



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
EN TURISMO Y HOTELERÍA

**“La influencia de las redes sociales en las decisiones de viaje de los visitantes nacionales que recorren el Centro Histórico de Lima, 2019”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Bachiller en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORES:**

Alvarado Guevara, Ambar (ORCID: 0000-0003-1954-9047)

Davila Garcia, Carla Julissa (ORCID: 0000-0002-2201-3676)

Huamani Rayo, Alexandra Pamela (ORCID: 0000-0001-5114-5427)

Lau Martell, Victor Emilio (ORCID: 0000-0002-5502-1701)

**ASESOR:**

Dr. Valdez Roca, Álvaro (ORCID: 0000-0002-2595-5183)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

LIMA- PERÚ

2019

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación está dedicado en primer lugar a nuestros familiares por su apoyo constante y a cada uno de nosotros por cumplir con un logro más en nuestra carrera universitaria.

## **Agradecimiento**

A nuestra familia por ser parte de todo el proceso de nuestra carrera universitaria, a nuestro asesor por brindarnos sus conocimientos en todo el proyecto de investigación. Finalmente, a nuestros compañeros que han sido participes de la elaboración y desarrollo del presente trabajo.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Resumen .....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	18
IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES .....	21
V. CONCLUSIONES.....	27
VI. RECOMENDACIONES .....	28
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal, conocer como han influido las redes sociales en las decisiones de viaje de los visitantes nacionales que recorren el Centro Histórico de Lima, 2019.

El tipo de investigación que se utilizó para desarrollar este trabajo, fue de enfoque cualitativo, de diseño etnográfico, ya que nos permitió identificar las características y sus comportamientos de los visitantes nacionales en relación a las decisiones de viaje ante la influencia de las redes sociales antes de realizar su visita al Centro Histórico de Lima. Para el desarrollo de la investigación, se realizó un trabajo de campo, donde se emplearon instrumentos y técnicas de recolección de datos como son las entrevistas a profundidad, el cual ayudó a conocer la influencia que tienen las redes sociales en las decisiones de viaje. Estas entrevistas, fueron hechas a 11 visitantes nacionales que recorrían el Centro Histórico de Lima.

En conclusión, los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas dieron a conocer que las redes sociales en general, influyen en la decisión de viaje de los visitantes nacionales que recorren este destino, pues muchos afirman que gracias a estas plataformas virtuales han obtenido una previa información sobre este lugar por ende llevaron a cabo su visita a dicho destino turístico. Por lo tanto, las redes sociales se han desarrollado como herramienta primordial de comunicación entre los usuarios y las organizaciones que plantean sus estrategias mediante ellas, con el fin de proporcionar, posicionar o dar a conocer ciertas actividades turísticas de un destino.

**Palabras clave:** Redes sociales, Influencia, Visitantes, Actividad turística.

## **Abstract**

The main objective of this research is to know how social networks have influenced in the travel decisions of national visitors who visit the Historic Center of Lima, 2019. The type of research that was used to develop this investigation was a qualitative approach, ethnographic design, since it allowed us to identify the characteristics and behaviors of national visitors in relation to travel decisions considering the influence of social networks before they make the visit to the Historic Center of Lima.

For the development of the research, a field work was carried out, where instruments and data collection techniques were used, such as in-depth interviews, which helped to know the influence that social networks have on travel decisions. These interviews were made to 11 national visitors who toured the Historic Center of Lima.

In conclusion, the results obtained from the interviews carried out revealed that social networks in general influence in travel decision of national visitors who travel this destination, as many claims that thanks to these virtual platforms they have obtained prior information of the place; consequently, they carried out their visit to the tourist destination. Therefore, social networks have been developed as a primary communication tool between users and organizations that raise their strategies through them, in order to provide, position or publicize certain tourist activities of a destination.

**Keywords: Social networks, Influence, Visitors, Tourist activity.**