

Volumen 4, Número 2, Julio-Diciembre de 2013, pp. 28 -36
ISSN (e) 2220-9336

Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de la región Ayacucho

María Beltrán-Flores¹

Recibido: 16 de febrero de 2013
Aceptado: 30 de noviembre de 2013

¹ María Beltrán-Flores. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Email: mbeltran@usmp.edu.pe

RESUMEN

Objetivos: Identificar la percepción de los turistas potenciales respecto a la Región Ayacucho y determinar qué elementos potenciales se pueden administrar eficientemente para impulsar el turismo y una imagen positiva para la región. **Método:** Se usó un diseño exploratorio cualitativo, para la recolección de datos se empleó la entrevista a profundidad no estructurada. **Resultado:** La región Ayacucho se encuentra en una posición de desventaja al no contar con una gestión adecuada de sus recursos turísticos; por ello quedan muchos desafíos por delante ya que se cuenta con el turismo como plataforma que contribuirá a reactivar la economía de la región.

Palabras clave: *Ecoturismo, turismo sostenible, destinos turísticos.*

ABSTRACT

Objective: Identify perceptions of potential tourists about the Ayacucho region and determine elements that can be managed efficiently to develop tourism and a positive image for the region. **Method:** It was used an exploratory qualitative design, for data collection an in depth interview (not structured) was used. **Result:** Ayacucho region is in a disadvantaged position because of not having a proper management of its touristic resources, so there are a lot of challenges to be faced, as the regional has the tourism as platform that will help to reactivate region economy.

Key words: *Ecotourism, sustainable tourism, touristic places*

Introducción

El fin de la investigación es desarrollar alternativas de cambio en el enfoque turístico de la región Ayacucho, trabajar con los elementos turísticos que posee la región y potencializarlos, proponiendo alternativas de gestión efectiva que ayuden a descubrir nuevas vías que incrementen el flujo de visitas a la ciudad, cambien la imagen de la misma y contribuyan con su desarrollo integral. A la fecha no se han realizado estudios profundos acerca de la gestión turística en Ayacucho y su impacto, sin embargo existen algunos avances al respecto.

En cuanto al impacto del turismo, Tinoco (2003) sostiene que el turismo es una herramienta para el desarrollo sostenible de las comunidades, la cual influye directamente en la dinámica económica, social, cultural y medioambiental de las regiones. El turismo, como actividad económica genera amplias expectativas en los gobiernos que ven, en su eficiente gestión, vías concretas de desarrollo mediante los resultados obtenidos en otros países.

Chalcatana (1999) analiza de qué manera la gestión turística influyó de forma positiva en la generación de empleos en el Perú antes del año 2000 y complementa la investigación con las perspectivas para el periodo 2000-2010. El turismo constituye una puerta al futuro si se maneja con políticas que involucren al sector privado. Una buena administración hará del turismo uno de los sectores de mayor contribución en la creación de empleos en el Perú.

Carbajal (2005) llevó a cabo un exhaustivo estudio acerca del impacto del turismo bien gestionado en el Perú y propuso, como base primordial, un buen planeamiento estratégico que permita sacar el mayor provecho al ciclo de vida de cada actividad que se impulse. El planeamiento estratégico para las propuestas del sector turismo son una necesidad inminente, cada decisión debe tomarse considerando todas las aristas de esta actividad que comprende una eficiente evaluación de los competidores, estudio del entorno, evaluación de las fortalezas y debilidades e identificar las oportunidades de la región o país. Este autor considera al sector turismo como una red integral en donde múltiples empresas de diverso rubro participan creando una dinámica entre empresas de

transporte (terrestre, aéreo, marítimo, fluvial, lacustre, etc.), hoteles, restaurantes, carreteras, servicios bancarios, comunicaciones, agencias de viajes, museos, entretenimiento, deportes de aventura, etc.

Indacochea (2009) evaluó las ventajas estratégicas de la región Ayacucho que contribuyen a su desarrollo sostenible. El autor destaca al turismo como una de las vías más importantes de desarrollo. Cabe señalar que una buena estrategia demanda un análisis profundo de la situación, detectando los puntos débiles por mejorar y las fortalezas que serán la base para el desarrollo integral de Ayacucho.

En el ámbito internacional existen numerosos tratados acerca de los efectos de un turismo sostenible, con responsabilidad, bien administrado que se traduce en oportunidades de desarrollo integral. Al respecto, Porto (1999) manifiesta que el turismo es la industria más grande y el principal generador de empleos en el mundo. Este sector proporciona empleos directos de alta calidad además de un enorme número de empleos indirectos. La importancia del turismo radica en el aporte que brinda al PBI de cada país, este aporte es la medida clave para determinar la importancia de la industria para la actividad económica global. Otro aspecto importante que analiza este estudio son las propuestas para generar demanda turística a través del desarrollo de ventajas comparativas y competitivas, introducción de productos turísticos e innovación de propuestas para los turistas.

Evans *et al.* (2003) analizan cómo la principal ciudad de la región inglesa de *East Midlands* salió a flote haciendo una buena administración de los recursos turísticos que posee. Antes de 1993 el ayuntamiento central se encargaba de las actividades de marketing de esta ciudad, después de este año se creó *Leicester Promotions Ltd.*, entidad privada que se encargó del marketing exclusivo de Leicester y las alianzas estratégicas con los operadores turísticos. Actualmente, Leicester atrae turismo todo el año, sus principales actividades comerciales se derivan de este sector y la empresa *Leicester Promotions Ltd.* ha logrado, con gran éxito, ser eje de la dinámica comercial de la ciudad además de concentrarse en descubrir nuevas actividades y alternativas interesantes para el turista.

Hernández (2006) considera al turismo como un hecho netamente social que involucra la interrelación entre seres humanos, intercambio de cultura y experiencias que contribuyen a su desarrollo. De este estudio se puede deducir que, al repercutir socialmente en la región de Ayacucho, el impacto turístico contribuirá a ensalzar su imagen como región turística, reconstruir una imagen de estabilidad y por ende, generar desarrollo integral sostenible.

Por su parte, Maldonado (2006) hizo un estudio exhaustivo sobre el impacto positivo del turismo bien gestionado en las comunidades rurales de América Latina. El investigador cita diferentes cumbres y sus resultados a favor de las alternativas de desarrollo que ofrece el turismo.

En cuando a la dimensión social del turismo, Herrera y Montero (2009) sostienen que el turismo representa no solo un impacto económico, sino un impacto social que contribuye con la cohesión y la reducción de situaciones adversas en el lugar en donde ejerce influencia. Ello se debe a que el turismo ejerce una influencia positiva tanto para el anfitrión como para el visitante; sin embargo, es el anfitrión quien recibe mayor influencia ya que es él quien prepara su vida para la recepción y orienta sus actividades a satisfacer las demandas del turismo. Ambos autores demuestran los beneficios particulares del turismo, beneficios que involucran la pertenencia de los habitantes de la región, la participación en las actividades, el trabajo en común y las metas compartidas sinónimo de unión.

En lo que se refiere al desarrollo de la marca región, Barroso y Nicolau (2010) indican que ante la fuerte competitividad que existe en la actualidad, los países y regiones que deseen constituirse como un atractivo que atienda la alta demanda turística, deben considerar trabajar sobre su marca. Ello debido a que la actividad turística es una actividad compleja que demanda una gestión inteligente para aprovechar al máximo sus beneficios. Ambos autores muestran el impacto del desarrollo de la marca a través del caso Marca Brasil y el Plan Aquarela, plan estratégico que consiste en posicionar a Brasil a nivel mundial resaltando dos ventajas diferenciales: sus parajes y belleza natural.

Podemos concluir entonces que el desarrollo de marca como parte del marketing turístico permite resaltar aquellas

características propias del lugar. Parte de la propuesta de esta investigación es el desarrollo de marca región para Ayacucho, esperando que la misma constituya una herramienta importante para el desarrollo social de Ayacucho, mejora de imagen y ventaja diferencial como destino turístico.

Hipótesis

La administración eficiente de los elementos turísticos potenciales en Ayacucho como son la oferta y la demanda turística, las entidades administrativas, los operadores turísticos y los atributos de la ciudad, permitirán el desarrollo integral de Ayacucho y el cambio a una imagen positiva, beneficiando a toda la región.

Método

Diseño de investigación

La investigadora empleó un diseño exploratorio cualitativo, ya que este diseño permite un estudio profundo de las variables propuestas. De esta forma, se pudo analizar el impacto de la difusión de los destinos turísticos que pueden ser visitados todo el año en la región Ayacucho y, de esta forma, conocer la percepción de los turistas nacionales y extranjeros acerca de la región.

Población y procedimiento muestral

Las poblaciones del estudio están conformadas por los pobladores de Lima mayores de edad, con poder adquisitivo, y los visitantes extranjeros que entran y salen del Perú. Es imposible determinar con exactitud las poblaciones ya que varían según el número de turistas que ingresa y abandona el país.

En cuanto al muestreo, se empleó el muestreo no probabilístico de selección intencional. Este muestreo fue el apropiado porque permitía elegir la muestra más representativa y de mayor conocimiento del tema elegido, además de ser más económico, factible y por adecuarse al diseño elegido para la investigación.

Los criterios de inclusión y exclusión fueron: a) Población económicamente activa nacional y extranjera; b) Turistas extranjeros que visitan el Perú con fines turísticos; c) Turistas nacionales que deseen realizar actividades turísticas en el interior del país; d) Edades comprendidas entre 25 y 40 años; e)

Personas con poder de decisión acerca del destino turístico que desea visitar.

Para determinar el tamaño de la muestra se recurrió al punto de saturación que señaló cuando detener la recolección de datos, debido a la redundancia en la información. En esta investigación el punto de saturación se alcanzó en la entrevista 16, a partir de este punto la información fue repetitiva.

Instrumento

Guía de entrevista a profundidad

Se hizo uso de las entrevistas a profundidad con la finalidad de que los participantes de la muestra expresen de manera libre sus opiniones acerca del tema en investigación. Con la guía no estructurada de la entrevista se logró registrar todas sus opiniones acerca de la investigación con amplitud y profundidad. Se realizaron dos tipos de entrevista a profundidad: una para personas extranjeras que visitan el Perú con fines turísticos y la otra para la muestra conformada por peruanos que deseen realizar turismo interno. Los anexos 1 y 2 presentan las guías de las entrevistas a profundidad.

Fiabilidad: La fiabilidad se llevó a cabo con el registro de los datos obtenidos mediante grabaciones de audio y fotos de las entrevistas realizadas.

Validez de contenido: La validez del instrumento se dio mediante el criterio de jueces, se entrevistó a dos especialistas en la materia de esta investigación para que ellos puedan brindar sus apreciaciones acerca del contenido de la guía no estructurada y su injerencia en la investigación.

Procedimiento

Recolección de datos

Las entrevistas a profundidad se realizaron en dos lugares previamente definidos, La Plaza Mayor de Lima y el Parque Central Kennedy de Miraflores. La muestra se seleccionó de manera seriada, teniendo como criterio para la siguiente elección los datos ya obtenidos y qué tipo de participante los había proporcionado. Al concluir la entrevista, a cada participante se le entregó un obsequio, así como un tríptico con información turística de la región Ayacucho, el cual estaba impreso en español e inglés. Las respuestas se registraron en plantillas Word y luego fueron categorizadas.

Análisis de datos

Se transcribieron las respuestas a las entrevistas a profundidad y se obtuvo tantas unidades de registro como entrevistas realizadas. Luego se hizo una copia de seguridad en CD a fin de evitar la pérdida parcial o total de la información. Posteriormente, se realizó un resumen de dicha transcripción a fin de establecer patrones de respuesta que ayudaran con la organización de los datos. Además, se empleó la de categorización a fin de reducir y organizar los datos obtenidos. Las categorías específicas se estructuraron a medida que se fue obteniendo la información. La familiaridad con la información obtenida permitió obtener categorías más precisas.

Resultados

Reconocimiento de la oferta turística de la región Ayacucho

Cuando se habla de desarrollo a través del turismo, Ayacucho aparece como una de las ciudades más abandonadas; por ello, la mayoría de los entrevistados reconoce que no hay una difusión constante de los beneficios de la oferta turística de esta región: las iglesias coloniales, casonas antiguas, Pampa Galeras, etc. Ayacucho cobra protagonismo solo una vez al año: durante la semana santa. Es el único momento en el que se ofrece la alternativa de visita al turista, lo cual genera un síndrome de estacionalidad tan fuerte que solo se puede contar con gran afluencia turística en esta temporada.

En Ayacucho existen los siguientes destinos turísticos: *Titancayoc* (el bosque de puyas más grande del mundo), *Intiwatana* (complejo arqueológico, antiguo descanso inca), *Pikimachay* (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú), *Vilcashuaman* (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu), Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región), la laguna de Parinacochas y el complejo arqueológico de Caniche, destinos a los que la muestra respondió desconocer. Sin embargo, solo el 14% de los entrevistados manifestó conocer los destinos turísticos mencionados, que podrían constituirse como primer paso de oferta turística novedosa por gestionar, mientras el 79% señala que no tiene ningún conocimiento

acerca de estos destinos y el 7% cree recordar alguno de ellos.

Definitivamente, un problema álgido dentro de los factores que influyen en la poca afluencia del turismo en Ayacucho es la mínima difusión de los atractivos turísticos de la región, es así que el 31% de la muestra manifestó que su desconocimiento se debe a la poca información que recibe de parte de los medios informativos. Una difusión turística limitada influye en la decisión de los potenciales turistas, quienes al no conocer que le ofrece Ayacucho, más allá de Semana Santa, optan por destinos mucho más comerciales. El resultado de este ciclo es la marcada estacionalidad turística, la poca afluencia, la reducida actividad económica derivada del turismo y la pérdida de oportunidades para lograr mayor desarrollo económico.

Imagen que proyecta Ayacucho como destino turístico

Ayacucho es una región con un sinnúmero de alternativas turísticas; sin embargo, la investigación muestra que los potenciales turistas no conocen las alternativas de visita y destinos turísticos que existen dentro de la región. La entrevista a profundidad determinó que el destino turístico por excelencia en la Región Ayacucho es la plaza central por sus emblemáticas iglesias, seguido por la capital de la región, Huamanga. El limitado conocimiento de la oferta turística radica principalmente en la poca difusión de las bondades de Ayacucho por parte de las entidades responsables.

El 35% de los entrevistados manifestó que no ha recibido mucha información acerca de Ayacucho y, que el poco conocimiento que tienen de la ciudad es por temas referentes a la época del terrorismo y la violencia acaecida décadas atrás, seguido por un 26% que no manifestó opinión alguna porque aludían no conocer nada acerca de la región.

En cuanto a la imagen que proyecta la región Ayacucho hacia los turistas nacionales y extranjeros, la imagen positiva se expresa en que es conocido como punto turístico preferido para Semana Santa y reconocido por sus iglesias y casonas coloniales. Con relación a la imagen negativa, las opiniones frecuentes fueron que Ayacucho no posee infraestructura turística, existe demasiada inseguridad en la zona, se trata de una ciudad marcada por el

terrorismo, lo cual le acarrea el estigma de la violencia.

Contraste de hipótesis

La hipótesis se validó al demostrar el poco trabajo turístico realizado, el mínimo desarrollo de alternativas con valor agregado en la región y la poca preparación para un eventual incremento de demanda turística, a lo que se agrega que el poco conocimiento sobre la región se centra en sus iglesias y la difusión turística ocurre solo en Semana Santa.

Conclusiones

Debemos tomar en cuenta todas las características que tiene la ciudad para explotar al máximo cada una que pueda añadir valor. Dichas características pueden agruparse en elementos turísticos como la oferta (compuesta por los atributos propios de la región); la demanda (compuesta por los visitantes así como la proyección de los que se espera recibir); los operadores turísticos y la administración pública y privada vinculada al sector.

La gestión turística en la región Ayacucho no se está trabajando desde el enfoque de actividad comercial, ya que a pesar de la marcada temporalidad, no se está trabajando para hacer a la región más atractiva al turismo todo el año. Hay una grave deficiencia en la difusión turística, hecho que afecta en la afluencia turística de la región. Ayacucho no está considerado dentro de los destinos turísticos potenciales del Perú y es allí donde se está perdiendo una gran oportunidad de desarrollo regional y oferta turística exportable a nivel nacional.

En la actualidad, la región Ayacucho tiene como actividades principales la agricultura, la minería, y la electricidad; sin embargo, a partir del desarrollo turístico se puede potenciar actividades económicas vinculantes de gran valor para la economía ayacuchana. Las principales actividades económicas que se activarían con el turismo bien administrado serían las actividades terciarias, intangibles derivados del turismo como venta de servicios, asimismo se dinamizarían las actividades primarias de extracción y secundarias de transformación al incrementarse la demanda turística.

Esta investigación concluye que el aspecto más conocido de Ayacucho son sus iglesias. Este atributo ha hecho que la ciudad

solo sea atractiva al turismo en Semana Santa. La investigación ha demostrado que la Región Ayacucho proyecta una imagen de inseguridad y desconfianza hacia los turistas nacionales y extranjeros debido a los sucesos acontecidos en la época del terrorismo. Lamentablemente es un estigma que aún pesa sobre la ciudad.

Recomendaciones

Ayacucho cuenta con un legado histórico y cultural que proporciona las herramientas necesarias para ser explotadas a favor del desarrollo regional, las entidades centrales deben trabajar sobre la riqueza que se tiene actualmente y constituirla como alternativas turísticas. La promoción turística en Semana Santa es un foco que debe aprovecharse para demostrar las ventajas y destinos poco difundidos de la región, por otro lado se debe establecer un calendario cultural de propuestas turísticas a fin de incentivar la visita a la región todo el año.

Se debe realizar un inventario turístico en donde se registren todos los lugares aptos para ser visitados. Estas nuevas alternativas turísticas deben ser debidamente estudiadas a fin de utilizar el respaldo histórico, místico y cultural como fuente de atracción turística. En ese sentido, la gestión turística en Ayacucho se debe orientar con efectividad al desarrollo de oferta turística exportable, se debe considerar hacer de Ayacucho una ciudad atractiva al turismo local y extranjero, para ello se debe constituir una oficina de proyectos turísticos en coordinación con el Gobierno Regional de Ayacucho y el gobierno central, esta oficina trabajaría de la mano con el Ministerio de Promoción del Comercio Exterior y PROMPERU con la finalidad de enfocarse en la relación Ayacucho-turismo como oferta atractiva todo el año.

El papel de la sociedad civil es sumamente relevante para el éxito de la puesta en marcha de una gestión turística efectiva, la poca presencia del estado a lo largo de la historia ha generado mucha desconfianza en los ayacuchanos. Una comunicación efectiva de los beneficios de esta iniciativa y los pasos a seguir ayudarán a la población a comprender su relevancia. El incremento de la oferta turística en Ayacucho debe estar respaldado en el conocimiento de la historia de cada lugar y la construcción de una identidad particular que distinga estas opciones de la amplia oferta

turística nacional. El incremento de alternativas hará de Ayacucho una región interesante de visitar todo el año.

Referencias

- Barroso, G. y Nicolau, K. (2010) Marketing turístico internacional: La Marca Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(2), 241-267. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n2/v19n2a05.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Mayo 2010.
- Carbajal, D. (2005). *El planeamiento estratégico como instrumento de desarrollo del sector turismo en el Perú*. Tesis para optar el grado académico de Magister de Administración con mención en Gestión empresarial. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Chalcatana, J. (1999). *El Turismo en el Perú: Perspectivas de crecimiento y generación de empleo*. Document de Trabajo N° 102. Lima: Organización Internacional de Trabajo.
- Evans, N.; Campbell, D. y Stonehouse, G. (2003). *Strategic management for travel and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hernández, J. (2006). Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo. *Boletín Antropológico* [Universidad de Los Andes], 24 (66), 2-50. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/712/71206602.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Agosto 2010.
- Herrera, M. y Montero, G (2009). Impactos del turismo sobre los procesos de cohesión social. Caibarién, Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18 (1-2), 53-68. Disponible en: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V18/v18n1.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Agosto 2010.
- Indacochea, A. (2009). *Ayacucho: el reto competitivo*. En: Indacochea, A. et al. *Ayacucho competitivo*. Lima: Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, pp. 239-280.

Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. SEED: Documento de Trabajo N° 79. Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Disponible en: http://www.turismo-responsable.org/Investigacio_debate/0611_maldonado_comunidades.pdf. Fecha de acceso: 01 de Mayo 2010.

Porto, N. (1999). El turismo como alternativa de crecimiento. Documento de Trabajo N° 11. Buenos Aires: Argentina: Universidad de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas. Disponible en: <http://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/doctrab/doc11.pdf>. Fecha de acceso: 01 de Mayo 2010.

Tinoco, O. (2003). *Los impactos del turismo en el Perú*. Industrial Data, 6(1), 47-60. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/816/81606106.pdf>. Fecha de acceso: 20 de Agosto 2010.

Anexo 1: Guía de entrevista a profundidad para peruanos que desean hacer turismo

Perfil turístico del entrevistado.

- ¿Usualmente realiza actividades turísticas en el interior del país?
- ¿Cuáles son los destinos de su preferencia?
- Si una de las respuestas es Ayacucho ¿Por qué motivos Ayacucho es una de sus opciones?
- Si no eligió Ayacucho ¿Ha considerado Viajar a Ayacucho? ¿Por qué?

Destinos turísticos.

- ¿Cuáles son los destinos turísticos más interesantes para usted dentro del Perú?
- ¿Qué provincias conoce?
- ¿Qué aspectos determinan la elección del destino al momento de viajar?

Conocimiento de la Región Ayacucho

- ¿Ha tenido la oportunidad de conocer Ayacucho? ¿Qué lugares conoce de Ayacucho?
- ¿Qué opinión le merece la ciudad?

- ¿Lo considera interesante como alternativa de visita?
- ¿Qué fecha tentativa elegiría para visitar la ciudad?

Imagen regional

- ¿Qué opinión le merece la Región Ayacucho?
- ¿Qué ha oído hablar acerca de Ayacucho recientemente?
- ¿Considera que la región le ofrece múltiples alternativas de esparcimiento?

Aspecto social

- En el aspecto social ¿qué opinión le merece Ayacucho?
- ¿Cuál considera que sea la mayor problemática de la región?
- ¿Qué considera usted que necesita Ayacucho para mejorar socialmente?

Aspecto cultural

- ¿Conoce acerca de los aspectos culturales de la región?
- ¿Ha oído hablar acerca de las iglesias de Ayacucho?
- Respecto a otros destinos turísticos de la región. ¿Ha oído hablar acerca de: *Titancayoc* (bosque de puyas más grande del mundo) *Intiwatana* (complejo arqueológico, antiguo descanso inca) *Pikimachay* (cueva donde se hallaron los fósiles humanos más antiguos del Perú) *Vilcashuaman* (ciudad histórica donde se halla el templo del sol y la luna y la pirámide de Ushnu) Pampa Galeras (reserva andina más importante de la región)?
- ¿Recuerda algún elemento cultural típico de Ayacucho?

Anexo 2: Guía de entrevista a profundidad para extranjeros que desean hacer turismo

Perfil turístico del entrevistado.

- ¿Es la primera vez que visita nuestro país?
Is the first time to visit our country?
- ¿Cuáles son los destinos que le gustaría o ha planeado visitar?
Which are the destinies that you would like to visit in our country

- Si una de las respuestas es Ayacucho
¿Por qué motivos Ayacucho es una de sus opciones?
Why Ayacucho is one of yours options?
- Si no eligió Ayacucho ¿Ha considerado Viajar a Ayacucho?
¿Por qué?
In sometime, Do you have to considered to travel to Ayacucho? Why?

Imagen regional.

- Si conoce o ha oído hablar de Ayacucho. ¿Qué opinión le merece la región?
What is your opinion about Ayacucho?
- ¿Que ha oído hablar acerca de Ayacucho recientemente?
What did you listen about Ayacucho?
- ¿Considera que la región le ofrece múltiples alternativas de esparcimiento?
What is your opinion about the alternative to join the city?

Conocimiento de la región.

- ¿Conoce acerca de los aspectos culturales y turísticos de la región?
Do you know about Ayacucho's culture?
- ¿Ha oído hablar de la oferta turística y cultural de la Región Ayacucho?
Did you listen about places to visit in Ayacucho?
- ¿Recuerda algún elemento cultural típico de Ayacucho que le hayan mencionado? *Do you remember anything about typical culture in Ayacucho?*

Factores económicos.

- ¿Considera un costo muy elevado realizar una visita a la ciudad?
About the cost, do you considere Ayacucho is an expensive place?
- ¿Tiene definido todas sus actividades turísticas dentro de la frontera?
¿Cabe la posibilidad económica de realizar un viaje a Ayacucho?
In your tour around Peru, is possible to considerer Ayacucho like an alternative to visit?

Factores de influencia en la elección de destinos turísticos.

- ¿Le parece interesante lo que ofrece la ciudad?
Do you considerer interesting the different alternatives offered by Ayacucho?
- ¿Qué factores influyen su decisión?
What factor influence in you decisions?
- Dentro de los factores a considerar ¿Qué opina acerca de las rutas y facilidades de acceso?
What is your opinion about the road and accessibility for travel? Is an important point?

Conocimiento de la oferta turística a nivel nacional.

- ¿Ha escuchado, oído u obtenido información acerca de la oferta turística nacional?
What is your opinion about the tourist offer in Peru?
- ¿Le han promocionado las bondades de Ayacucho?
In some place, someone had talked you about Ayacucho?