



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

**“El perfil del visitante en el Parque Ecológico Voces por el Clima, Santiago de
Surco – 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

AUTOR:

Quispe Martínez, Saul

ASESOR:

MG. Miguel Ángel Ruiz Palacios

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

Lima – Perú

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO DE TESIS N° 075 - 2018 / EP- ATH - DPI

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con Resolución Directoral N° 075-2018-UCV-Lima Norte/EP-ATH-DPI de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería acuerdan:

PRIMERO:

Aprobar por unanimidad ()
Aprobar por mayoría (X)
Desaprobar ()

El Desarrollo del Proyecto de Tesis presentado por el (la) QUISPE MARTINEZ SAUL, denominado:

"PERFIL DEL VISITANTE DEL PARQUE ECOLÓGICO VOCES POR EL CLIMA, SANTIAGO DE SURCO 2018-I"

SEGUNDO: Al culminar la Sustentación, el (la) estudiante obtuvo el siguiente calificativo:

NUMERO	LETRAS	CONDICIÓN
12	DOCE	POR MAYORÍA

Presidente (a) DR. ALCÁNTARA INFANTES MARCO ANTONIO

M.A. Alcántara

Miembro (a) MGTR. SEGOVIA ARANIBAR ELIZABETH LUZ

Elizabeth Luz

Miembro (a) MGTR. GARCIA CABRERA CLARA IVETT

Clara Ivett

Los Olivos, 11 de diciembre de 2018



Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

DEDICATORIA:

*Esta tesis va dedicado a mis padres
Teodorico Quispe y Corina Martínez
por cuidarme, protegerme, apoyarme y
darme los consejos para ser una mejor
persona.*

*A mis hermanos, que me han dado un
ejemplo a seguir.*

*Y a todas las personas que creyeron en
mí.*

AGRADECIMIENTO:

A mi asesor Mg. Miguel Ruiz por su paciencia, comprensión y apoyo brindado. A los demás profesores que creyeron en mí y me ayudaron a concluir mi tesis.

A los visitantes del parque ecológico Voces por el Clima por haberme ayudado y brindado de su tiempo.

A la Universidad Cesar Vallejo, que me brindó la oportunidad de formarme como profesional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Saúl Quispe Martínez con DNI N° 72531788, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el procedimiento de la Oficina de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda documentación que acompaña al informe de investigación es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el presente informe son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, de 18 noviembre del 2018.



Saúl Quispe Martínez

PRESENTACIÓN

La presente investigación pretende analizar el perfil del visitante del parque ecológico Voces por el Clima, para ello el presente estudio está estructurado en siete capítulos, por consiguiente, se narrará cada uno de ellos, así como su contenido.

En el capítulo I, Se presentará y fundamentará la investigación, el cual está conformado por la aproximación temática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema. definiciones, los problemas de la investigación, justificación del estudio y el objetivo general y específicos del estudio.

En el capítulo II, se describe la metodología de la investigación, que la conforma el diseño de investigación, variables, operacionalización, población y muestra, métodos de análisis de datos, instrumentos de recolección de datos y aspectos éticos.

En el capítulo III, se explican los resultados del trabajo de campo el cual es el producto de las entrevistas y las fichas de observación.

En el capítulo IV, se narra la discusión de los resultados, estos se contrastarán con los trabajos previos, problemas, objetivos de la investigación y las teorías en la cual se basa la investigación.

En el capítulo V, se abordará las conclusiones, donde se verificará si se cumplieron los objetivos de la investigación.

En el capítulo VI, se describen las recomendaciones de la investigación.

Y finalmente en se detallará las referencias bibliográficas seguido de los anexos que ayudaran en la investigación.

INDICE

	Pág.
Caratula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de anexos	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. Introducción	
1.1 Aproximación temática	2
1.2 Trabajos previos	3
1.3 Teorías relacionadas al tema	21
1.4 Formulación del problema	36
1.5 Justificación del estudio	36
1.6 Objetivos	37
1.6.1 Objetivos Específicos	37
II. Método	
2.1 Diseño de Investigación	39
2.2 Operacionalización de la Variables	40
2.3 Población y muestra	40
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y Confiabilidad	41
2.5 Métodos de análisis de datos	42
2.6 Aspectos éticos	42
III. Resultado	

4.1	Resultados de las entrevistas y Observación de campo	44
IV.	Discusión	50
V.	Conclusiones	55
VI.	Recomendaciones	57
VII.	Referencias	59
	Anexos	68
	Anexo 01 Matriz de Consistencia	69
	Anexo 02 Guion de entrevista	70
	Anexo 03 Resultados de observación del Parque Ecológico Voces por el Clima	71
	Anexo 04 Fichas de validación de expertos	73
	Anexo 05 Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	76
	Anexo 06 Pantallazo del Software Turnitin	77
	Anexo 07 Formulario de Autorización para la publicación de la Tesis	78
	Anexo 08 Autorización de la Versión Final del trabajo de Investigación	79
	Anexo 09 Entrevistas a los Visitantes	80

INDICE DE TABLAS

		Pág.
Tabla 01	Matriz de operacionalización de la variable Potencial turístico	40
Tabla 02	Personas encuestadas en el Parque Ecológico Voces por el Clima	41
Tabla 03	Juicio de expertos.	42

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1.1. Definición del Perfil del visitante	9
Figura 1.2. Mapa conceptual del Perfil Demográfico	12
Figura 1.3. Mapa mental de la Motivación del Visitante	15
Figura 1.4. Esquema de la experiencia del visitante	18
Figura 2.1. Definición de las Teorías relacionados al tema	27
Figura 2.2. Modelo de la psicología social para la motivación del turismo	28
Figura 2.3. Modelo de Schmoll	29
Figura 2.4. Posiciones Psicográfico de algunos destinos	31
Figura 2.5. Modelo conceptual del proceso y de los factores que influyen en la asesoría de los agentes de viajes sobre destinos turísticos	32
Figura 2.6. Modelo y sistema funcional turístico propuesto por Gunn	33
Figura 2.7. Cuadro comparativo de los modelos presentados	35

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por título “El perfil del visitante en el parque ecológico Voces por el Clima, Santiago de Surco - 2018”. El cual tiene como problema general, ¿Cuál es el perfil del visitante en el parque ecológico voces por el clima?

Se consideró un estudio de carácter cualitativo donde se utilizó el muestreo por conveniencia debido a que la información que se necesitaba para la tesis tenía que ser brindada por lo visitantes que acudieron al lugar, se usó como técnica de observación y las entrevistas a profundidad. Se realizó la ficha de observación para evaluar los aspectos del recurso turístico.

Se pudo concluir que el análisis hecho al perfil del visitante del parque ecológico, se obtuvieron informaciones relevantes y necesarias para la realización de futuros proyecto para el beneficio del lugar, ya que la finalidad era conocer a su totalidad, sus gustos, preferencias y la opinión que tenían hacia el lugar de estudio. Asimismo, detallado los resultados se debe emplear nuevos planes para la implementación de nuevos proyectos en base de los gustos y preferencia del sujeto de estudio.

Palabras claves: Perfil del Visitante, Parque Ecológico, Recurso Turístico

ABSTRACT

The present research work is entitled "Profile of visitor in the ecological park Sounds of Clime, Santiago de Surco - 2018". Which has as a general problem of study what is the profile of visitor in the ecological park Sound of Clime?

It was considered a qualitative study where convenience sampling was used because the information needed for the thesis had to be provided by the person who visited the ecological park; it was used as an observation technique and in-depth interviews. Observation card is made to evaluate aspects of the tourist resource.

The conclusion of the analysis made to the profile of the visitor of the ecological park, obtained information relevant and necessary for the realization of future project for the benefit of the place, since the purpose was to meet entirely, their tastes, preferences and the opinion they had towards the place of study. In addition, detailed the results should be used in new plans for the implementation of new projects on the basis of tastes and preference of visitors.

Keywords: Profile of the visitor, Ecological Park, Tourist Resource

**CAPITULO I:
INTRODUCCIÓN**

1.1 Aproximación temática

Al nivel internacional tenemos al Parque Nacional de Arcadia, ubicado en el estado de Maine, Estados Unidos. Está posicionado como uno de los 10 mejores parques nacionales al nivel del país en visitas, ya que cuenta con una aproximación de 2.48 millones de visitas anuales y un total de 44 millones de personas que acudieron entre el año 1990-2007 (Maning, 2009). No obstante, la problemática que ha tenido esta zona es de cómo pueden reconocer el perfil de los visitantes, la cual según Weiler (2017) es de realizar observaciones y conocer las actividades que realizan en el lugar, además de sus gustos y preferencias, entre otras.

En el nivel Latinoamericano, se puede presenciar una idea más clara del análisis del perfil de un visitante, mediante el estudio realizado por García (2017) sobre el perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica, donde considera que la personas que acuden a ANP (Áreas Naturales Protegidas) son herramientas importante para la realización de perfiles, que simplifican el análisis de sus singularidades y lo impulsa a acudir a estos lugares.

En el contexto nacional, se resalta la nueva creación del Parque ecológico San Pedro de Ancón, el proyecto este cargo de la municipalidad de Lima, además que será el nuevo pulmón para esta zona. Asimismo, se creará lugares de recreación y entretenimiento, para el visitante, como acampar o utilizar la piscina, con una capacidad de 4,772 usuarios y en 3,161 metros cuadrados, cabe mencionar que se implementará una piscina semi olímpica de 25 metros, miradores con pérgola, entre otras. Este megaproyecto se estará culminando a los finales del mes de junio (Castro, 2018).

Sin embargo, en los últimos años se ha estado direccionando erróneamente la idea de un parque ecológico, la cual es proteger el ecosistema donde se desarrolla y que la comunidad se relacione con la naturaleza del lugar. Se debe priorizar en saber los recursos existentes e identificar las expectativas que se están generando las personas, al obtener estos resultados se podrá generar mejoras continuas y poder crear nuevos proyectos en el recurso.

Es preciso resaltar el gran auge está teniendo los parques ecológicos, tanto al nivel nacional e internacional. Pero aún más importantes, se está dejando de lado el potencial, tienen para convertirse en un recurso turístico, como el presente lugar el Parque Ecológico Voces por el clima. Si bien es cierta, cuenta con características únicas que pueden atraer a

nuevas personas, aunque su enfoque pueda ser sobre el cuidado ambiental y el cambio climático, es posible dirigirlo también a la actividad turística, pero para enfocarse mejor, tenemos conocerlos detalladamente.

En pocas palabras para desarrollar de mejor manera un recurso, se debe reconocer el tipo de visitantes, la experiencia que vivirá, reconociendo todos estos detalles se podrá realizar diferentes estrategias a futuro, para así implementarlas y cumplirlas con el objetivo que más personas puedan visitar el lugar.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Trabajos Previos

Sotelo (2015). Desarrollo la siguiente investigación titulada “Análisis del perfil de los visitantes del museo de arqueología de la universidad católica de Santa María y su influencia en el nivel de satisfacción, Arequipa – 2014”, empleo como objetivo, analizar el perfil y el nivel de satisfacción de los visitantes del Museo de arqueología. El principal enfoque que tiene el presente autor, es reconocer el visitante potencial, ya que, al conocer las preferencias de estos, le permite desarrollar una actividad más sectorizada para el recurso, permitiendo la mejora del propio recurso. La investigación tiene un enfoque cuantitativo, donde la muestra obtenida es de 375 turistas. En conclusión se puede reconocer que el turista nacional y extranjeros tienen diferentes motivaciones e intereses, sin embargo esto les permite vivir las mismas experiencias.

Asimismo, Tananta (2016). Complemento en su investigación “Perfil de los visitantes en el atractivo turístico el velo de la novia del distrito y provincia de Padre Abad, departamento de Ucayali, 2016”, eligió como objetivo, describir el perfil de los visitantes en el atractivo turísticos, el autor empleo de manera eficiente la variable, reconociendo las características de ellos por ir al lugar deseado, para establecer qué tipo de actividad desean realizar, si han venido con previa información, con el presupuesto en gastar, esto permitirá conocer el contexto de la realidad que manejan y generar una mejora en la zona. Se desarrolló el tipo de metodología aplicada, nivel descriptivo y enfoque cuantitativo, con una muestra de 266 personas. Se concluyó que el velo de la novia tiene diferentes características que se han podido detallar para potenciar el atractivo turístico para la mejora económica de la comunidad y el beneficio para ellos.

Es más, Fernández (2017). “Perfil del visitante del parque nacional del Manu y su aporte al desarrollo sostenible en las provincias de Manu – Paucartambo” con el objetivo determinar el perfil del visitante del PNM y su aporte al desarrollo sostenible en las provincias de Manu y Paucartambo, se detalla el rol importante que tienen hacia el parque nacional, también con el principal objetivo de satisfacer las necesidades de ellos, con el fin de aumentar la visita de los turistas y mejorar la economía de la población. El tipo de metodología utilizada en la siguiente investigación es aplicado, tipo correlacional, con un enfoque mixto, donde la muestra fue 150 encuestados. Se concluyó que los turistas tienen un gran gusto por la naturaleza y las actividades turísticas existentes en la zona, además al investigar su perfil, se obtendrá información valiosa para convertir el atractivo en un potencial destino turístico.

Incluso, Rojas (2017). “Perfil del visitante que llega al distrito de Lunahuana, en el año 2017” que se planteó el objetivo de determinar el perfil del visitante que llega al distrito de Lunahuana, contemplando la información brindada por el autor, se enfoca en encontrar los motivos y descifrar las características de los visitantes, para así obtener un panorama real del lugar y las personas que llegan a este. El tipo de metodología es descriptivo de enfoque descriptivo, la cual se está planteando una encuesta a 379 visitantes. Se concluyó que los visitantes hacia el distrito son en su mayoría personas de 18 a 29 años de edad y su principal motivo al visitar este lugar es por descanso u ocio.

Por otro lado, Mosquera (2015). Estableció la siguiente tesis “Perfil del Turista que visita la isla Santay” describió en el objetivo describir el perfil del turista que visita la Isla Santay. El presente trabajo detalla la importancia que es para el turismo reconocer las preferencias de la gente, con el motivo de repotenciar la actividad turística que se realice en la zona, además sería un punto a favor para la población y el recurso en sí, ya que aumentaría la afluencia de turistas. Se encuestó a 1000 personas para desarrollar la siguiente investigación, asimismo se utilizó metodología tipo aplicativo, descriptivo no experimental. En conclusión, se detalló el gran potencial que tiene la zona, es por esto que desean utilizar sus gustos y amoldarlo para potenciar el recurso.

Salvador (2017). Sustento la tesis titulada “El perfil del visitante y su importancia en la diversificación de la oferta turística del Canton Tisaleo, Provincia de Tungurahua” detallo en su objetivo general, investigar el perfil del visitante para poder diversificar la oferta turística en el Canton Tisaleo, provincia Tungurahua. El presente trabajo desea recolectar información de sus preferencias, así pueda diversificar la oferta turística del lugar, agregando los atractivos culturales y naturales con la idea de mejorar la económica de la comunidad, además los diferentes entes privados y estatales estarán en constate observación para el desarrollo adecuado de la zona. La metodología utilizada es de tipo aplicada, nivel descriptivo, enfoque mixto, donde el muestreo fue no probabilístico intencional y se escogió a 100 personas. En conclusión, el recurso turístico no tiene una variedad de la oferta turística, por el motivo que no se ha podido potenciar de manera adecuada, entonces con los detalles obtenidos se podrá generar un turismo mejor estructurado para el beneficio de la comunidad y el turista.

Muñoz (2017). Presento la investigación nombrada “El perfil de los visitantes de la reserva de producción faunística cuyabeno en la provincia de sucumbíos, como factor importante para la toma de decisiones en el sector turístico”, presento como objetivo, investigar el perfil de los visitantes de la reserva como factor importante para la toma de decisiones en el sector turístico. La presente tesis detallo, lo vital que es reconocer las características que tiene la reserva, en base de las observaciones e información obtenida por la comunidad, asimismo de reconocer sus perspectivas, ya que, se podrá implementar mejoras al recurso para que ellos puedan obtener un servicio de calidad y el turismo sea más específico, logrando la atención de nuevos turistas. La metodología a utilizar es de enfoque mixto, tipo aplicativo, nivel descriptivo con una muestra de 333 personas para realizar una encuesta. Se llegó a la conclusión de recopilar la información dada, para desarrollar un turismo más sostenible e atractivo para ellos, con el motivo de generar mayores ingresos y afluencia de turista, para el beneficio de la reserva y comunidad.

Rodríguez (2017). Realizo la siguiente investigación “El perfil del visitante del Cantón Patate, provincia de Tungurahua y su importancia en el desarrollo de nuevas

alternativas turísticas” la cual enfoco en su objetivo analizar cómo influye el perfil del visitante en incrementar las nuevas alternativas turísticas del Cantón Patate, provincia de Tungurahua, la idea del autor en presentar esta tesis es de resaltar esta herramienta tan importante para el turismo, la cual es conocerlos detalladamente, ya que, es un punto de comienzo para emprender y proponer nuevas inversiones turísticas. Se realizó una muestra donde se aplicó a 314 personas en los diferentes puntos turísticos de Cantón Patate, el tipo de metodología utilizada es exploratoria y descriptiva, diseño bibliográfico y por ultimo de enfoque mixto. En resumen, la conclusión del presente trabajo se informó que la mayoría es de género masculino, son estudiantes universitarios y trabajadores, viajan por su propia cuenta atraídos por la gastronomía, al conocer todo este detalle se podrá implementar nuevos recursos para explotar de mejor manera el recurso turístico.

1.2.2 Definiciones

Perfil del Visitante

Se define como la respuesta que ellos brindan para mejorar y predisponer resultados de un determinado lugar, con la finalidad de que estos servicios se basen en sus gustos y preferencias (Carreras, 2009). El autor, ante todo, intentar explicar que es una herramienta aplicable en cualquier espacio, donde la persona recibe un servicio relacionado a la cultura, medio ambiente o turístico, con el objetivo de considerar los aspectos negativos que observen y mencionarlos, para así se pueda mejorar su experiencia.

Del mismo modo García (1999) se refiere en abordar, el contexto socioeconómico, reconocer sus actitudes, si es soltero o casado, viene acompañado de amigos o familiares, para así tomar decisiones en base de estas informaciones y perfeccionar los servicios brindados hacia él. Se puede observar que los autores llevan la misma idea y se complementan, con el fin de tener el significado preciso de la variable

No obstante, no solo se trata de reconocer y preguntar los detalles sino es “ahondar la caracterización de los visitantes y llegar a entender intereses, expectativas y ganancias cognitivas y afectivas de la visita” (Holguín, 2010, p.212). En efecto describe que no es suficiente con realizar la observación y entablar una conversación con ellos, es comprender y poder plasmar su visión de lo que desea, con el fin de colmar su perspectiva del lugar.

Mientras tanto Romero (2017) incluye otros aspectos a tener en cuenta, como tener el mercado establecido, las inversiones públicas e privadas y tácticas de marketing, pero con la misma esencia de reconocer y detallar las preferencias del público objetivo. Se comprende que todo no se puede basar en solo entender, sino también en aplicar los servicios deseados y para esto debe realizarse todo lo antes mencionado por el autor.

Por otro lado, se comprende que la variable se enfoca en detallar los motivos personales, en analizar y describir sus características. Además, se puede considerar “Una herramienta que permite conocer los hábitos, las preferencias y demás características personales, sociales, económicas y culturales” (PROMPERU, 2016). Se obtiene una información vital e importante para la investigación, es que la institución considera al perfil como una herramienta, la cual permite captar de mejor manera al visitante.

Se puede argumentar también, en base a las informaciones mencionadas por los autores, que el perfil del visitante se puede connotar de otra perspectiva, que puede cumplir otro significado, -la virtud de discernir, reconocer, jerarquizar y nombrar-, con la intención de asociarlo a un determinado lugar y relacionarlas con vivencias pasadas (Kozak, 2014).

Entonces para obtener el equilibrio deseado entre el visitante y el destino, Mauch (2018) explica que debe existir ciertas características, como crear experiencias únicas, brindando facilidades y por último obteniendo una colaboración fuerte con la comunidad. Esta información permite profundizar de manera más exacta lo variable y de qué manera se debe llevar, ya que, según el PROMPERU considerada a esta variable como una herramienta.

Si bien es cierto, se le puede connotar de diferentes conceptos a la variable, pero siempre ha mantenido una línea, la cual es descubrir los beneficios emocionales que puede tener la persona al acudir a un recurso o atractivo, donde esta no espera recibir algo a cambio por haber escogido este lugar. (Haupt, 2016). Es preciso, resaltar que el autor lleva una relación con la idea de Carreras, ya que, la esencia para ellos es buscar reconocer que la experiencia o servicio que se pueda brindar supere la expectativa que tenía en mente el visitante.

Como se ha mostrado el perfil del visitante se orienta en la experiencia vivida, la necesidad de conocer algo nuevo y los gustos personales, en donde la sociedad cumple un rol importante de influencia (Cortes, 2017). Con esto se puede concluir que el autor se enfoca en descubrir la motivación, preferencias e intereses de ellos, con el fin de analizar de manera más profunda sus características.

Entonces se determina que el perfil de los visitantes se basa en las características socioeconómicas y en los comportamientos de las personas, la cual el primero brinda información como la edad, sexo, educación y en la segunda, sus motivaciones, actitudes, necesidades y valores (Abdul, 2015). Se concluye que la variable presentada brinda una gama de definiciones, brindadas por diferentes autores bajo sus criterios e investigaciones realizadas a través del tiempo.

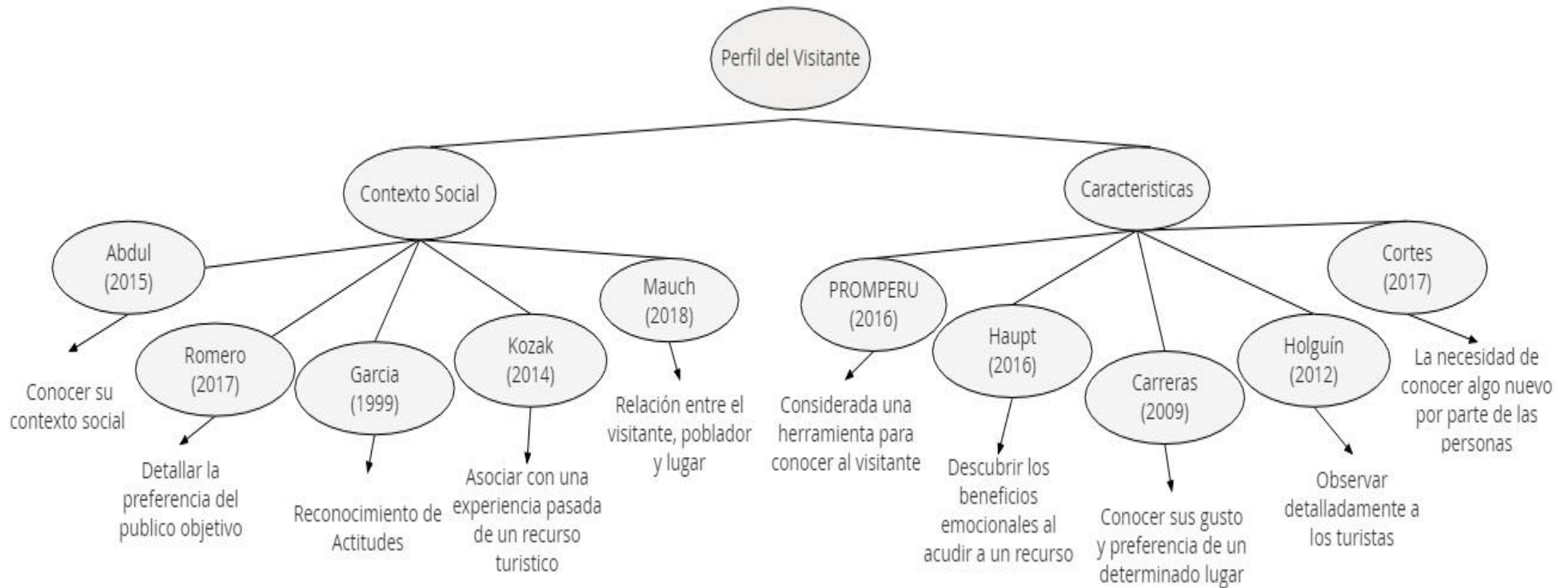


Figura 1.1. Definición del Perfil del visitante
Fuente: Elaboración propia

Perfil Demográfico

En el transcurso de los tiempos la denominación que se le ha dado al perfil demográfico se utilizaba para los estudios de enfoque cuantitativo, en donde se media a la población por indicadores como el sexo, edad, estado civil entre otras. Asimismo, lo afirma Massismo (1993) “La demografía dedica su atención a otras características esenciales. Estas son, por citar las principales, el sexo, edad, el estado civil, el lugar de nacimiento y de residencia, características que unidas al conocimiento [...] permiten construir el perfil individual” (p.11).

En este sentido se comprende que es una disciplina con un estudio de orientación cuantitativa, donde su objetivo es explicar un todo de una población, su singularidad, progreso, tamaño y sistema (Naciones Unidas, como se citó en Cruz, 2006). El pensamiento brindado por el siguiente autor, sostiene la aclaración de Massismo a lo que es un perfil demográfico.

También según Kanuk (2005), estos estudios se puede implementar para desarrollar de manera efectiva un estudio a sujeto de estudio, las cuales se basan en tres preguntas claves, a quien dirigirse, que se debe mencionar y como desarrollarlo. Así se descubriría como implementar un producto o mejorarlo a la conveniencia de ellos.

Sin embargo, el presente trabajo se desarrolla con un conocimiento mediante la observación y un análisis por parte del investigador, en resumen, un estudio cualitativo. Entonces Gómez (2012) busca entender los diferentes comportamientos, características, cualidades y atributos de las personas, para así tener una percepción del contexto social de un determinado lugar.

De acuerdo con las interpretaciones dadas por Gómez, se incluye la relación que tiene con los acontecimientos tanto sociales, políticos y económicos, porque estudia a fondo también las peculiaridades que tiene el ser humano sobre estos contextos y cómo contribuye con la ciencia de la medicina entre otras (Saus, 1998).

Para desarrollar eficazmente, se necesita una segmentación, donde se dividirá el mercado objetivo e identificara los elementos de estas, ya que ayudaran a la construcción y reconocimientos de las características de los visitante (Lötter, 2012). Esto conlleva a verificar y sustentar la idea de Saus, porque es la búsqueda de conocer al turista o visitante que acude a un recurso turístico, con la intención de entender sus gustos, preferencias y los beneficios que puede conseguir en estos lugares a través de su conocimiento.

Mark (2018), afirma que dado al visitante, tiene la noción de escoger una base de preferencias, actitudes y motivaciones, ante un producto turístico que se le dé a escoger, donde buscara compararlo con más opciones y obtener el mejor resultado, bajo su criterio.

Asimismo, se detalla que es importante realizar un estudio específico de como el perfil demográfico influencia en la percepción del investigador, porque la naturaleza individualista de las personas, hace identificar informaciones no relevantes para la investigación (Maragh, como se citó en Makoni, 2018). Por lo tanto, el autor permite que se tomen medidas correspondientes para poder analizar de manera más detallada al visitante.

Corbin (2002) ratifica que la presente categoría se basa en un ambiente social, donde prima las descripciones de las personas, su forma de vida, la influencia hacia su entorno y la realidad que viven con el fin de conocerlos a profundidad.

En síntesis, “El concepto generalmente aceptado hoy es que la demografía abarca el estudio de los cambio de la población en sus contextos biológicos y sociales [...] cuyo objetivo es el hombre considerado en la totalidad de los aspecto en su realidad” (Maldonado, 2006, p.11)

Autores	Definición	Características
Massismo	Dedica su atención a otras características esenciales. Estas son, por citar las principales, el sexo, edad, el estado civil, el lugar de nacimiento y de residencia, características que unidas al conocimiento permiten construir el perfil individual.	<ul style="list-style-type: none"> - El Sexo - La Edad - El estado Civil
Corbin	Se basa en un ambiente social, donde prima las descripciones de las personas, su forma de vida, la influencia hacia su entorno y la realidad que viven con el fin de conocerlos más a fondo.	<ul style="list-style-type: none"> - Ámbito Social - Forma de Vida - Influencia de la Sociedad
Saus	Estudia a fondo también las peculiaridades que tienen el ser humano sobre estos contextos y cómo contribuye con la ciencia de la medicina entre otras.	<ul style="list-style-type: none"> - Contribución hacia la Ciencia - Peculiaridades del ser humano - Contexto Social
Gómez	Busca entender los diferentes comportamientos, características, cualidades y atributos de las personas, para así tener una percepción del contexto social de un determinado lugar.	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamiento - Cualidades - Atributos
Naciones Unidas	En este sentido se comprende que es una disciplina con un estudio de orientación cuantitativa, donde su objetivo es explicar un todo de una población, su singularidad, progreso, tamaño y sistema	<ul style="list-style-type: none"> - Población - Singularidad de la Población - Tamaño de la Población
Maldonado	La demografía es abarcada tanto en un contexto social y biológico, donde el objetivo es estudiar al hombre en todos los contextos que se relacionan a su realidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Contexto Social - Contexto Biológico - Estudio al hombre
Makoni	Es importante realizar un estudio específico de como el perfil demográfico influencia en la percepción del investigador, porque la naturaleza individualista de las personas, hace identificar informaciones no relevantes para la investigación	<ul style="list-style-type: none"> - Naturaleza del Visitante - Informaciones Específicas de la persona
Mark	La noción de escoger una base de preferencias, actitudes y motivaciones, ante un producto turístico que se le dé a escoger, donde buscare compararlo con más opciones y obtener el mejor resultado, bajo su criterio.	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencia - Actitudes - Motivaciones
Lötter	Para desarrollar eficazmente, se necesita una segmentación, donde se dividirá el mercado objetivo e identificara los elementos de estas, ya que ayudaran a la construcción y reconocimientos de las características de los visitante	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción y reconocimientos de las características del visitante
Kanuk	Se puede implementar para desarrollar de manera efectiva un estudio a sujeto de estudio, las cuales se basan en tres preguntas claves, a quien dirigirse, que se debe mencionar y como desarrollarlo	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección - Promoción - Desarrollo de la investigación hacia el sujeto de estudio

Figura 1.2. Cuadro comparativo de la definición del Perfil demográfico

Fuente: Elaboración Propia

Motivación del Visitante

El visitante tiene un motivo en especial para realizar diferentes viajes o acudir a un lugar determinado. Para tal efecto Castaño (como se citó en Laguna, 1997) puntualiza “la motivación permite dar respuesta a tres cuestiones esenciales del ciclo turístico: las razones para viajar o por qué; la elección específica o donde; y los resultados obtenidos o satisfacción” (p.170). Al considerar las características mencionadas por Castaño, permite entender que tanto las empresas turísticas y la población anfitriona tiene el objetivo de repotenciar los destinos turísticos para así llamar la atención a los futuros turistas.

También es entender, el motivo que induce a realizar una acción a la persona. Influyendo dentro y fuera de su contexto social [...] ya que es medido por un sistema, donde pueden reaccionar de manera diferente a los efectos que plantean los destinos. (Sandybayev, 2017). Esta definición basada en el presente autor, sustenta la idea de descubrir el pensamiento del visitante, como afirmo Castaño, esa necesidad de saber por qué y para que acudió a un recurso.

Como complemento a lo antes mencionado por los dos autores se puede añadir, que el visitante a través de las experiencias vividas, puede determinar el motivo por el cual escoge un lugar en específico, además después de satisfacer su necesidad por viajar, se incentiva el mismo a visitar otros lugares (López, 2006).

Mientras Fernández (2015), detalla que cada persona tiene un argumento propio para visitar un sitio turístico, pero un contexto de vida diferente, ya que, cada sociedad percibe un placer distinto al trasladarse a un espacio determinado, un nivel económico y un pasatiempo por desarrollar.

Lo mencionado antes por el autor Fernández, permite identificar y analizar la razón del sujeto por visitar un destino, con el fin de identificar similitudes y diferencias entre ellos y las personas que viven cerca del lugar de estudio (Slabbert, 2014).

Asimismo Robinson (como se citó en Milford, 2004) afirma que, la motivación es muy complejo, [...] ya que existen varias razones que inducen a las personas a viajar, como otros factores que influyen en su decisión. Por ello, los investigadores mencionan que existen una infinidad de causas por que la gente viaja.

En este sentido se comprende en un contexto diferente, que el curso de la motivación se establece a manera de encontrar nuevos vínculos con otras personas, la autoestima y la felicidad plena del visitante, basada en un entorno social (Clavé, 2007).

Incluso Gisolf (2014) detalla que el requisito para entender la motivación es considerar las principales características, el escape, búsqueda y deseo. También los diferentes medios con el que interactúan los visitantes, como la comunidad, las tradiciones y religiones. Si bien es cierto, el autor detalla tres principales características que se deben tomar en cuenta al observar a las personas que acuden a un determinado lugar, el deseo de encontrar algo fuero de lo común, la búsqueda de un atractivo no conocido y el escape de su vida rutinaria.

No obstante, Dann (como se citó en Songshan, 2010) “advirtió que los turistas, no pueden ser dispuestos o capaces de reflejar y expresar sus motivos reales a viajar, la cual es un gran reto para los investigadores estudiar e indagar las razones pertinentes de los visitantes” (p. 154). Esto ayuda a sostener la idea presentada en la investigación, el objetivo de descubrir porque los visitantes acuden a ciertos recursos, habiendo otros ya establecido en el mercado turístico.

En conclusión, la motivación del turista es considerada como la combinación de necesidades y deseos que afectan la tendencia a viajar, además influye las imágenes del lugar, o el sentimiento por la población local, donde se evaluara al destino turístico por completo (Nguyen, 2013).



Figura 1.3. Mapa mental de la motivación del visitante
Fuente: Elaboración Propia

Experiencia del Visitante

El turismo en si se enfoca de crear una ilusión de un recurso turístico para que el propio visitante se sienta atraído hacia este y lo considere en su próximo viaje. “Cuando estas expectativas se cumplen, el visitante está satisfecho, considera [...] aquello que le habían explicado o conocía a través de distintos medios, era verdad. Por lo tanto, la realidad ha coincidido con la “mirada” que se había creado” (Carreras, 2009, p.58).

En efecto, Zheng (2017), menciona que un turista puede reaccionar a un flujo de experiencia de una actividad, donde si sus habilidades coinciden con un gran reto, estos se sumergen y desenvuelven tanto en la acción que nada parece importarles. La dos ideas planteados por estos autores se complementen entre si y se detalla que el sujeto de estudio puede recibir y observar diferentes actividades turísticas, donde pueden haber dos consecuencias, una buena compenetración con las actividades y el gusto de seguir descubriéndolo o el desinterés de recorrer más a fondo el destino.

El verdadero sentido de la experiencia del visitante, es cuando se logra a crear una relación de pertenencia entre el lugar y las personas, dado a que los servicios han sido establecidos para crear escenas que conecten con el interés del participante (Scarles, 2013). El autor revela la gran importancia de enfocarse en las actividades que brinda el recurso o atractivo que ha sido escogido por el turista, ya que esto permitirá saber si se podrá convertir en un destino con una gran afluencia o algo de lo mismo que se ofrece en el mercado turístico.

Asimismo, Vargo (como se citó en Kastenholz, 2017) afirma que, este conocimiento ha sido desarrollado a través de los años, donde se encontraron características relevantes, donde el resultado es la interacción entre el consumidor y el servicio, en la cual requiere una participación constante del visitante.

Hay que mencionar, que según Kotler (como se mencionó Guevara, 2012) afirma que es la práctica de situaciones positivas y negativas que percibe el visitante antes y después de obtener el servicio, en la cual no debe crearse demasiadas ilusiones, ya que así la persona no chocara con una realidad diferente.

Se puede aumentar una característica más a lo antes mencionado, donde la espera con ansias de experimentar lo anhelado por el sujeto, puede ser algo fuera de lo común. En donde puede llegar ser factible o no (Zárraga, 2010).

Por el contrario, Parasuraman (como se citó en García ,2005) explica, la aspiración o exigencia del sujeto hacia un determinado recurso, en recibir de la mejor manera lo ofrecido por la empresa para convencerlo de volver a experimentar sus productos.

Dicho brevemente, las empresas turísticas son un gran ente de influencia para el visitante, ya que, llama la atención de este mediante imágenes, informaciones, entre otras, para que así ellos puedan guardarse en la vista del turista (Gisolf, 2010).

De acuerdo a Walls (como se citó en Mamoon, 2016) sustenta que, la experiencia puede estar argumentada en dos ejes principales, donde implica cuatros elementos que potencia la práctica de los servicios turísticos: Percibir la experiencia física, la interacción humana; las características personales del visitante; y el factor de ubicación.

En conclusión, La experiencia del turista puede ser considerada como un tipo de intervención, que es afectado por la relación entre los mismos turistas, espacio y lugar, donde ellos interactúan y comparten sus ideas del recurso (Honggang, 2016).



Figura .1.4. Esquema de la experiencia del visitante

Fuente: Elaboración Propia

Datos Generales

Ubicación

El parque ecológico Voces por el Clima, “Es un legado de la Vigésima Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático – COP20 y la Décima Reunión de las Partes del Protocolo de Kioto” (Ministerio del Ambiente, 2014). Se encuentra ubicado en el distrito de Surco, en la Av. Los Castillos, Santiago de Surco 15063 a la altura de la Crd. 12 Av. Jorge Chávez.

Clima

El distrito de Santiago de Surco mantiene una temperatura promedio de 18° C, pero esta aumenta en la temporada de enero a marzo alrededor de 27° C y en invierno disminuye al grado de 15° C.

Atractivos turísticos

El presente distrito cuenta con una diversidad de atractivos turísticos para el público, destacándose entre ellas:

Iglesia Santiago Apóstol de Surco

Se encuentra en la plaza principal de surco, la obra fue creada por el arquitecto jesuita Juan Rher en el año 1571. Pertenece a un estilo barroco, donde solo tiene una nave de cañón corrido y en la presente edificación existe una cripta subterránea.

Incluso se destaca en el alta mayor imágenes de la virgen de la Inmaculada Concepción, Santiago Apóstol y Jesús Nazareno, un presente por el Rey Felipe II de España (El Comercio, 2016).

Parque de la Amistad “María Graña Ottone”

Construido el 25 de noviembre de 2001, existen escasos lugares que presenten jardines, escaleras y lagunas que lumbre la ciudad de lima.

Ostenta un diseño, en la cual se reconocerá las peculiaridades de las veredas, lomas, escaleras, puentes entre otras, es más cuenta con un centro de representaciones culturales y el arto del mosaico (V&V, 2017)

El Museo de Oro y Armas del Perú

Es un museo arqueológico y militar situado en Santiago de Surco, fundado en la década de 1960 con la serie de armas y oro del Perú, que perteneció al empresario y diplomático Miguel Mujica Gallo (Museo de Oro, 2017)

Además se puede hallar en sus instalaciones alrededor de 8,000 piezas de oro, plata, y cobre prehispánico y el museo de arma expone más de 20,000 armas alrededor del mundo y de diferentes épocas.

Planta turística

Cuenta con una buena planta turística, el nivel de carreteras está adecuado para la población, la infraestructura de los diferentes restaurantes y municipios está bien desarrollada con una política medio ambiental y turística. También cuenta con un buen sistema de hospedaje, ya que la mayoría de estas van de 3 estrellas a más.

La gran gestión realizada por el alcalde de Santiago de Surco, ha generado un gran cambio en el distrito, ya que es el primero en realizar diferentes proyectos ecológicos sostenibles con el objetivo de convertirlo en un ejemplo a seguir ante los demás.

Marco legal

Según el Ministerio del ambiente afirma que:

“Toda persona tiene el derecho irrenunciable a vivir en un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, y el deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, asegurando particularmente la salud de las personas en forma individual y colectiva, la conservación de la diversidad biológica, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y el desarrollo sostenible del país” (2015, p.20).

La información establecida por el ente, permite sostener la presente investigación, dado a que es de vital importancia proteger y preservar lugares ambientales para la conservación de los recursos que puedan existir. Además, esto genera una nueva corriente de pensamientos, donde la presente ley quiere crear una sociedad donde pueda valorar todo lo que le rodea y mantener una armonía con el ecosistema.

Asimismo menciono:

“La presente Ley es la norma ordenadora del marco normativo legal para la gestión ambiental en el Perú. Establece los principios y normas básicas para asegurar el efectivo ejercicio del derecho a un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, así como el cumplimiento del deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población y lograr el desarrollo sostenible del país” (2015, p.22-23).

Entonces, gracias a la implementación de esta ley N° 28611, ayudo a la gestión realizada por el Municipio de Santiago de Surco y el alcalde, en realizar los diferentes proyectos para el parque ecológico Voces por el Clima, donde se predomina mejorar la calidad de vida, protección y lograr el desarrollo sostenible del distrito. Por consiguiente, los planes elaborados desde el año 2014 han rendido su fruto, generando un área, en la cual predomina la asesoría de los temas del medio ambiente, cambio climático y la conservación de especies entre otras.

En definitiva, las autoridades han ejecutado una tarea ardua siguiendo un propósito en común, instaurar un punto donde las personas de diferentes distritos puedan conocer y experimentar algo innovador, la cual puedan sentirse orgullosos por ser algo especial y único al nivel sudamericano.

1.3 Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1 Teoría de la “Mirada del turista”, de Urry

La presente teoría se basa en conocer el comportamiento de la persona en la sociedad que lo rodea y en el tipo de actividad que prefiere realizar, y se pueden basar en tipos de mira por el visitante como una romántica y otra colectiva.

Según Urry (1996) “La base de su análisis de la mirada del turista se basa en nueve puntos que se presenta a continuación, de manera resumida:

1. El turismo es una actividad de ocio que presupone su opuesto, es decir, el trabajo
2. El turismo sugiere desplazamiento en el espacio y en el tiempo
3. La permanencia fuera del destino de origen no es perpetua: existe la intención de regresar
4. Los objetivos de la mirada turística presentan contrastes con el trabajo
5. Una porción considerable de la población mundial viaja, factor que crea formas nuevas de relaciones sociales

6. Los lugares que visitan se eligen por motivaciones de agente subjetivos. Tales agentes crean una expectativa específica de cada lugar
7. La mirada está dirigida hacia el campo y los paisajes que no son comunes en la vida cotidiana del turista
8. La mirada del turista se construye en medio de signos
9. Se ha creado una gran cantidad de turistas profesionales que buscan nuevos descubrimientos de la mirada del turista” (p.7-19).

Esto conlleva al revelar que el creador de esta teoría, deseaba analizar detalladamente al visitante, asimismo también comprender sus cualidades y la necesidad de viajar y porque dejaba su lugar de origen por un corto tiempo (Norrild, 2009). La presente teoría es entendida de una manera específica por Norrild, donde entiende que el principal objetivo es analizar detalladamente al visitante y evaluar diferentes características que presenta.

Sin embargo, Muños (2013) percibe una idea diferente a los autores mencionada antes, resalta la gran virtud de Urry al implementar una teoría en base a la perspectiva del turista, pero que no brinda una nueva concepción hacia el turismo actual. Es más resalta en unas de sus publicaciones, que los avances que tiene ahora el turismo es parte de las nuevas tendencias y avances tecnológicos, también incluye la aportación de los diferentes estudios como la sociología y la filosofía que ha ayudado a profundizar más sobre el perfil del turista y en si el turismo.

En suma, la esencia de la presente teoría es de observar y comprender más a fondo al visitante, si bien es cierto según lo que dice Muños que no ha habido un gran impacto y no ha brindado un nueva noción sobre el turismo, pero es preciso resaltar lo que menciona Norrild, que este tipos de investigaciones sirven como conocimiento para los diferentes profesionales y estudiantes universitarios de la carrera de turismo, ya que, es un gran precedente para el turismo así pueda repotenciarse y generar mayores beneficios que aspectos negativos.

1.3.2 Tipología de los viajeros, de Cohen

En la presente investigación, trata de explicar qué tipo de turistas pueden existir según Cohen, ya que, la presente investigación necesita entender las características resaltantes de los visitantes, para poder categorizarlo y comprender el porqué de la visita al lugar.

Cohen (1972) menciona que los turistas se clasifican en cuatro categorías:

Turistas de masa organizada: viaja en grupo con otros turistas que no necesariamente se conocen entre sí, siguiendo un itinerario preestablecido y poco flexible.

Turista de masa individual: viaja por su cuenta, o con un grupo de turistas a los que ya conoce desde antes del viaje, con algún paquete turístico que forma parte de algunos productos preseleccionados.

Turista explorador: viaja por su cuenta, busca explorar nuevos destinos turísticos y evita los destinos más desarrollados desde el punto de vista turístico.

Turista errante: Es aquel que quiere hacerse pasar, si bien temporalmente, como perteneciente a la comunidad local. Tiende a pasar los días con los habitantes locales, sumergiéndose totalmente en su cultura y en sus hábitos (p.31-46).

Agrego una noción diferente a los tipos de turistas existentes, se enfocó más en el mercado turístico y en apoyar a las empresas turísticas, donde describió a 5 turistas que son; Alocéntricos, Cuasialocéntricos, Mesocéntricos, Cuasipsicocéntrico y Psicocéntricos (Plog, 1974). Plog empleo una teoría relacionada a Cohen, pero él se especificó más en el ámbito del mercado y en cómo identificarlos, para repotenciar más las compras de paquetes turísticos.

En cambio, Smith (1977) empleo en la misma línea de investigación que Cohen, pero se detalló en como el turista se desenvolvía con la población local y si comprendía las reglas y la forma de vida. En cierta manera este autor se enfocó en denominar siete tipos diferentes de turistas que son, turista de chárter, masas, masas incipientes, no usuales, fuera de circuito, de elite y exploradores.

En definitiva, cada autor empleo la misma línea que propuso Cohen, pero por ejemplo, Plog lo enfoco en la realidad del mercado turístico y Smith en como los turistas se desarrollaban con los reglamentos establecidos por la comunidad. Esto permite entender que

desde una teoría se puede deslindar mayor información y emplearla en diferente contexto que haya elegido el investigador.

1.3.3 Teoría del Intercambio Social

Se detalla en la presente teoría, la relación que tiene el visitantes y la comunidad anfitriona, en donde, realizan un intercambio de culturales y tradiciones por cada uno, además es vital realizar esta investigación, por la razón que permitirá reconocer la diferentes características de la persona y detallar su perfil.

Según Blou (1964) explica que “la interacción cuyo objetivo de estudio son los fenómenos grupales de conformidad a las normas, cohesión, status grupal, poder y similares. Tradicionalmente se había considerado que estos fenómenos tenían escasa o nula relación entre si y se investigaban separadamente, produciéndose, como consecuencia, una situación de notable fragmentación teórica (p. 452-457).

Es de vital importancia esta teoría presentada por Blou, porque permite realizar diferentes estudios al visitante, de cómo reacciona a su entorno, como percibe la bienvenida de la comunidad y como esto permitirá mayores conocimientos en la comprensión hacia ellos (Morales, 1978).

Asimismo, Salvador (2015) describió que la teoría se entiende, la relación entre el visitante y la población, en la cual intercambian diferentes beneficios, que pueden ser perceptibles e imperceptibles, como la cultura y costumbres.

Si bien es cierto, Salvador y Morales tiene el mismo propósito, en entender cuáles son las consecuencias que puede ocasionar, el turista hacia el poblador y viceversa, porque con esta información se podría controlar y posiblemente disminuir los efectos negativos que existen en las actividades turísticas a la comunidad anfitriona.

1.3.4 Teoría de las Necesidades de McClelland

McClelland (como se citó en Amorós, 2007) determino que todas las personas consideran lo siguiente:

Necesidad de logro: Se refiere el esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito

Necesidad de Poder: Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto; de influir y controlar a los demás

Necesidad de afiliación: Se refiere al deseo de relacionarse con los demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización (p. 86-87).

A partir de entonces, Guevara (2008) se reafirma que las tres necesidades empleadas por McClelland, son propias de las personas, en donde buscan el sentido de controlar su vida y la orientación, a donde puede llegar y con qué motivación podría lograr.

Por otro lado, se entiende que las necesidades presentadas en la teoría se relacionan entre sí, pero en un debido tiempo una primara ante las otras, además la dirección que lleva esta motivaciones son influenciadas por la sociedad, familia y medios de comunicación (Luna, 2013).

En resumen, los diferentes autores ya mencionados, se enfocan en la particularidad de estas teorías, en donde trata describir las necesidades de las personas, y si se menciona este trabajo es porque existe una relación principal en el turismo, por el simple hecho que el turista tiene la necesidad de logro, por haber visitado el lugar deseado, necesidad de poder, el convencimiento de poder ir con familiares o amigos y tomar una experiencia en conjunto y por ultimo convencimiento de afiliación, trasmitir sus experiencias a los demás con la intención de compartir ese sentimiento que vivió.

Teoría	Autor	Definición
Teoría de las Necesidades	McClelland (1961)	Expresa las necesidades que tiene una persona pero en base al turismo, en donde se explica que la persona busca difundir sus experiencias y vivirlas con las personas que lo rodean.
Teoría del Intercambio Social	Blou (1964)	Identificar la relación existente entre el turista y la población, para saber cómo interactúan entre sí con el objetivo de poder disminuir los posible efectos que ocasione el turista en realizar una actividad en el recurso.
Tipología de los viajeros	Cohen (1972)	Es denominar según el autor los tipos de visitante que se observan en cada recurso y como se relacionan con las características personal de esta.
Teoría de la “Mirada del turista”	Urry (1996)	El objetivo es estudiar desde su perspectiva del visitante de cómo observa los diferentes recurso y que lo motiva a escoger ciertos lugares a diferencia de otros.

Figura 2.1. Definición de las Teorías relacionados al tema

Fuente: Elaboración Propia

Modelo de elección del consumidor de turismo, de Schmoll

Schmoll (como se citó en Panosso, 2012) detallo lo siguiente como explicación del modelo:

En este modelo se especifican cuatro aspectos que explican las motivaciones, los deseos, las necesidades y las expectativas de los determinantes sociales y personales para el comportamiento en la elección de un viaje, incluyendo el destino y el tipo de medio de hospedajes elegidos. Estos aspectos son: estímulo para viajar (comunicación promocional y recomendaciones personales y del trade), determinantes personales y sociales (propósitos del consumidos al viajar, que incluyen sus deseos, necesidades y expectativas), variables externas (confianza en el servicio, imagen del destino, experiencias aprendidas, restricciones de tiempo y dinero) y características de los destinos (p.159-160).

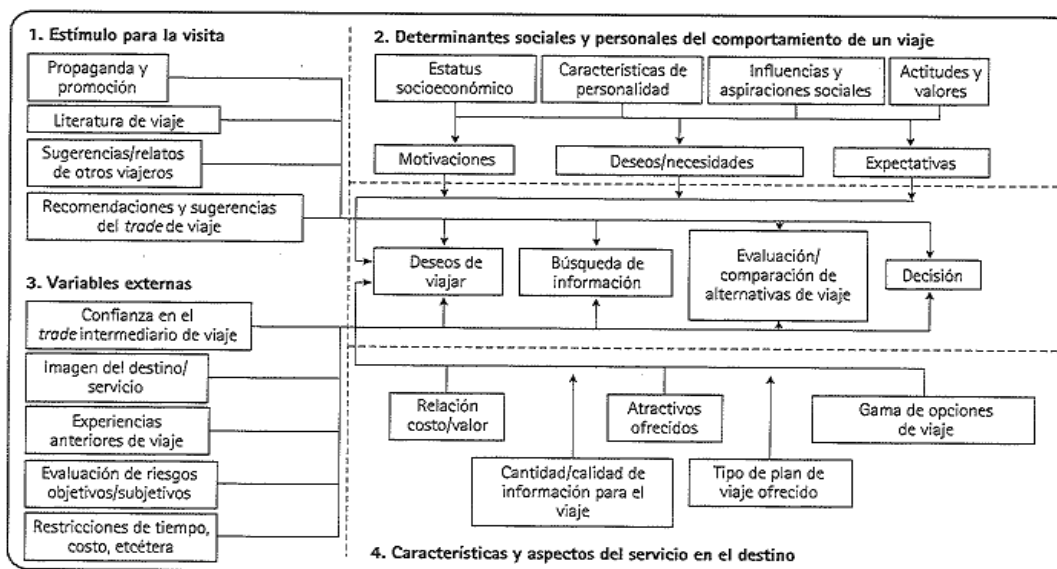


Figura2.3: Modelo de Schmoll

El comportamiento en la elección del consumidor en el turismo, es vital comprender al turista, estar permanentemente en su evolución de gustos y preferencias, para que así pueda brindarse un servicio más heterogéneo, en donde la experiencia será única e incomparable (Serrano, 2002).

Por otra parte, Díaz (2007) informa de una perspectiva diferente el modelo, si bien es cierto, sigue la misma, él se orienta en las antiguas experiencias que tiene el turista, hacia donde ha viajado y si adquirirá un paquete turístico.

En síntesis, los dos autores engloban la idea de investigar al turista y sus preferencias al viajar, pero existe una gran diferencia, para Serrano es mejor estar en constante

observación sobre la evolución de los gustos y preferencias de los visitantes, pero para Collado eso no es un punto crítico para el modelo, sino más bien, se concentra toda la atención si el turista está en constante movimiento a otros lugares y cuáles han sido sus experiencias al visitar los recursos turísticos.

Sistema Psicográfico, de Plog

Plog (1990) detalla en el presente modelo las siguientes características hacia el turista:

Alocéntricos. Son aquellos que desean descubrir nuevos destinos y conocer nuevas culturas y que tienen un espíritu de aventura.

Cuasialocéntricos. Buscan desafíos y muchos de ellos optan por el ecoturismo.

Mesocéntricos. En los viajes buscan desestresarse y relajarse, en especial por medio del entrenamiento.

Cuasipsicocéntrico. Son turistas que visitan un nuevo destino solo después de que ha sido bastante visitado.

Psicocéntricos. Turistas de turismo de masas que buscan seguridad y van acompañados de guías turísticos. Esta denominación viene de psyche o autocentrado; este tipo de turistas se caracterizan por una personalidad más inhibida y adversa a la aventura (p.43-45).

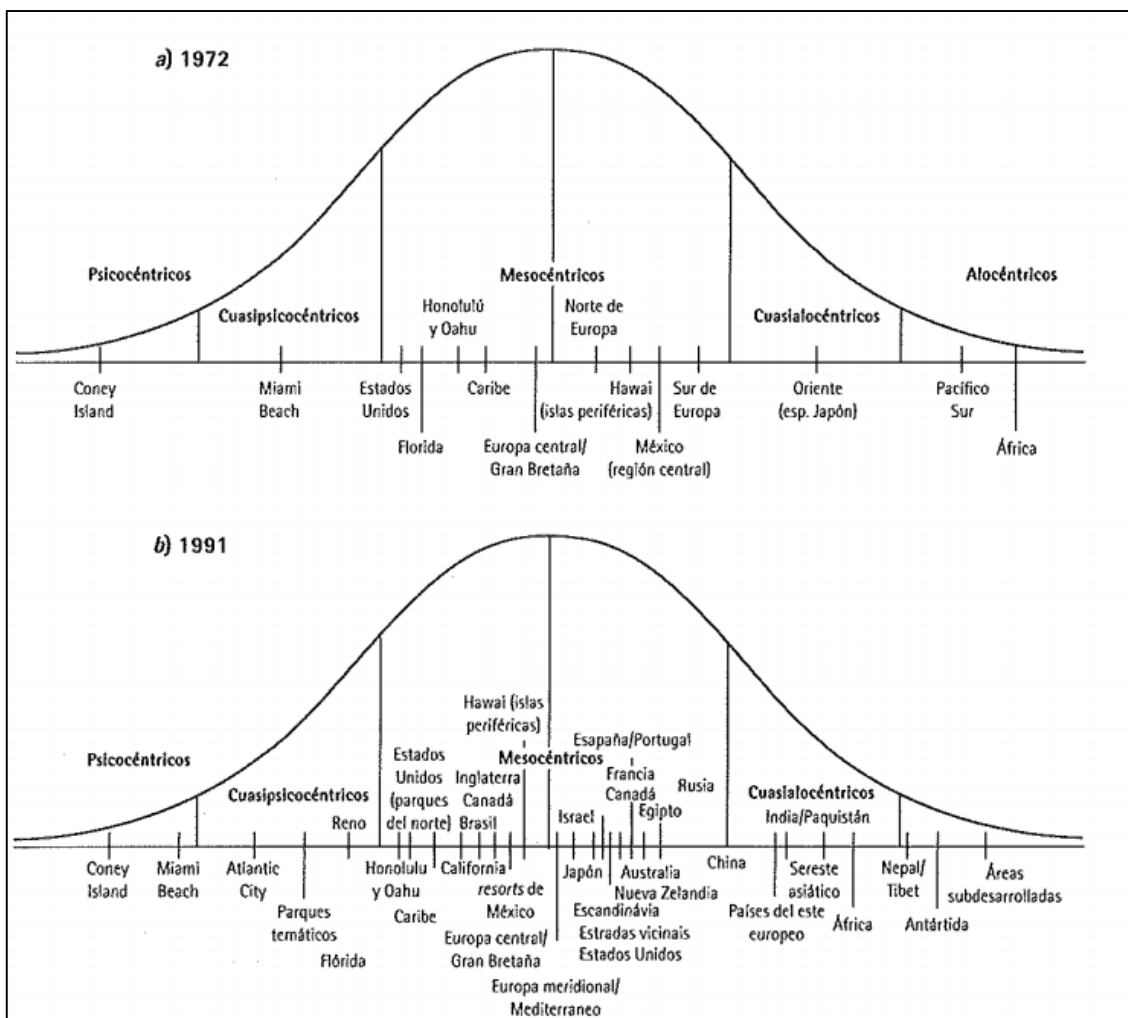


Figura 2.4: Posiciones Psicográfico de algunos destinos.

Asimismo, Rivas (2009) describe que el modelo de Plog, se orienta en el área turística, por la preferencia del turista y que solo dependerá del atractivo para evolucionar y atraer a otros tipos de visitantes, la cual dependiendo del nivel que llegue, un sector de turista lo visitara.

La esencia misma de comprender la motivación por el cual el turista escoge un determinado recurso, es gracias a las características que se pueden observar en ellos, además gracias al apoyo de la sociología y antropología (Santos, 2017).

En conclusión, los dos autores tienen diferentes posiciones sobre el presente modelo, según Rivas se explica más en observar al recurso en sí, en cómo va creciendo a través del tiempo, en cambio Santos desea saber el motivo por el cual el turista elige ciertos lugares

turísticos. Cada uno escogió una línea diferente de investigación pero sigue teniendo la base del modelo.

Modelo conceptual de Klenosky y Gitelson

Según Klenosky y Gitelson (1998) afirma que el siguiente modelo es vital para reconocer características del visitante.

Analiza el proceso de recomendación de los agentes de viajes sobre los destinos turísticos, el cual se muestra en la figura. Este modelo presenta un proceso de cuatro etapas: conocimientos, percepción/evaluación, intención y recomendación. Estas, a su vez, son influidas por tres categorías principales de factores: variables de conocimientos del agente, variables del destino y variable específicas del viajero y del viaje. El modelo supone recomendar un destino, los agentes deben, primero, saber de la existencia de ese destino. En el modelo, el hecho de saber de la existencia del destino es visto como función de dos variables del conocimiento del agente: el grado de exposición del agente a información sobre el destino y su experiencia turística directa (p. 661-674).

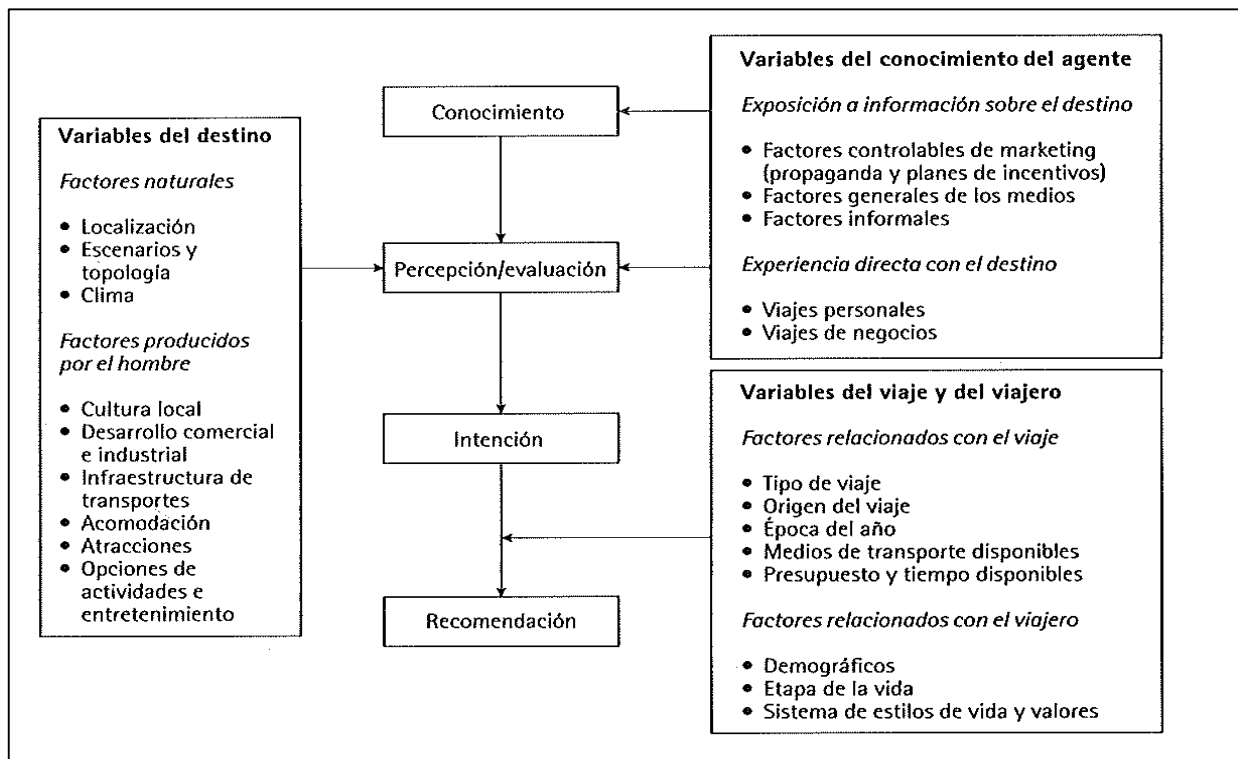


Figura 2.5: Modelo conceptual del proceso y de los factores que influyen en la asesoría de los agentes de viajes sobre destinos turísticos. Fuente: Klenosky y Gitelson (1998) Fuente: Klenosky y Gitelson (1998)

Madrazo (2009) lleva la misma ilación sobre el modelo de Klenosky y Gitelson, pero lo planteo en función a la demanda turística, que permite brindarles a los turistas potenciales una diversidad de servicios para satisfacer su necesidad.

En cambio, se puede emplear las mismas funciones que el modelo, con el fin que se pueda describir y analizar detalladamente al visitante, para así se pueda encontrar un destino que lo pueda satisfacer (Aguilar, 2013).

Se determinó que Madrazo y Aguilar siguen la misma idea del modelo, que ha aportado un gran conocimiento a los autores, con la finalidad de poder comprender más al turista y poder definirlo en este mundo tan globalizado y cambiante.

Modelo Propuesto por Gunn

Gunn (como se citó en Ibáñez, 2011) desarrollo el siguiente modelo para la aportación a la investigación científica sobre el turismo:

Formula un modelo más contemporáneo sobre los componentes del sistema turístico como base conceptual para la planificación turística, concibiendo a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la conducción de dicho sistema. También, describe los factores externos al sistema que influyen en sus funcionamiento: financiamientos, recursos culturales, recursos naturales, políticas gubernamentales, competencia, comunidad, emprendedores y aspectos laborales. El sistema y los factores externos se ilustran en la siguiente figura (p.161).

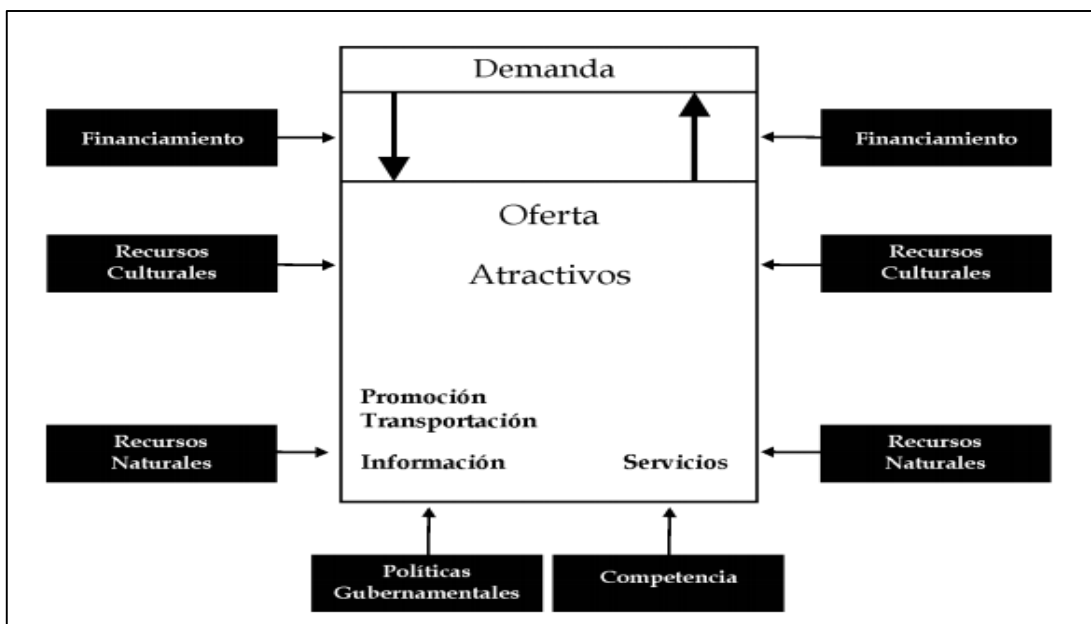


Figura 2.6: Modelo y sistema funcional turístico propuesto por Gunn.

Ramírez (2013) establece que la idea presentada, se detalla en querer observar cómo se relaciona el turista y el recurso turístico en un sistema, dando prioridad a estos elementos, ya que son la base principal del modelo.

Así sucesivamente, se llegara a incluir detalles importantes, donde se debe observar, analizar y organizar el sistema, la razón en si es que estos conocimientos deben estar en constante actualizaciones, porque el turismo en si va evolucionando época tras época (Martínez, 2013).

En definitiva los autores tienen el mismo objetivo que Gunn, observar y definir el sistema turístico, con esto se podrá detallar cuál de los elementos son de vital importancia para el desarrollo turístico en el recurso turístico y si bien es cierto, se puede concluir que el turista y sus características son el eje del sistema, porque siempre girar todas las acciones hacia él.

Modelos	Autor	Definición
Modelo de elección del consumidor de turismo	Schmoll (1977)	Describir los motivos, razones, necesidades y la probabilidad del turista en viajar a un determinado lugar.
Sistema Psicográfico del turismo	Plog (1974)	Definir los tipos de turistas según la percepción de Plog, esto identificara cuales son los motivos que buscan al viajar y que desean experimentar.
Modelo conceptual del Turismo	Klenosky y Gitelson (1998)	Explica la funciona principal de los agentes turísticos sobre como influenciara a la decisión que tomara el turista al seleccionar el lugar a visitar.
Modelo y sistema funcional turístico	Gunn (1987)	Se enfoca en explicar el sistema turístico, donde se relaciona entre si la demanda y la oferta turística para satisfacer y superar las expectativas en relación al turismo.

Figura 2.7: Cuadro comparativo de los modelos presentados

Fuente: Elaboración Propia

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema General:

¿Cuál es el perfil del visitante en el parque ecológico voces por el clima?

1.4.2 Problema Específico:

- ¿Cuál es el perfil Demográfico de los visitantes al parque ecológico voces por el clima?
- ¿Cuál es la motivación del visitante para asistir al parque ecológico voces por el clima?
- ¿Cuál es la experiencia del visitante al acudir al parque ecológico voces?

1.5 Justificación del Estudio

El Parque Ecológico Voces por el Clima, es un lugar enfocado al cuidado del medio ambiente e información del cambio climático, donde los guías del lugar realizan un intercambio de conocimientos de manera dinámica. El parque se divide en 5 áreas, las cuales son: Bosques, Montañas y aguas, Océanos, Energía y Ciudades Sostenibles, la cual se identifica varios módulos, donde la persona vivirá experiencias únicas, es preciso recalcar la tecnología ecológica que se está utilizando en el lugar. Además, es uno de los primeros parques temáticos al nivel sudamericano, la cual diferentes empresas y entidades están vinculadas en el desarrollo y crecimiento de esta.

Es preciso también resaltar las características principales del parque ecológico, ya que cuenta con un auditorio y una cabaña hecha a base de bambú, un biohuerto la cual brinda a los visitantes vegetales frescos y una planta de residuos sólidos. No obstante, se ha observado que cuenta con 4.5 hectáreas de espacio, donde la municipalidad no está explotando el recurso en su totalidad.

Al mencionar todas las problemáticas existentes, se considerar un punto importante y es que la zona cuenta con un flujo de visitantes 9,920 al año, según la Municipalidad de Santiago de Surco, pero no es alta en su totalidad, dado que al día están recibiendo 20 visitas aproximadamente. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es analizar a las personas que acuden al parque ecológico voces por el clima, ya que, al obtener las informaciones de sus

gustos y preferencias se podrá obtener el perfil detallado del visitante, así se podrá generar mayores beneficios y proyectos a futuros para mejorar el recurso.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General:

La presente investigación tiene como objetivo principal:

Analizar el perfil del visitante en el parque ecológico voces por el clima.

1.5.2 Objetivos Específicos:

- Identificar el perfil demográfico de los visitantes del parque ecológico voces por el clima
- Determinar la motivación del visitante que asiste al parque ecológico voces por el clima
- Identificar la expectativa del visitante hacia parque ecológico voces por el clima

CAPITULO II:
METODO

2.1. Diseño de investigación

El presente trabajo se desarrollara en base del marco del enfoque cualitativo, ya que “Se desea conocer las razones por las que los individuos actúan de la forma que lo hacen, tanto en lo cotidiano, como cuando un suceso irrumpe de forma tal que pueda dar lugar a cambios en la percepción” (Báez, 2009, p.24).

Bernal (2010) menciona que, se utiliza en la búsqueda de comprender una circunstancia de la sociedad, donde la veracidad del enfoque cualitativo, es definir la realidad con ayuda de la población. El complemento de los dos autores, es describir y comprender al grupo, de cómo se relación entre si y la perspectiva del recurso.

Esto permite que la investigación tenga un sentido común, que es comprender las actitudes de los visitantes y como cambiarían ante un acontecimiento inesperado. La cual se utilizara el diseño Fenomenológico que según Husserl (como se citó en López, 2013) afirma que:

Es un método que intenta entender de forma inmediata el mundo del hombre, mediante una visión intelectual basada en la intuición de la cosa misma, es decir, el conocimiento se adquiere válidamente a través de la intuición que conduce a los datos inmediatos y originarios. Es decir, permite a los fenómenos manifestarse tal como son (p.2)

Con la definición establecida por Husserl, sustentara lo que se desarrolla en la presente investigación, donde se basara en las experiencias de los sujetos, para así observarlos y analizarlos tal cual se muestran ante el investigador.

Es más, no es parte de una teoría, en si está basada en la vida real, de poder interpretar y percibir las señales transmitidas por el sujeto de estudio y entender a su totalidad cada tipo de ser (Majano, 2013).

2.2. Variables, operacionalización:

El presente trabajo de investigación tiene como variable el Perfil del visitante en la cual se basa en determinar las características socioeconómicas y en los comportamientos de las personas, la cual el primero brinda información como la edad, sexo, educación y en la segunda, sus motivaciones, actitudes, necesidades y valores (Abdul, 2015).

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable potencial turístico.

VARIABLE	CATEGORIAS	SUBCATEGORIAS	INSTRUMENTO
Perfil del Visitante	Perfil Demográfico	Características del visitante	Guion de Entrevista, Ficha de Observación
		Cualidades del Visitante	
		Naturaleza del Visitante	
	Motivación del Visitante	Razón de la visita	
		Elección del recurso a visitar	
		Resultado de la vista	
Experiencia del Visitante	Servicio turístico		
	Recurso Turístico		
		Información del Recurso	

Fuente: Elaboración Propia, 2018.

2.3. Población y muestra

Di Rienzo (2008) afirma que “Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinados, con algunas características común observable o medible” (p.2). Por lo tanto según la Municipalidad de Santiago de Surco (2015), cuenta con un flujo de visitantes 9,920 al año, la cual aproximadamente está recibiendo alrededor de 20 a 30 personas al día.

Según Ramos (2006) señala que “Llamamos subconjunto representativo de la población [...] y el muestreo es el proceso de selección de la muestra de esta” (p.254). Es por esto que hemos seleccionado a un grupo de visitantes al azar para genera nuestra muestra de 10 personas. Además, Si el investigador considera suficiente que los hallazgos sean representativos de la población, debería seleccionar una muestra no probabilística, ya que, con frecuencia una muestra pequeña ofrece resultados altamente confiables (Schiffman, 2017, p. 43).

Tabla 2*Personas encuestadas en el Parque Ecológico Voces por el Clima*

<i>NOMBRE</i>	<i>CODIFICACIÓN</i>
<i>Entrevistado 1</i>	<i>P1</i>
<i>Entrevistado 2</i>	<i>P2</i>
<i>Entrevistado 3</i>	<i>P3</i>
<i>Entrevistado 4</i>	<i>P4</i>
<i>Entrevistado 5</i>	<i>P5</i>
<i>Entrevistado 6</i>	<i>P6</i>
<i>Entrevistado 7</i>	<i>P7</i>
<i>Entrevistado 8</i>	<i>P8</i>
<i>Entrevistado 9</i>	<i>P9</i>
<i>Entrevistado 10</i>	<i>P10</i>
<i>Entrevistado 11</i>	<i>P11</i>
<i>Entrevistado 12</i>	<i>P12</i>
<i>Entrevistado 13</i>	<i>P13</i>
<i>Entrevistado 14</i>	<i>P14</i>
<i>Entrevistado 15</i>	<i>P15</i>

Fuente: Elaboración propia, 2018

Acorde a la investigación, hemos realizado un muestreo no probabilístico la cual como se mencionó antes, elegimos un pequeño grupo, que será la base del presente estudio. Incluso se puede “Obtener una muestra de elementos conveniente. La selección de unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador. A menudo los encuestado se seleccionan porque están en el lugar correcto en el tiempo apropiado” (Malhotra 2004, p. 321).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez.

2.4.1. Técnicas de recolección

Para el presente trabajo de investigación se utilizó datos de fuentes como tesis, libros, libros virtuales, artículos científicos entre otros para ser analizados y a la vez luego adquirir datos de las fichas de observaciones de campo y las entrevistas a profundidad de los visitantes del parque ecológico Voces por el Clima con el uso de las guías de entrevistas.

2.4.2. Instrumento de recolección

Para la indagación de este proyecto se realizó la técnica de la entrevista y fichas de observación, la cual Valles (2007) precisa que, es la esencia de comunicarse entre el entrevistado y entrevistador, donde se busca analizar y obtener información importante.

2.4.3 Validez

En el desarrollo de la investigación, se llevó a cabo la búsqueda de validación por parte de 3 docentes de la Universidad Cesar Vallejo, quienes son los expertos en relación al tema.

Tabla

3

Juicio de expertos

Nº	Expertos	Grado académico	Puntaje
01	Miranda Guevara, Bertha	Magister	90%
02	Salas Carreras, Martin	Magister	87,5%
03	Gabriel Campos, Edwin	Magister	70%
PROMEDIO			82.5%

Fuente: Elaboración propia, 2018

2.5. Métodos de análisis de datos

La información recolectada fue desarrollada a través de la transcripción de las entrevistas realizadas a los visitantes, consiguiendo un análisis de todas las entrevistas respondiendo al problema de investigación. El desarrollo de las entrevista fueron hechas en las fechas 28, 30, 31 de septiembre del 2018 en el distrito de Santiago de Surco. Concediendo así a conocer el perfil del visitante en el parque ecológico Voces por el Clima. De igual forma se continuó con la investigación con fuentes como libros, tesis, artículos científicos entre otros, para ampliar la información en el presente trabajo con la ayuda del trabajo de campo.

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación respetará los derechos de autores que serán utilizados como fuente de información en la realización del trabajo. Además, se tomará la autenticidad de los resultados considerando la información dada sin ninguna falsificación de por medio respetando la identidad, el conocimiento intelectual como sus convicciones del entrevistado.

CAPITULO III:
RESULTADO

CATEGORÍA: PERFIL DEMOGRAFICO

Características del Visitante

En su mayoría, las personas tienen diferentes motivos por el cual acudieron al parque ecológico, como la preferencia de los juegos por sus hijos, conocer a mayor escala la naturaleza y conservación, obtener un tiempo familiar con sus seres queridos o que el recurso turístico pueda brindarle seguridad, limpieza y un mantenimiento continuo.

“... Preferencia más por los juegos, recreativo y al aire libre para los chicos”. P1, P3

“... Las áreas verdes y la conservación de los árboles, la conservación de la naturaleza, me llama mucho más la atención, todo lo relacionado al medio ambiente”. P6, P7

“... Pasar un rato entretenido con la familia y los niños”. P2, P8

“... El lugar se ve que está nuevo, limpio, interesante y seguridad para toda la familia”. P4, P9

Cualidades del Visitante

Las cualidades, sirven para tener una idea de cómo se relacionan con el entorno del parque y los demás. Porque la gran mayoría tienen la facilidad de entablar una conversación de manera eficaz, atenta y respetuosa. Esto permite conocer la perspectiva que tiene cada uno ante las actividades que brinda un recurso turístico; de cómo interactúan socialmente con los demás, la captación de información y el intercambio de estas.

“... Si hablamos, comentamos sobre los temas que se exponen en el parque, conversando, preguntado de cómo le pareció el lugar, si le pareció entretenido y a veces digamos que hay personas que saben un poco más”. P1, P3, P8

“... No me relaciono con las demás personas porque estoy pendiente de los niños, pero no tengo ningún problema de conversar con alguien más”. P2, P7

“... Si hay posibilidad de entablar una conversación no habría problema, las conversaciones entre los que estamos ahí presente, se dan ya sean por los mismos niños o por alguna casualidad, ya que compartir conocimientos y aprender de las demás personas”. P4, P5, P6

Naturaleza del Visitante

La naturaleza conlleva a conocer la personalidad de los entrevistados, donde se ha observado el deseo por conocer a detalle la zona y disfrutar la armonía de la naturaleza que brinda el parque temático. Otros recorren los distintos módulos en compañía de sus hijos, para conocer la importancia de la ecología y puedan sensibilizarse sobre el tema. Los visitantes se enfocan más en un lugar para distraerse, conocer y realizar actividades de campo, no obstante consideran la falta de una área, que es una zona de restauración o café, la cual puedan observar a sus hijos mientras disfrutan de una bebida al aire libre.

“... Solo más que nada conocer las áreas, ver un sitio la cual este yo pueda estar descansado, y si tengo interés particular en alguno después ir con más calma, sobre todo pretendo mirar y observar todo, es relajante”.

P3, P5

“... Recorrer los distintos lugares enseñarles a los hijos la importancia de la ecología para sensibilizar más en el tema”. P6, P7

“... Lo que creo que falta acá es una zona para refrescarse, debería haber una zona de restauración o una cafetería, que este al aire libre”. P4

“... Caminar a los alrededores, conocer y realizar otras actividades”. P1, P2

CATEGORÍA: MOTIVACIÓN DEL VISITANTE

Razón de la visita

La razón para acudir al parque ecológico fue por sus hijos, para que puedan recrearse, observar la naturaleza y los trabajos que se expongan. Además, obtuvieron referencias sobre el parque por otras personas y les llamo la atención el tema de la ecología. Otros le dieron un mayor interés, ya que estaban ubicados cerca y no tenía un costo para poder ingresar al lugar.

“...Por mi hijo, además que es un lugar hermoso para recrearse y puedas observar el lugar y por propia curiosidad” P1, P3, P5

“...Escuchamos hablar de este parque y bueno es algo muy importante la ecología para aprender, entonces quería ver como lo habían tratado” P6, P7

“...Realmente lo que yo está buscando era una opción en lima, para caminar para que los chicos jueguen y aprendan” P4

“...Porque está cerca de mi casa el tema es interesante y tiene buenas instalación y mantenimiento” P8, P9

Elección al recurso a visitar

Se obtuvieron también las siguientes informaciones de los entrevistados por la elección del lugar, por ejemplo, les llamó la atención el propio nombre del parque y de cómo esta manejado, ya que, no han encontrado un lugar igual en Lima. Incluso les pareció una buena idea poder aprender juntos a sus hijos a reciclar, sensibilizarse sobre el medio ambiente y cambio climático.

“...Bueno uno porque me llamo la atención el tema del nombre, dos porque no había venido y también para conocer poco cómo se maneja, además que no encuentras algo igual acá en lima” P1, P2, P3

“...Porque me pareció buena la idea que los chicos puedan aprender a reciclar y se sensibilicen más con el tema del medio ambiente y el cambio climático”. P4, P6, P7

“...Porque estaba cerca de la zona y me parece bien pasar un buen rato con la familia” P5, P8

Resultado de la Visita

Es preciso aglomerar las apreciaciones brindadas por los visitantes, respecto a que les pareció la visita del parque ecológico, hubo algunos que les pareció algo único y genuino, en la cual aprenden a reciclar y valorar mucho más su ecosistema, de poder brindarle esas enseñanzas a sus hijos y puedan pasar a generaciones, de cómo está bien cuidado, además el mantenimiento, la limpieza y el orden son continuos. En si desearían que el parque ecológico Voces por el Clima sea más conocido y la gente pueda vivir las mismas experiencias

“...Este bonito todo, me gusta como lo han empleado todo, pero uhm más juegos para niños, para que puedan entretenerse y además puedan relacionarse más con otros niños” P1, P2

“...Bueno en primer lugar, muy bien distribuido, en segundo lugar este me parece muy acogedor, pero me imagino que debería de tener un poco más de afluencia, aun así lo considero que está bien” P3

“...Me parece bien interesante, no he visto otro parque, otro espacio donde se aprende, donde la naturaleza, sobre los recursos de los paisajes diferentes, pero deberían haber actividades para que los niños también puedan hacer o participar en el reciclaje” P4, P5, P6

“...Es un lugar muy interesante que deberían a ver en varios distritos para que la gente pueda tomar conciencia, también deberían ampliar su campo porque se ve un poco reducido” P7, P8

CATEGORIA: EXPERIENCIA DEL VISITANTE

Servicio Turístico

La experiencia se resalta más en los servicios ofrecidos en el parque, donde han obtenido una grata sorpresa de que los módulos, obraste de arte y la área de juego, estén hecho a base de materiales reciclables. Respecto al servicio de los orientadores, han sido amables y dispuestos a ayudarlos, siempre en constante observación para el cuidado de la zona y brindando información precisa.

“...Se han organizado muy bien para mantener todo estable y limpio para que uno pueda visitarlo continuamente, además más juego para los niños y debería haber una zona de comidas” P1, P5

“...Me ha impresionado la forma que lo están manteniendo y que las personas puedan disfrutar más de este parque. Tal vez unas muestras itinerantes o exposiciones y charlas ayudaría a mejorar el parque” P8, P9

“...Bueno las personas son muy amables y te tratan muy bien y sobre todo cuidan la naturaleza, bien y tienen muy buena información, hay cosas que nosotros no sabíamos. Deberían crear más atracciones para los niños como los dinosaurios o juegos” P2, P7

Recurso Turístico

Los visitantes también brindaron información sobre su perspectiva y la realidad que encontraron los módulos del lugar, ya que en la mayoría de casos superaron sus expectativas, nunca imaginaron encontrar un lugar desarrollado, las señalizaciones estaban bien ubicadas, los paneles informaban adecuadamente, módulos donde podían encontrar maquetas. Explicaciones sobre el medio ambiente y preservación de las áreas naturales, textos que nunca pudieron conocer de niños y ahora están aprendiendo y desean transmitirles a sus hijos.

“...Eh de verdad supera mis expectativas, nunca me imaginé ver todo esto desarrollado, realizaron un buen proyecto para el público. Está muy bien señalado todo, la información son muy exactas” P8, P9

“...Imaginaba que iba a ver todo relacionado a la naturaleza, plantas, variedad de plantas, reciclaje. Las actividades si están adecuadas, bonito y me parece que está bien” P5, P7

“...Muchas informaciones que estoy aprendiendo yo mismo de lo que no sabía sobre niño, y hay muchas cosas que aprender. A mí lo que me encantado es el modulo donde hay varias cosas recicladas hay sillas, las tapitas, más nos hemos quedado porque los chicos” P4

Información del recurso

Existen diferentes estantes sobre los temas que trata el parque ecológico, pero no cuenta con un orientador y esto ha generado opiniones divididas por parte del visitante, unos creen que no es necesario un guía turístico, porque sienten que es mejor conocerlo por ellos mismo y descubrir un mundo diferente bajo su propia perspectiva. Por otro lado, cierto grupo requieren que haya un guía en cada módulo, ya que esto le daría un plus a las informaciones establecidas en los paneles, le daría mayor interacción, ayudaría a entender mejor sobre las actividades que se realizan y el aprendizaje sería mejor captado.

“...Muy bueno en realidad me han tratado bastante bien como te digo cuidan bastante el lugar. Debería haber de repente un tipo de guía turístico alguien que te haga el recorrido detallado los temas que hay en los pabellones mejoraría mejor mi experiencia” P5, P8

“...Son muy amables y cordiales, no tengo ninguna queja. Si, ya que deberían existir guías en cada área para que puedan informarse” P2, P3

“...Han sido muy amables, aunque la persona que me ha recibido puede mejorar. Si creo, sería muy bueno, para saber mayor cosas y obtener mayor información de las actividades” P6

CAPITULO IV:
DISCUSIÓN

4.1. PERFIL DEMOGRÁFICO

En su mayoría, las personas tienen diferentes motivos por el cual acudieron al parque ecológico, como la preferencia de los juegos por sus hijos, conocer a mayor escala la naturaleza y conservación, obtener un tiempo familiar con sus seres querido o que el recurso turístico pueda brindarles seguridad, limpieza y un mantenimiento continuo a sus áreas (Véase en la pregunta Q1° – Guía de entrevista). Si bien es cierto las respuestas dadas han reflejado el contexto actual de cómo se vive el turismo en el Perú, ya que, están en busca de nuevas experiencias y son más exigentes en los servicios, donde el objetivo del recurso es brindarle una idea diferente a lo cotidiano. Por tal motivo, el espacio que está siendo investigado cumple las características para que el visitante pueda prescindir de esta nueva aventura turística.

Percibiendo esta idea, se entendería la afirmación brindada por Gómez (2012), que es reconocer la singularidad de cada individuo, en el cual, al acudir a un recurso, toman una decisión basada en su propio juicio crítico o por la influencia de los demás. Esto conlleva a tener una idea clara del contexto social que proviene, la cual ayuda al desarrollo de la investigación.

Las cualidades, sirven para tener una idea de cómo se relacionan con el entorno del parque y los demás. Porque la gran mayoría tienen la facilidad de entablar una conversación de manera eficaz, alturada y respetuosa. Esto permite conocer la perspectiva que tiene cada uno ante las actividades que brinda un recurso turístico; de cómo interactúan socialmente con los demás, la captación de información y el intercambio de esta, para así entender si el lugar brinda los adecuados conocimientos para el sujeto (Véase en la pregunta Q2° - Guía de entrevista).

En efecto, se fortalece en conocer a profundidad sus cualidades, en su forma de vida y como la sociedad ha influido, además de cómo perciben, reconocen y la captan las informaciones brindadas en el recurso turístico. (Corbin, 2002).

Por último, la naturaleza conlleva a conocer la personalidad de los entrevistados, donde se ha observado el deseo por conocer a detalle la zona y disfrutar la armonía de la naturaleza que brinda el parque temático. Otros recorren los distintos módulos en compañía de sus hijos, para conocer la importancia de la ecología y puedan sensibilizarse sobre el tema.

Los visitantes se enfocan más en un lugar para distraerse, conocer y realizar actividades de campo, no obstante, consideran la falta de una área, que es una zona de restauración o café, la cual puedan observar a sus hijos mientras disfrutan de una bebida al aire libre (Véase en la pregunta Q3° - Guía de entrevista). Ciertamente, las opiniones obtenidas en las entrevistas, permite entender la necesidad que tienen por mejorar su experiencia en la visita del parque ecológico, sobre todo la necesidad de que se implemente un área donde puedan descansar, consumir y disfrutar del panorama que brinda el lugar.

Entonces lo principal es comprender y evaluar las actitudes, necesidades y valores que se pueden hallar y poder encontrar lo que anhelan de un recurso, para que así se mejore de manera continua las actividades y servicios que brinda el recurso (Abdul, 2015).

4.2. MOTIVACIÓN DEL VISITANTE

La motivación para acudir al parque ecológico fue por sus hijos, para que puedan recrearse, observar la naturaleza y los trabajos que se expongan. Además, obtuvieron referencias sobre el parque por otras personas y les llamo la atención el tema de la ecología. Otros le dieron un mayor interés, ya que estaban ubicados cerca y no tenía un costo para poder ingresar al lugar (Véase en la pregunta Q4° - Guía de entrevista). Se observó, que un gran grupo de visitantes están interesados, en que sus hijos puedan aprender nuevos temas. Les intereso la idea que implemento la administración del parque ecológico, en pedir como requisito dos botellas de plásticos para entrar, esto ayuda a tener un precedente, la necesidad de reciclar y reutilizar los materiales.

Gisolf (2014), afirma que la necesidad de una persona se basa en tres características, en el escape de lo rutinario, búsqueda de una nueva experiencia y el deseo de cumplirlas para su satisfacción. Ellos tienen una orientación a descubrir algo nuevo, con la ayuda de la experiencia vivida por otros y la necesidad de aprender nuevos conocimientos con sus hijos, para complementarlo con una visita satisfactoria.

Se obtuvieron también las siguientes informaciones de los entrevistados por la elección del lugar, por ejemplo, les llamó la atención el propio nombre del parque y de cómo esta manejado, ya que, no han encontrado un lugar igual en Lima. Incluso les pareció una buena idea poder aprender juntos a sus hijos a reciclar, sensibilizarse sobre el medio ambiente y cambio climático (Véase en la pregunta Q5° – Guía entrevista).

Es un argumento válido, mencionar que cada visitante tiene una intención por visitar un recurso, por experimentar algo fuera de lo común, porque cada sector percibe de manera diferente la vivencia de un servicio y la intención de desarrollar un hobby en la locación (Fernández, 2015).

Es preciso aglomerar las apreciaciones brindadas por los visitantes, respecto a que les pareció la visita del parque ecológico, hubo algunos que les pareció algo único y genuino, en la cual aprenden a reciclar y valorar mucho más su ecosistema, de poder brindarle esas enseñanzas a sus hijos y puedan pasar a generaciones, de cómo está bien cuidado, además el mantenimiento, la limpieza y el orden son continuos. En si desearían que el parque ecológico Voces por el Clima sea más conocido y la gente pueda vivir las mismas experiencias (Véase en la pregunta Q°6 y Q°7 – Guía entrevista). Si bien es cierto, las personas obtuvieron un servicio gratificante y esto es gracias al mantenimiento continuo que realiza la municipalidad de Surco, no obstante, tienen un aspecto negativo en su gestión, la falta de promoción y difusión del parque ecológico, para que así otros puedan disfrutar de esta experiencia y pueda ganar un mejor prestigio al nivel nacional.

Se determina la necesidad que tiene el ser humano en realizar viajes desconocidos, en la búsqueda de encontrar algo novedoso que pueda cumplir sus expectativas al completo. López (2006) desarrolla una idea, donde la esencia del visitante es ubicar un lugar en específico, para organizar un viaje con la intención de satisfacer sus deseos e incentivarse en buscar otros destinos.

4.3. EXPERIENCIA DEL VISITANTE

La experiencia se resalta más en los servicios ofrecidos por el parque, donde han obtenido una grata sorpresa de que los módulos, obras de arte y el área de juego, estén hecho a base de materiales reciclables. Respecto al servicio de los orientadores, han sido amables y dispuesto a ayudarlos, siempre en constante observación para el cuidado de la zona y brindando información precisa (Véase en la pregunta Q°8 y Q9° – Guía entrevista). Se nota la necesidad de obtener una información exacta, que no se pueda sentir perdido en los módulos, igualmente en las actividades que se realizan y por el último, la continua exigencia de encontrar nuevas cosas que sobrepasen sus perspectivas.

Carreras (2009), explica que la experiencia de la persona se basa en tres tiempos, la cuales son la idea previa antes de visitar el lugar, cuando está apreciando al detalle y al terminar el servicio, donde el principal actor en este ciclo es el visitante.

Los visitantes también brindaron información sobre su perspectiva y la realidad que encontraron los módulos del lugar, ya que en la mayoría de casos superaron sus expectativas, nunca imaginaron encontrar un lugar desarrollado, las señalizaciones estaban bien ubicadas, los paneles informaban adecuadamente, módulos donde podían encontrar maquetas. Explicaciones sobre el medio ambiente y preservación de las áreas naturales, textos que nunca pudieron conocer de niños y ahora están aprendiendo y desean transmitirles a sus hijos. (Véase en la pregunta Q°10 y Q°11 – Guía entrevista)

El desarrollo de la actividad en sí, aplica en los anhelos que pueda tener la persona de obtener una vivencia única e inigualable, la cual puede ser un beneficio o un aspecto negativo, ya que el servicio brindado no podría lograr su satisfacción plena (Zárraga, 2010). Por tal motivo, se puede encontrar apreciaciones positivas por parte de los visitantes, dado a que obtuvieron algo mejor de lo que esperaban recibir.

Existen diferentes estantes sobre los temas que trata el parque ecológico, las cuales son la importancia de las montañas, bosques, océanos, energía y ciudades sostenibles y como pueden influenciar en el cambio climático. Pero estas no cuenta con un orientador y esto ha generado opiniones divididas por parte del visitante, unos creen que no es necesario un guía turístico, porque sienten que es mejor conocerlo por ellos mismo y descubrir un mundo diferente bajo su propia perspectiva. Por otro lado, cierto grupo requieren que haya un guía en cada módulo, ya que esto le daría un plus a las informaciones establecidas en los paneles. (Véase en la pregunta Q°12 y Q°13 – Guía entrevista). Sin embargo, consideran, que debería estar un guía en cada módulo, ya que, si bien es cierto ellos pueden comprender hasta cierto punto las informaciones, sus hijos no lo harían, dado a que buscan cosas más llamativas que resalten ante su vista, por la cual no prestarían la atención debida.

Parasuman (2005) menciona que la aspiración o demanda por parte del sujeto hacia el recurso visitado, es de obtener un mejor servicio a otros lugares, con la intención que vuelva a acudir de nuevo.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivo, analizar el perfil de los visitantes del parque ecológico Voces por el Clima, donde se obtuvieron informaciones relevantes y necesarias para la realización de futuros proyectos para el beneficio del lugar, ya que la finalidad era conocer a su totalidad, sus gustos, preferencias y la opinión que tenían hacia el lugar de estudio. Además, se incluyeron las siguientes categorías, el perfil demográfico, la motivación y las expectativas del visitante.

En el perfil demográfico, se identificó las singularidades, las preferencias personales que cada individuo tiene; cualidades, donde se resalta más sus habilidades sociales y cómo influyen en los demás y su naturaleza, las actividades que acostumbra a realizar en un recurso turístico. Esto, en conclusión, permite conocer a detalle que se puede implementar a futuro, por ejemplo la implementación de un taller para realizar esculturas antiguas, animales en extinción a base de materiales reciclables y explicando a los visitantes información relevante sobre el tema de las culturas y la fauna que existe en el Perú. Así se obtendrían resultados prometedores, con el fin de atraer a más personas con el mismo perfil hacia el parque ecológico Voces por el Clima.

La motivación principal por parte de los visitantes fueron sus hijos, debido a que anhelaban que ellos puedan tener nuevas experiencias, aprender sobre el medio ambiente y el cambio climático, además de poder recrearse en las zonas de juegos e socializar con otros niños. Otro motivo que se resalta en el proyecto, es el interés de las familias en pasar un tiempo de calidad al aire libre y disfrutar de la naturaleza que le brinda el lugar.

Las experiencias del visitante previo al ingreso y después del lugar, fueron superadas a gran escala, ya que encontraron un lugar bien desarrollado y limpio, con las señalizaciones correctamente ubicadas, un mantenimiento continuo a las áreas verdes y una infraestructura basada en materiales reciclables.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

Según los resultados conseguidos se puede observar que los visitantes del parque ecológico voces por el clima, tienen una tendencia por buscar recursos turísticos fuera de lo común, con la intención de experimentar algo nuevo en su vida.

Se recomienda la implementación de diferentes módulos más dinámicos para los niños, la cual se pueda llamar su atención a las informaciones brindadas en los paneles, incluso la creación de nuevos juegos para el entretenimiento de estos, para que así el recurso brinde un servicio completo y único.

El área administrativa debería implementar un sistema de nuevas actividades para el entretenimiento de los visitantes, con las temáticas turísticas, ambientales y sociales. En consecuencia, de realizar estos proyectos, la autoridad competente tendría que comprometerse en expandir el lugar y así se pueda efectuar los proyectos a futuros que se puede tener en mente.

Realizar diferentes capacitaciones a los orientadores, en los temas de servicio de calidad y la comunicación asertiva con las personas, ya que, sus actitudes debe estar a la altura de lo que ofrece este recurso, con la convicción de siempre superar las expectativas del turista.

**REFERENCIAS
BIBLIOGRAFICAS**

- Abdul, M. (2015). Salalah : Perfume Capital of Arabia a Visitor Profile Study. *Journal of Arts and Social Sciences*, 6(2), 13-28
- Amoros, E. (2007). Comportamiento organizacional en busca del desarrollo de ventajas competitivas. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrobojo, Lambayeque, Perú. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/44.htm>
- Ayuntamiento de Mérida. (2018). *El alcalde y el consejero de Economía inauguran el nuevo Parque Ecológico de HaciendasBio*. Recuperado de <http://merida.es/el-alcalde-y-el-consejero-de-economia-inauguran-el-nuevo-parque-ecologico-de-haciendasbio/>
- Báez, J. y Perez, T. (2009). Investigación Cualitativa. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=XmvPJ9Ktzc&dq=investigacion+cualitativa+definicion&source=gbs_navlinks_s
- Blau, P. (1964). Exchange and Power in social life. Wiley, New York
- Carreras, C. (2009). Evaluación TIC en el patrimonio cultural: Metodologías y estudio de casos. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=hvjcW6CD0soC&dq=perfil+del+visitante+definicion&source=gbs_navlinks_s
- Castro, F. (2018, 4 abril). En junio estará listo Parque Ecológico San Pedro de Ancón. Perú Construye. Recuperado de <http://www.peruconstruye.net/en-junio-estara-listo-parque-ecologico-san-pedro-de-ancon/>
- Clavé, S. y Gonzáles, F. (2007). A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico. Barcelona, España: Editorial UOC
- Cohen, B. (1972). Toward a sociology of Tourism. *Annals of Tourism Research*. Volumen (6), p. 18-35
- Cruz, P. (2006). *Demografía: Concepto y Técnicas Fundamentales*. Barcelona, España: Editorial Plaza Valdés
- Di Rienzo, J. (2008). *Estadísticas para las Ciencias Agropecuarias/Statistics for Agricultural Sciences*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=huIRHgNpqkkC&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Díaz, Y., García, R. y Morales, L. (2007, de enero). La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista. *Teorías y Praxis*, Volumen (3), p. 89-102
- Fernández, A y Quenta, E. (2017). *Perfil del visitante del parque nacional del manu (2014) y su aporte al desarrollo sostenible en las provincias de Manu-Paucartambo*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

- Fernández, S. (2015). *Las motivaciones de los turistas que visitan los museos de Acoruña* (tesis de magister). Universidad de Coruña, España
- Francisco A. y Salvador C. (2015): “La teoría del intercambio social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario. Una revisión de la literatura”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 19 (diciembre 2015). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/19/desarrollo.html>
- García A. y Guevara M. (2008). Desarrollo y comportamiento de la motivación en el trabajo. Recuperado <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/446/index.htm>
- García, A. (1999). La exposición, un medio de comunicación. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=GhxR5D4xteEC&dq=perfil+del+visitante+d+efinicion&source=gbs_navlinks_s
- García, M. (13 de junio, 2017). Perfil del Visitante de naturaleza en Latinoamérica: practicas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. Pasos. Volumen (15), p. 713-729.
- García, M. y Gil, I. (2005). Expectativas, satisfacción y lealtad en los servicios hoteleros. Un enfoque desde la cultural nacional.
- Gisolf, M. (7 de febrero de 2014). Motivación en el Turismo. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Golf Tourist at Two Courses in las Vegas: A demographic Profile. (2014). Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsoai&AN=edsoai.892810645&lang=es&site=eds-live>
- Gómez, G. (2012, 29 de junio) La metodología cualitativa en la demografía: una propuesta desde la fecundidad. *Estudos de População*. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-30982012000100004&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- Guevara, A. (2012). *Sondeo sobre las expectativas del visitante extranjero sobre el distrito de Barranco como oferta turística*. (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola.
- Haupt, C., November, K. y Ezeuduji, I. (2016). Tourist Profile and Destination Brand Perception: The Case Town, South Africa. *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*, 12(4), 115-132
- Holguín, M., Baquero, M. y Botero, M. (2010). Educar: aprender y compartir en museos; memoria CECA Argentina 2007 – 2010. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=iHzVXg_ioO0C&dq=perfil+del+visitante+d+efinicion&source=gbs_navlinks_s

- Honggang, X. y Tian, Y. (2016). Tourist Experience in Lijiang – The Capital of Yanyu. *Journal of China Tourism Research*, 12(1), 108-125
- Ibáñez, R. y Cabrera, V. (2011). Teoría general del Turismo: un enfoque global y nacional. México: Editorial Serie Didáctica
- Kanuk, L. y Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=Wqj9hlxqW-IC&dq=Definicion+el+perfil+demografico&source=gbs_navlinks_s
- Kastenholz, E y Pinto, R. (2017). Measuring tourist experience at a destination. *Turismo & Desarrollo*, (27/28), 89-92.
- Klenosky, D y Gitelson, R. (1998). Travel agents destination recommendation. *Annals of Tourism Research*. Volumen (25), p. 661-674.
- Laguna, M. (2010). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino interior. *REME*. Volumen (13), p.35-36
- Lopes, E. (2006). La motivación Turística: El caso de la región de las aguas termales de Goiás, Brasil. A.G.E. Recuperado de <http://boletin.age-geografia.es/articulos/42/15-LA%20MOTIVACION.pdf>
- López, S. (2013). Método Fenomenológico. Universidad Fermín Toro. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/00288688368731d39c167>
- Lötter, M. Geldenhuys, S. y Potgieter, M. (2012). Demographic Profile of adventure tourist in Pretoria. *Global Journal of Business Research*, 6(4), 97-109
- Luna, J. (2013). *Influencia del capital humano para la competitividad de las PYMES en el sector Manufacturero de Celaya, Guanajuato* (tesis de doctorado). Universidad de Celaya, México.
- Madrazo, R. y Lourdes, M. (2009, de enero). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*. Volumen (15), p. 1-8. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
- Majano, E. (2013). Método Fenomenológico. Universidad Fermín Toro. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/001898907c2f75401136d>
- Makoni, L. y Tichaawa, T. (2018). Sociodemographic influences on residents' perceptions of tourism development in Zimbabwe. *Geojournal of tourism and Geosites*, 22(2), 432-446
- Maldonado, P. (2006). *Demografía/Demography: conceptos y técnicas fundamentales*. Recuperado de

- https://books.google.com.pe/books?id=LGrydfPT2D4C&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercado: Un enfoque aplicado*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=SLmEblVK2OQC&dq=muestreo+no+probabilistico+por+conveniencia&source=gbs_navlinks_s
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=SLmEblVK2OQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Mamoon, A. (2016). Experience in the Context of Desert Tourism – the Case of Wadi Rum. *Open Access journals*, 5(1), 35-52
- Manning, R. (2009). *Parks and People : Managing Outdoor Recreation at Acadia National Park*. Burlington, Vt: UPNE. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=475090&lang=es&site=eds-live>
- Mark, A. (2018). *Strategic Perspectives in Destination Marketing*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=mm5lDwAAQBAJ&dq=10.1016/j.jdmm.2016.03.005&source=gbs_navlinks_s
- Massismo, B. (Ed.). (1993). *Introducción a la demografía*. Barcelona, España: Editorial Ariel
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Ley General del Ambiente – Ley N° 28611*. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/>
- Morales, J. (1978). La teoría del intercambio social desde las perspectivas de Blau. REIS. Volumen (4), p 129-146. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=665741>
- Mosquera, A. (2015). *Perfil del Turista que visita la isla Santay* (tesis de pregrado). Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador.
- Municipalidad de Santiago de Surco. (2015). *Compendio Estadístico Municipal 2015*. Recuperado de http://www.munisurco.gob.pe/municipio/laGestion/transparencia/compendios_estadisticos/COMPENDIO_ESTADISTICO_2015.pdf
- Muños, F. (2013, de diciembre). Movilidad y miradas turísticas dos ensayos críticos sobre John Urry. *TURyDes*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/15/movilidad-turistica.html>
- Muños, M. (2017). *El perfil de los visitantes de la reserva de producción faunística cuyabeno en la provincia de sucumbíos, como factor importante para la toma de*

- decisiones en el sector turístico* (tesis pregrado) Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
- Muñoz, M. y Toledo, A. (2017). *El perfil de los visitantes de la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno en la provincia de Sucumbíos, como factor importante para la toma de decisiones en el sector turístico*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Museo Oro del Perú y Armas del Mundo. (2017). *Reseña histórica*. Recuperado de <https://museoroperu.com.pe/>
- Naghi, M. (2000). Metodología de la Investigación. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=ZEJ70hmvhwC&dq=investigacion+descriptiva&source=gbs_navlinks_s
- Nguyen, Q. (2013). Destination Culture and Its Influence on Tourist Motivation and Tourist Satisfaction of Homestay Visit. *Çankiri Karatekin University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 3(2), 199-222
- Norrild, J. (2009, de setiembre). La mirada turística. Estudios y perspectivas del turismo. *SciELO*. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000500007
- Noteno, L. (2016). Perfil de los visitantes en el atractivo turístico el Velo de la novia del distrito y provincia de Padre Abad, departamento de Ucayali (tesis pregrado) Universidad nacional de Huánuco, Perú
- Panosso, A. y Lohamann, G. (2012). Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Editorial Trillas.
- Plog, S. (1990). A carpenter's tools: an answer to Stephen L, J. Smith's review of psychocentrism/allocentrism. *Journal of travel research*. Volumen (28), p. 43-45
- Plog, S. 1974 (como se citó en Panosso 2012). Teoría del turismo conceptos modelos y sistemas. México: Editorial Trillas.
- Ramírez, D., Osorio, M., Hernández, A. y Torres, J. (2013). Turismo desde el pensamiento sistemático. *Investigaciones Turísticas*. N (5), p. 1-28
- Ramírez, H. (2017). *Perfil del visitante del parque nacional del Manu (2014) y su aporte al desarrollo sostenible en las provincias de Manu – Paucartambo* (tesis de pregrado) Universidad nacional Amazónica de Madre de Dios, Perú
- Ramos, J., González, C. y Ruiz, G. (2006). *Estadística Administrativa*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=YzlsruODEIMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Redescubriendo Surco: Guía para hacer turismo por el distrito (26 de octubre del 2016). El comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/vamos/peru/redescubriendo-surco-guia-turismo-distrito-399370?foto=12>
- Rivas, L., Oviedo, C. y Trujillo, M. (2009, de enero). Modelos de turismo y políticas públicas de 1970 a 2003 en México. *Investigación Administrativa*. N (103), p. 39-58. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4560/456045209003.pdf>
- Rodríguez, P. (2017). *El perfil del visitante del Cantón Patate, provincia de Tungurahua y su importancia en el desarrollo de nuevas alternativas turísticas* (tesis de pregrado) Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
- Rojas, R. (2017). *Perfil del visitante que llega al distrito de Lunahuana, en el año 2017* (tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Romero, M. (13 de diciembre, 2017). Análisis del perfil del visitante a la región Suroriental del Ecuador. *Revista publicando*. Recuperado de <https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/issue/view/18>
- Salvador, J. (2017). *El perfil del visitante y su importancia en la diversificación de la oferta turística del Cantón Tisaleo, Provincia de Tungurahua* (tesis de pregrado) Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
- Sandybayev, A., Houjeir, R. y Reczey, I. (2017). Exploring Trends in Tourism Motivation. A Case of tourist Visiting the United Arab Emirates. *Proceedings of the multidisciplinary Academic conference*, 247-253
- Santos, I., Maseda, A. y Vicente, J. (2017). Propuesta de modelo teórico para el análisis del impacto de los factores culturales y de personalidad en la demanda de servicios turísticos. *ESIC*. Volumen (48), p. 295-313
- Saus, M. (1998). Funciones biométricas continuas temporal y demográfica: el caso de Castilla-La Mancha y su desagregación provincial. Barcelona, España: Editorial Universidad de Castilla-La Mancha
- Schiffman, L. y Lazar, L. (2005). Comportamiento del consumidor. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=Wqj9hlxqW-IC&dq=metodo+no+probabilistico+por+conveniencia+con+una+muestra+peque%C3%B1a&source=gbs_navlinks_s
- Serrano, L. (2002, de diciembre). Incidencia del nuevo consumidor turístico en la estrategia del marketing. Volumen (10), p. 99-117
- Slabbert, E. y Viviers, A. (2014). Comparing tourists' and residents' motivations for travelling to Kruger National Park, South Africa: tourism and leisure. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 20(3), 1107-1123

- Smith, V. (1997). *Hosts and guesses: the anthropology of Tourism*. University of Philadelphia Press, Filadelfia.
- Songshan, S. (2010). Measuring tourist motivation: Do scales matter?. *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, 5(1), 153-162
- Sotelo, O. (2015). *Análisis del perfil de los visitantes del museo de arqueología de la Universidad Católica de Santa María y su influencia en el nivel de satisfacción, Arequipa* (tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.
- Strauss, A. y Corbi, J. (2002). *Bases de Investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=TmgvTb4tiR8C&dq=demografia+cualitativa&source=gbs_navlinks_s.
- Tananta, Liz. (2016). *Perfil de los visitantes en el atractivo turístico el velo de la novia del distrito y provincia de padre abad, departamento de Ucayali, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco.
- Urry, J. (1996). *O othar do turista; kaxer e viagen nas sociedades contempordneas*. SESC/Studio Nobel, Sau Paulo.
- V&V Grupo inmobiliario. (24 de noviembre de 2017). Parque de la Amistad de Surco, primer parque de inclusión social [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.vyv.pe/blog/parque-de-la-amistad-de-surco-parque-inclusion-social/>
- Valles, M. (2007). *Entrevistas cualitativas*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=6xkfw-n9n8EC&dq=entrevista+definicion&source=gbs_navlinks_s
- Visitor Profiles and Motivations for Visiting an Australian Wine Festival. (2017). Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.B1922D95&lang=es&site=eds-live>
- Zarraga, L. (2010). Las expectativas de los turistas cuando contratan los servicios del guía de turistas: Un enfoque cualitativo. *Revista Internacional Administración e Finanzas*. Volumen (3), p. 2
- Zheng, Q., Tang, R., Mo, T., Duan, N. y Liua, J. (2017) Flow Experience Study of Eco-tourist: A case Study of Hunan Daweishan Mountain Ski Area. *Journal of Resources and Ecology*, 8(5), 494-501

ANEXOS

Anexo N°1. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGIA
<p>Problema General ¿Cuál es el perfil del visitante en el parque ecológico voces por el clima?</p> <p>Problema Específico ¿Cuál es el perfil Demográfico de los visitantes al parque ecológico voces por el clima? ¿Cuál es la motivación del visitante para asistir al parque ecológico voces por el clima? ¿Cuál es la expectativa del visitante al acudir al parque ecológico voces?</p>	<p>Objetivos Generales Analizar el perfil del visitante en el parque ecológico voces por el clima.</p> <p>Objetivos Específicos Identificar el perfil demográfico de los visitantes del parque ecológico voces por el clima Determinar la motivación del visitante que asiste al parque ecológico voces por el clima Identificar la expectativa del visitante hacia parque ecológico voces por el clima</p>	<p>Variable Independiente El Perfil del Visitante</p> <p>Categorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perfil demográfico <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Características del Visitante 1.2. Cualidades del Visitante 1.3. Naturaleza del Visitante 2. Motivación del Visitante <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Razón de la visita 2.2. Elección del recurso a visitar 2.3. Resultado de la visita 3. Experiencia del Visitante <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Servicio Turístico 3.2. Recurso Turístico 3.3. Información del Recurso 	<p>Tipo de Investigación: Observación no participativa</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: Fenomenológico</p> <p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Población: 9670 aprox de visitante al año</p> <p>Muestra: 10 Visitantes</p> <p>Muestreo: No probabilístico</p>

Anexo N°2. Guion de entrevista

GUION DE ENTREVISTA

N° de registro:

Fecha de entrevista:

Tema:

Informante:

Contexto:

Observaciones:

PERFIL DEMOGRAFICO

1. ¿Cuáles son sus preferencias al visitar un recurso turístico?
2. ¿Cómo se relaciona usted con los demás visitantes del parque ecológico?
3. ¿Qué actividades suele realizar cuando visita un parque ecológico?

MOTIVACIÓN DEL VISITANTE

4. ¿Cuál fue la razón que lo llevo a visitar el parque ecológico?
5. ¿Por qué eligió acudir al parque ecológico, ante otros atractivos turísticos existentes a este?
6. ¿Cuáles son sus apreciaciones ante la visita al parque ecológico?
7. ¿Usted consideraría que debería mejorar en algún aspecto el parque ecológico?

EXPERIENCIA DEL VISITANTE

8. ¿Cuál es su apreciación sobre los servicios brindados?
9. ¿Qué otras actividades usted cree que se debería implementar para que disfrute mejor su estadía?
10. ¿Qué espera usted observar en el parque ecológico?
11. ¿Cuál es su punto de vista ante las actividades realizadas en el parque ecológico?
¿Qué opina usted sobre el servicio de guiado?
12. ¿Cómo le gustaría ser usted atendido por el guía?

Anexo 3. Resultados de observación del Parque Ecológico Voces por el Clima

1. Accesibilidad
Describir el estado en que se encuentran las vías de acceso al parque Ecológico Voces por el Clima:
Se ha observado que tiene unas pistas bien asfaltadas, no existiría ningún tipo de problema en poder llegar al recurso, ya que se puede llegar a través de cualquier medio de transporte
Para llegar al Distrito existe señalización
Existe señalizaciones para poder llegar a parque ecológico, pero no está bien desarrolladas ni ubicadas, se nota una falta de gestión en la promoción del lugar, porque son pocos los grupos que vienen a visitar al recurso, en su mayoría son personas que viven cerca del lugar.
Describir las condiciones en las que se encuentra la señalización existente:
Las señalizaciones se encuentran en un buen estado, pero son muy diminutas para que los ciudadanos del distrito puedan saber de la existencia de este lugar
2. Transporte
En el distrito se hace uso de transportes públicos
Se puede encontrar varios tipos de transportes, buses, combis, taxis entre otros, ya que es una avenida muy concurrida, esto le da facilidad para poder llegar al recurso sin ningún problema
Describir los problemas que presentan los medios de transporte del distrito:
Existen unos pequeños inconvenientes, ya que se puede desarrollar tráfico en horas punta que pueden afectar la tranquilidad del lugar, no obstante no es recurrente.
3. Redes de Comunicación
Describir los problemas que presentan los teléfonos públicos:
En todo el distrito se puede contar con teléfonos públicos entre los operadores de Movistar y Claro para la uso de toda la población del lugar
Describir los problemas que presentan los establecimientos de uso público de internet:

No se ha observado ningún tipo de problema con los establecimientos de comunicación, las personas no lo utilizan demasiado, ya que cuenta con un teléfono móvil propio
4. Sanidad
Fuente principal de abasto / qué tipo de agua se consume:
El consumo es de agua potable para toda la población del distrito de Santiago de Surco
Describir los problemas que presenta el sistema de agua potable en el recurso:
El agua potable llega a toda la población no hay ningún problema y se realiza el mantenimiento cada cierto tiempo
Describir los problemas que presenta el sistema alcantarillado en el recurso:
Por el momento no se considera que hubiera algún problema recurrente en el lugar, la municipalidad realizar las gestiones de mantenimiento cada cierto tiempo
5. Sistema de energía eléctrica
Existe servicio de energía eléctrica en el recurso
Sí , pero no lo usan demasiado, consideran que tienen que preservar la energía eléctrica, además que no está abierto en las noches, la cual no necesita mucho consume en las mañanas
Describir los problemas que se presentan en cuanto al servicio de energía eléctrica en el distrito:
El servicio eléctrico está funcionando las 24 horas, pero como es un recurso que está abierto hasta las 5 de la tarde, no lo usan demasiado para la comodidad del visitante

Anexo 4 Fichas de validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 22 junio de 2018

Apellido y nombres del experto: Gabriel Campos Eduvin

DNI: 40817384 Teléfono: 962330036

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1								✓				
2								✓				Verificar la variable asumida ya que lo asume cualitativamente
3								✓				
4								✓				
5								✓				
6								✓				
7								✓				
8								✓				

Promedio de valoración: 70

FIRMA DEL EXPERTO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 22 Junio de 2018

Apellido y nombres del experto: Miranda Covevara Bertha

DNI: 09081950 Teléfono: 994562127

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		
2										X		
3										X		
4										X		
5										X		
6										X		
7										X		
8										X		

Promedio de valoración: _____

FIRMA DEL EXPERTO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 28 JUNIO de 2018

Apellido y nombres del experto: SALAS CADRETA MARTIN

DNI: 41958603 Teléfono: 946298090

Título/grados: MAGISTER

Cargo e institución en que labora: DOCENTE UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1									x			
2									x			
3										x		
4									x			
5										x		
6										x		
7										x		
8										x		

Promedio de valoración: _____



 FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 05 Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo,

CARLOS TOVAR ZACARIAS, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la Universidad César Vallejo – Filial Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada “EL PERFIL DEL VISITANTE EN EL PARQUE ECOLÓGICO VOCES POR EL CLIMA, SANTIAGO DE SURCO - 2018”, del estudiante SAUL QUISPE MARTÍNEZ, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos 13 de junio del 2019



Firma

Mg. Carlos Tovar Zacarías

DNI: 10139218

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Anexo 06 Pantallazo del Software Turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
 https://ev.turnitin.com/app/carta/es?o=1143390636&o=103&u=1052431962&s=18&lang=es

feedback studio Tesis 2018-II /20 57 de 58

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

"El perfil del visitante en el Parque Ecológico Voces por el clima, Santiago de Surco, - 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA

AUTOR:
Saul Quispe Martinez

ASESOR:
Mg. Miguel Angel Ruiz Palacios

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión Turística

Lima - Perú

Resumen de coincidencias

13 %

Se están viendo fuentes estándar


Coincidencias

1	Entregado a Universida...	3 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	1 %
3	pt.scribd.com	1 %
4	Entregado a Universida...	1 %
5	www.oas.org	1 %
6	Entregado a Corporaci...	1 %
7	www.regionucayali.gob...	1 %
8	www.scribd.com	1 %
9	www.unaaventuradead...	<1 %
10	sinergiapealista.blogsp...	<1 %
11	red.uao.edu.co	<1 %

Página: 1 de 57 Número de palabras: 13448 Text-only Report High Resolution



Anexo 7 Formulario de Autorización para la publicación de la Tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo **Saúl Quispe Martínez** identificado con DNI N° 72531788 egresado de la Escuela Profesional de Administración en turismo y hotelería de la Universidad César Vallejo, autorizo (), No autorizo () la divulgación y comunicación publica de mi trabajo de investigación titulado "**El perfil del visitante en el parque ecológico voces por el clima, en Santiago de Surco 2018**"; en el Repositorio Institucional de la UCV Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 u Art. 33

.....



 FIRMA

DNI: 72531788

FECHA: 14 de Junio del 2019

				
				Elaboró



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

LA ESCUELA ENCARGADA DE ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

SAUL QUISPE MARTINEZ

INFORME TÍTULADO:

“EL PERFIL DEL VISITANTE EN EL PARQUE ECOLOGICO VOCES POR EL CLIMA, SANTIAGO DE SURCO 2018 “

PARA OBTENER EL TITULO O GRADO DE:

LINCENCIADO EN ADMINISTRACION EN TURISMO Y HOTELERIA

SUSTENTADO EN FECHA: 11/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 12 (DOCE)



EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

Anexo 9 Entrevistas a los Visitantes

Anexo 9.1. Fotografía al entrevistado en el Parque Ecológico Voces por el Clima



Fuente: Fotografía tomada por Mateo Q.

Anexo 9.2. Fotografía al entrevistado en el Parque Ecológico Voces por el Clima



Fuente: Fotografía tomada por Mateo Q.

Anexo 9.3. Fotografía al entrevistado en el Parque Ecológico Voces por el Clima



Fuente: Fotografía tomada por Mateo Q.

Anexo 9.4. Fotografía al entrevistado en el Parque Ecológico Voces por el Clima



Fuente: Fotografía tomada por Mateo Q.