

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Los servicios turísticos y su relación con la demanda
turística del ecosistema Lomas de Lúcumo en el
distrito de Pachacamac, en el año 2018**

PARA OPTAR TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS
TURÍSTICOS

INTEGRANTES:

CONDORI QUISPE, CESAR ALEX.

MEDRANO PABLO, ILIANA ROSARIA.

TORRES BENITES, LEYDI LAURA

ASESOR:

MG. R. PINTO DE LA SOTA.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: VALORACIÓN, RECONOCIMIENTO,
PROTECCIÓN Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL.

LIMA, 2019

**LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y SU RELACIÓN
CON LA DEMANDA TURÍSTICA DEL ECOSISTEMA
LOMAS DE LÚCUMO EN EL DISTRITO DE
PACHACAMAC EN EL AÑO 2018.**

Presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales – Escuela Profesional de Administración de Servicios Turísticos para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Servicios Turísticos, en la Universidad Peruana de las Américas.

APROBADO POR:

MG. SOTELO MORALES, BETHSY RAQUEL

Presidenta

MG. FLORES CERON, VILMA EUDOCIA

Vocal

MG. BUSTAMANTE VEGA, ROXANA MARIBEL

Secretaria

Fecha de Sustentación: 14 de Noviembre 2018

Dedicatoria

A Dios por darnos la fortaleza de continuar ante los problemas que se presentaron. A nuestros padres por su apoyo inconmensurable en los estudios. Nos han dado todo lo que somos como persona, carácter, paciencia, valor para conseguir nuestros objetivos.

Agradecimiento

Al asesor de tesis, por ayudarnos a desarrollar el trabajo de suficiencia profesional. Su respaldo fue primordial para el logro de las metas. Además el agradecimiento eterno a nuestros profesores, que en el itinerario de la especialización profesional contribuyeron con sus conocimientos para realizar este trabajo.

Resumen

El propósito de este trabajo de investigación titulado “Los servicios turísticos y su relación con la demanda turística del ecosistema Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018”, se estimó la calidad de los servicios turísticos como principal factor de ingreso, ya que hoy en día, las Lomas de Lúcumo se han visto afectadas por la mala administración de sus servicios turísticos haciendo que su demanda turística se vea afectada.

En cuanto al tipo de investigación empleada es básica, puesto que tiene como desarrollo la recapitulación de información para generar nuevas definiciones. Es decir, se recopiló la información correspondiente del ecosistema Lomas de Lúcumo con el propósito de analizar la falta de servicios turísticos afecta su demanda turística.

Las variables en la investigación son: servicios turísticos (variable dependiente) y demanda turística (variable independiente).

Palabras claves: servicios turísticos, demanda turística.

Abstract

The purpose of this research work entitled “Tourism services and their relationship with the tourism demand of the Lomas de Lúcumo ecosystem in the Pachacamac district in 2018”, is to estimate the quality of tourism services as the main income factor, Since today, the Lomas de Lúcumo have been affected by the poor administration of their tourist services making their tourist demand affected.

As for the type of research work to be used, it is basic, since it has as its development the recapitulation of information to generate new definitions. That is, the corresponding information of the Lomas de Lúcumo ecosystem will be collected to analyze if the lack of tourist services affects your tourist demand.

The variables in the investigation are: tourist services (dependent variable) and tourist demand (independent variable).

Keywords: tourist services, tourist demand.

Tabla de contenido

	Pág.
Carátula	
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Tabla de contenidos	vii
Introducción	viii
1. Problema de la investigación	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.2.1. Problema general	1
1.2.2. Problemas específicos	1
1.3. Casuística	2
2. Marco teórico	4
2.1. Antecedentes de la investigación	4
2.1.1. Antecedentes internacionales	4
2.1.2. Antecedentes nacionales	7
2.2. Bases teóricas	10
3. Alternativas de solución	23
Conclusiones	
Recomendaciones	
Referencia	
Apéndice	

Introducción

Durante los últimos años, el turismo se encuentra en un proceso de desarrollo, convirtiéndose en una de las actividades de mayor trascendencia en el mundo. Los servicios turísticos y la demanda turística son de vital importancia, hablar de ello es referirse a dos variables indispensables para el turismo, así como a la interacción entre consumidores y vendedores. Herramienta importante para el desarrollo de cada país, así como un impacto positivo sobre todos los demás sectores. Lo cual ha generado que, en la actualidad, estos enfrenten una gran competencia entre los diferentes países.

En el enfoque mundial, la Organización Mundial del Turismo a través del Panorama del Turismo Internacional (2017), indicó que los siguientes países con mayor demanda turística son: Francia, Estados Unidos, España, Italia, China, etc. Dichos países tienen servicios turísticos eficientes y de primera calidad, haciendo que el turista retorne.

Con respecto, al Perú existen diversos atractivos naturales, culturales y entre otros, que constituyen un gran atractivo para el turista. No obstante, los problemas sociales, económicos y políticos con llevan a que la demanda turística disminuya.

El Ecosistema Las Lomas de Lúcumo consta de un área de 150 hectáreas. En las Lomas reside un aproximado de 160 especies de flora y fauna. Entre la variedad de flora se encuentran: la flor de Amancaes, la Orbejilla, el Rabo de Zorro de Lima, la Oreja de ratón, la Malva, entre muchas más. En cuanto, a su fauna se encuentran: vizcachas, cernícalos, águilas, zorros grises y pajarillos como el Turtupilín (petirrojo).

Las lomas de Lúcumo, actualmente se encuentran administradas por la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo cuyo objetivo es difundir y conservar la flora y fauna, brindando servicios turísticos de calidad al turista, siempre que este vaya en armonía con la naturaleza.

Sin embargo, su extensa biodiversidad y sus principales servicios turísticos se encuentran perturbados por el poco compromiso de los pobladores o empresas privadas de la localidad.

El trabajo se desarrolló en tres capítulos:

CAPITULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN, en este capítulo se caracteriza por el contexto del problema, sus principales interrogantes, problemáticas y, finalmente se expone un caso mediante la casuística.

EL CAPITULO II: MARCO TEÓRICO, en el siguiente capítulo se estableció los antecedentes nacionales e internacionales referidos a cada variable del tema de investigación y se conceptualizan ambas variables mediante la ayuda de autores o libros.

Y por último el CAPITULO III: ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN, este capítulo se enfocó en la resolución del problema general como los específicos aplicados en nuestro contexto de estudio. Posteriormente, culminar con las conclusiones, recomendaciones, referencias y apéndice.

1. Problema de la Investigación

1.1. Descripción de la realidad problemática

El turismo es en la actualidad en una fuente de ingresos económicos que significa el tercer lugar en los ingresos del PBI nacional. En este sentido, en el ecosistema Lomas de Lúcumo es un atractivo turístico que va a incrementar los ingresos al turismo para lo cual tenemos que estimar la calidad de sus servicios turísticos, que permitirá el mejoramiento social de los habitantes de la zona. Si estos aspectos no se analizan correctamente pondríamos en peligro la puesta en valor del atractivo turístico. Solo en esta condición podríamos considerar los aspectos de marketing para que pueda ser ofertado como Producto Turístico.

La ausencia de servicios turísticos actualmente ha provocado una baja demanda turística en el atractivo turístico requiriendo al gobierno local como al gobierno regional realicen el desarrollo de la infraestructura que falta. Solo así los entendimientos del empresariado privado podrán hacerse realidad. Sabido es que desarrollo turístico del empresariado privado y del sector público son las herramientas más importantes que existen en el desarrollo económico de nuestra patria.

Es fundamental para convencer a la empresa privada a realizar los emprendimientos correspondientes con lo que mejoraríamos los servicios turísticos correspondientes como: servicio de alimentación, orientación turística, paradores turísticos, así como complementar la información con señalética y paneles informativos.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo afecta la falta de implementación de servicios turísticos en la demanda turística de las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

1.2.2. Problemas Específicos

1. ¿Qué importancia tienen los atractivos turísticos del ecosistema Lomas de Lúcumo para incrementar su demanda turística, en el distrito de Pachacamac, en el año 2018?
2. ¿Qué relación tiene el servicio de restauración con la demanda turística en las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

3. ¿Qué relación tiene el servicio de orientación turística con la demanda turística en las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?
4. ¿Qué importancia tiene el servicio de información con la demanda turística de las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

1.3. Casuística

Las Lomas de Lúcumo, ubicadas en el distrito de Pachacamac forman un ecosistema que tiene una variedad fauna y flora. Los visitantes llegan en todas las estaciones del año con mayor énfasis durante la época de invierno. En este hermoso lugar se puede visualizar su biodiversidad entre junio y noviembre, temporada más propicia para ser visitado. Las superficies se torna de verdor, se aprecia la flor de Amancaes y las begonias, así mismo con los animales que habitan. Que se aproximan y forman parte de su habitat factor de observación turística que incrementa su demanda. Sin embargo, la falta de compromiso para proteger y desarrollar el turismo por parte de los pobladores de locales requiere de una acción de concientización turística al fin de informarles y hacer de su conocimiento de la relevancia que tiene la actividad turística en el crecimiento socio económico que tiene el lugar. Para lograr posteriormente su total adiciona al programa.

Caso I

El 4 de febrero del 2009 unos pobladores que recogían caracoles en las lomas, observaron que 40 obreros aproximadamente de la empresa Cementos Lima estaban haciendo una excavación de 300 metros en las Lomas y que acortaban el trayecto del circuito largo. Esto causó una situación poco amigable en los pobladores, los cuales no tenían conocimiento de tales obras. Los obreros se les observaban con herramientas de trabajo y maquinaria pesada para acelerar la obra, que consistía en levantar un muro de 2 metros de altura. Aquel día, representantes de la comunidad de Quebrada Verde se contactaron con el señor Armando Casis, representante de empresa de Cementos Lima. El cual afirmó no tener conocimiento sobre tales trabajos y solicito hablar con el responsable de la obra.

Para el gerente general de la asociación Atocongo, Armando Casís, informó que tuvieron problemas respecto a las comunicaciones con la empresa Cementos Lima. Por conveniente, mencionó que la población no se le aviso con anticipación de lo ocurrido. Así mismo, el jefe de seguridad y planificación ambiental de Cementos Lima, Julio Roncal, sostuvo que el muro de la obra se construía con el fin de salvaguardar el ecosistema turístico.

Caso II

La población de Quebrada Verde, que se encuentra cerca de las Lomas de Lúcumo, guarda recelo en su entorno. Ya que, en el 2002, un grupo de pobladores provenientes de la comunidad de Yanavía irrumpió 12 hectáreas de las lomas. Las Lomas de Lúcumo se encuentran en la lista de ecosistemas frágiles según el SERFOR, con un área de 1 597.36 hectáreas. Se trata de un ecosistema cuyos servicios turísticos han permitido el desarrollo del turismo y con ello, aumentar la demanda turística.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Fajardo (2017), publicó la siguiente tesis: “Análisis de la demanda turística del Cantón Naranjal - Provincia del Guayas, para el diseño de un plan promocional turístico”, expuesta en la Universidad de Guayaquil, ejecutada como tipo aplicada y se concluye:

- Es importante que incorpore un plan de promoción turística, donde se difunda los atractivos turísticos del sitio mediante fotos, folletos, redes sociales, entre otros.
- Al difundir el Cantón, se logrará aumentar la demanda y la imagen de la zona.
- Asimismo, diseñar una ruta turística sobre el Camino Inca con ayuda de la población local, aumentando así su demanda turística.

Félix (2015), presentó la tesis titulada: “Diseño de un programa de capacitación en interpretación y servicio al cliente para las Guías Nativas de la asociación de mujeres “Kuri Muyu”, comunidad Kichwa de Añangu, provincia de Orellana”, presentada en la Universidad Católica de Ecuador, dicha tesis fue de tipo aplicada y se concluye:

- Las guías, participarán en la mencionada capacitación para así mejorar sus servicios de guiado.
- Realizando el análisis del lugar se detalla que la Asociación cuenta con la ventaja de estar ubicada en la zona más biodiversa del mundo.
- Se ejecutaron entrevistas para establecer el perfil de las guías mujeres, donde el 19% solo curso la secundaria y el 67% curso la primaria. Así mismo, un 63% de mujeres guías indicó no haber trabajado y capacitado en el área del turismo.
- En cuanto, a las entrevistas de los visitantes, se manifestó la siguiente información: el 23% menciona que no estaba satisfecho con el servicio. Así mismo, los visitantes mencionaron que deberían mejorar: el servicio de guiado en los diferentes idiomas, atención al cliente, y finalmente en ventas.

- Es importante recopilar toda la información acerca de la Asociación de mujeres, así como la realización de un discurso para el momento del guiado de turistas.
- El programa de capacitación consta de los siguientes temas: el turismo, la realización de un mensaje especializado, las técnicas de interpretación y el servicio al cliente para sus conferencias. A esto se suma, la entrega de folletos de acorde a los temas a tratar.
- La evaluación del programa de capacitación se realizó a través de observaciones de campo, cuestionarios, entrevistas, grupos focales, entre otros.
- Para finalizar, el programa de capacitación permitirá mejorar el servicio actualmente ofrecido, incorporando nuevas técnicas de guiado.

Endara (2014), presentó la tesis titulada: “Análisis de la demanda turística que puede acceder a la Mariscal con discapacidad física y propuesta de mejoras a la oferta turística actual”, expuesta en la Universidad Tecnológica Equinoccial, dicha tesis fue de tipo aplicada y se concluye:

- La persona con discapacidad aumenta día tras día. Es por ello, que el turismo accesible es una opción que favorece a Ecuador.
- La zona de Mariscal consta de varios establecimientos de alojamiento y alimentos, sin embargo, no cuenta con muchos atractivos turísticos, ni se brinda facilidades de acceso e información para los turistas con discapacidad.
- Con respecto, a lo encuestado el 87% de las personas con capacidades especiales les agrada realizar turismo, y el 62% de los encuestados conocen el lugar turístico.
- El 38% de los turistas considera que los principales problemas por los cuales no se puede realizar turismo es por la ausencia de transporte y estacionamiento especializado, entre otros.
- El 16% de los encuestados indica que en la zona de Mariscal les falta de colaboradores capacitados y el buen servicio.

Mateus (2014), presentó la tesis titulada: “Propuesta para la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en los prestadores de servicios turísticos del Cantón Mejía”, ostentada en la Universidad Tecnológica Equinoccial, dicha tesis fue de tipo aplicada. Con respecto, a lo planteado se concluyó:

- Analizando los establecimientos turísticos con ayuda del guía local, se menciona estos ofrecen una experiencia de vida en armonía con la naturaleza, razón por la cual es importante implementar buenas prácticas de turismo sostenible. Adicional, se logró identificar las condiciones en las que estos negocios se encontraban dentro del ámbito de buenas prácticas.
- Realizando un estudio del mercado se pudo destacar que los turistas si le dan interés a la naturaleza, sobre todo al uso racional y equitativo del agua, la energía, los residuos, entre otros.
- La cultura no deja de ser la más importante ya que es uno de los atractivos fundamentales del Cantón porque guardan contenido histórico, costumbres y tradiciones que se mantienen en el lugar y que atraen a los turistas.

Chamba (2013), presentó la tesis titulada: “Plan de mejoramiento de servicios turísticos del Parque Recreacional Yamburara en la parroquia Vilcabamba del catón Loja”, publicada en la Universidad Técnica Particular de Loja, dicha tesis fue de tipo aplicada. Con respecto a lo planteado se concluyó:

- En esta tesis estableció la importancia de mejorar los servicios turísticos, para así incrementar la visita de los turistas, sobre todo de los adultos mayores.
- El producto turístico no se vende solo, por eso es preciso ejecutar una publicidad del parque.
- Es de mucha importancia implementar un procedimiento de apreciación de la calidad del servicio.
- En el parque no existen actividades donde los trabajadores laboren con la calidad (complacencia del turista, realización de disposición de estatus o seguridad de estos)

- Por otro lado no hay información detallada del parque.
- El adulto mayor no está considerado como un turista recurrente del parque, tomando en cuenta que el destino esta apropiado para la recreación y terapias de los adultos mayores.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Vela (2017), presentó la siguiente tesis: “Propuesta de plan de marketing para promover el ecoturismo y lograr incrementar el flujo de turistas nacionales en Tarapoto”, expuesta en la Universidad San Martín de Porres, dicha tesis fue de tipo aplicada y sus conclusiones son:

- El sector público asistirá en la realización del Plan de Marketing creando nuevos reglamentos de conservación. Así mismo, seguirá apoyando con charlas y capacitaciones a los pobladores.
- Con respecto al sector privado, las agencias de viajes brindarán los turistas diversas opciones de tours y difundiendo las zonas Ecoturísticas para que la demanda aumente.
- Las entidades públicas y privadas ninguna aplicaba un Plan de Marketing turístico en sus destinos.
- Por último, se contará con el apoyo del DIRCETUR, la municipalidad, asociaciones y el gobierno regional, para la realización de este Plan de Marketing y evaluar el estado de conservación de los recursos a través de ferias turísticas.

Valverde (2017), presentó la tesis titulada: “Plan de Promoción Turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida silvestre Laquipampa – Incahuasi”, desarrollada en la Universidad Juan Mejía Baca, dicha tesis fue de tipo aplicada y sus conclusiones son:

- El análisis de la situación actual refleja que la zona, tiene sectores para realizar actividades turísticas, clima adecuado, múltiples plantas; también se encuentra la intervención de empresas locales y del SERNANP para promocionar el área e incrementar el flujo de turistas en Laquipampa.
- La demanda está conformada por un 46% de mujeres universitarias, que visitan el refugio por investigación.

- Se le sugiere al SERNANP realizar planes ambientales, los cuales ayuden a proteger su biodiversidad.
- A los docentes de la universidad, implementar en sus secciones de clases la realización del diseño de planes de promoción turística que contribuyan en el sector a especializar.
- A los pedagógicos, que se establezcan en sus sesiones: paseos turísticos, con el propósito de que el alumno realice actividades Ecoturísticas.
- A los estudiantes, establecer propuestas que ayuden a solucionar los problemas de la localidad.

Bocanegra (2015), presento la tesis titulada: “Nivel de percepción del visitante respecto a los servicios que presenta Huaca de la Luna como atractivo turístico del sector a del distrito de Moche, provincia de Trujillo, región La Libertad”, desarrollada en la Universidad Nacional de Trujillo, dicha tesis fue de tipo básica y sus conclusiones son:

- La percepción del turista es alta debido a que presentan las siguientes características: la honestidad, la capacidad de respuesta, la convicción y la identificación.
- Los componentes mencionados se observan en las infraestructuras físicas y equipamientos aptos para el visitante. Además, lleva a cabo el discurso de “mantenimiento del patrimonio”. También se menciona el uso de los uniformes del personal, sin embargo, no todo el personal utiliza un uniforme adecuado por omisión de ellos mismos
- Según las encuestas realizadas califican a los servicios con un “Bueno”, y el resto, menciona que el servicio que se desarrolla correctamente.
- Así mismo, el 50% de los turistas han observado que el personal manifestó interés en la resolución de las dificultades y el 54% menciona que resuelven las quejas.
- La seguridad obtuvo una evaluación de “Muy Bueno” ya que el 45% genera credibilidad, un 43% la confianza; y la atención con cortesía a los visitantes un 48%, sin embargo, surgen inconvenientes como: la mayoría de los colaboradores hablan otro idioma en nivel intermedio – avanzado. La empatía de los colaboradores de contacto se calificó con “Muy Bueno”.

Chávez (2015), presentó la siguiente tesis: “Oferta y demanda turística potencial para el desarrollo del ecoturismo en la provincia de Trujillo”, expuesta en la Universidad Nacional de Trujillo, dicha tesis fue de tipo aplicada y sus conclusiones son:

- En la zona se puede realizar el ecoturismo debido a que cuenta con múltiples zonas turísticas de categoría sitios naturales, que a su vez generan aumento en su demanda.
- Se presentan los siguientes recursos, tales como: el Balneario de Huanchaco, el Cerro Campana, Totorales de Huanchaco, la Laguna de Conache, Duna de Conache, Dunas de Santo Domingo, Bosque de Algarrobo, El Cerro el Brujo, Cerro Shiran y Cerro Carnaval. Así mismo, en los lugares mencionados se pueden realizar actividades ecoturísticas como: observación de aves, acampar, navegar, entre otras.
- La demanda turística potencial está direccionada por una oferta Ecoturística en la provincia de Trujillo.
- El 67% de la demanda mencionaron la importancia en los recursos.
- El 48% de la demanda turística participa en el ecoturismo algunos días de la semana, mientras que un 41% practica una vez al año, y un 11% cinco a más veces al año.

Flores (2015), presento la tesis titulada: “Calidad de servicios que brinda el guía de turismo en la ciudad de Puno 2015”, desarrollada en la Universidad Nacional del Altiplano, dicha tesis fue de tipo aplicada y sus conclusiones son:

- Los resultados en los gráficos del número 1 al 9, se concluye que la calidad de servicios es adecuada. Donde la calidad del servicio de guiado es la más acertada.
- En cuanto a los gráficos del número 10 y 11, los turistas califican al servicio de guía como muy bueno la apariencia y preparación de información. Podemos concluir que para los turistas el factor relevante para ofrecer una buena calidad de servicios son aquellos puntos mencionados.
- Con respecto, a las preguntas del 12, 14, y 15 de la encuesta menciona que, los turistas extranjeros califican al servicio de guiado como bueno y excelente.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Los servicios turísticos

Tisnado (2009) Definió a los servicios turísticos como: Todo lo que complace las necesidades de los turistas al hacer un recorrido en zonas turísticas (hospedaje, medios de transporte, agencias de viajes, entre otros). (p.66)

Izaguirre (2014) Definió a los servicios turísticos como:

El éxito de todo atractivo turístico radica en la calidad de servicio que estas puedan dar en el momento que un usuario decida querer satisfacer sus necesidades en dicho lugar. Para ello, debemos generar momentos de felicidad a las personas que recurran a la zona turística.

Por otro lado, también podemos decir que un servicio turístico se da de manera tangible e intangible dando como resultado experiencias únicas e inigualables.

Un servicio turístico va más allá de tener una atención cordial o un buen transporte. Es la armonía perfecta de todo lo que se va ofrecer como parte del servicio. El resultado de este se dará si superamos las expectativas del turista, generando mayor afluencia de personas.

Se debe tener en cuenta de no dar un mal servicio turístico por que las consecuencias de una mala atención no solo es la pérdida de un turista, por el contrario, una mala experiencia en ellos es la poca concurrencia de varios turistas. (p.p. 23 – 25)

Sosa (2000) Definió a los servicios turísticos como: Una agrupación de actividades turísticas, con la finalidad de complacer las necesidades de los turistas a corto y largo plazo a través del uso adecuado de sus servicios o para generar otros beneficios. El servicio existe gracias a la percepción del turista, del cual puede evaluar de forma positiva o negativa de acuerdo con su experiencia vivida.

En la prestación del servicio intervienen 3 componentes:

- Las empresas turísticas.
- Lo tangible e intangible del servicio.
- Los medios para ejecutar el servicio.

Algunas de las características de los servicios turísticos son:

- Los servicios son intangibles

Esta particularidad se basa en que los servicios no se pueden saborear, observar, oler, palpar u oír antes de adquirirlos. Ya que, el turista lo puede percibir cuando lo adquirió o lo experimenta. Algunas de sus características intangibles son:

- ✓ La apariencia física del lugar y de las personas. Para el criterio del turista, un restaurante debe cumplir con todos los estándares de calidad.
- ✓ Con respecto al precio, cuando este es mayor es una señal de un servicio de buena calidad.
- ✓ En cuanto al riesgo percibido, cuando el turista percibe no tener garantía por el servicio genera señal de desconfianza.
- ✓ En cuanto a la información no es clara ni precisa, el turista suele desconfiar del servicio.

Los indicadores de calidad de los servicios turísticos son: la ubicación del atractivo, las estrategias de promoción y marketing, etc.

- Los servicios son inseparables

El servicio genera una interacción directa con el turista puesto que forma parte del servicio. El servicio se compra y se consume al mismo tiempo. Ejemplo: Sería difícil ejecutar un servicio de guiado sin la presencia del turista.

El turista será quien evalúe el servicio percibido, porque a través de la calidad brindada, intervienen de manera conjunta el turista y el servicio.

Si bien es cierto, se venden antes de producirse, lo primero a reconocer las necesidades o deseos del turista y seguidamente planificar el producto

- Los servicios son variables

Variabilidad quiere decir que dependerá de la calidad del servicio brindado. Es indispensable al turista y el prestador del servicio en contacto. Así mismo dependerá de cuando, como y donde se realice el servicio. Es importante que el turista reciba una experiencia agradable sin importar las circunstancias que se generen durante la permanencia de su visita.

- Los servicios son perecederos

Los servicios se caracterizan por ser producidos, vendidos y consumidos al mismo tiempo, es decir, los servicios no pueden ser guardados. Por ejemplo, una reserva para la visita a un Museo donde no asistieron en la hora indicada, por lo tanto, dicha reserva se anula.

- Los servicios son interdependientes

Un servicio indispensable está influenciado por otros, es decir, un servicio turístico depende de otro servicio. Por ejemplo, para lograr la satisfacción del turista que viaja a un determinado atractivo será necesario contar con: el servicio de guías, transporte, restaurante, orientación, etc. y estos se encuentren relacionados entre sí.

Con respecto a sus atributos para valorar un servicio turístico, se clasifican de la siguiente forma:

- **Acogida:** Se encuentran en trato amable del personal hacia el turista, en los diferentes paneles informativos, en la señalética ubicada en el destino turístico, etc.
- **Comodidad:** Expresada por las siguientes condiciones como: accesos en buen estado, guías capacitados y dinámicos, así como también unas buenas instalaciones locales.
- **Opciones:** Se refiere a tener diferentes elecciones de compra y la disposición para obtener los productos.
- **Precio:** El servicio a elegir debe estar acorde con la capacidad de gasto del turista.
- **Gama de productos:** El turista tiene la opción de poder elegir entre una variedad de productos acorde a sus gustos y preferencias. (p.p.37 – 41)

Piña (2012) Definió a los servicios turísticos como:

La unión de diversas actividades que se encuentran perfectamente entrelazadas para su funcionamiento y el buen confort del turista.

Asimismo, la interacción entre la persona y el medio generan una gama inmensa de variantes a desarrollar por los agentes de turismo.

El servicio turístico abarca un sin fin de técnicas y estrategias del productor al consumidor con el fin de generar satisfacción a las necesidades de un conjunto de consumidores.

Por lo tanto, el servicio turístico está enfocado a complacer las necesidades de los distintos tipos de turistas lo que conlleva a diversificar las actividades de modo especial para estar a la altura de cualquier ámbito que se requiera.

Tipos de servicios:

- Servicio de alojamiento. - la acción de dar hospedaje a los distintos tipos de turistas
- Servicio de alimentación. - la acción de brindar alimentación en las instalaciones o fuera de ellas
- Servicio de guía. - la acción de interpretar los diversos rasgos naturales o culturales de cualquier lugar.
- Servicio acogido. - acción de facilitar la organización de distintos tipos de eventos.
- Servicio de información. - es la acción de facilitar de manera resumida o detallada características de los recursos.
- Servicio de intermediación. - la acción de intervenir como mediador con el fin de facilitar el servicio turístico. (p.p. 81 – 84)

2.2.1.1 Atractivos turísticos.

Tisnado (2009) Definió a los atractivos turísticos como:

Aquello que impresiona y es de relevancia al turista. Estos pueden ser en relación a sus monumentos históricos, gastronomía, actividades culturales, deportivas o recreacionales. (p.8)

Guerrero y Ramos (2014) Definió a los atractivos turísticos como:

Un grupo de componentes que se pueden transformar en un producto turístico, el cual puede influenciar en el proceso de selección del destino y motivando así su visita del turista. (p. 81)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011) Menciona que el atractivo turístico es: Aquel recurso turístico que se le añade infraestructura y servicios mediante la intervención de la mano del hombre. (p.16)

Quesada (2010) señala que el atractivo turístico es:

El total de lugares, cosas y eventos que motivan al turista para realizar su viaje. Este lugar se caracteriza por ser interesante, llamativo y nos invita a dejar nuestro lugar habitual. Los atractivos turísticos son identificados como “la materia prima” del turismo, porque debido a su presencia surge la planta turística, con la finalidad de brindar a los turistas todo lo correspondiente para su permanencia y su posible retorno.

Los atractivos turísticos pueden clasificarse de numerosas formas, de acuerdo con las definiciones que se ejecuten sobre ellos. Pueden ser, sin o con la intervención de la mano del hombre. También están aquellos atractivos creados para el deleite del turista como: lugares recreativos, centros de diversión, entre otros. Así como también edificios de la índole cultural o histórica como: museos, sitios arqueológicos, casonas, entre otros.

También los atractivos turísticos se pueden clasificar por su naturaleza u origen de la siguiente forma:

- Tangibles: Son notorios y ocupan un espacio de manera intacta.
- Intangibles: En esta categoría se encuentran los eventos, conciertos o ferias instaladas por temporadas o perpetuas.

Por tal motivo, los eventos sociales, culturales y deportivos están considerados como atractivos turísticos debido a que estos sucesos se pueden desarrollar de forma esporádica o en fechas específicas.

Otros atractivos turísticos están condicionados por los cambios climáticos, por lo tanto, su visita se realiza en ciertas fechas. Por ejemplo: Las Lomas de Lúcumo, donde las fechas de su visita son en los meses de junio a noviembre. También se consideran como atractivo turístico, los lugares naturales ya que por sus características son puntos de interés, como ejemplo están: las cascadas de agua, lagunas o ríos. Las construcciones religiosas se categorizan como atractivos turísticos: iglesias, monasterios, entre otros.

En síntesis, los atractivos turísticos se clasifican de la siguiente forma, en base a sus características:

1. **Sitios Naturales:** Lagos, playas, ríos, entre otros.
2. **Museos y manifestaciones culturales:** Museos, sitios arqueológicos, entre otros.
3. **Folclore:** Danzas, música, gastronomía, entre otros.
4. **Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas:** Esculturas, realizaciones urbanas, zoológicos, entre otros.
5. **Acontecimientos programados:** Eventos, carnavales, fiestas, entre otros.

Los destinos con mayores atractivos turísticos y una biodiversidad de calidad son los que tienen mayores visitas. Por otro lado, existen lugares que cuentan con los atractivos turísticos necesarios, sin embargo, carecen de servicios óptimos para la visita. Lo que se requiere una pronta mejora, para su puesta de valor.

Los atractivos turísticos tangibles y no tangibles, tienen un atributo que los identifica y los define como emblema en un determinado lugar. Por tal motivo, se usa el concepto de “distintivos turísticos” que significa reflejar la imagen del atractivo a través de animales, objetos y comidas característicos del lugar. Ejemplo: El pisco de Perú, los osos pandas de China, el chullo de Perú, entre otros.

Cuando se realiza un viaje, la palabra “obligatorio” está integrada en los turistas. Por ejemplo: Al realizar un viaje al Cusco y si no se realiza la visita la ciudadela de Machu Picchu, es como si no hubiera ido. Por ello, no solo existen los atractivos sino también actividades turísticas por realizar en un determinado destino. (p.p. 170 – 178)

2.2.1.2. Servicio turístico de restauración.

Ludeña (2016) Definió al servicio turístico de restauración como: Aquellos establecimientos que mediante un precio proporcionan comidas y/o bebidas.

Linares (2012) Definió al servicio de restauración como: Es aquel servicio donde se ofrecen alimentos y bebidas para satisfacer las expectativas del turista. Este servicio se brinda al turista en diferentes lugares, ya sea por su instalación, operación y precio. Un restaurante es aquella edificación que ofrece alimentos y bebidas de calidad hacia los turistas nacionales e internacionales.

El servicio turístico de restauración se clasifica de la siguiente manera:

- Tipo de cocina: Se clasifica de acuerdo al tipo de comida que se brinda.
 - ✓ Restaurante gourmet: Es aquel lugar donde ofrecen platillos refinados. La calidad del platillo va acorde con el precio a pagar.
 - ✓ Restaurante de especialidad: Es un tipo de restaurante que brindan platillos temáticos. Ejemplo: Cocina japonesa, italiana, vegana, entre otros.
 - ✓ Restaurante de generalidades: Es aquel establecimiento que ofrecen platillos tradicionales. Ejemplo: cafeterías, pizzerías, bares, entre otros.

- Tipo de servicio: Está compuesto por cuatro servicios que se ofrece a los turistas, son:
 - ✓ Servicio a la mesa: Este servicio se brinda cuando el mesero sirve el platillo seleccionado por el turista en su mesa.
 - ✓ Servicio en la barra: Este servicio se ofrece, cuando el mesero sirve la bebida seleccionada por el turista en la barra.
 - ✓ Servicio para llevar: Este servicio se realiza cuando el turista selecciona los alimentos que va a llevar, para luego pagarlos en caja y finalmente retirarse con los alimentos. En este ítem se encuentra la comida rápida.
 - ✓ Autoservicio: En este servicio ubicamos al “Buffet”. Donde los turistas se acercan a estas extensas mesas para así servirse a preferencia personal.

- Por la forma de ofrecer sus servicios
 - ✓ A la carta: se refiere a la elaboración de una lista extensa de platillos especiales, donde el turista selecciona el alimento a consumir. La carta está compuesta por: sopas, ensaladas, bebidas, postres, entre otros.
 - ✓ Menú fijo: se refiere a la elaboración de una lista corta y no variada de platillos. El menú fijo está compuesto por: entrada, plato fondo y bebida o postre.

- Por su principal mercado

Es el tipo de público que asiste a la instalación turística, conformado por:

- ✓ El orientado a las personas que trabajan y tienen que alimentarse cerca de su establecimiento laboral.
- ✓ El orientado a la familia, aquellos que consumen diversos menús, especialmente los más económicos.
- ✓ El orientado al mercado turístico, ubicado en zonas turísticas que gracias a su difusión acuden turistas nacionales e internacionales.

- Por su dimensión o tamaño.

Está compuesto por la cantidad de mesas instaladas dentro de los restaurantes, entre ellas se encuentra:

- ✓ Grandes: de 40 o más mesas.
- ✓ Medianos: de 30 a 39 mesas.
- ✓ Pequeños: de 15 a 29 mesas.

- Tipo de administración.

- ✓ Independiente: no está administrado por otras empresas turísticas.
- ✓ Cadena: se encuentran administrados por otra empresa turística.
- ✓ Franquicia: conjunto de empresas turísticas adquiridas con derecho de autor. (p.p. 25 – 28)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004) mediante de su Reglamento de Restaurantes clasifica a los restaurantes de cinco tipos: uno, dos, tres, cuatro, cinco tenedores. Estas clases de restaurantes, independientemente reúne ciertas características. (p.p. 1 -15)

2.2.1.3 Servicio turístico de orientación.

López (2016) Definió al servicio de orientación como:

Aquel servicio que se encuentra dirigido por el orientador turístico, es la persona que ejecuta el guiado dentro del atractivo turístico, debidamente informado y capacitado para el turista.

Dentro de las principales funciones de los orientadores turísticos encontramos:

1. Asistir en la seguridad y tranquilidad de los turistas, mediante sus conocimientos profesionales.
2. Recibe a los turistas en los lugares establecidos.
3. Acompañar al turista hacia su hospedaje, tours y terminales de buses o aeropuertos.
4. Guiar al turista indicándoles la información correcta del lugar a visitar.
5. Inculcar al turista sobre las tradiciones y costumbres de la zona de visita.

Las principales tareas o responsabilidades de los orientadores turísticos se clasifican de la siguiente forma:

1. Acogen y despiden a los turistas en el momento del ingreso o embarque del viaje.

2. Brinda la información al turista sobre el lugar que visitara y los servicios que utilizará.
3. Ayuda al turista en la recepción del hospedaje.
4. Al iniciar el tour, menciona el itinerario que se desarrollara. Dicho itinerario debe contener: las horas y los atractivos turísticos que se visitara.
5. Una vez completado el tour, debe realizar un informe sobre los servicios ofrecidos.
6. El orientador turístico debe tener ciertos componentes que hacen efectivo su labor, como son: megáfonos, botiquín de primeros auxilios, mapas, teléfono, brújula, entre otros.

En relación a las características que poseen los orientadores turísticos se encuentran: las actitudes, habilidades y valores.

- Actitudes: Presentación personal optima, uniforme adecuado, preparado para todo inconveniente y disponibilidad para atender al turista.
- Habilidades: Conocimientos en los diferentes atractivos turísticos, líder, comunicativo, entre otros.
- Valores: Alegre durante el recorrido, educado en su presentación, respeta las opiniones de los turistas, entre otros.

Es importante que el orientador de turismo use las siguientes técnicas:

1. Expresión: la fluidez verbal es importante en el orientador. Parte de una comunicación correcta, vocalización pausada y emplear palabras apropiadas (No vulgar).
2. Descripción: El orientador debe estar debidamente informado y notificar la información detallada hacia los turistas.
3. Comunicación: Un orientador debe tener la capacidad de hacerle comprender al turista
4. Conducción: Es la habilidad de dirigir a un grupo de turistas. No solo con información, sino también con técnicas.
5. Recreación: El orientador debe ser un individuo simpático, alegre, preparado y dinámico a través de acciones entretenidas. (p.p. 4 – 6)

2.2.1.4 Servicio turístico de información.

Centeno et al. (2011) Definió a los servicios de información turística como:

Aquella información que se caracteriza por contener datos importantes. Un dato cuenta una acción de forma objetiva. Por tal motivo, es un grupo de acciones que se presentan al visitante con la finalidad de comunicar e instruir durante su estadía. Ciertamente lo primordial es lograr una información auténtica y útil, donde ayude a buscar hospedaje o seleccionar unas vacaciones.

La información turística requiere un emisor, receptor y canal. El emisor es aquel que menciona la información. El receptor es la persona que acoge la información. Y el canal es el espacio o medio donde circula la información.

La información turística se puede dividir de la siguiente forma:

1. Información de la oferta turística:

Se encuentra integrada por los servicios turísticos que se encuentren en una zona donde son brindados al visitante para satisfacer sus necesidades y/o motivaciones.

Dicha información consta de los siguientes elementos:

- Las singularidades del servicio.
- El costo.
- La situación del servicio.
- El autorizado.
- La zona donde se presta el servicio.

Esta información requiere ser lo más descriptible posible. Por ello, se debe realizar una búsqueda de información intensa. Así mismo, se encuentran en función al tipo de servicio que la dispone. En consecuencia, es recomendable establecer la información en función al tipo de servicio que se seleccionará durante el viaje:

- Hospedaje: Hotel, hostales, casas locales, etc.
- Alimentación: Restorán, cafés, bares, etc.
- Entretenimiento: Ferias, discotecas, cine, casino, etc.
- Transporte: Auto, bus, bicicleta, avión, etc.
- Deportes: De aventura, acuáticos, treaking, etc.
- Naturaleza: Parques, zoológicos, zonas rurales, etc.
- Cultura: Museos, teatro, zonas arqueológicas, etc.
- Espectáculos y negocios: Conciertos, conferencias, etc.

2. Información de mercado

Radica principalmente en el análisis del consumo de la demanda, es decir, son todos aquellos informes que describen las tendencias actuales, los motivos de viaje y los servicios que adquieren.

Para obtener la esta información se necesita de empresas especializadas en el rubro que realicen estudios de mercado como:

- Planificar una campaña de encuestas
- Elaborar un cuestionario
- Establecer la muestra para realizar la encuesta
- Administrar el trabajo de campo
- Analizar los datos obtenidos

La estructura de la oferta es una información que le interesa de manera especial a las oficinas de turismo. Esta información se obtiene por medio de entrevista a cada empresa turística de un determinado destino turístico. Cabe resaltar, que cuando el destino turístico es grande, la obtención de la información se debe realizar a través de empresas especializadas.

3. Información de los recursos

Los recursos turísticos ayudan a crear la oferta turística, la cual está integrada por los servicios que el visitante va a adquirir durante su viaje.

Los recursos se pueden categorizar de diversas maneras, sin embargo, es necesario buscar una clasificación más acorde con la motivación del turista:

- Recursos turísticos finales: Son aquellos que motivan la actividad turística. Por ejemplo: Turismo de sol y playa, espacios naturales y culturales como museos, teatros, etc.
- Recursos intermedios: Son aquellos que proveen la estancia del turista en un destino. Por ejemplo: el servicio de hospedaje, restauración, agencia de viajes y las oficinas de turismo.

Actualmente, los destinos dan importancia a la información de los recursos finales, ya es la información le interesa al turista. (p.p. 8 – 12)

2.2.2. Demanda turística.

Panoso y Guilherme (2012) Definió a la demanda turística como:

El conjunto de personas donde sus necesidades se basan en el consumo y la experiencia de las zonas visitadas. Los turistas en cada viaje se dedican a ir de compras o utilizar los servicios, tales como: hospedaje, restaurantes, transporte, etc. Sin embargo, su principal motivación siempre será el destino o lugar que visitan, ya que un turista que viaja hacia el Cusco espera percibir la “atmósfera” que se halla ahí. Por lo tanto, la demanda turística es, el grupo de personas que participan activamente en actividades turísticas y también se define como la cantidad de personas que ingresa y sale de un determinado país. Los factores que integran la demanda turística lo conforman, el nivel de renta de los turistas, tiempo de ocio y la motivación de viaje. También los factores políticos y económicos influyen en la posibilidad de viaje del turista. Por el punto de la oferta, los precios inestables en los destinos y la poca diversificación de productos turísticos, pueden afectar a la demanda de una determinada zona.

Es primordial indicar que, en la demanda turística, el consumidor y el cliente son personas diferentes. Por ejemplo: Un grupo de menores que salieron de viaje solos (consumidor), sin embargo, sus padres son los encargados de pagar su viaje (cliente). En diversos casos, el cliente influye en la decisión del consumidor, ya que el cliente a menudo asume los costos del viaje.

La demanda turística se clasifica de la siguiente forma:

- Demanda real: se encarga de medir la cantidad de turistas que están viajando.
- Demanda reprimida o suprimida: grupo de personas que tienen las ganas de viajar, pero por ciertas razones no lo pueden realizar.
 - ✓ Demanda potencial: es aquella demanda que tarde o temprano viajará , pero no lo ha hecho por motivos personales
 - ✓ Demanda Diferida: es aquella demanda que por problemas externos (fuertes lluvias, falta de lugares donde dormir, etc.)
- No demanda: es aquella demanda que quiere viajar, pero nunca lo realizará por motivos externos. (p.p. 149 -151)

Delgado (2003) Definió a la demanda turística como:

Aquella relación que existe entre los precios de los bienes y la cantidad adquirida de dichos precios, es decir, cuando más alto es el precio menor será la cantidad consumida.

Los factores que determinan la demanda son:

1. Los factores objetivos: Son aquellos factores que dependen de la renta disponible del turista, es decir, es el poder adquisitivo o monetario que poseen los turistas durante su viaje. Cabe resaltar, que cuando la renta disponible aumenta, los turistas realizaran viajes de varios días y de mayor costo.
2. Los factores subjetivos: Son aquellos factores identificados por los gustos y preferencias de los turistas, en ello están involucrados elementos: culturales, históricos y costumbres. Por ejemplo: El platillo “El cuy chactado” en la sierra del Perú, para los pobladores de la zona es delicioso sin embargo, para algunos turistas no les genere agrado degustarlo.
3. Los factores condicionales: Son aquellos factores que están vinculados con los acontecimientos del lugar o destino turístico. Por ejemplo: Las Lomas de Lúcumo en las épocas de invierno, su flora o el verdor en las lomas hacen que los turistas visiten dicho lugar. Realizando actividades como observación de aves, flora o caminatas. Esto influye que la demanda aumente. (p. 49)

Sancho (2001) Definió a la demanda turística como:

El conjunto de turistas, viajeros y visitantes que adquieren bienes y servicios de un determinado destino, es decir, son un grupo de personas con diversas características sociodemográficas, de gustos y preferencias. La demanda está asociada a la correcta decisión que los visitantes al minuto de organizar el viaje. (p.48)

Rodríguez (2013) Definió a la demanda turística como:

El total de elementos tangibles e intangibles que el mercado necesita, para satisfacer las necesidades de descanso u ocio. La demanda turística está compuesta por diversos operadores de turismo, que brindan distintos productos y servicios acorde al mercado.

La demanda turística está comprendida por las siguientes características:

- Elasticidad: Referido a la variación de precios en el mercado.
- Sensibilidad: Referido al contexto socio-político de los países haciendo que cambien su destino de viaje.
- Estacionalidad: Referido a los factores climáticos. (p.p. 2 – 4)

3. Alternativas de Solución

A. Con respecto al problema general

¿Cómo afecta la falta de implementación de servicios turísticos en la demanda turística de Las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

Respuesta:

1. La falta de implementación de servicios turísticos es uno de los problemas actuales que afronta cualquier atractivo turístico, haciendo que los turistas no regresen nuevamente ya que el atractivo no posee los servicios necesarios para su disfrute, como, por ejemplo: accesibilidad, información, señalética, entre otros. Por lo tanto, como primera alternativa de solución sería elaborar un informe detallado del tipo de turista que visita el atractivo para así identificar su principal motivación, el gasto turístico, el grado de satisfacción de los servicios turísticos actuales, entre otros. Vale decir, que gracias al informe, conllevará a tomar acciones que propendan a mejorar la capacidad del atractivo para satisfacer las necesidades y deseos del visitante.
2. Para que la llegada de turistas aumente, se deben mejorar sus servicios turísticos actuales, donde los turistas satisfagan sus perspectivas y logren el bienestar que buscan. Por consiguiente, se establece la siguiente alternativa de solución, el mejoramiento de la carretera de Pachacamac al Valle de Lúcumo pidiendo que esta carretera sea asfaltada con el propósito de mejorar su accesibilidad, también se requiere el replanteamiento de los senderos existentes a fin de hacer menos cansador el desplazamiento, lo cual permita la visualización más amplia del atractivo. Por último, la instalación de una glorieta en el punto más alto de las Lomas logrando así una observación en 360 grados sin alterar su biodiversidad.
3. Analizando los servicios turísticos de las Lomas de Lúcumo verificamos que se encuentran en un estado de conservación regular, sin embargo, su demanda turística se mantiene activa. Por lo consiguiente, nuestra alternativa de solución sería realizar evaluaciones en forma periódica, con la finalidad de evaluar la calidad e identificar el estado de conservación de los mismos. Esto permitirá modificar o replantear en el tiempo cualquier estrategia propuesta a fin de satisfacer adecuadamente las preferencias de los turistas.

B. Con respecto a los problemas específicos

Problema Específico 1

¿Qué importancia tienen los atractivos turísticos del ecosistema Lomas de Lúcumo para incrementar su demanda turística?

Respuesta:

1. Los atractivos turísticos constituyen un componente importante en un determinado destino, su difusión se debe realizar a través de los medios adecuados para que aumente la visita de los futuros turistas en la zona.
2. Por ello, nuestra alternativa de solución se basa en la promoción turística que forma parte del plan de marketing turístico. Mediante la creación de una plataforma virtual que permita la promoción y facilite el aprendizaje de los atractivos turísticos a fin de posicionar permanentemente Las Lomas de Lúcumo. (Promoción mediante las redes sociales y pagina web).
3. Actualmente, los atractivos turísticos forman parte fundamental del turismo, siendo imprescindible su conservación, ya que debido a que la falta de compromiso de los pobladores y turistas alteran al atractivo, mediante las invasiones expuestas en nuestra casuística. A ello se suma, la contaminación generada dentro del atractivo y depreciación de su fauna silvestre. Para solucionar este problema expuesto se planteó la siguiente acción, activar un plan de concientización turística hacia el público general, donde se explicará las potencialidades turísticas del atractivo con el fin de lograr su participación activa en la alternativa propuesta.

Problema Específico 2

¿Qué relación tiene el servicio de restauración con la demanda turística en las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

Respuesta:

1. El servicio de restauración (restaurante) es un elemento icónico en todos los destinos, ya que captura la esencia típica del lugar atrayendo una importante cantidad de turistas. El restaurante local nos muestra la cultura y tradición de un destino en particular. Sin lugar a duda, la comida típica es un ejemplo de autenticidad para los turistas, quienes se sentirán interesados y atraídos por esta. En consecuencia la alternativa de solución sería de mejorar el restaurante instalado dentro del atractivo, ya que actualmente no está accesible. Sin que altere su diversidad.
2. A ello se suma que, hoy en día son muy pocos los turistas que escogen un destino por motivos gastronómicos. Por ello, se establece la siguiente alternativa de solución: durante las actividades de las fiestas tradicionales del distrito de Pachacamac que se realizan cada fin de semana, se ofrezca alimentos cultivados de la comunidad Quebrada Verde (tubérculos, frutos, entre otros) para así incentivar su deseo de visita al atractivo.

Problema específico 3

¿Qué relación tiene el servicio de orientación turística con la demanda turística en las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

Respuesta:

1. El servicio de orientación turística se encuentra representado por pobladores del lugar, este constituye el punto de contacto entre el atractivo turístico y la demanda, por lo tanto, el servicio de orientación turística compone un elemento primordial en el nivel de satisfacción del turista. En ese sentido, se necesita de un personal altamente calificado y capacitado para dicho servicio. Por tal motivo, nuestra alternativa de solución sería la creación de La Asociación de Orientadores Locales de Las Lomas de Lúcumo, con el apoyo del MINCETUR a fin de recibir orientación técnica profesional y establecer parámetros de capacitación o formación turística a los aproximadamente 50 pobladores que brindan servicio de orientación.

2. La imagen en los orientadores turísticos y el resto de trabajadores es un punto necesario para mantener la competitividad de los destinos turísticos, para ello se plantea la siguiente alternativa de solución, diseñar un uniforme para el personal, acorde para cada puesto de trabajo (personal de orientadores, boletería, restauración, etc.).

Problema específico 4

¿Qué importancia tiene el servicio de información con la demanda turística en las Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacamac en el año 2018?

Respuesta:

1. Una comunidad tiene diversos atractivos turísticos, pero sólo pueden ser difundidos si se dispone de la información turística adecuada. Por tal motivo, es importante que la información hacia los turistas sea clara, dinámica y precisa. Por ello, se plantea la siguiente alternativa de solución se instalará una caseta “I” a fin de facilitar la información al público existente mediante entrega de folletos, mapas, trípticos didácticos sobre las Lomas de Lúcumo.
2. Otro factor importante dentro del servicio de información turística es la señalética. La señalética tiene como finalidad indicar los atractivos y servicios a través de imágenes claras que captan la atención de los turistas. Debido a ello, nuestra alternativa de solución establece que la señalética requiere un estudio para instalarla, a fin de facilitar las visitas y la conducción de los circuitos que se están estableciendo.

C. Beneficios de las alternativas de solución

- Mayores ingresos económicos para los pobladores de Quebrada Verde.
- Generación de empleo a los pobladores.
- Mejoramiento de los servicios turísticos.
- Sensibilización a los habitantes locales y a los futuros visitantes.
- La afluencia de turistas aumentaría por los nuevos cambios a realizar en las Lomas de Lúcumo.

Conclusiones

En el presente trabajo, se ha alcanzado determinar que los servicios turísticos se están desarrollando de forma primaria y se está descuidando los aspectos del orden, la transmisión de cultura y no se explota la observación paisajística tan peculiar y hermosa que tiene la zona.

La gestión administrativa de las Lomas de Lúcumo no está preparada para su operatividad, al no tener interés en los servicios turísticos actuales y se conforman con lo que tienen. Convirtiéndose así, en un personal conformista y con bajo ímpetu de superación.

Los orientadores turísticos no se encuentran debidamente capacitados, por tal motivo no realizan su labor de forma eficiente dejando insatisfecho al turista durante el recorrido.

La señalética turística, senderos y paneles informativos durante el recorrido de Las Lomas de Lúcumo es acentuadamente escasa o deteriorada, haciendo que la mayoría de turistas no estén informados o se extravíen durante su visita.

Recomendaciones

Tiene carácter prioritario mejorar los servicios turísticos que posee Lomas de Lúcumo como materia básica para el futuro logro del desarrollo socioeconómico de la zona. Y de este modo, aumentar la afluencia de los visitantes, permitiendo además la protección y conservación de la biodiversidad de la zona.

Incentivar al personal administrativo a través cursos didácticos para tecnificar el desarrollo de sus capacidades con el deseo de lograr la calidad total.

Capacitar de forma constante a los orientadores turísticos, donde se les permita la competencia del trabajo que están desarrollando.

En el ecosistema Lomas de Lúcumo los paneles informativos, la señalética turística existente y los senderos requieren de una nueva reestructuración, a fin de abarcar la visita ecológica con mayor detalle.

Referencia

Libros

Panosso, A. y Lohaman, G. (2012). *Teoría del Turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. 1ª edición. Editorial Trillas. México.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011). *Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. 1ª edición. Editorial Arkabas. Perú.

Guerrero, P. y Ramos, R. (2014). *Introducción al turismo*. 1ª edición. Grupo Editorial Patria. México.

Izaguirre, M. (2014). *Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros*. 2ª edición. Ecoe Ediciones. Colombia.

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo: Teoría, clasificación y actividad*. 2ª edición. Editorial Universal Estatal a distancia. Costa Rica.

Sosa, C. (2000). *Los servicios turísticos, cualidades y medición*. 1ª edición. Editorial San Marcos. Perú.

Tisnado, T. (2009). *Glosario de Términos Turísticos*. 1ª edición. G&S universal. Perú.

Linares, A. (2012). *Entorno de la Hotelería y Turismo*. 1ª edición. Red tercer milenio. México.

Ludeña, A. (2016). *Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. 1ª edición. Editorial EDILOJA. Ecuador.

López, D. (2016). *Cartilla para Orientadores Turístico*. 1ª edición. Virtual. Perú.

Piña, J. (2012). *Turismo Enfoque global*. 1ª edición. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México.

Tesis

Bocanegra (2015). *Nivel de percepción del visitante respecto a los servicios que presenta Huaca de la Luna como atractivo turístico del sector a del distrito de Moche, provincia de Trujillo, región La Libertad*. Tesis de pregrado en la Universidad Nacional de Trujillo.

- Chamba, M. (2013) *Plan de mejoramiento de servicios turísticos del Parque Recreacional Yamburara en la parroquia Vilcabamba del catón Loja*. Tesis de pregrado en la Universidad Técnica Particular de Loja de Ecuador.
- Chávez, S. (2015). *Oferta y demanda turística potencial para el desarrollo del ecoturismo en la provincia de Trujillo*. Tesis de pregrado en la Universidad Nacional de Trujillo.
- Endara, K. (2014). *Análisis de la demanda turística que puede acceder a la Mariscal con discapacidad física y propuesta de mejoras a la oferta turística actual*. Tesis de pregrado en la Universidad Tecnológica Equinoccial de Ecuador.
- Fajardo, A. (2017). *Análisis de la demanda turística del Cantón Naranjal - Provincia del Guayas, para el diseño de un plan promocional turístico*. Tesis de pregrado en la Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Félix, M. (2015). *Diseño de un programa de capacitación en interpretación y servicio al cliente para las Guías Nativas de la asociación de mujeres "Kuri Muyu", comunidad Kichwa de Añangu, provincia de Orellana*. Tesis de pregrado en la Universidad Católica de Ecuador.
- Flores, V. (2015). *Calidad de servicios que brinda el guía de turismo en la ciudad de Puno 2015*. Tesis de pregrado en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Mateus, V. (2014). *Propuesta para la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en los prestadores de servicios turísticos del Cantón Mejía*. Tesis de pregrado en la Universidad Tecnológica Equinoccial de Ecuador.
- Valverde, R. (2017). *Plan de Promoción Turística para el incremento de la afluencia de turistas en el refugio de vida silvestre Laquipampa – Incahuasi*. Tesis de pregrado en la Universidad Juan Mejía Baca de Chiclayo.

Vela, M. (2017). *Propuesta de plan de marketing para promover el ecoturismo y lograr incrementar el flujo de turistas nacionales en Tarapoto*. Tesis de pregrado en la Universidad San Martín de Porres, Lima.

Web bibliográfica

- ✓ https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/REGLRESTAURANT_2004.pdf
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/sistemas-informacion-turisticos/sistemas-informacion-turisticos.pdf>
- ✓ https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf
- ✓ <https://aulasvirtuales.files.wordpress.com/2014/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas.pdf>
- ✓ <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- ✓ <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

APÉNDICE

Demanda turística histórica y real del ecosistema Lomas de Lúcumo

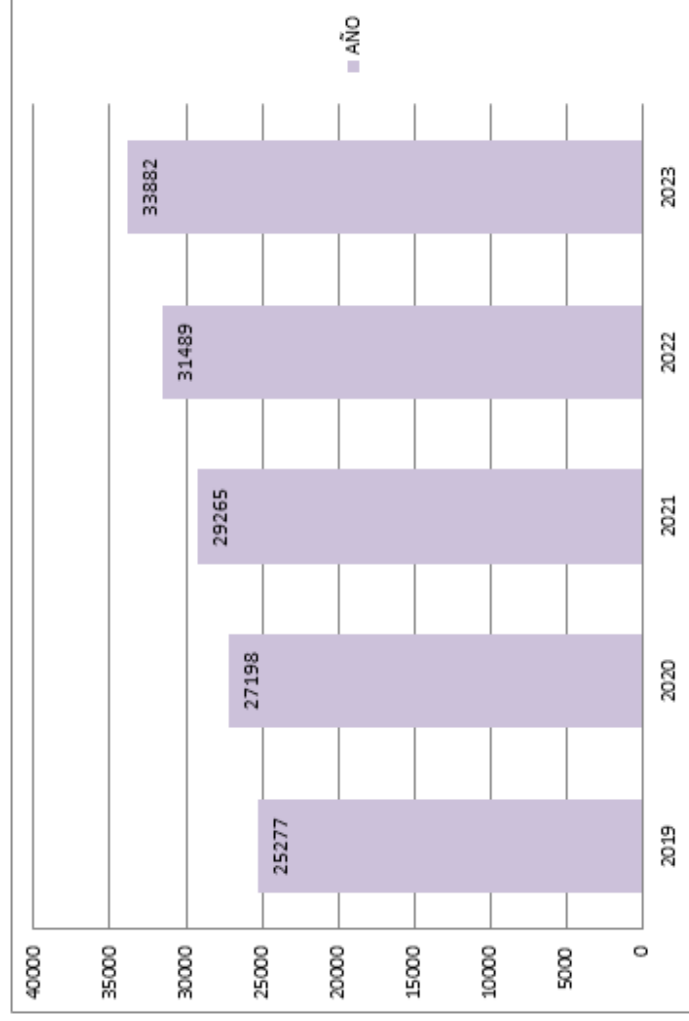
TURISTAS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ADULTO	4244	4557	5325	5459	7638	7723
NIÑOS	1485	1538	2103	1168	1725	1845
ESCOLARES	8696	8746	9419	11140	11972	12867
UNIVERSITARIOS	1273	1308	860	803	1027	975
CAMPAMENTO		214	158	72	131	82
TOTAL	15855	16363	17865	18642	22493	23492

Fuente: Asociación Circuito Eco turístico Lomas de Lúcumo, año 2018

Interpretación

En esta tabla se puede observar el ingreso de turistas obtenido hasta el año 2018, resaltando que a pesar de que no cuentan con los servicios turísticos adecuados siguen recibiendo una mayor cantidad de turistas anualmente. Sin embargo la población de Quebrada Verde no realiza ninguna acción de mejora, para corregir sus servicios turísticos. Adicionalmente la demanda turística graficada es inferior a lo que tiene Las Lomas de Lachay, según MINCETUR en el año 2015 recibió un total de 27 597 turistas.

Demanda turística potencial del ecosistema Lomas de Lúcumo




Fuente: Asociación Circuito Eco turístico Lomas de Lúcumo, año 2018

Interpretación

La representación de la gráfica demuestra las futuras visitas al atractivo Lomas de Lúcumo hasta el año 2023, confirmando que en el año 2020 recién contaría con la demanda ideal. Por tal motivo es indispensable mejorar sus servicios turísticos para que la demanda ideal se refleje en el presente.

INVENTARIO TURÍSTICO REALIZADO AL ECOSISTEMA LOMAS DE LÚCUMO EN EL DISTRITO DE PACHACAMAC, 2017.

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Las Lomas de Lúcumo	Ficha N ^o (*)		
Toponimia (*)	Lugar de la Flor Amancaes	0000001		
UBICACIÓN		DATOS DE CORRESPONDENCIA (*)		
Departamento / Región (*)	Lima	Coordenadas geográficas (WGS 84)	Latitud	12° 13' 00" S
Provincia (*)	Lima		Longitud	76° 45' 00" W
Distrito (*)	Pachacamac	Coordenadas UTM (WGS 84) Opcional	Latitud	UM04
Otro (*)	Valle de Lurín		Longitud	UM04
Referencia:	Circuito Corto	Altitud (m.s.n.m)	114 (mínima) – 488 (máxima)	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURISTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL		
Categoría (*)	1. SITIOS NATURALES			
Tipo (*)	d. Quebradas			
Sub - Tipo (*)	Quebradas			
DESCRIPCIÓN (*)				
El Ecosistema Las Lomas de Lúcumo consta de un área de 150 hectáreas. En las Lomas reside un aproximado de 160 especies de flora y fauna. Entre la variedad de flora se encuentran: la flor de Amancaes, la Orbejilla, el Rabo de Zorro de Lima, la Oreja de Ratón, la Malva, entre muchas más. En cuanto a su fauna se encuentran: vizcachas, cernícalos, águilas, zorros grises y pajarillos como el Turtupilín (petirrojo).				
Particularidades (*)		Reconocimientos (*)		
Identificada como Primer Ecosistema Frágil, por la Resolución Ministerial N° 0274-2013-MINAGRI, 01 de agosto del 2013.		Reconocimiento de la flora y fauna de la Loma de Lúcumo como Ecosistema Frágil.		
Estado Actual		Observaciones (*)		
Su estado de conservación es bueno, sin embargo se debe mejorar sus servicios turísticos.		Los servicios turísticos actuales deben mejorar con urgencia.		

B. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURÍSTICO

TIPO DE VISITANTE (*)					
Total de visitantes	Grado de afluencia	Fuentes de Datos	Año	Comentario:	
Turistas Extranjeros	1	Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo	2017	El registro debería ser analizado, ya que no está clasificado por el tipo de turista.	
Turistas Nacionales	2				
Visitantes Locales	3				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
Recorrido	Tramo	Tipo de Acceso	Medio de transporte	Tipo de vía terrestre	Distancia en km. / tiempo
1	Lima – Lomas de Lúcumo	Terrestre	Auto	Afirmado - Trocha	49.1 Km / 1h 10 min
2	Plaza de Pachacamac - Lomas de Lúcumo	Terrestre	Pie	Afirmado - Trocha	3.4 Km / 45 min
2	Plaza de Pachacamac - Lomas de Lúcumo	Terrestre	Auto	Afirmado - Trocha	3.5 Km / 10 min
3	Entrada a Pachacamac - Lomas de Lúcumo	Terrestre	Auto	Afirmado - Trocha	7.5 Km / 15 min
Marcar X		TIPO DE INGRESO:		OBSERVACIONES:	
X		Boleto o Ticket.		Boleto adulto S/. 8.00, Estudiantes S/. 3.50, Guiado S/. 40.00 (grupo de 15 personas).	
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO					
Entre los meses de junio a noviembre					
HORARIO DE VISITA: 9 am -5 pm					
ESPECIFICACIONES: Durante el verano, también recibe visitas.					

C. ACTIVIDADES TURÍSTICAS	
NATURALEZA	DEPORTES / AVENTURA
Observación de fauna, flora y paisaje	Caminata / Trekking
CULTURA Y FOLCLORE	Escalada en roca
Ferías	Camping
Vista y participación en actividades de vida cotidiana de la comunidad	Eco-caminata
OTROS	
Estudios e investigación	
Toma de fotografías y filmaciones	

D. SERVICIOS TURÍSTICOS ACTUALES		
D1 .- Instalaciones Privadas	EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO
ALOJAMIENTO	No existe	Hostales sin categoría.
ALIMENTACIÓN	Tienda de comida y bebidas	Restaurantes, bares, cafeterías, entre otros en Pachacamac.
OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS	Servicio de guiado	Agencia de viajes, venta de artesanía, alquiler de autos y caballos en Pachacamac.
LUGARES DE RECREACIÓN	No existen	Discotecas, cines, casino, centro comercial, peñas, entre otros en Lurín

D2 .- Instalaciones Públicas	
EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO
<ul style="list-style-type: none"> • Estacionamiento • Señalética • Paneles informativos • Boletería • Centro de interpretación • Zona de campamentos • Tópico • Otros: servicios higiénicos • Zona de campamentos • Tópico 	<ul style="list-style-type: none"> • Miradores turísticos • Venta de artesanía • Oficina de turismo en la Municipalidad de Pachacamac • Museos en Pachacamac

E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	
EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO
Estacionamiento de vehículos.	Cabinas de internet Bancos Cajero automático Casa de cambio Grifos Servicios de taxis Centro de salud - Tópico Comisaria Bodegas Otros: Biblioteca

F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE						
PÚBLICOS	EN EL RECURSO					
	INSTALACIONES		ACTIVIDADES / PROGRAMAS		EQUIPAMIENTO	
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar
Personas con discapacidad						
• Física	X	Con silla de ruedas				
• Mental			X	No captan las dinámicas		
• Intelectual			X	Problemas con la memoria	X	
• Sensorial	X	Falta de guías especializados				
Niños	X	Maltratan los servicios				
Jóvenes	X	Maltratan los servicios				
Adulto Mayor	X	El acceso no es el adecuado				
Observaciones:						
Los turistas de la tercera edad se les dificulta el recorrido del lugar, lamentablemente ante cualquier emergencia no existe un tópico instalado.						

G. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
EN EL RECURSO	FUERA DEL RECURSO
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de agua, luz y alcantarillado. • Energía Alternativa • Cobertura telefónica • Señalización • Internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de agua, luz y alcantarillado. • Cobertura telefónica • Sistemas de tratamiento • Señalización • Internet

H. SANEAMIENTO FÍSICO LEGAL		
Marcar X	PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO:	
X	PRIVADO	NOMBRE: SERVICIO NACIONAL FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE
ADMINISTRADO POR:		
Nombre: DOCUMENTOS DE SANEAMIENTO FÍSICO LEGAL		
Tiempo de administración: 2002 HASTA LA ACTUALIDAD		

I. DATOS DEL RESPONSABLE	
INSTITUCIÓN ENCARGADA (DIRCETUR / GERCETUR)	
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE PACHACAMAC	
PERSONA RESPONSABLE DEL INVENTARIO TURISTICO:	
Nombre:	CINDY SOLEI ENCARNACION HERNANDEZ
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:	
LIBRO: LOMAS DE LIMA: FUTUROS PARQUES DE LA CIUDAD, SERPAR, 2014.	
GUÍA DE FLORA DE LAS LOMAS COSTERAS DE LIMA, DIRECCIÓN GENERAL FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE, MINISTERIO DE AGRICULTURA, 2013.	
PAGINA WEB: HTTP://WWW.LOMASDELUCUMO.ORG/	
MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO	
Fotografías, videos, folletos, trípticos, entre otros.	
FECHA	28/10/19

GALERÍA DE FOTOS DEL ECOSISTEMA LOMAS DE LÚCUMO, AÑO 2018.



Fuente: Camino de ingreso al ecosistema Lomas de Lúcumo, 2018.



Fuente: Principales senderos dentro de las Lomas de Lúcumo, 2018.



Fuente: Centro de interpretación de las Lomas de Lúcumo, 2018.



Fuente: La señalética dentro de las Lomas de Lúcumo, 2018.