importante para la realización del recorrido y para recibir a la gran cantidad de cruceristas que llegan al país. Los resultados contrastan con el autor Bojanic, B. (2016) pues considera que la infraestructura del lugar es necesaria para la recepción del turismo de crucero y que, al estar en condiciones aceptables, estas pueden llegar a generar la superación de expectativas y satisfacción del turista. Según los expertos, ambos están de acuerdo con que lo antes mencionado, y que, además, se debe de tomar en cuenta el tiempo de operaciones que se realiza cuando los pasajeros desembarcan del barco.

Respecto a la prueba de hipótesis, se aceptaron todas las hipótesis ya que el sigma bilateral en todos los casos fueron menor al 0.05% del alfa de significancia. Por lo tanto, la hipótesis general y sus específicas fueron

aceptadas. Sin embargo, la hipótesis específica 1 y 3, mostraron una correlación baja.

Finalmente, una de las limitaciones encontradas en el estudio fue que, al momento de realizar las encuestas, se tuvo que elaborar un cuestionario en inglés, ya que algunos cruceristas no dominan el castellano. Asimismo, las personas que están en el extranjero muchas veces no disponían de tiempo para llenar las encuestas o simplemente no estaban interesadas en realizarlas.

Por otro lado, otra limitación fue que, las personas que se encontraban a bordo de los cruceros afirmaron que el costo del internet es alto y el tiempo es limitado. Asimismo, muchos de ellos, optaban por desembarcar en Chile y tomar tours directos al Cusco, antes que considerar conocer la ciudad de Lima a través del desembarque en el puerto del Callao.

Finalmente se puede concluir que la definición de los autores en mención está de acuerdo con los resultados adquiridos por las encuestas realizadas a los pasajeros de cruceros. Dichos autores resaltan que, para poder realizar un circuito turístico, se deben considerar aspectos básicos como el lugar donde se realizará el recorrido, tiempos, costos, infraestructura, etc. Aguilera, T. (2015), Wallingre, N y Toyos, M. (2010), Godinez, R. y Calderón A. (2009), concluyen que para la elaboración de un circuito turístico se deben considerar los aspectos mencionados anteriormente, ya que ello es parte primordial para que se cumplan con los objetivos de los medios que brindan este tipo de servicios. Según los resultados de las encuestas a los pasajeros de cruceros, confirma lo

que los autores mencionan, ya que ellos también están de acuerdo con que la organización, la infraestructura, el acceso, los tiempos y los costos, son primordiales para la elección del lugar a visitar.

Según la variable de estrategias de diversificación, Guerras y Navas (2015), las considera como acciones tomadas por las empresas para su crecimiento económico y su expansión en el mercado. Estas estrategias se consideran al momento de crear diversificación de oferta a los turistas, y ellos, al mismo tiempo, consideran que, a mayor diversificación, mayores son las opciones que se les brinda al momento de comprar un tour por la ciudad.

## **CAPITULO V: PROPUESTA**

### **5.1. Diagnostico situacional**

Según la OMT (2017) el turismo, ha tenido un gran crecimiento y diversificación dentro del ámbito económico y social. Su incremento entre el 2016 y 2017 se elevó en un 7% (US\$1.340.000 millones).

En cuanto al turismo de cruceros, se destaca que es la actividad turística con mayor crecimiento en todo el mundo debido a la diversidad de servicios que ofrece. En el 2016, este tipo de turismo captó a 24 millones de personas según la Cruise Lines International Association.

En la figura N° 1 se puede observar que continente recibe la mayor cantidad de turismo de cruceros en el mundo, del cual podemos resaltar que Sudamérica, ha captado solo un 3% en el año 2016, según lo muestra la Autoridad Portuaria Nacional.

En abril del 2019, la Asociación Internacional de líneas de cruceros (CLIA – Cruise Lines International Association), señala que el turismo de cruceros en

Sudamérica ha incrementado a 3.3% con respecto a los otros tipos de turismo que se realizan.

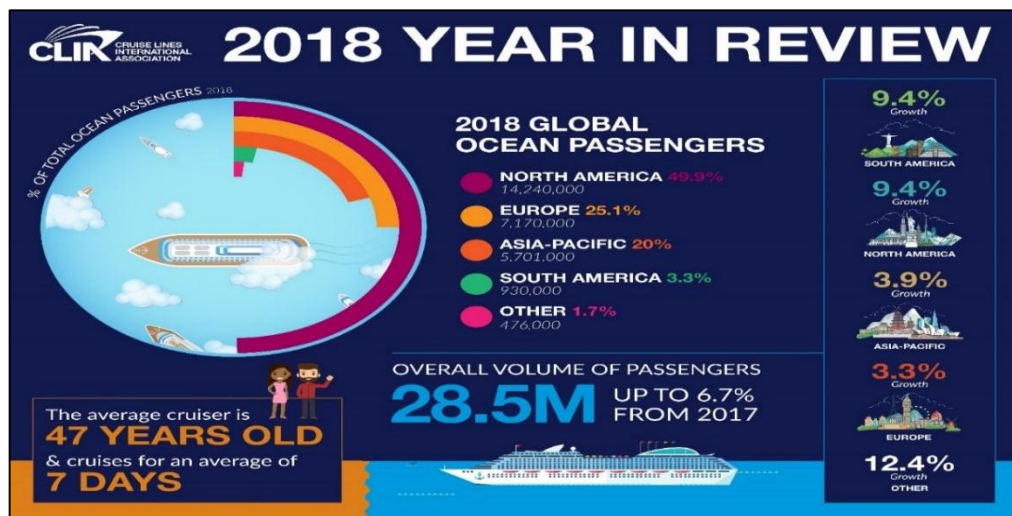


Figura 1: Información de pasajeros que realizan turismo en cruceros - 2019

Fuente: Cruise Lines International Association (2019).

Según la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR 2019), resalta que, en Latinoamérica, quien encabeza el puesto de arribo de cruceros para turismo, es Buenos Aires en Argentina y Callao (Perú); se encuentra en el penúltimo puesto de este ranking, siendo el último el puerto de Malta, en Ecuador.



Figura 2: Turismo de cruceros en el mundo

Fuente: Autoridad Portuaria Nacional (2017).

Perú, se encuentra ubicado al Oeste de América del Sur, alberga una sección de la selva amazónica y Machu Picchu, una antigua ciudad inca en lo alto de las montañas de los Andes. En la árida costa del Pacífico de Perú se encuentra Lima, la capital, con un centro colonial preservado e importantes colecciones de arte precolombino.

Geográficamente hablando, algo que se puede destacar del Perú, es que se puede resaltar su ubicación geográfica y su cultura milenaria reconocida alrededor del mundo, al igual que la internacionalmente conocida y admirada: Gastronomía Peruana. Se encuentra justo en el medio de América del Sur, con una amplia vista al Océano Pacífico y al pulmón del mundo: El Amazonas.

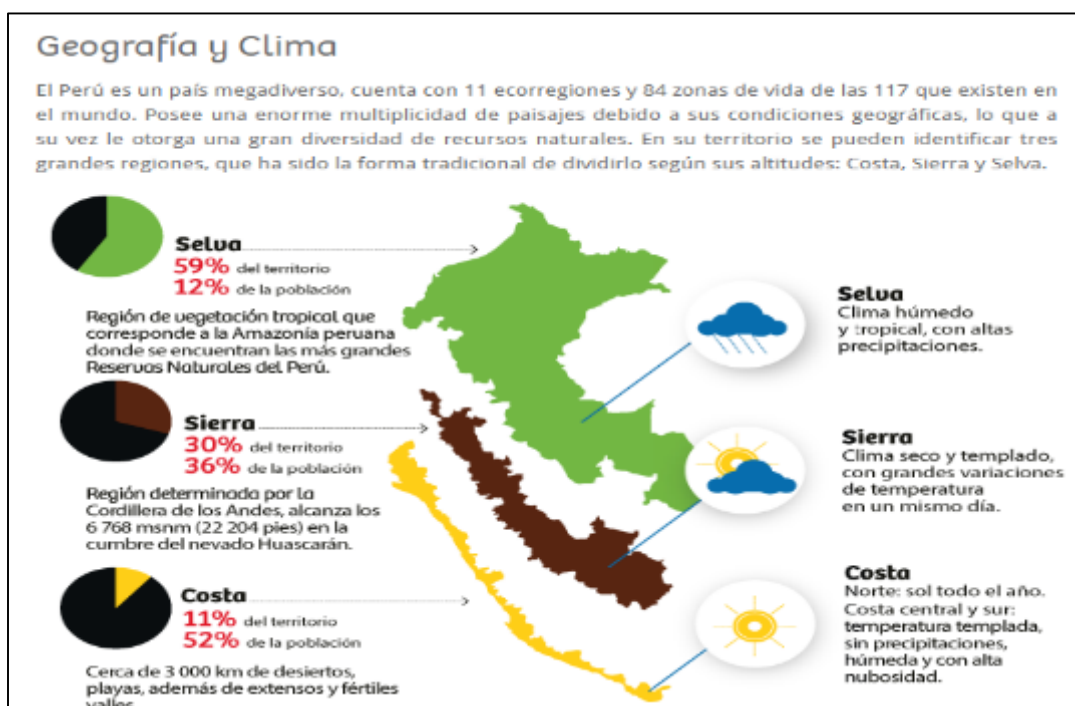


Figura 3: Mapa del Perú

Fuente: Peru Exception (2016).

El puerto del Callao se encuentra ubicado en la provincia Constitucional del Callao. Este puerto se ha ido convirtiendo no solo en puente de las actividades comerciales, sino, que también ha ido variando hasta llegar a ser puente de percepción de turistas nacionales e internacionales.

El Puerto del Callao es considerado el más importante del Pacífico sudamericano. Cuenta con dos grandes zonas de atraque: el Muelle Norte (concesionado a la empresa danesa APM Terminals), y el Muelle Sur (concesionado a la emiratí Dubai Ports World). Además, posee un moderno muelle minero.

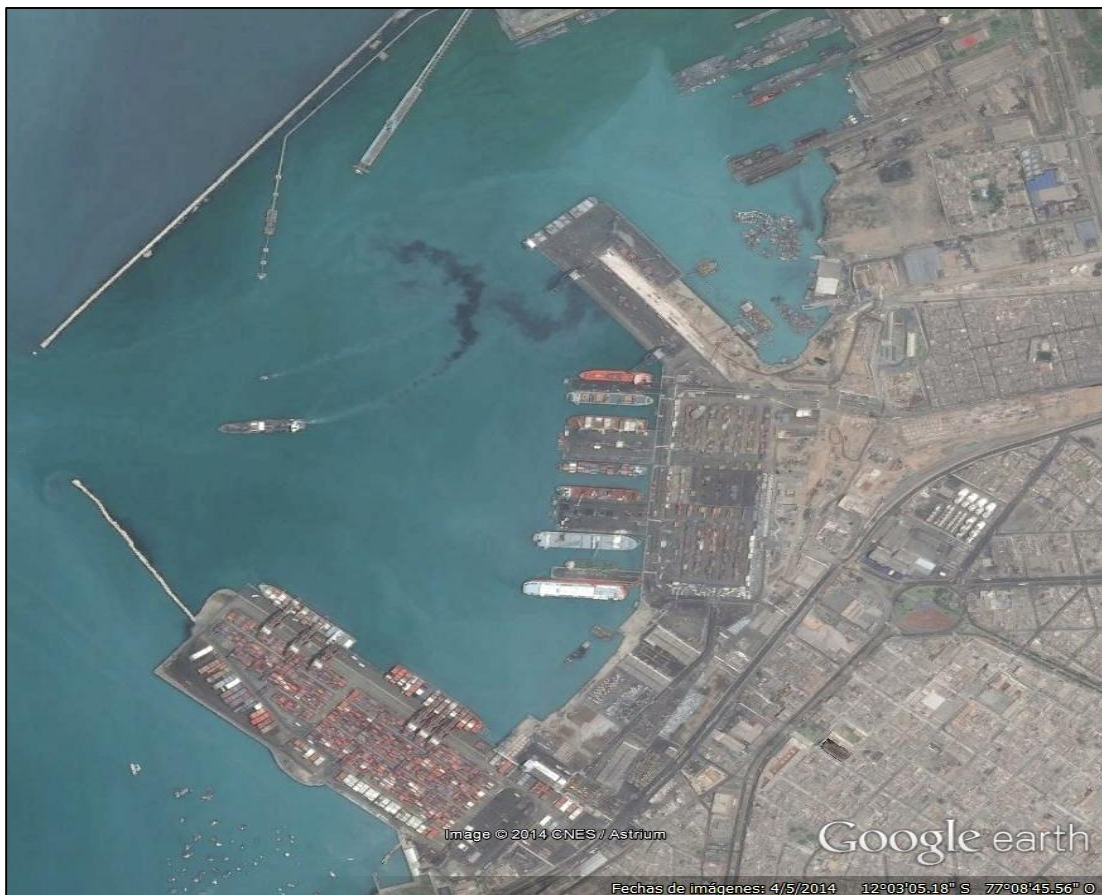


Figura 4: Puerto del Callao

Fuente: Google Eart (2014).

De acuerdo con la información facilitada por CANATUR (2019) los principales destinos que visitan los cruceristas son Lima, Cusco, Paracas, Nazca y Trujillo. Además, señala que los servicios que consumen son tours de mediodía, tours de un día y tours de máximo tres días, los mismos que son coordinados previamente con las agencias de viajes locales.

Condor Travel es una de las agencias de viajes, que ofrece paquetes turísticos, la misma que también puede ser prestadora del servicio de buses. Con respecto a los tours que ofrece, resaltan los de medio día bajo el nombre de “Lima Colonial y moderna”, donde se hace la visita de la parte moderna y colonial de la capital. Miraflores, San Isidro y/o el Centro Histórico de Lima, son parte de este recorrido.

Otras opciones que son presentadas por la misma agencia (para los cruceros que hacen overnight o se quedan en el puerto una noche) se ofrecen un paquete turístico familiar. Esta opción también muestra en su primer día a Lima, comenzando por el Centro Histórico, conocida como “La Ciudad de los Reyes”, dirigiéndose a la Lima moderna en el distrito de San Isidro y Miraflores, pasando por el “Parque del Amor” y como última parada: Museo Larco. Para la noche se le ofrece cena de la mejor comida peruana y un show artístico, con música folclórica y baile. Al día siguiente, se pueden hacer compras de artesanías y souvenirs.

Para la opción de paquete turístico de un día en la capital, dependiendo el tiempo de estadía del crucerista en Lima (se toma en cuenta el tiempo que le toma



salir y volver del puerto del Callao, pues el recorrido puede variar), se puede ofrecer el mismo tour de "Lima Colonial y moderna".

Algunos de los tours que se ofrecen también a los cruceristas, es el de la gastronomía, mostrando la comida típica del país y donde también pueden aprender a cocinarlo.

Existen paquetes turísticos que se ofrecen a los cruceristas que deseen conocer la ciudad del Cusco, saliendo del puerto del Callao, en Lima. Aquí es donde se emplea el uso exclusivo de los buses de agencias de viaje para trasladar al crucerista hasta el aeropuerto. Este tipo de paquete es coordinado exclusivamente con el crucero, ya que éste, seguirá su ruta según el itinerario del barco. Este paquete turístico es de 4 días/3 noches, haciendo el traslado de los pasajeros desde el puerto del Callao al aeropuerto. Al llegar a Cusco, se hace la visita al Centro Histórico y alrededores para la aclimatación.

Al siguiente día se dirigen a Cusco, visitando Machu Picchu. Al retorno, se tomará el tren Inca Rail en Ollantaytambo y la cena se servirá bordo. En el último día se hará la visita de la Fortaleza de Sacsayhuamán, visita a centros textiles y se podrán ver diferentes especies de camélidos. Se pernocta y a la última mañana en Cusco, se dirigen al aeropuerto con dirección a Lima, luego a Tacna y al llegar se hace el traslado al puerto de Arica, en Chile, para encontrarse otra vez con el crucero.

## **5.2. Análisis de la oferta turística**

El presente trabajo de investigación detallará la propuesta de la oferta turística que posee el turismo de cruceros que arriba al Puerto del Callao, Perú.

Con respecto a las agencias externas, que no son parte de la tripulación que realiza las excursiones dentro del barco, son mencionadas en el Portal del turismo (2019) a Lima Tours y Condor Travel.

Condor Travel y Lima Tours, ofrecen paquetes turísticos a los cruceristas que arriban en el Puerto del Callao, que van a ser organizados a la par con el crucero y que también depende mucho del tiempo que le tome al crucerista salir del barco (pasar migraciones, aduanas, revisiones portuarias, etc.). También existe la opción que las agencias de viaje u otras entidades, alquilen los buses para el uso exclusivo del traslado de los pasajeros a su tour.

Como primera opción, ofrecen paquetes de medio día, adecuándose en un tiempo aprox. en la que el pasajero sale del puerto. La siguiente opción es un día entero, siguiendo con el de 2 días/1 noche (en caso el crucero haga el overnight) y otras, en coordinación con la misma área interna del barco (Shore Excursion o ShorEx) se realicen itinerarios de traslados al aeropuerto para realizar tours a Cusco y el encuentro final del crucerista con el barco, sea en el puerto de la siguiente del país a visitar (según itinerario del barco). Existen diferentes opciones que se realizan en conjunto con el personal del crucero, tanto en Lima, el puerto de Salaverry en Trujillo, o Pisco, en Ica.

❖ **Paquete turístico: Lima Colonial y contemporánea (Tour de mediodía y/o un día)**

El recorrido comienza con una visita al centro histórico de Lima, también conocida como “la Ciudad de los Reyes”. Las paradas incluyen la Plaza de Armas de Lima, sobre la cual se encuentra el Palacio de Gobierno, la Catedral, el Palacio Arzobispal y el Ayuntamiento.

El siguiente en el itinerario es una visita al Convento de Santo Domingo. Una vez terminado allí, se dirige al moderno distrito de San Isidro, donde en el itinerario hay un recorrido por Huaca Huallamarca, una pirámide de adobe preincaica; luego, se dirigirá a Miraflores, un distrito lleno de atracciones turísticas, y se detendrá en el “Parque del Amor” (una especie de calle para amantes) y su increíble vista del Océano Pacífico.

❖ **Paquete turístico: Overnight en Lima**

Su recorrido peruano comienza con un viaje al centro de Lima, también conocida como la “Ciudad de los Reyes” y Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. La plaza principal es una vista impresionante con increíbles edificios que la recubren. Posteriormente, se toma un corto paseo del Convento de Santo Domingo, donde se encuentran las tumbas de dos de los santos patronos de la ciudad: Rosa de Lima y San Martín de Porres.

Lo siguiente en la agenda son los sectores modernos de la ciudad: el exclusivo distrito y centro financiero de San Isidro y Miraflores, con un tiempo en el “Parque del Amor” y una hermosa vista del Océano Pacífico. La última parada es el Museo Larco, una colección privada de más de 3000 años de historia precolombina. La cena de esa noche incluye la mejor comida peruana además de un maravilloso espectáculo de música folclórica y baile.

Al día siguiente se puede hacer el recorrido de los alrededores de Miraflores y Barranco, y comprar artesanías, disfrutar de gastronomía y shows al aire libre.

NOTA: Existen varios cruceristas que toman la opción de un paquete turístico realizado por el mismo crucero, en la que ofrecen viajar a Cusco, desde Lima, y que, al volver, se encuentren en el siguiente puerto según itinerario del barco.

La siguiente opción es comprar el paquete turístico al mismo departamento de Shore Excursion del barco. Sus opciones son diversas:

- ❖ **Tesoros de Lima Colonial** *Duración: 6 horas / Tipo: Gastronómico, tour por la ciudad y panorámico.*

Descubre los tesoros escondidos de Lima y disfruta de especialidades de cocina peruana en una de las mansiones coloniales más bellas del centro de la ciudad. Conduzca hasta el distrito histórico del Rímac, donde verá los hermosos edificios coloniales del Paseo de Aguas y la Alameda de los Descalzos.

Dirígete al centro para visitar el Templo Jesuita de San Pedro, una joya del barroco peruano. Conduzca a la Universidad de San Marcos, fundada en 1551 y la primera universidad de América del Sur. Durante la visita, aprenderá sobre su fascinante historia.

Proceda a Casa Aliaga, la mansión colonial mejor conservada de Estados Unidos que ha sido ocupada por la misma familia desde 1535. La tierra fue entregada al Capitán de Aliaga por el propio Pizarro, aquí construyó la casa ancestral que ha sido el hogar de aproximadamente diecisiete generaciones. El valor artístico e histórico de la mansión no tiene precio, como verá mientras visita sus espaciosas y bellamente decoradas habitaciones. Un almuerzo gourmet típico peruano complementa su visita.

❖ **PERUVIAN GEMS – LARCO & GOLD MUSEUMS (Gemas peruanas – Larco y Museo de Oro)** *Duración: 5 horas / Tipo: Tour por la ciudad y panorámico.*

Visita a dos de los museos más destacados de Lima, que permitirán conocer algunas de estas culturas. Se muestran los distritos residenciales de Lima para visitar el famoso Museo del Oro, que contiene una deslumbrante colección de joyas de oro y objetos ceremoniales preincaicos e incas, entre ellas, la muy interesante máscara de oro de la cultura Lambayeque.

El museo también alberga una amplia exposición de armas y uniformes del ejército, con unas 10.000 armas de los siglos XV y XVI. Visita al Museo Rafael Larco Herrera, ubicado en una mansión colonial del siglo XVIII.

❖ **Museo Larco y sabores peruanos** *Duración: 3.1/2 horas / Tipo: Degustación de comidas y vinos locales*

Conéctese con el fascinante pasado de Perú en el Museo Larco Herrera, la colección privada de Rafael Larco Hoyle, pionero de la arqueología e investigación peruana. Este espacio estimulante e inspirador incluye más de 5,000 años de historia precolombina peruana en sus diferentes salas de exhibición. Contiene hermosos ejemplos de trabajo textil, uno de los cuales tiene un récord mundial de 398 hilos por pulgada, así como las herramientas que los antiguos peruanos usaban para producir metales, cerámicas y piezas de oro y plata con piedras semipreciosas.

### **5.3. Análisis de la demanda turística**

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los pasajeros de cruceros que arriban al Puerto del Callao, en Lima, Perú, se considera que la mayoría de los cruceristas que arriban al puerto del Callao son de origen sudamericano, seguidos de los norteamericanos, asiáticos y centroamericano y europeos.

Al enfocarse en Sudamérica, se puede considerar que, de forma internacional, Sudamérica capta el 3% de turismo de cruceros (Portal del turismo 2019).

De ese porcentaje, las nacionalidades que visitan esta parte del mundo son en su mayoría, de Argentina, según la Cámara de Comercio del Perú (2019), y verificando a estos datos, se validan los resultados con las encuestas realizadas, donde afirma dicha información.

En el informe de la Crew Center, estación de información de cruceros, emitida en el 2018. Se brinda la información de las líneas de cruceros que llegan al puerto, con horarios de llegada y salida. Esta información se basa en los horarios proporcionados por las líneas de cruceros, que también pueden estar sujeta a cambios por parte de los operadores de cruceros.

Se han utilizado los itinerarios de las siguientes líneas de cruceros: Azamara Club Cruises, Celebrity Cruises, Royal Caribbean, Norwegian Cruise Lines, Holland America Line, Regent Seven Seas, Thomson, TUI, P&O, Aida Cruises, Costa Cruises, Princess Cruises, Cunard, Carnival Cruise Lines, Pullmantur, Crystal Cruises, Disney Cruise Line y Fred Olsen Cruise Lines.

Port	Date	Cruise Ship	Cruise Line	Arrival – Depart
Callao, Lima	14-Jan-2018	ms Prinsendam	HAL	10:00 - 18:00
Callao, Lima	15-Jan-2018	Oceania Marina	Oceania Cruises	n/a
Callao, Lima	15-Jan-2018	Silver Muse	Silversea	08:00 - 21:00
Callao, Lima	16-Jan-2018	Oceania Marina	Oceania Cruises	n/a
Callao, Lima	22-Jan-2018	Seven Seas Mariner	Regent	10:00 - 18:00
Callao, Lima	29-Jan-2018	Black Watch	Fred. Olsenn	n/a
Callao, Lima	30-Jan-2018	Black Watch	Fred. Olsenn	n/a
Callao, Lima	10-Feb-2018	P&O Aurora	P&O Cruises	n/a
Callao, Lima	21-Feb-2018	Albatros	Phoenix Reisen	n/a
Callao, Lima	22-Feb-2018	Norwegian Sun	NCL	07:00 - 18:00
Callao, Lima	22-Feb-2018	Albatros	Phoenix Reisen	n/a
Callao, Lima	26-Feb-2018	Queen Victoria	Cunard Line	n/a
Callao, Lima	27-Feb-2018	Oceania Sirena	Oceania Cruises	n/a
Callao, Lima	9-Mar-2018	Island Princess	Princess Cruises	07:00 - 18:00
Callao, Lima	19-Mar-2018	Emerald Princess	Princess Cruises	05:00 - 22:00
Callao, Lima	22-Mar-2018	ms Zaandam	HAL	08:00 - 16:00
Callao, Lima	22-Mar-2018	Silver Explorer	Silversea	n/a
Callao, Lima	24-Mar-2018	Celebrity Infinity	Celebrity Cruises	08:00 - 17:00
Callao, Lima	12-Apr-2018	Crystal Symphony	Crystal Cruises	07:00 - 15:00
Callao, Lima	28-Aug-2018	Sea Princess	Princess Cruises	12:00 - 18:00
Callao, Lima	13-Oct-2018	ms Zaandam	HAL	09:00
Callao, Lima	27-Oct-2018	Silver Cloud	Silversea	n/a
Callao, Lima	19-Nov-2018	Seabourn Quest	Seabourn Cruises	08:00
Callao, Lima	14-Dec-2018	Emerald Princess	Princess Cruises	07:00
Callao, Lima	17-Dec-2018	Norwegian Sun	NCL	09:00 - 19:00

Figura N° 5: Callao (Lima), Peru Cruise Ship Schedule 2018

Fuente: Crew center (2018).

Por su parte, la Autoridad Portuaria Nacional (APN) brinda información sobre las naves de cruceros que arriban en el Puerto entre el 2010 y 2016.



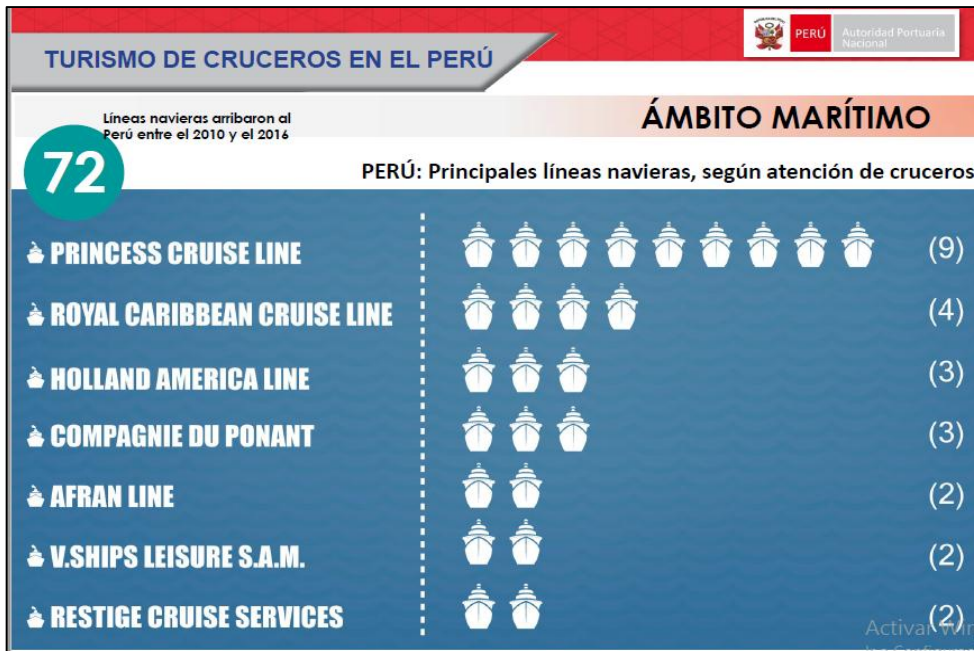


Figura 6: Principales Líneas navieras, según atención de cruceros

Fuente: Autoridad Portuaria Nacional (2016).

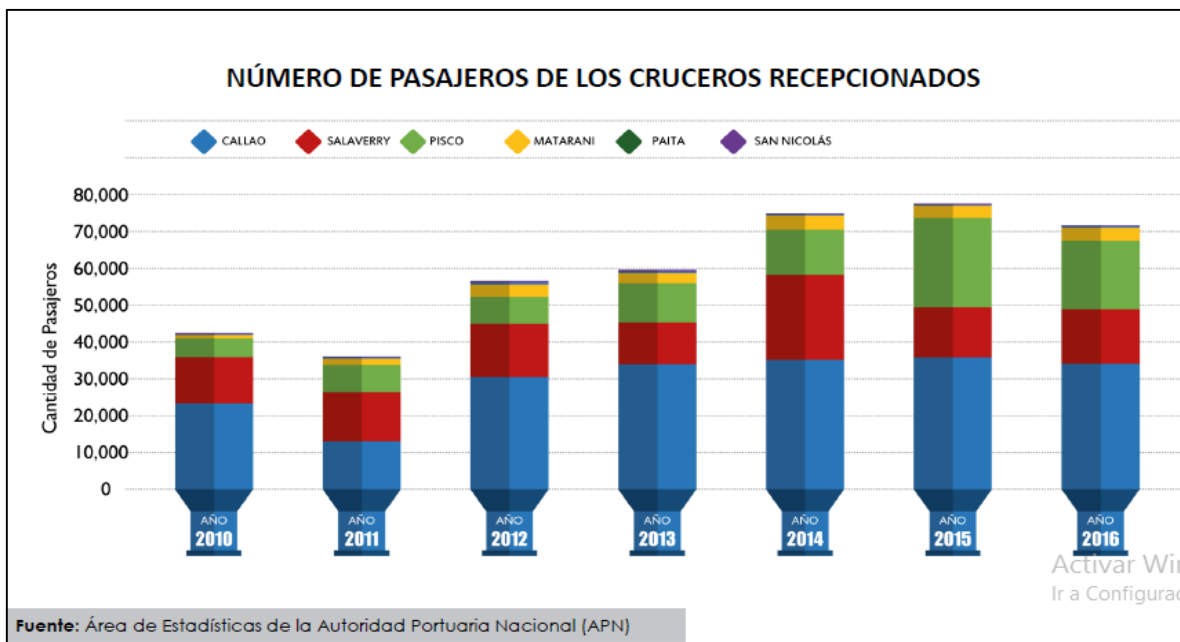


Figura 4: Número de pasajeros de los cruceros recepcionados

Fuente: Autoridad Portuaria Nacional (2017).

## 5.4. Análisis FODA

### Circuitos turísticos para cruceristas que se ofrecen en Lima

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El país es rico en recursos naturales y patrimonio histórico, geografía y cultura milenaria.</li> <li>• Perú está situado en el medio de América del Sur y cuenta con una excelente vista al Océano Pacífico.</li> <li>• La provincia constitucional del Callao cuenta con centros culturales en todos sus distritos.</li> <li>• La ubicación geográfica del puerto del Callao es vía para el comercio de exportaciones e importaciones con Latinoamérica y países asiáticos.</li> <li>• Inversión privada para mejorar el Muelle Sur.</li> <li>• Existe gran gama de oferta de cruceros marítimos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados por desarrollar como el turismo y la gastronomía.</li> <li>• Promoción del turismo mediante el programa público PROMPYMES.</li> <li>• Interés de instituciones nacionales e internacionales para desarrollar actividades de inversión en el aspecto turístico en el lugar.</li> <li>• Turismo gastronómico que va en aumento generando nueva oferta.</li> <li>• Aumento de la demanda de los paquetes todo incluido para vacaciones familiares, grupos de amigos, bodas, lunas de miel, etc.</li> <li>• Incremento del comercio internacional en el área.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo nivel de infraestructura y desarrollo de estas.</li> <li>• Personal involucrado insuficiente y desactualizado.</li> <li>• Informalidad en el aspecto económico</li> <li>• Falta de infraestructura del terminal portuario y aeroportuario.</li> <li>• Falta de rentabilidad del puerto por los altos costos en los servicios de embarque y desembarque.</li> <li>• Poca importancia para el desarrollo de la artesanía, el producto turístico y hotelero.</li> <li>• Escaso desarrollo del producto turístico y de las empresas prestadoras del servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente amenaza de inseguridad ciudadana.</li> <li>• Falta de cuidado de las zonas arqueológicas, patrimoniales y naturales.</li> <li>• Señalización, transporte y falta de organización vial en las zonas aledañas al puerto.</li> <li>• Cultura ambiental del distrito en deficiencia que provoca contaminación visual.</li> <li>• Alto grado de delincuencia, inseguridad ciudadana, drogadicción, prostitución, etc. en la zona.</li> <li>• Enfermedades epidémicas que pueden ingresar por el puerto o aeropuerto.</li> <li>• Población que es expuesta a la contaminación del plomo y otras sustancias debido a la cercanía del puerto.</li> <li>• Debido a la contaminación del aire, agua y suelo, existe el grado de la contaminación de los paisajes naturales.</li> <li>• Especies en peligro de conservación debido a que su hábitat natural se encuentra en deterioro o amenaza.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia (2019).

## 5.5. Estrategias

Lo que se propone en esta investigación, es una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban al Puerto del Callao. Esta estrategia brinda la información para que las agencias de viajes, empresas privadas y el mismo Puerto del Callao, tomen en cuenta para el correcto funcionamiento al recibir a los cruceristas en su llegada al país.

Una de las propuestas es de crear opciones de circuito turístico con diferentes temáticas, para que el crucerista tenga opciones de conocer el país de una manera más diversificada.

Según las encuestas realizadas a 379 personas que llegaron al puerto del Callao mediante un turismo de cruceros, se puede observar que muchas de ellas optan por regresar al país para conocer diferentes lugares e incluso hacer un tipo de turismo diferente a la ya realizada.

Considerando los resultados de las encuestas realizadas, los cruceristas mostraron interés por visitar Islas Palomino y la Fortaleza Real Felipe. Ambas opciones de encuentran cerca al lugar de desembarque por lo que se podrían incluir en una propuesta de circuito turístico.

Una de las ofertas que comúnmente se brinda al crucerista es un Full day o tour de mediodía para conocer Lima Colonial, Miraflores y su increíble vista al Pacífico.

Otra opción de circuito turístico que buscan los cruceristas es de optar por tour gastronómicos, debido a la fama de la gastronomía peruana en el mundo.

Se debe considerar la participación de todos los medios involucrados que reciben a esta cantidad de turistas que arriban al puerto del Callao, también de los agentes que brindan sus servicios procurando brindar capacitaciones permanentes a su personal, contar con guías turísticos capacitados en cuanto a información actualizada de los lugares turísticos, dominio de idiomas, mantenimiento de los buses que se usan para el traslado de los turistas, así como contar con la presencia de las entidades como la Policía Nacional del Perú, Policía de Tránsito, personal capacitado de Aduanas, Migraciones, etc.

Finalmente, una estrategia de diversificación relacionada es la que se podría utilizar, ya que con ella se busca estar en relación con otras empresas que están enfocados en un mismo objetivo. Es así que se propone que los cruceros que lleguen al puerto del Callao, las agencias de viajes y las entidades públicas como migraciones, aduanas y policía podrían trabajar de la mano para poder brindar un mejor servicio y brindar nuevas ofertas turísticas para los cruceristas.

## **5.6. Propuesta de circuito turístico**

Para poder realizar esta propuesta de diversificación, se basaron en las preferencias que tiene el pasajero de crucero según la entrevista.

- **Opción N° 1: Islas Palomino**

El circuito inicia visitando la Bahía del Callao el Balneario de la Punta, luego se trasladan al Camotal, parte del Callao, sumergida en 1746. Se dirigen a la Isla San Lorenzo y luego a la Isla El Frontón, que es la antigua isla prisión. Islas Cabinzas, una de las islas guaneras más importantes de la zona y se termina con Islas Palomino, lugar de gran cantidad de lobos marinos y aves guaneras. En el mismo lugar se dará un tiempo para nadar con los lobos marinos que es entre 30 a 40 min. Aproximadamente. Se hace traslado de las Islas Palomino hacia el Callao.

- **Opción N° 2: Fortaleza Real Felipe**

Se realiza el recojo del puerto del Callao hacia la Fortaleza del Real Felipe, obra muy famosa de la época virreinal, construida por los españoles para defenderse de los piratas y que ahora abarca la sede del Museo del Ejército del Perú. Se hace las visitas al parque la artillería (patios con cañones de artillería), luego el patio de los vehículos blindados, donde hay una exposición de tanques de guerra. Se dirigen a la Casa del Gobernador, la Casa de la Respuesta, visita al monumento al soldado desconocido, que rinde honor a los militares caídos. Seguimos con el Torreón de la Reina (que solo puede ser visto desde fuera) terminando con el Torreón del Rey, que da la impresión de un laberinto.

- **Opción N° 3: Tour gastronómico**

Se hace el recojo del puerto del Callao, con una explicación sobre la gastronomía peruana conocida ya mundialmente, fusión única de sabores de

diferentes regiones. Se hace la visita al mercado Minka que posee gran selección de productos del país, que llegan diariamente de todos los rincones del país. Se dirigen hacia el Bar Queirolo, ubicado en el Centro Histórico de Lima. Este bar es uno de los más antiguos que se puede encontrar, creado en 1920, donde puede disfrutar de un delicioso Pisco Sour y una deliciosa merienda. Al terminar, se hace una clase demostración de la cocina peruana, donde todos participan a aprender a cocinar comida peruana y a deleitarse de frutos seleccionados. Al terminar, se realiza el traslado al puerto.

- **Opción N° 4: Museo Larco**

Se realiza el recojo del puerto con dirección al Museo Larco Herrera. Al ingresar se observa la gran colección privada de Rafael Larco Hoyle, pionero de la arqueología e investigación peruana. Contiene diferentes salas de exhibición, ejemplos de trabajo textil, exhibición de las herramientas que los antiguos peruanos utilizaban para producir metales, cerámicas y piezas de oro y plata con piedras semipreciosas. También se visita las galerías de colección de cerámica erótica que expresa los rituales y la relación íntima que estas sociedades tenían con la naturaleza. Al final del recorrido, se puede degustar un pisco sour tradicional acompañado de aperitivos típicos. También se les brindará tiempo libre para comprar en la tienda del museo. Al finalizar, se realiza el retorno al puerto del Callao.

- **Opción N° 5: Templos – Huaca Pucllana/ Pachamac**

Se hace el traslado del puerto hacia la Huaca Pucllana, sitio arqueológico que se encuentra ubicada en uno de los barrios más exclusivos de la ciudad. En este

lugar se pueden explorar los edificios de la Huaca que pertenecieron a una civilización Antigua entre los Siglos V y VIII a.C. Luego de ellos se dirigen al Centro de peregrinación de Pachacamác, construcción muy bien conservada desde épocas incaicas. Aquí se muestra el show del caballo de paso peruano, exhibiciones de estos animales, a la vez disfrutando del almuerzo. Se participa del show folclórico acompañado de la preparación antigua de la Pachamanca. Al terminar, se hace el traslado de retorno al puerto.

- **Opción N° 6: Lima y sus mercados locales**

Se realiza el traslado del puerto hacia los mercados locales de artesanía, se le brinda tiempo libre para hacer compras de la multidiversidad de productos que llegan al mercado desde diferentes zonas del Perú. También disfrutará de un recorrido panorámico por el centro histórico de Lima. Paseando por los monumentos coloniales de Lima, verá la Plaza Mayor, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, la Catedral de Lima, el Palacio de Gobierno (donde se presenciara el cambio de mando de los soldados) y el Ayuntamiento. Se hace la visita al convento de San Francisco, donde se hará la visita a las famosas catacumbas, bóvedas subterráneas construidas con ladrillo, cal y canto. Aun se puede observar huesos y cráneos dentro de ellas. Al terminar se hace el traslado de regreso al puerto.

## CONCLUSIONES

- Se concluye que el desarrollo de propuestas de circuitos turísticos innovadores, permitirán la diversificación de la oferta en circuitos turísticos que se ofrecen a los pasajeros que arriban al puerto del Callao.
- La diversidad de atractivos turísticos en Lima permite el desarrollo de nuevos circuitos turísticos para pasajeros de cruceros que arriban al Puerto del Callao.
- Se concluye que el guía turístico no es indispensable para la formulación de estrategias de diversificación para los pasajeros que arriban al puerto del Callao, ya que la tecnología permite la ubicación e información al alcance de los pasajeros a través de los Smartphones. Sin embargo, algunos pasajeros indicaron que era necesario contar con guías que hablen diferentes idiomas.
- Se concluye que hay una carencia en la infraestructura para el desembarque de los pasajeros de cruceros que arriban al puerto del Callao.



## RECOMENDACIONES

- Se sugiere que se diversifique la oferta turística, para ello podría considerarse que fuera por temática, por tiempos, considerando los gustos y preferencias de los cruceristas.
- Considerando la diversidad de atractivos que cuenta la ciudad de Lima se podrían armar paquetes de acuerdo al segmento de los cruceristas, preferencias y gustos, a fin de que más personas decidan visitar la ciudad por mayor cantidad de tiempo.
- Se recomienda que los guías turísticos tengan manejo de diferentes idiomas y temas.
- Se debe considerar la infraestructura de los puertos de desembarque. Estas deben ser acondicionadas para recibir a los cruceristas, habilitando áreas de accesos para adulto mayor y además los servicios de migraciones y aduanas deberían mejorar sus procesos.
- Se propone el desarrollo de una línea de investigación de acuerdo con los procesos de desembarque en el puerto del Callao.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Bibliográficas

Bojanic, B. y Toro, M. (2006) Percepción de los servicios turísticos para cruceros en Puerto Montt. (Tesis de pregrado). Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.

Castillo, C. (2017). *Importancia del desarrollo turístico del Circuito vivencial Amazonas y su influencia en la economía de la Región*. (Tesis de grado) Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

Cervantes, A. (2015) Circuitos turísticos. *Recuperado de:* <https://es.slideshare.net/acervantesarriola/presentacin-1-el-circuito-turstico-52776252>

Chafloque, C. y Huamán, K. (sin fecha) Perfil del turista de cruceros.

Chan, Nélica (2005). Circuitos turísticos. Programación y Cotización. Ediciones turísticas. Buenos Aires.

Coila, R. (2018). *Determinación de estabilidad empresarial para Mypes de la Región Arequipa que usan la estrategia de diversificación de productos, vía análisis beneficio/costo. Caso Curma Perú E.I.R.L.* (Tesis de Pregrado). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.

Collantes, P. (2017) *Estrategias de diversificación corporativa y los canales de distribución de venta detallista en la compañía procesadora de alimentos Ti-Cay en el Distrito de San Juan de Lurigancho*. (Tesis de maestría). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú.

- De Souza, J, Shiki, S. y Pereira, P. (2015). Desarrollo sustentable: Un índice para el Circuito Turístico Trilha dos Inconfidentes - Minas Gerais, Brasil. Universidad Federal de São João Del-Rei, Brasil.
- Dwyer, L. & Forsyth, P. (1998): "*Economic significance of cruise tourism*", Annals of Tourism Research.
- Estudios Financieros, Madrid, España. Fischer L. y Espejo, J. (2004) Mercadotecnia 1era edición, México
- Fernández, L. (2008) *La modalidad de turismo de cruceros: Evolución, desempeño y perspectivas*. (Tesis de pregrado) Universidad de la Habana, Ciudad de La Habana, Cuba.
- García, S. (2013) Flujos turísticos en destinos de ciudad. El caso de Málaga Capital. (Tesis de Maestría). Universidad de Málaga, España.
- Godínez, R., Calderón, A. (2009). Breve Diccionario de Turismo. Editorial Umbral. Zapopan, México.
- Gómez, A. (2018). *La promoción turística del distrito Barranca y la conservación de sus atractivos turísticos 2014 – 2017*. (Tesis de grado) Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Gordon, R. (2016). Potencial turístico del distrito de Huancaya – Yauyos, Lima 2015. (Tesis de maestría) Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Guerras, L. y Navas. J. (2015) La Dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones. España. Editorial Aranzadi, S.A.
- Hall, J.A. & Braithwaite, R. (1990): "*Caribbean cruise tourism: A business of transnational partnerships*", Tourism Management

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, México: Mc Graw Hill – Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kotler, P. (2005) Dirección de Mercadotecnia, 8va edición.
- Kotler, P. (2017) Estrategia de Marca – Dirección de Mercadotecnia Cap. 17.
- Lawton, L. & Butler, R. (1987): “*Cruise ship industry patterns in the Caribbean 1880-1896*”, Tourism Management,
- Luna, M. (2015) El turismo de cruceros en el Mediterráneo y en las Illes Balears. Un análisis entre el 2000 y el 2012. *Scripta Nova*.
- Oblaré, N. (2014) *Análisis del turismo de cruceros de Málaga y sus puertos competidores* (Tesis de Maestría) Universidad de Málaga, España.
- Pinedo, V. y Pizarro, K. (2017). *Propuesta de un circuito turístico para implementar el turismo sostenible en el Distrito de Antioquía, Provincia de Huarochirí, Región Lima*. (Tesis de grado) Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú.
- Pizarro, P. (2018). *Diseño de una ruta de turismo de montaña en el Distrito de Chilca*. (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Reyes, E. (2014) *El turismo de cruceros en el mundo: Análisis de las tipologías de cruceristas en el Puerto de Málaga según la percepción de la imagen, satisfacción y lealtad al destino turístico de la Capital*. (Tesis de pregrado) Universidad de Málaga, España.
- Romero, R. (2008). Marketing. Bogotá, Colombia: Editora Palmir E.I.R.L.,

- Tamamoto, V. (2018). *Propuesta de un circuito turístico para el desarrollo sostenible en el distrito de Tumbán – Chiclayo*. (Tesis de grado) Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Lambayeque, Perú.
- Tamayo, M. (2003). *El Proceso de la Investigación Científica*. México, México: Editorial Limusa, S.A. de C.V.
- Tejada, E., Ayasta, J., Juárez, A., Díaz, J. y García, M. (2016). *Dinamización del conocimiento ancestral y científico sobre plantas útiles como estrategia de diversificación de actividades productivas sostenibles y de conservación del medio ambiente*. (Proyecto de investigación) Universidad de Lambayeque, Lambayeque, Perú.
- Velásquez, A. (2017). *Propuesta de una ruta temática cultural y su relación en el fortalecimiento del turismo interno en el Distrito de Ancón, Región Lima*. (Tesis de grado) Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Wallingre, N., Toyos, M. (2010) *Diccionario de Turismo, Hotelería y Transportes*. 2ª ed., Buenos Aires, Argentina: Universidad del Salvador.

## **Electrónicas**

- Agencia Peruana de Noticias (2019) Perú prevé llegada de 8.000 turistas extranjeros en cruceros a La Libertad. Recuperado de: <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/peru-preve-llegada-de-8000-turistas-extranjeros-en-cruceros-la-libertad>
- Agencia Portuaria Nacional – APN (sin fecha) Servicio de Pasajeros. Recuperado de: <https://www.apmterminalscaillao.com.pe/default.aspx?id=2&articulo=321&fb>

clid=lwAR0KF\_gpZnHSGj-Ptq5-

hvRJK6L\_4cF7YvUtYAPGocsCFRNsGGiEo7Ja4bE

Aguilera, T. (2015) Circuitos turísticos. Recuperado de:

<https://www.slideshare.net/tatyaguilera/circuitos-tuiticos>

ANDINA (2008). “Cruceiros que arriban a puertos peruanos dejan US\$ 40 millones anuales”. Recuperado de:

<https://andina.pe/agencia/noticia.aspx?id=206855&fbclid=IwAR22KCn42ivsr3NKQDzfOBOqjusMngSpwA7sLMYSCbCY4NDSvTv8dMfmbI>

Autoridad Portuaria Nacional – APN (2017) Estadísticas Portuarias 2017.

Recuperado de:

<https://www.apn.gob.pe/site/files/URRI34534534583945898934857345/bolletinEstadistico2017100518.pdf>

Autoridad Portuaria Nacional – APN (2019) Terminales portuarios peruanos incrementaron 4.4% el movimiento de carga en el 2018. Recuperado de:

<https://www.apn.gob.pe/site/news/terminales-portuarios-peruanos-incrementaron-4-5-movimiento-carga-2018.aspx>

Autoridad Portuaria Nacional y Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.

(2018). Estadísticas del movimiento de naves atendidas por la Autoridad Portuaria Nacional a nivel nacional. Recuperado de:

<https://www.apn.gob.pe/site/wp-content/uploads/2019/02/pdf/CWAQ4IBNVGJQOFW97XFVDJZYK2SOTR80MGHK.pdf>

Bussiness School & Harvard Deusto (2018). Diversificación empresarial: definición y tipos. Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/definicion-y-principales-tipos-de-diversificacion-empresarial/>

Cámara Nacional de Turismo del Perú – CANATUR (2019). Mincetur invertirá S/. 2.5 millones para mejorar experiencia de turistas en Perú. Recuperado de: <https://portaldeturismo.pe/noticia/mincetur-invertira-s-2-5-millones-para-mejorar-experiencia-de-turistas-en-peru/>

CLIA Europe. (2015): *State of the Industry*. Recuperado de: [www.cruising.org/about.../2015-state-of-the-industry](http://www.cruising.org/about.../2015-state-of-the-industry).

Crew Center (2017) Ship information station. Callao (Lima), Peru Cruise Ship Schedule 2018. Recuperado de:

Cruise Lines International Association (2019) *Cruise Lines International Association (CLIA) Reveals Growth in Global and North American Passenger Numbers and Insights*. Recuperado de: <https://cruising.org/news-and-research/press-room/2019/april/clia-reveals-growth>

Diccionario de la Real Lengua Española – RAE (sin fecha) Concepto de venta. Recuperado de: <https://dle.rae.es/srv/fetch?id=bXt7EYJ>

Emprende Pyme – Administración de Empresas (2018) Tipos de administración empresarial. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-diversificacion-empresarial.html>

Enciclopedia Cubana Ecu Red (2018). Turismo cultural. Recuperado de: [https://www.ecured.cu/Turismo\\_cultural](https://www.ecured.cu/Turismo_cultural)

Escuela de Turismo (sin fecha) “Diseño de circuitos turísticos”. Recuperado de: <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>

Escuela Europea de Management (2016) Estrategias de diversificación, tipos y ventajas. Recuperado de: <http://www.escuelamanagement.eu/gestion-estrategica/estrategia-de-diversificacion-concepto-tipos-y-ventajas>

Foro de Emprendedores Expansión de México (2013). Aprende a reducir riesgos en tu empresa. Recuperado de:

<https://expansion.mx/emprendedores/2013/01/15/aprende-a-reducir-riesgos-en-tu-empresa>

Foro de la Consultoría Comercial Avanzada (2017). El límite de la capacidad de ventas de cada empresa: no son los vendedores, es el sistema. Recuperado de:

<https://direccioncomercial.blog/2017/05/08/el-limite-de-la-capacidad-de-ventas-de-cada-empresa-no-son-los-vendedores-es-el-sistema/>

<http://crew-center.com/callao-lima-peru-cruise-ship-schedule-2018>

[http://pdfi.cef.es/marketing\\_en\\_el\\_siglo\\_xx1\\_freemium/files/assets/common/downloads/publication.pdf](http://pdfi.cef.es/marketing_en_el_siglo_xx1_freemium/files/assets/common/downloads/publication.pdf)

<https://www.mincetur.gob.pe/wp->

[content/uploads/documentos/turismo/proyectos\\_inversion\\_publica/instrumentos\\_metodologicos/Guia\\_Turismo\\_capitulo1.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf)

<https://www.ncl.com/ar/es/Puertos-de-cruceros/Lima-Callao-Per%c3%ba-objww/>

<https://www.peru.travel/es-pe/sobre-peru/ubicacion-geografia-y-clima.aspx>

Lavado, E. (2015) Portal del Turismo, Turismo de cruceros: ¿cuántos turistas llegan al Perú y qué destinos visitan? Recuperado de:

<https://portaldeturismo.pe/noticia/turismo-de-cruceros-cuantos-turistas-llegan-al-peru-y-que-destinos-visitant/>

Llontop, C. (2008) Elaboración de circuitos turísticos. Recuperado de:

<http://docenti.unimc.it/amanda.salvioni/teaching/2016/15562/files/elaboracion-de-circuitos-turisticos>



Marca Perú (2014) El Perú es destino de cruceros de lujo. Recuperado de:  
<https://www.peru.travel/es-pe/sobre-peru/noticias/el-peru-es-destino-de-cruceros-de-lujo.aspx>

Martínez, I. y Sosa, A. (2016) El turismo de cruceros y la transformación del paisaje: Majahual, México. Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193449985002>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017) Desafíos para el servicio de turismo de cruceros en los puertos del Perú. Recuperado de:  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/eventos\\_capacitaciones/Primer\\_Foro\\_Internacional\\_de\\_Facilitacion\\_Turistica/Martes\\_27\\_junio/Bloque\\_V/2.Desafios\\_para\\_el\\_servicio\\_de\\_turismo\\_de\\_cruceros\\_en\\_los\\_puertos\\_del\\_Peru\\_APN.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/eventos_capacitaciones/Primer_Foro_Internacional_de_Facilitacion_Turistica/Martes_27_junio/Bloque_V/2.Desafios_para_el_servicio_de_turismo_de_cruceros_en_los_puertos_del_Peru_APN.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018) Turismo: Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Recuperado de:

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Sin fecha). Dos cruceros turísticos llegaron hoy al puerto del Callao. Recuperado de:  
<https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-dos-cruceros-turisticos-llegaron-hoy-al-puerto-del-callao/>

Montero, Y. (sin fecha) Diccionario Económico – Economipedia. Recuperado de:  
<https://economipedia.com/definiciones/diversificacion-empresarial.html>

Muñiz, R. (2018) Marketing en el Siglo XXI, 5ta edición. Editorial Centro de Estudios Financieros, Madrid, España. Recuperado de:

Norwegian Cruise Line (2019) Lima, Callao, Peru. Recuperado de:

<https://www.ncl.com/ar/es/Puertos-de-cruceros/Lima-Callao-Per%c3%ba-objww/>

Organización Mundial del Turismo (1999). Código Ético Mundial para el Turismo.

Recuperado de:

<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2008). *Informe sobre el Turismo de cruceros –*

*Situación actual y tendencias.* Recuperado de:

[http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/120/turismo\\_cruceros.pdf](http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/120/turismo_cruceros.pdf)

Organización Mundial del Turismo. (2013). Notas metodológicas de la base de

datos de estadísticas de turismo. Madrid, España. Recuperado de:

<http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2015). Entender el turismo: Glosario básico.

Recuperado de: <https://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Paracas recibirá a 10 cruceros turísticos de lujo este verano. (14 de diciembre del

2018). *Diario El Comercio.* (Sin numeración). Recuperado de:

<https://elcomercio.pe/economia/peru/paracas-recibira-10-cruceros-turisticos-lujo-verano-noticia-nndc-587808>

Peru Travel (2019) Ubicación, geografía y clima del Perú. Recuperado de:

Portal del Turismo (2019). *Turismo de cruceros: ¿cuántos turistas llegan al Perú y*

*qué destinos visitan?* Recuperado de:

<https://portaldeturismo.pe/noticia/turismo-de-cruceros-cuantos-turistas-llegan-al-peru-y-que-destinos-visitant/>

Quintana, M. (2016). *Exportación del arándano al mercado de Estados Unidos y estrategias de diversificación.* (Tesis de grado). Universidad César Vallejo,

Lima, Perú. Recuperado de:

<https://www.slideshare.net/lizbethyuricepidavilla/turismo-de-cruceros-4-28120845>

Reyes, E. y Romero, E. (sin fecha) *El progreso del turismo de cruceros en España: de las Elites a las masas*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1552/#indice>

Riquelme, M. (2015) Estrategias de diversificación, Web y empresas. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/estrategia-de-diversificacion/>

Ruiz, V. (agosto 13, 2018). Ventajas e inconvenientes de la diversificación empresarial. [EmprendePyme.net](http://EmprendePyme.net). Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/ventajas-e-inconvenientes-de-la-diversificacion-empresarial.html>

Sector cruceros vive luna de miel y se prevén 27 millones de pasajeros en el 2018. (11 de marzo del 2018). *Diario Gestión*. (sin número). Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/sector-cruceros-vive-luna-miel-preven-27-millones-pasajeros-2018-228947-noticia/>



<b>Específicos</b>	¿De qué manera el atractivo turístico permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú - 2019?	Identificar de qué manera el atractivo turístico permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.	El atractivo turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN</b></p> <p>Dimensión: Diversificación relacionada</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de venta</li> <li>• Marca</li> </ul> <p>Dimensión: Diversificación no relacionada</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir el riesgo</li> <li>• Productos nuevos</li> </ul>	<p><b>c</b></p> <p><b>f</b></p> <p><b>b</b></p> <p><b>4, 7, l</b></p>	
	¿Es el guía turístico lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019?	Identificar de qué manera el guía turístico permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.	El guía turístico es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.			
	¿Cómo la infraestructura permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019?	Identificar de qué manera la infraestructura permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.	La infraestructura es lo que permitirá desarrollar una estrategia de diversificación para los pasajeros de cruceros que arriban en el puerto del Callao, Perú – 2019.			

**Fuente: Elaboración propia (2019).**

## Anexo N° 2: Encuesta

País de origen: \_\_\_\_\_

Sexo: F ( ) M ( )

Edad:

18 – 25 años ( )

26 – 30 años ( )

31 – 40 años ( )

41 - + años ( ) No indica: ( )

Nivel de educación:

Primaria: ( )

Secundaria: ( )

Superior: ( )

No indica: ( )

Ocupación:

Estudiante: ( )

Empleado: ( )

Profesional: ( )

Comerciante: ( )

Ama de casa: ( )

Otros: ( )

De acuerdo con su visita al puerto del Callao podría ayudarnos con una pequeña encuesta:

1. ¿cómo calificaría usted su experiencia de desembarque en el puerto del Callao?

- Muy malo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

2. ¿Cuál es su opinión con respecto al guía turístico que lo atendió durante su visita al Perú en el puerto del Callao, considera usted que cuenta con dominio de la información de los lugares visitados?

SI ( ) NO ( )

3. ¿Considera usted que su guía turístico maneja diferentes idiomas?

Si ( ) No ( )

4. ¿Durante su visita en el Puerto del Callao observó usted nuevos productos turísticos e interesantes a desarrollar?

Si ( ) No ( )

5. ¿cómo calificaría usted el transporte utilizado durante su visita al Perú?

- Muy malo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

6. ¿Le gustaría volver al Puerto del Callao para poder realizar un tour gastronómico?

Si ( ) No ( )

7. ¿Si usted tuviera la oportunidad de volver al puerto del Callao, consideraría visitar estos lugares?

- Museo Abtao
- Larcomar
- Huaca Pucllana
- Fortaleza Real Felipe
- Centro Histórico de Lima
- Islas Palomino

### **Anexo N° 3: Guion de entrevista**

- a) ¿Considera usted que son muchos los cruceristas los que desembarcan en el puerto del Callao?
- b) ¿Cree usted que el tiempo en migraciones y aduanas desaniman a los cruceristas a desembarcar en el puerto del Callao?
- c) ¿Cree usted que se cuenta con la capacidad de venta de servicios necesarios para atender a la capacidad de turistas que desembarcan en el Puerto del Callao?
- d) ¿Cuál es su opinión respecto al nivel de formación del personal que atiende a los cruceristas en el Puerto del Callao?
- e) ¿Considera usted que el Puerto del Callao debería desarrollar una marca que lo identifique con los cruceristas? ¿Cómo cuál?
- f) ¿Considera usted que los guías turísticos que reciben a los cruceristas cuentan con dominio de información de los lugares que visitan y dominio de idiomas?
- g) ¿Qué idiomas recomendaría usted?
- h) ¿Cuál es su opinión con respecto a los restaurantes y la oferta gastronómica recibida?
- i) ¿Podría comentarlos cuál es su opinión respecto al transporte utilizado y el tráfico en la ciudad?
- j) ¿Cómo cruceristas, que lugares le gustaría visitar a usted?

## Anexo N° 4: Validación de expertos



### **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.

Maestro: Alexander Henry Rodríguez Pérez

Yo, Sara Elizabeth Suyón Cortez egresada de la Escuela Profesional 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: "Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el puerto del Callao. Perú - 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. Cuestionario.
5. Entrevista.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 26 de septiembre de 2019

Sara Elizabeth Suyón Cortez



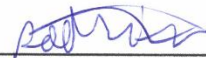
### 1.7.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

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.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

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

Lima, 26 de septiembre de 2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40585626  
Teléfono N° 999666510



### 1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

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

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ..100....%.

#### OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

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

Lima, 26 de septiembre de 2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 40585626  
Teléfono N° 999666510



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

Maestra: Barbara Isabel Ponce

Yo, Sara Elizabeth Suyón Cortez egresada de la Escuela Profesional 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: "Propuesta de un circuito turístico como estrategia de diversificación para los pasajeros de crucero que arriban en el puerto del Callao. Perú - 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. Cuestionario.
5. Entrevista.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 26 de septiembre de 2019

Sara Elizabeth Suyón Cortez



## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Ponce Ponce Barbara Isabel
- 1.2. Grado Académico: Maestría en Administración de Negocios
- 1.3. Institución donde labora: Universidad de San Martín de Porres
- 1.4. Especialidad del validador:
- 1.5. Título de la investigación: "PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO COMO ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN PARA LOS PASAJEROS DE CRUCERO QUE ARRIBAN EN EL PUERTO DEL CALLAO. PERU - 2019"
- 1.6. Autor del Instrumento: Sara Elizabeth Suyón Cortez
- 1.7. INSTRUMENTO 1 (Variable 1):

#### 1.7.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ITEMS CIRCUITO TURISTICO

Ítems	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>ATRACTIVO TURÍSTICO</b>						
1.	Flujo turístico o cantidad de visitas				X	
2.	Nivel de satisfacción				X	
<b>GUIA TURÍSTICO</b>						
3.	Nivel de formación				X	
4.	Manejo de idiomas				X	
5.	Dominio de información				X	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>						
6.	Viabilidad				X	
7.	Servicio de restaurantes				X	
8.	Transportes				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100.00 %.

### 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:** ...100...% **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

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

Lima, 26 de septiembre de 2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07508488  
Teléfono N°949248889



1.8. INSTRUMENTO  
1.8.1 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PERTINENCIA DE LOS ITEMS  
VARIABLE DE ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN

Items	Escala	0- 25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>DIVERSIFICACIÓN RELACIONAD</b>					X	
1.	Capacidad de venta				X	
2.	Marca				X	
<b>DIVERSIFICACIÓN NO RELACIONADA</b>					X	
3.	Reducir el riesgo				X	
4.	Productos nuevos				X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: ...100...%

### 1.8.2 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

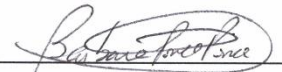
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					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: .....100.....%.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

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

Lima, 26 de septiembre de 2019



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07508488  
 Teléfono N° 949248889