

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO - HOTELERA



**“RELACIÓN ENTRE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LOS VIAJEROS
EXTRANJEROS QUE VISITAN LA CIUDAD DE TACNA, EN EL AÑO 2013”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICO - HOTELERA

PRESENTADO POR:

Bach. JESUS MANUEL TUPPIA ÑAHUE

TACNA - PERÚ

2014

DEDICATORIA

RECONOCIMIENTOS

RESUMEN

La presente tesis tiene como propósito dar a conocer la “Relación entre la oferta y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitaron la ciudad de Tacna en el año 2013”, cuyo propósito es estudiar la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, y poder conocer el perfil del viajero extranjero para conocer sus preferencias en los servicios y actividades turísticas que realizan y además, poder brindarles un mejor servicio a fin de lograr una mejor satisfacción de los visitantes.

Debido a la ubicación geográfica de Tacna por su ubicación la mayor afluencia de turistas son los provenientes del vecino país de Chile, los cuales son nuestra población de estudio para la presente investigación.

Con la finalidad de medir la relación entre la oferta y la demanda turística, se ha aplicado encuestas dirigidas a los visitantes extranjeros, y además se hizo uso de programas estadísticos para la obtención de información en base a la data obtenida.

ABSTRACT

The present thesis has as intention announce the " Relation between the offer and tourist demand of the foreign travelers who visited Tacna's city in the year 2013 ", whose intention is to study the tourist offer and tourist demand of the foreign travelers who visit Tacna's city, and be able to know the profile of the foreign traveler to know his preferences in the services and tourist activities that they realize and in addition, be able to offer to them a better service in order to achieve a better satisfaction of the visitors.

Due to Tacna's geographical location for his location the tourists' major abundance they are the from ones the neighboring country of Chile, which are our population of study for the present investigation

With the purpose of measuring the relation between the offer and tourist demand There have been applied surveys directed the foreign visitors, and in addition one used statistical programs for the obtaining of information on the basis of the obtained bylin.

INDICE

Pág.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1.1 Identificación y determinación del problema
- 1.2 Formulación del problema
- 1.3 Objetivos de la investigación
- 1.4 Justificación e importancia de la investigación
- 1.5 Alcances y limitaciones

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Bases teóricas
 - 2.2.1 Oferta turística
 - 2.2.2 Demanda turística
- 2.3 Definición de términos básicos
- 2.4 Sistema de hipótesis
- 2.5 Sistema de variables

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

- 3.1 Tipo de la investigación
- 3.2 Diseño de la investigación
- 3.3 Población y muestra
- 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos
- 3.5 Técnicas de procesamiento de datos
- 3.6 Selección y validación de los instrumentos de investigación

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.7

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1. DATOS GENERALES	5
1.1. Título del proyecto	5
1.2. Área de investigación	5
1.3. Autor	5
1.4. Asesor	5
1.5. Institución donde se realizará la investigación	5
1.6. Entidades o personas con las que coordina el proyecto	6
1.7. Duración del proyecto	6
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
2.1. Descripción de la realidad problemática	6
2.2. Delimitación de la Investigación	7
2.3. Formulación del Problema	7
2.3.1. Problema General	7
2.3.2. Problemas Específicos	8
2.4. Objetivos de la Investigación	8
2.4.1. Objetivo general	8
2.4.2. Objetivos Específicos	8
2.5. Justificación e Importancia de la Investigación	9
2.5.1. Justificación	9
2.5.2. Importancia	10
2.6. Alcances y Ilimitaciones	10
2.6.1. Alcances	10
2.6.2. Limitaciones	10
3. ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES	10

3.1. Hipótesis General	10
3.2. Hipótesis Específicas	11
3.3. Definición y Operacionalización de variables	11
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	12
1. ANTECEDENTES	12
2. BASES TEÓRICAS - CIENTÍFICAS	14
2.1 Oferta Turísticas	14
2.2. Demanda Turística	19
3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS	25
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	28
1. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	28
2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	28
3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	28
4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO	28
5. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	29
5.1. Técnicas	29
5.2. Instrumentos	29
6. AMBITO DE INVESTIGACIÓN	30
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO	31
2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	32
3. CONTRASTE DE HIPÓTESIS	58
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	63
BIBLIOGRAFÍA	65

INDICE DE TABLAS

Pág.

- | | | |
|---------------------|---|--|
| Tabla N° 1. | Lugar de procedencia de los turistas que visitan la provincia de Tacna | |
| Tabla N° 2. | Edad promedio de turistas que visitan la provincia de Tacna | |
| Tabla N° 3. | Sexo de turistas que visitan la provincia de Tacna | |
| Tabla N° 4. | Estado Civil de turistas que visitan la provincia de Tacna | |
| Tabla N° 5. | ¿Cuál es el Grado de Instrucción de turistas que visitan la provincia de Tacna | |
| Tabla N° 6. | Ocupación de los turistas que visitan la provincia de Tacna | |
| Tabla N° 7. | ¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo? | |
| Tabla N° 8. | ¿Cuál es el nivel de frecuencia con el que usted demanda la realización de visitas por motivo de turismo? | |
| Tabla N° 9. | ¿Cuál es el tiempo que utiliza para realizar viajes por turismo? | |
| Tabla N° 10. | ¿Cuáles son las principales tipos de turismo que acostumbra? | |
| Tabla N° 11. | ¿Utiliza una agencia u operador de turístico para realizar el viaje de turismo? | |
| Tabla N° 12. | ¿Cuál es el tipo de recurso turístico que visita con mayor frecuencia? | |
| Tabla N° 13. | ¿Cuál es el nivel de oferta de servicios turísticos que ofrece Tacna? | |
| Tabla N° 14. | ¿Qué tipo de hospedaje utiliza con mayor frecuencia en sus viajes? | |

- Tabla N° 15.** ¿Qué tipo de establecimientos visita con mayor frecuencia para alimentarse?
- Tabla N° 16.** ¿Utiliza el servicio de guía turístico cuando realiza viajes de turismo?
- Tabla N° 17.** ¿Qué tipo de transporte utiliza en el lugar que visita por motivos de turismo?
- Tabla N° 18.** ¿Qué medio utiliza para obtener información del lugar a visitar por motivos de turismo?

INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1.	Lugar de procedencia de los turistas que visitan la provincia de Tacna
Gráfico N° 2.	Edad promedio de turistas que visitan la provincia de Tacna
Gráfico N° 3.	Sexo de turistas que visitan la provincia de Tacna
Gráfico N° 4.	Estado Civil de turistas que visitan la provincia de Tacna
Gráfico N° 5.	¿Cuál es el Grado de Instrucción de turistas que visitan la provincia de Tacna
Gráfico N° 6.	Ocupación de los turistas que visitan la provincia de Tacna
Gráfico N° 7.	¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?
Gráfico N° 8.	¿Cuál es el nivel de frecuencia con el que usted demanda la realización de visitas por motivo de turismo?
Gráfico N° 9.	¿Cuál es el tiempo que utiliza para realizar viajes por turismo?
Gráfico N° 10.	¿Cuáles son las principales tipos de turismo que acostumbra?
Gráfico N° 11.	¿Utiliza una agencia u operador de turístico para realizar el viaje de turismo?
Gráfico N° 12.	¿Cuál es el tipo de recurso turístico que visita con mayor frecuencia?

INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta la tesis titulada “Relación entre la oferta y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013”, la cual tiene como objeto evaluar la percepción de los turistas que arriban en nuestra ciudad en función de la oferta y demanda. Para ello, la tesis se divide en cuatro capítulos bastante diferenciados.

El Capítulo I: Planteamiento del Problema, desarrolla los datos generales, planteamiento del problema y sustenta la elaboración de las hipótesis propuestas y las variables, al igual que su operacionalización.

El Capítulo II: Marco Teórico, desarrolla los antecedentes de la investigación, que permitirán crear un marco de referencia, las bases teóricas respecto a las variables de estudio y la definición de conceptos que son utilizados en la investigación y que servirán para su mejor entendimiento.

El Capítulo III: Metodología de la investigación, hace mención a los aspectos técnicos metodológicos, el tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de investigación y determinación de la población, muestra y las técnicas empleadas para desarrollar la tesis.

El Capítulo IV: Resultados y discusión, se encarga de presentar los resultados obtenidos tras la aplicación de las técnicas de recolección de datos, indicando a su vez la interpretación correspondiente, para pasar por el contraste de la hipótesis que permite evaluar la relación entre la oferta y demanda turística en nuestra ciudad.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del estudio, los cuales resumen los resultados y generan sugerencias para los mismos. La tesis finaliza con la bibliografía y anexos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

La Región Tacna ha tenido en los últimos años una tendencia creciente en el comportamiento de los visitantes extranjeros, tal como lo reflejan las estadísticas de la Dircetur Tacna, en el año 2012 visitaron la Región 71,349 extranjeros y en el año 2013 fueron 73,413. Este flujo de visitantes es, en gran número de nacionalidad chilena, que consumen servicios turísticos durante su permanencia.

Asimismo, en la ciudad de Tacna existen proveedores y operadores de servicios turísticos que satisfacen la necesidad o demanda de los visitantes. Sin embargo, se aprecia que, la Región cuenta con recursos turísticos naturales y culturales en todo su territorio y muchos de ellos no son visitados ni ofertados a los turistas extranjeros.

Para diseñar y elaborar productos turísticos, se requiere conocer el perfil del visitante, sobre todo, cuáles son sus preferencias en relación a las actividades que gusta realizar y los servicios turísticos que acostumbra utilizar.

Por el comportamiento que tiene la actividad turística en la Región Tacna, se observa que se desconoce la brecha que existe entre la oferta turística actual y la demanda turística de los extranjeros o expectativas que tienen cuando toman la decisión de visitar la Región.

Es necesario conocer la relación que tienen estas variables: oferta y demanda turística, con el propósito de obtener información que permita tanto a operadores turísticos, como a las instituciones vinculadas al sector turismo

de la Región de Tacna, tomar mejores decisiones y en base a la información, planificar el desarrollo de la actividad turística local.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema general

¿Qué relación existió entre la oferta y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuál fue la oferta turística que percibieron los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013?
- b) ¿Cuál fue la demanda turística de los viajeros extranjeros que visitaron la ciudad de Tacna, en el año 2013?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo general

Determinar qué relación existió entre la oferta y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitaron la ciudad de Tacna, en el año 2013.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Analizar la oferta turística que percibieron los viajeros extranjeros que visitaron la ciudad de Tacna, en el año 2013.

- b) Analizar la demanda turística de los viajeros extranjeros que visitaron la ciudad de Tacna, en el año 2013.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Justificación

Para promover e impulsar el desarrollo de la actividad turística en los diferentes territorios o espacios locales, es necesario realizar un análisis adecuado de los factores que intervienen en el.

Elegir el enfoque de análisis adecuado, permitirá obtener información relevante para la toma de decisiones. En este caso, conocer el perfil del viajero extranjero que visita la Región Tacna, contribuye con la elaboración de documentos de gestión que direccionen a la actividad turística hacia las prácticas de calidad para la satisfacción de los visitantes extranjeros que visitan Tacna.

Por tal motivo esta investigación permitirá conocer la contribución del Circuito Turístico de Santa María para la realización del Turismo Rural en la Provincia de Tarata. Asimismo, describir el perfil del turista que consume este servicio y que características cumple con relación a la demanda del Turismo Rural.

1.4.2 Importancia

En los últimos años, las nuevas tendencias de las grandes corrientes de viajeros a nivel mundial, son hacia el turismo alternativo y entre ellos encontramos al turismo rural.

1.5 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.5.1.1 Alcances

Como alcance, el estudio considera a los flujos de turistas que visitan la Región Tacna.

1.5.1.2 Limitaciones

Se consideró como limitación la actividad comercial de frontera que practican en gran medida los extranjeros que visitan la Región de Tacna.

2 ELABORACIÓN DE HIPÓTESIS, VARIABLES Y DEFINICIONES OPERACIONALES

2.1 Hipótesis General

Existe una relación significativa entre la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013.

2.2 Hipótesis Específicas

- La oferta turística que perciben los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013, está orientada al turismo urbano.

- La demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013, está orientada al turismo rural.

2.3 Definición y Operacionalización de variables

VARIABLES	Definición Conceptual	Indicadores
X1: Oferta Turística.	Conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los viajeros en un mercado competitivo.	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia Turística. - Tiempo de visita. - Tipo de Turismo. - Programa de viaje. - Atractivo turístico. - Hospedaje. - Alimentación. - Guiado. - Transporte. - Información.

X2: Demanda Turística.	Conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.	<ul style="list-style-type: none">- Frecuencia Turística.- Tiempo de visita.- Tipo de Turismo.- Programa de viaje.- Atractivo turístico.- Hospedaje.- Alimentación.- Guiado.- Transporte.- Información.
------------------------	--	--

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES

Título : Estacionalidad de la Demanda Turística

Autor : Patricia Belén Carruitero

Institución : Universidad Nacional de la Plata.

Varias actividades económicas presentan patrones de estacionalidad con importantes efectos en la performance económica de las mismas. El Turismo pertenece a este conjunto de actividades. Las empresas del sector se enfrentan a demandas estacionales y tienen restricciones de capacidad, que generan, en el corto plazo, altos costos fijos que no pueden ser solventados a lo largo de todo un año. En el marco de la Teoría de la Regulación Económica varios autores se dedicaron a estudiar el problema de la fijación de precios con limitaciones de capacidad y demandas de mercado fluctuantes, dando origen a la “Teoría de Precios Estacionales” (Boiteux, 1949).

El presente trabajo tiene como objetivo estimar el patrón de estacionalidad de la demanda de turismo de Argentina y determinar cuáles son los factores que lo originan. Reanaliza el

Turismo Receptivo de Argentina, desde cuatro puntos de vista, según: la cantidad de turistas que llegan cada año a nuestro país; el gasto que realizan; la zona emisora de la cual provienen y el destino argentino que deciden visitar. También se estudió la demanda total (tanto de residentes como de los no residentes) de tres destinos turísticos argentinos: la Península Valdés, la ciudad de Mar del Plata y la provincia de Salta. Al mismo tiempo, se realizó un ejercicio adicional para ver la estacionalidad de los precios turísticos. La metodología utilizada para obtener los índices estacionales de las series fue el programa X12-ARIMA y el método de promedios móviles.

Los resultados evidenciaron, en primer lugar, un fuerte patrón estacional en el turismo receptivo de Argentina, que se origina tanto por la presencia de factores naturales como por factores institucionales. Tanto el clima como la naturaleza permiten la explotación de múltiples opciones de turismo, determinando de esta forma la época en la que el visitante decide viajar hacia nuestro país. Se infiere que los dos trimestres pico ocurren durante los meses del 1º y 4º trimestre del año porque les permiten a los turistas extranjeros disfrutar de una mayor oferta de turismo a diferencia de lo que ocurriría si decidieran viajar en el invierno; a pesar de que la riqueza natural que posee Argentina genera atracciones en todas las épocas del año. En segundo lugar, en relación a la demanda total de turismo de los tres destinos argentinos, se encontró una fuerte dependencia del producto turístico relevante. En tercer lugar, se verificó que sólo en tres de los cinco casos estudiados las fluctuaciones de los precios seguían el comportamiento estacional de la demanda de turismo.

Título : Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura

Autor : Marisol Benites Cuba

Institución : Universidad Católica de Santa María

En las encuestas aplicadas a las agencias de viajes, se obtuvo de información que están condicionadas a la demanda, son pocas las que ofrecen circuitos al distrito, siendo un porcentaje del 61%, siendo los lugares más ofertados Los Baños y caminata a las cataratas de Capúa.

Las personas que laboran en las agencias opinan, que no tiene nada que ofrecer, por tal motivo, si alguien desea realizar una visita a este lugar el costo es alto.

Yura comercialmente es costoso si el visitante quiere visitarlo con una agencia de viajes ya que el costo es de aproximadamente de cien nuevos soles, sin embargo, de manera individual el costo es de 30 soles en promedio dependiendo del consumo de alimentación y la cantidad de personas del grupo.

La información es importante para que un lugar comience a tener reconocimiento de imagen por parte del visitante, lamentablemente Yura carece de información, por lo cual no es reconocido por las personas extranjeras, la demanda que maneja es local.

Yura tradicional, en realidad tiene atractivos potenciales que pueden ser aprovechados para el turismo y para otras actividades, sin embargo, la gestión turística no es la adecuada y es débil, por la presencia de problemas sociales, de salud, que son de prioridad para la población, restando importancia al turismo. Es necesaria la intervención de la municipalidad y la población beneficiaria para superar las debilidades del territorio y aprovechar las oportunidades de mercado turístico.

Puesto que hubo la manifestación de que Yura no tenía variedad de lugares para ofrecer, se realizó la pregunta que necesitaba para ser considerado dentro de los paquetes turístico, la respuesta fue que las instalaciones y equipamiento turístico debe mejorar, es la clave para desarrollar la inversión necesaria para ofrecer un lugar acorde a las expectativas del visitante. Sólo así, comenzará a tener importancia y aceptación por las agencias de viajes y visitantes.

En relación a la opinión de la población está dispuesta a participar y desarrollar el turismo en Yura tradicional, sin embargo, es necesario la asistencia técnica y sensibilización para que sea sostenible, y no sea sólo un desarrollo económico.

Por otro lado, el señor Ordoñez Yucra Eleuterio Leon Sergio, quien fue alcalde en el periodo 2008 – 2010, estaba convencido de tener la existencia de abundantes fuentes termales con propiedades curativas como una de las fortalezas de su jurisdicción territorial.

Esta tesis llegó a concluir que la relación entre el turismo y el desarrollo para Yura obedece más a criterios de oportunidad de la producción turística, permitiendo enlaces comerciales desde los sectores base como la agricultura hasta los sectores impulsores como el turismo.

La población adulta de Yura, se encuentra económicamente activa, sin embargo, las condiciones de desarrollo que presenta no son adecuadas, ya que existe mayor presencia de población infantil y adulta. Aún con índices de analfabetismo y deficiencias de servicios básicos.

La demanda potencial para el distrito de Yura, son los que visitan el valle de Colca y Arequipa, cuyas motivaciones, principales son de cultura y naturaleza. La demanda actual son excursionistas locales, y pocos son extranjeros, el mes de mayor acogida es agosto. El promedio de permanencia del turista en Arequipa es de dos días.

En relación a la oferta, Los Baños, La Calera, Yura Viejo, Macho Yurac, Aguas calientes, Capúa el volcán Nicholson son los recursos turísticos potenciales, para desarrollarlos de manera adecuada, acompañados de las costumbres y tradiciones que permite una visión turística del distrito

Los factores de desarrollo turístico está en función de los atractivos turísticos, representando las oportunidades para descubrir y que motivan el desplazamiento de las personas al distrito de Yura, en relación a los servicios, equipamiento e infraestructura son las facilidades que permiten al visitante el hacer o ver, sin embargo, es calificado como regular, puesto que la ausencia de lugares de recreación y esparcimiento limita las oportunidades de oferta, oportunidades para divertirse cosas que hacer..

La formación de linkages es la forma más adecuada para desarrollar turísticamente el distrito obteniendo una visión de oportunidades de negocios para la población misma, basados en las preferencias del turista, y aceptación de la población.

2. BASES TEÓRICAS – CIENTÍFICAS

2.1. Oferta turística

Definimos oferta turística al conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los viajeros en un mercado competitivo.

Distinguimos aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

La cantidad de un servicio o producto que un productor individual está dispuesto a vender en un período determinado de tiempo, o sea la oferta, es una función que depende del precio de ese servicio, de los precios del mismo servicio o de servicios similares de los competidores y de los costos de producción del productor.

En cambio un producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas del público-cliente de turistas.

La oferta turística es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el Mercado. La oferta turística mundial es cada día más variada en bienes y servicios.

La oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión.

En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones. Pero la oferta turística en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad. Los bosques, las plazas de las ciudades, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto son con frecuencia de tanta importancia para los turistas extranjeros, como para los peruanos. Sin embargo, resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística. Ellas son las siguientes:

- a. La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- b. Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- c. Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:

Atractivo Turístico:

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables”

Patrimonio Turístico:

“Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan”.

“Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura”.

Producto Turístico:

“Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico”.

“Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista”

Los Recursos Turísticos:

Recursos Turísticos es “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo”.

Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones.

Los recursos turísticos complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.

La Planta Turística:

Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

El Equipamiento Turístico:

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

La Infraestructura Turística:

La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda.

Además, es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área, determinar la disponibilidad actual y sobre todo la sub o sobre utilización de las estructuras presentes para así promover modificaciones o ampliaciones.

Los Servicios Complementarios:

Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de transportes, etc. dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Los servicios son la actividad en que el Estado interviene más directamente como el caso de la salud, los deportes, etc. Los servicios públicos constituyen un sector importante de la actividad económica. Incluyen proveedoras de agua, gas, transporte ferroviario, etc. Precisan una inversión considerable de planta y equipo por lo que con frecuencia sus costos fijos son superiores a sus costos variables.

Los servicios tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias.

Las tres grandes clases de servicios de que hace uso el turista son: Alojamiento, Medios de Comunicación e Información y Servicios de Comercio Asociados. El comercio, en el fenómeno turístico en vez de tener que llevar los productos a lugares situados más allá de sus fronteras son los turistas de esos lugares los que vienen hasta el comerciante.

El servicio de correos es igualmente utilizado por el turismo, traslada cartas y tarjetas postales, valores declarados, giros, reembolsos, certificados, etc.

En cuanto a las comunicaciones, una población puede contar con muchos atractivos turísticos, pero sólo pueden ser explotados si se dispone de las comunicaciones adecuadas y principalmente con información turística de la mejor calidad.

En síntesis, los servicios complementarios que componen toda oferta turística moderna son:

- los servicios de comunicación;
- los servicios de correos;
- los servicios de información turística;
- el alojamiento para turistas;
- el comercio de productos para turistas.

2.2. Demanda turística

El concepto fundamental para comprender la idea de oferta y demanda turísticas es la idea de industria turística y de mercado turístico.

Definimos como demanda turística al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.

Conceptualización General Sobre la Demanda.

La cantidad de un artículo o servicio que un individuo desea comprar por un período determinado, es una función o depende, del precio de dicho servicio, de los ingresos monetarios de la persona, de los precios de otros servicios similares y de los gustos del individuo.

Camacho (2005) A su vez explica que la demanda del mercado o demanda agregada de un servicio o producto, representa las diferentes cantidades de ese servicio o producto, que demandan a diversos precios, todos los individuos del mercado en un período determinado. La demanda del mercado depende entonces de todos los factores que determinan la demanda individual de ese servicio y además, del número de compradores o consumidores de ese servicio o producto en el mercado.

Cuando aumenta el ingreso monetario de las personas, generalmente aumenta su demanda de una serie de productos y servicios y cuando ese incremento de sus ingresos se hace estable y duradero en el tiempo, el individuo tiende a destinar crecientes sumas de esos ingresos al tiempo libre o entretenimiento.

Factores que determinan la Demanda Turística.

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

- a) **Factores económicos:** que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de

distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas;

- b) Factores relativos a las unidades demandantes:** los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos;
- c) Factores aleatorios,** tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes;
- d) Factores relativos a los sistemas de comercialización:** calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos;
- e) Factores relativos a la producción de servicios turísticos:**

Características de la Demanda Turística.

La demanda turística se caracteriza por ser:

- a) Culturalmente determinada;
- b) Cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos;
- c) Estar asociada a lugares o puntos de interés individuales.

“Puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística”.

Específicas de las Características de la Demanda Turística:

a. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.

b. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes.

La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.

c. La demanda está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, etc.

El Mercado Interno:

El valor de nuestra moneda, frente a otras monedas extranjeras juega un papel muy importante en el mercado turístico interno.

De la misma manera si existe deterioro del poder adquisitivo en el extranjero, los turistas optarán por quedarse en su país de origen, retrasando su viaje para mejor ocasión. Pero si la variación monetaria les beneficia actuará como estímulo para la realización del viaje.

Las empresas de turismo y las otras unidades de producción de un país, ante un fenómeno devaluatorio se sienten fuertemente afectadas, ya que sus cuentas se ven alteradas por los nuevos valores que requieren para el desarrollo normal de la actividad. Esos nuevos valores hacen variar los precios que se ofrecen al turista en Perú.

Procesos inflacionarios.

La demanda interior se ve sometida a presiones a causa de las alzas de precios. En el caso de los turistas, la pérdida de poder adquisitivo de su moneda, los obligan a sacrificar la compra de algún artículo, puesto que sus posibilidades no le permiten consumir lo mismo que antes. Los turistas potenciales según su nivel de renta optan por la supresión del viaje o de las vacaciones. En consecuencia, las tensiones inflacionistas actúan muy a menudo desviando las corrientes turísticas hacia zonas y lugares más cercanos, de menos costo y donde puedan suprimirse ciertos gastos.

La empresa turística también ve alterada su actividad a causa del proceso inflacionario. Así experimenta diferentes situaciones que van deteriorando los servicios que ofrece para finalizar, si en su momento no se han sabido adoptar medidas, en un hundimiento de la explotación. Entre los aspectos que más destacan como repercusión de la inflación son los siguientes:

- Elevación de los precios de los servicios.
- Eliminación de mano de obra.
- Pérdida de la calidad de los servicios.
- Deterioro de la imagen.
- Reducción hasta anularse de los beneficios de la explotación.

Factores que obstaculizan el Desarrollo de la Demanda Interna.

a. Concentración Geográfica de la Demanda.

Los flujos internos provienen de los principales centros urbanos y su destino se concentra en regiones que cuentan con mayor dotación de Servicios Turísticos.

b. Estacionalidad.

La estacionalidad, nos lleva a la concentración geográfica de los servicios turísticos, como a establecer la baja o alta rentabilidad y ocupabilidad de ellos. Además, existe poca especialización y profesionalización de los recursos humanos del sector turismo.

c. Restricciones Físicas.

Estas limitaciones provienen de la geografía de los países: por ejemplo por su gran longitud, su significativa distancia de los mercados internacionales y las condiciones climáticas diferenciadas a lo largo de él.

d. Restricciones Económicas.

Las restricciones económicas se derivan de la prioridad que el sector turismo alcanza dentro de la economía nacional, lo que se refleja en el nivel de las asignaciones presupuestarias para promoción turística, y en la existencia de un sistema de incentivos para el desarrollo del sector.

3. DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

- **Demanda turística:** Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor.
- **Oferta turística:** Es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.
- **Accesibilidad:** Propendiendo a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.
- **Actividad turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios.
- **Agencia de viajes:** Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole.
- **Agroturismo o Turismo Rural:** Modalidad de turismo que se desarrolla en un espacio rural.
- **Alojamiento turístico:** Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso.
- **Artesanía:** Arte u obra realizada manualmente por artesanos, que resulta por originalidad e identificación con lo local o regional, de interés en la composición del “producto turístico”
- **Diagnóstico:** Es señalar qué ocurre en un determinado sitio, indicando sus características y problemas así como las causas que determinan unos y otros. Es una interpretación de la realidad que lleva en sí misma los gérmenes de las posibles soluciones a encarar.
- **Infraestructura turística:** Es toda construcción, instalación o servicio para la práctica del turismo. Ejemplo: aeropuertos, rutas, sistemas de transporte, obras sanitarias, etc.

- **Instalaciones:** Todas las construcciones especiales (distintas a las consignadas por el equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades turísticas. Ejemplo para la práctica de sky (actividad) los medios de elevación son las instalaciones que lo facilitan.
- **Itinerario:** Derrotero de recorrido a seguir para llegar de un punto a otro. Documento escrito o impreso que describe el recorrido, indicando las distancias. Es el detalle de actividades y prestaciones incluidas en el programa.
- **Marketing turístico:** Se denomina a la investigación que da soporte profesional a la promoción turística. Es la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de ciertos grupos de consumidores y lograr, de esta forma, un beneficio apropiado.
- **Paquete turístico:** Conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.
- **Planta turística:** Es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones.
- **Producto Turístico:** Hoy es lo esencial de la actividad turística. Surge de la armoniosa integración para su venta de atractivos y servicios. Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.
- **Ruta turística:** Se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos.

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo aplicada.

2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de la investigación será descriptivo correlacional.

3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño es no experimental, transversal.

4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

La población está comprendida por los viajeros extranjeros que visitan la Región de Tacna.

Para el cálculo de la muestra se ejecutaron las siguientes operaciones:

Nivel de Confianza (A)	95% - 0.95
Coficiente de Confianza (Z)	1.96

Probabilidad de Éxito (p)	0.9
Probabilidad de Fracaso (q)	0.1
Nivel de Error (i)	0.05

Cálculo muestra con población desconocida

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

$$n = \frac{0.345744}{0.0025}$$

$$n = 138$$

Por ende la muestra con la cual se trabajará será de 138 visitantes extranjeros que visitan la Región Tacna.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

5.1. Técnicas

La técnica que se utilizará en la investigación es la encuesta y la escala de actitudes.

5.2. Instrumentos

El instrumento que se utilizará es el cuestionario de encuesta.

6. AMBITO DE INVESTIGACIÓN

El análisis de la información recolectada a través de las encuestas aplicadas a los turistas en la provincia de Tarata, será procesada utilizando el software estadístico SPSS.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO

Con el objetivo de conocer la relación entre la oferta y la demanda de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna durante el periodo 2013, se implementó una encuesta que consta de dieciséis preguntas que permiten recabar la información correspondiente.

Los datos recolectados fueron procesados mediante el uso del programa SPSS y Microsoft Excel a fin de obtener la información correspondiente.

De este modo los resultados son presentados utilizando para ello medidas de tendencia central y frecuencias de acuerdo a las marcaciones de cada uno de los 138 visitantes encuestados.

Los resultados se presentan en el siguiente punto.

2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

a) ¿Cuáles su procedencia?

Tabla N°01

Lugar de procedencia de los turistas que visitan la provincia de Tacna

		Recuento	% del N de la columna
¿Cuál es su procedencia?	Arica	86	63.2%
	Iquique	50	36.8%
	Otros	0	.0%
	Total	136	100.0%

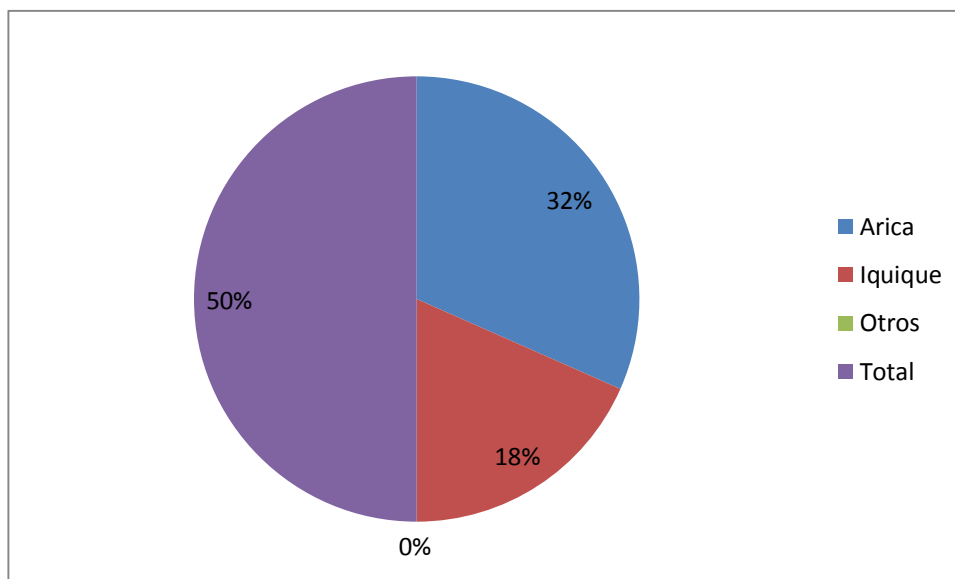
Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N°01, los turistas extranjeros que visitan con mayor frecuencia Tacna tienen como procedencia la ciudad de Arica, con el 62.3%, seguido de los visitantes de Iquique con el 36.8% restante.

Tal y cual se puede observar, el turismo en Tacna netamente se refleja por la visita de turistas procedentes de Chile.

Gráfico N°01

Lugar de procedencia de los turistas que visitan la provincia de Tacna



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Según el gráfico N° 01, nos muestra que la procedencia de turistas que mas visitan Tacna provienen de la ciudad de Arica – Chile por la ubicación geográfica que se encuentra la ciudad de Tacna.

b) Edad

Tabla N° 02

Edad promedio de turistas que visitan la provincia de Tacna

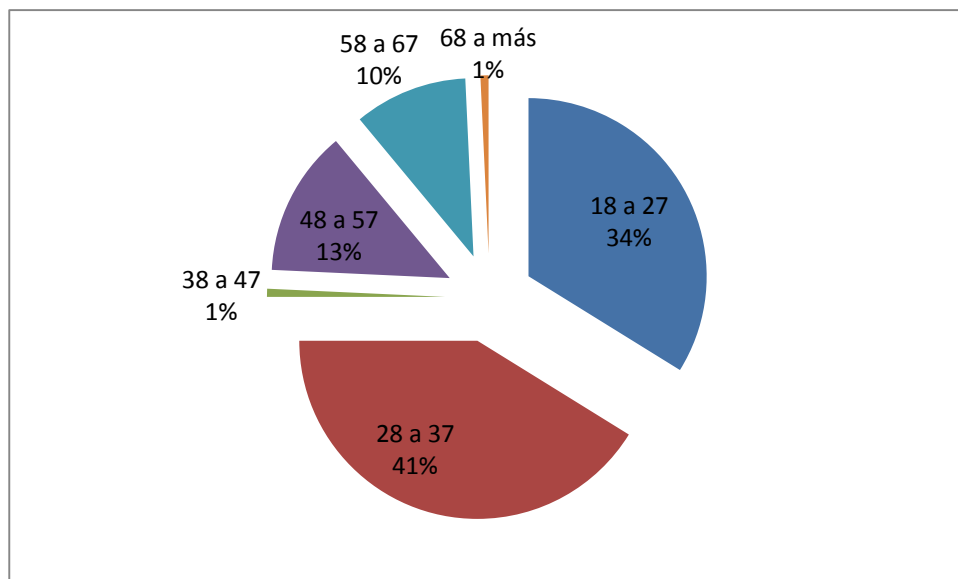
		Recuento	% del N de la columna
Edad	18 a 27	46	33.8%
	28 a 37	56	41.2%
	38 a 47	1	.7%
	48 a 57	18	13.2%
	58 a 67	14	10.3%
	68 a más	1	.7%
	Total	136	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

De acuerdo a la tabla N°02, los turistas con edades de 28 a 37 son lo que mayor visita realizan en nuestra localidad según nuestro cuadro con 41.2%, seguido de las edades de 18 a 27 años llegando a 33.8%, las demás edades nos muestran un bajo porcentaje.

Gráfico N°02

Edad promedio de turistas que visitan la provincia de Tacna



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Al observar el gráfico N° 02, podemos decir que la edad promedio de turistas que visitan la ciudad de Tacna esta entre las edades de 28 a 37 años.

c) Sexo

Tabla N° 03

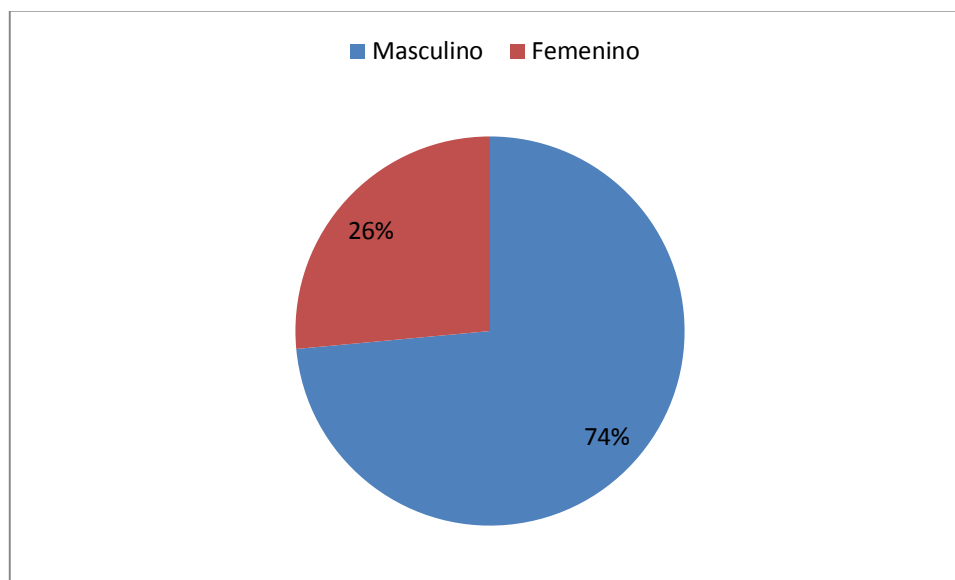
Sexo de turistas que visitan la provincia de Tacna

		Recuento	% del N de la columna
Sexo	Masculino	100	73.5%
	Femenino	36	26.5%
	Total	136	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la Tabla N° 03, podemos decir que de un 100% el sexo Masculino es el que visita mas nuestra Ciudad con un 73.5% seguido de el sexo Femenino con un 26.5%.

Gráfico N° 03
Sexo de turistas que visitan la provincia de Tacna



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

De acuerdo al gráfico N° 03, nos muestra que la mayoría de turistas que visitan la ciudad de Tacna son de sexo masculino.

d) **Estado Civil:**

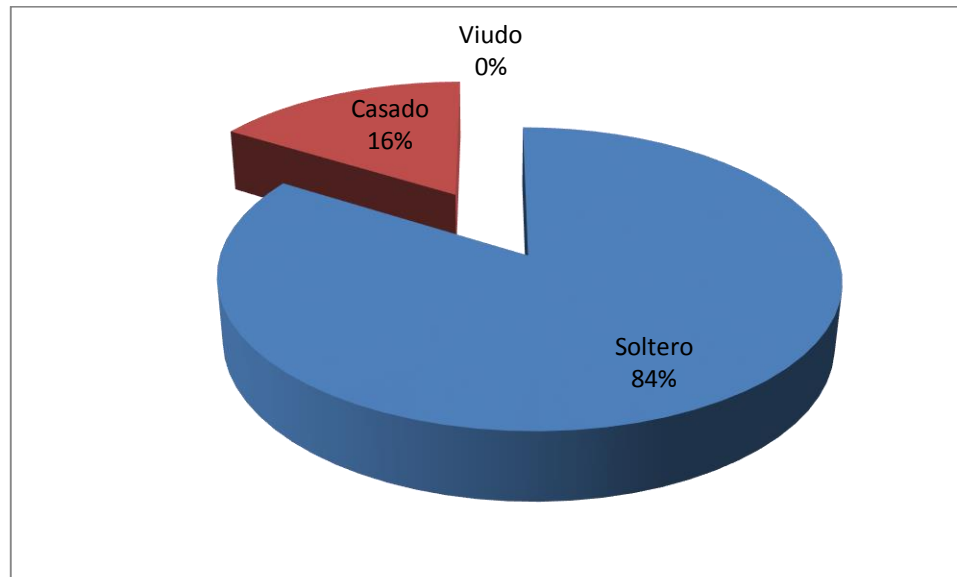
Tabla N° 04
Estado Civil de turistas que visitan la provincia de Tacna

		Recuento	% del N de la columna
Estado Civil	Soltero	114	83.8%
	Casado	22	16.2%
	Viudo	0	.0%
	Total	136	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 04, el Estado Civil de Soltero lleva un 83.8%, seguido del Casado con 16.2%, terminado con el Viudo 0% en el cual el Estado Civil de Soltero es el turista que más visita nuestra localidad. En tanto, según el gráfico N° 04, el estado civil que visita la ciudad de Tacna, son en su mayoría solteros.

Gráfico N° 04
Estado Civil de turistas que visitan la provincia de Tacna



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

e) ¿Cuáles su grado de instrucción?

Tabla N° 05

¿Cuál es el Grado de Instrucción de turistas que visitan la provincia de Tacna?

		Recuento	% del N de la columna
Grado de Instrucción	Primaria	0	.0%
	Secundaria	0	.0%
	Técnica	84	61.8%
	Universitaria	46	33.8%
	Postgrado	6	4.4%
	Total	136	100.0%

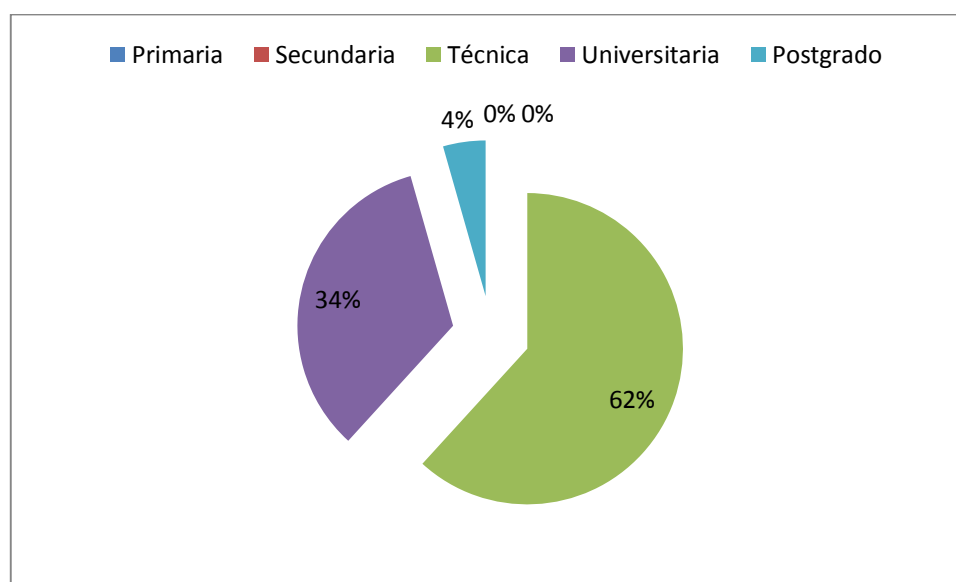
Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 05, El grado de instrucción de nuestro estudio es el Técnico con un 61.8% encima de la Universitaria que lleva un 33.8% y Postgrado con 4.4%.

El cual se obtiene como resultado, que los jóvenes con instrucción Técnica refleja la visita más recurrente a Tacna.

Gráfico N° 05

¿Cuál es el Grado de Instrucción de turistas que visitan la provincia de Tacna?



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Por ende, tal cual se aprecia en el gráfico N° 05, los turistas que visitan la ciudad de Tacna en su mayoría tienen una ocupación técnica.

f) ¿Ocupación?

Tabla N° 06

Ocupación de los turistas que visitan la provincia de Tacna

Ocupación	Recuento	% del N de la columna
Dependiente	0	.0%
Trabajador dependiente privado	78	57.4%
Servidor público	8	5.9%

Haciendo tareas del hogar	0	.0%
Estudiante	50	36.8%
Jubilado o retirado	0	.0%
Desempleado	0	.0%
Total	136	100.0%

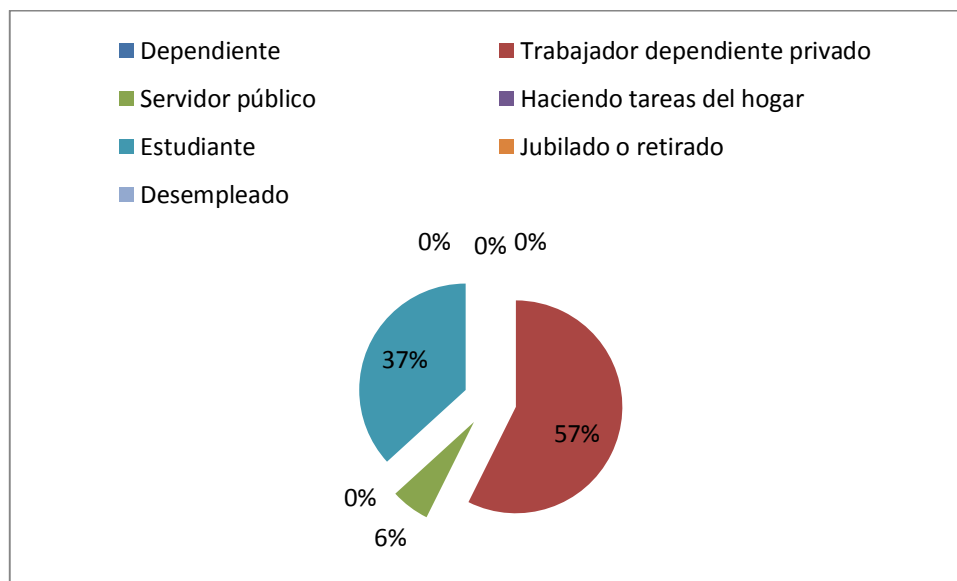
Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 06, la ocupación de los Turistas Chilenos, es Trabajador Dependiente Privado con un 57.4% seguido del Estudiante con un 36.8%.

En el cual el trabajador dependiente nos genera un mayor porcentaje de visita.

Gráfico N° 06

Ocupación de los turistas que visitan la provincia de Tacna



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Según el gráfico N° 06 la mayoría de turistas que visitan la ciudad de Tacna son trabajadores dependientes privados.

g) ¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?

Tabla Nº 07

¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?

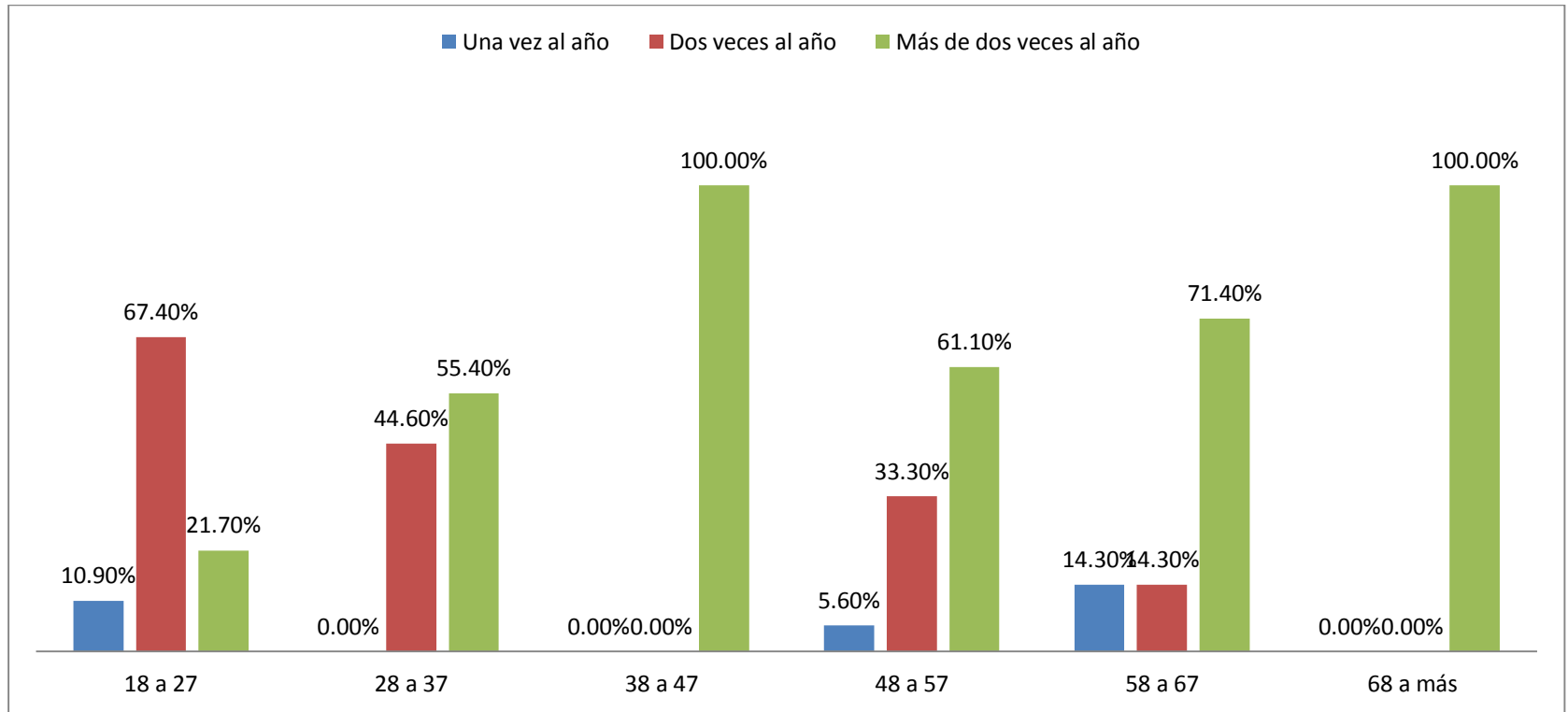
		¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?							
		Una vez al año		Dos veces al año		Más de dos veces al año		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	62.5%	10.9%	48.4%	67.4%	15.6%	21.7%	33.8%	100.0%
	28 a 37	.0%	.0%	39.1%	44.6%	48.4%	55.4%	41.2%	100.0%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	1.6%	100.0%	.7%	100.0%
	48 a 57	12.5%	5.6%	9.4%	33.3%	17.2%	61.1%	13.2%	100.0%
	58 a 67	25.0%	14.3%	3.1%	14.3%	15.6%	71.4%	10.3%	100.0%
	68 a más	.0%	.0%	.0%	.0%	1.6%	100.0%	.7%	100.0%
	Total	100.0%	5.9%	100.0%	47.1%	100.0%	47.1%	100.0%	100.0%
Sexo	Masculino	.0%	.0%	78.1%	50.0%	78.1%	50.0%	73.5%	100.0%
	Femenino	100.0%	22.2%	21.9%	38.9%	21.9%	38.9%	26.5%	100.0%
	Total	100.0%	5.9%	100.0%	47.1%	100.0%	47.1%	100.0%	100.0%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	100.0%	9.3%	73.4%	54.7%	48.4%	36.0%	63.2%	100.0%
	Iquique	.0%	.0%	26.6%	34.0%	51.6%	66.0%	36.8%	100.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	5.9%	100.0%	47.1%	100.0%	47.1%	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla Nº 07, las personas que con más frecuencia realizan viajes por turismo tienen las edades de 28 a 37 años como se aprecia en la tabla con 41.2%, siendo el Sexo Masculino quien realiza estos viajes con el 73.5% y el lugar de procedencia con mayor porcentaje es la Ciudad de Arica con 63.2%.

Gráfico Nº 07

¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?

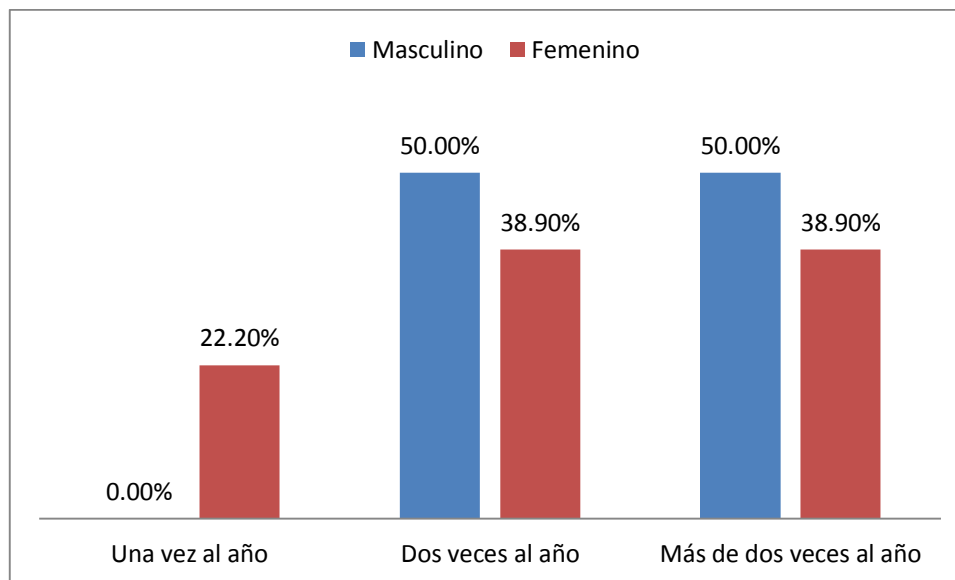


Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

De acuerdo a nuestro porcentaje de barras, la mayoría los turistas que con mayor frecuencia visitan la ciudad de Tacna, podemos ver que se encuentran entre los 38 y 47 años de edad.

Gráfico N° 08

¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?

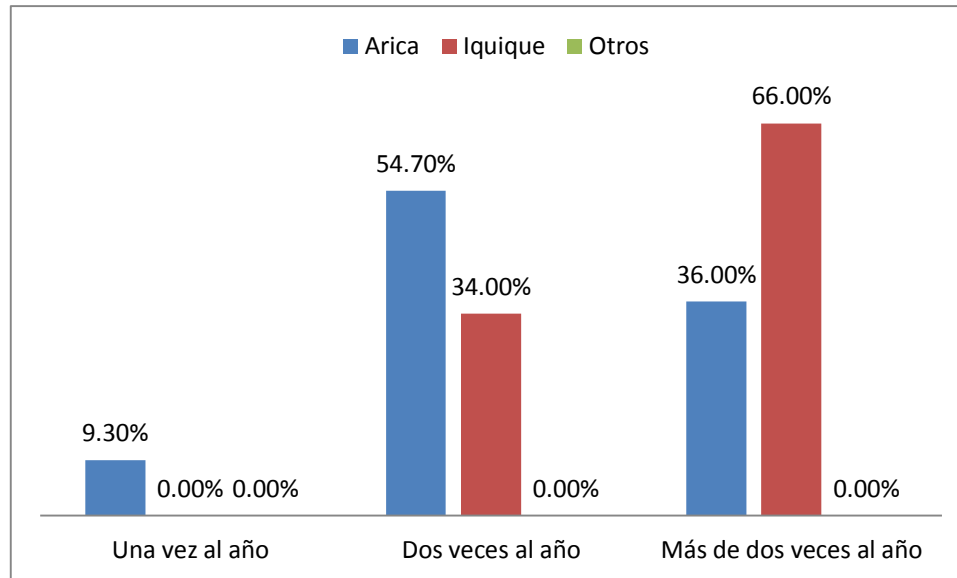


Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Según el gráfico N° 08 nos muestra que el sexo masculino, son los que con más frecuencia realizan viajes de turismo a la ciudad de Tacna.

Gráfico N° 09

¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

De acuerdo al gráfico N° 09 nos muestra, que la mayor parte de personas que proceden de la ciudad de Iquique son los que con mayor frecuencia realizan actividades turísticas.

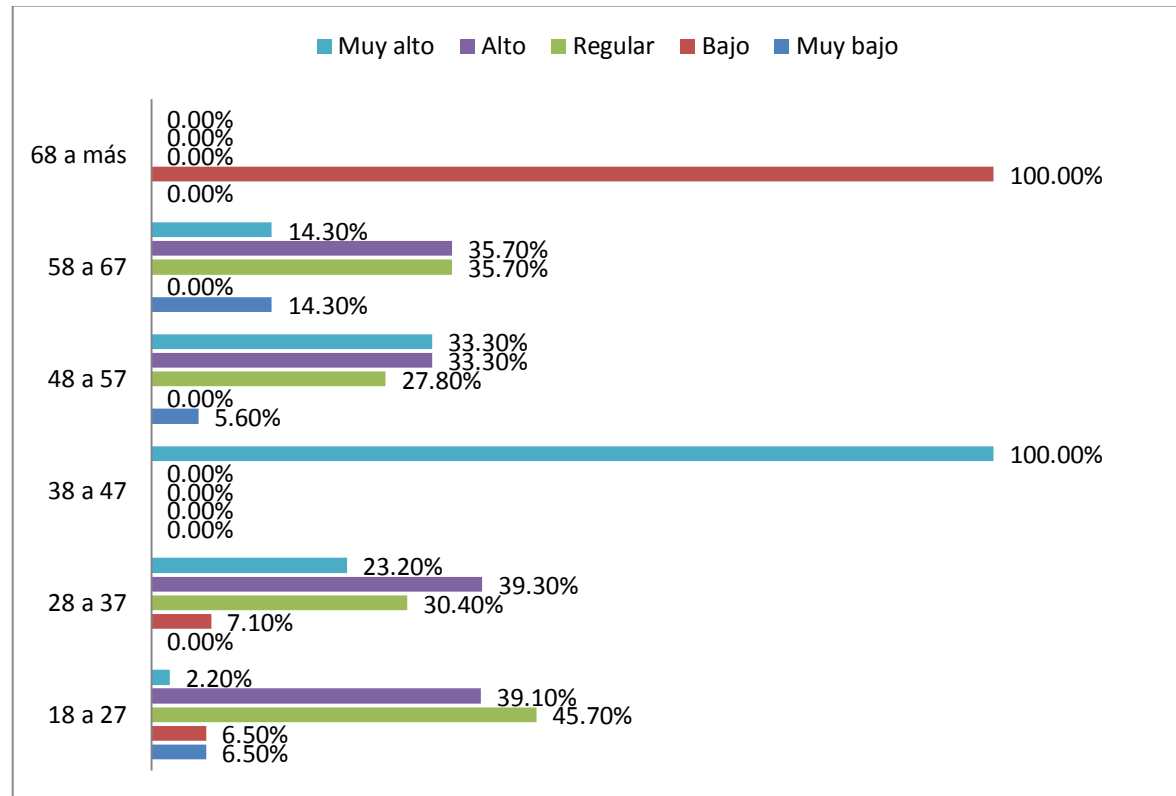
Total	100.0%	4.4%	100.0%	5.9%	100.0%	35.3%	100.0%	37.5%	100.0%	16.9%	100.0%	100.0%
-------	--------	------	--------	------	--------	-------	--------	-------	--------	-------	--------	--------

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 08, nuestro nivel de frecuencia de visitas por motivos de Turismo es Muy Alta con 56.5% reflejando en nuestra estadística, en las edades de 28 a 37 años. Además se observa que de acuerdo al sexo, los que con más frecuencia viajan hacia nuestra ciudad es el masculino con 82.4% de procedencia Iquique - Chile

Gráfico N° 10

¿Cuál es el nivel de frecuencia con el que usted demanda la realización de visitas por motivo de turismo?

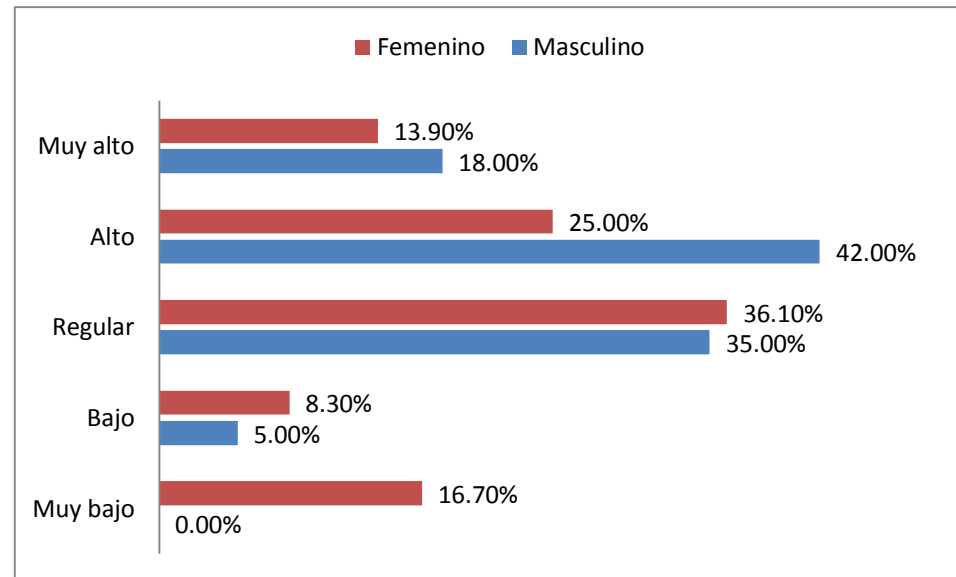


Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Según el gráfico N° 10 nos muestra que la mayoría de turistas que realizan viajes por motivos de turistas oscilan entre los 38 y 47 años de edad.

Gráfico N° 11

¿Cuál es el nivel de frecuencia con el que usted demanda la realización de visitas por motivo de turismo?

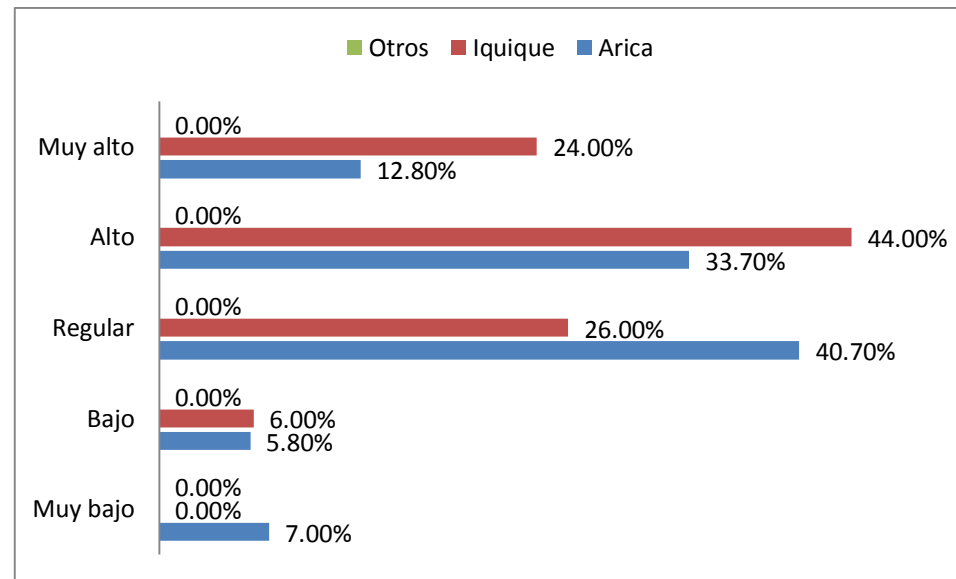


Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

De acuerdo al gráfico N° 11 nos permite conocer que en su mayoría los que realizan motivos de turismo son del sexo masculino.

Gráfico N° 12

¿Cuál es el nivel de frecuencia con el que usted demanda la realización de visitas por motivo de turismo?



Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile

Según el gráfico N° 12 los que mayor demanda de visitas por motivos de turismo son procedentes de la ciudad de Iquique.

i) ¿Cuál es el tiempo que utiliza para realizar viajes por turismo?

Tabla N° 09

¿Cuál es el tiempo que utiliza para realizar viajes por turismo?

		¿Cuál es el tiempo que utiliza para realizar viajes por turismo?									
		Menos de 12 horas		Un día		Dos días		Más de dos días		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	.0%	.0%	.0%	.0%	33.9%	41.3%	33.8%	58.7%	33.8%	100.0%
	28 a 37	.0%	.0%	.0%	.0%	32.1%	32.1%	47.5%	67.9%	41.2%	100.0%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	1.3%	100.0%	.7%	100.0%
	48 a 57	.0%	.0%	.0%	.0%	16.1%	50.0%	11.3%	50.0%	13.2%	100.0%
	58 a 67	.0%	.0%	.0%	.0%	16.1%	64.3%	6.3%	35.7%	10.3%	100.0%
	68 a más	.0%	.0%	.0%	.0%	1.8%	100.0%	.0%	.0%	.7%	100.0%
	Total	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	41.2%	100.0%	58.8%	100.0%	100.0%
Sexo	Masculino	.0%	.0%	.0%	.0%	75.0%	42.0%	72.5%	58.0%	73.5%	100.0%
	Femenino	.0%	.0%	.0%	.0%	25.0%	38.9%	27.5%	61.1%	26.5%	100.0%
	Total	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	41.2%	100.0%	58.8%	100.0%	100.0%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	.0%	.0%	.0%	.0%	85.7%	55.8%	47.5%	44.2%	63.2%	100.0%
	Iquique	.0%	.0%	.0%	.0%	14.3%	16.0%	52.5%	84.0%	36.8%	100.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	41.2%	100.0%	58.8%	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

Sexo	Masculino	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	63.3%	50.0%	87.7%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Femenino	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	36.7%	80.6%	12.3%	19.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	58.1%	100.0%	41.9%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	59.5%	54.7%	68.4%	45.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Iquique	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	40.5%	64.0%	31.6%	36.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	58.1%	100.0%	41.9%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 10, el turismo que mas demanda tiene es el Turismo de Salud con 49.4% entre las edades de 28 a 37 años en el cual el Sexo Masculino es quien genera esta demanda de turismo proveniente de Iquique.

Tal y cual podemos observar el Turismo de Salud es lo más visto en nuestra ciudad con Jóvenes y adultos.

k) ¿Utiliza una agencia u operador de turístico para realizar el viaje de turismo?

Tabla N° 11

¿Utiliza una agencia u operador de turístico para realizar el viaje de turismo?

		¿Utiliza una agencia y operador turístico para realizar el viaje de turismo?							
		Si		No		Ocasionalmente		Total	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	20.2%	41.3%	.0%	.0%	64.3%	58.7%	33.8%	100.0%
	28 a 37	53.2%	89.3%	.0%	.0%	14.3%	10.7%	41.2%	100.0%
	38 a 47	1.1%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.7%	100.0%
	48 a 57	14.9%	77.8%	.0%	.0%	9.5%	22.2%	13.2%	100.0%
	58 a 67	9.6%	64.3%	.0%	.0%	11.9%	35.7%	10.3%	100.0%

	68 a más	1.1%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.7%	100.0%
Sexo	Total	100.0%	69.1%	.0%	.0%	100.0%	30.9%	100.0%	100.0%
	Masculino	76.6%	72.0%	.0%	.0%	66.7%	28.0%	73.5%	100.0%
	Femenino	23.4%	61.1%	.0%	.0%	33.3%	38.9%	26.5%	100.0%
	Total	100.0%	69.1%	.0%	.0%	100.0%	30.9%	100.0%	100.0%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	46.8%	51.2%	.0%	.0%	100.0%	48.8%	63.2%	100.0%
	Iquique	53.2%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	36.8%	100.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	69.1%	.0%	.0%	100.0%	30.9%	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la Tabla N° 11, el porcentaje más alto con 53.2% si utiliza un operador turístico ya que lo adquieren por un motivo de comodidad y tiempo. A lo observado en la tabla la edad que utiliza el Operador Turístico son de 28 a 37 años. El sexo con mayor frecuencia Masculino con la procedencia de Iquique – Chile.

I) ¿Cuál es el tipo de recurso turístico que visita con mayor frecuencia?

Tabla N° 12

¿Cuál es el tipo de recurso turístico que visita con mayor frecuencia?

		¿Cuál es el recurso turístico que visita con mayor frecuencia?									
		Recursos culturales		Recursos naturales		Recursos en la ciudad		Recursos fuera de la ciudad		Otros	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	.0%	.0%	26.1%	52.2%	50.0%	47.8%	.0%	.0%	.0%	.0%
	28 a 37	.0%	.0%	46.7%	76.8%	29.5%	23.2%	.0%	.0%	.0%	.0%
	38 a 47	.0%	.0%	1.1%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	48 a 57	.0%	.0%	15.2%	77.8%	9.1%	22.2%	.0%	.0%	.0%	.0%
	58 a 67	.0%	.0%	10.9%	71.4%	9.1%	28.6%	.0%	.0%	.0%	.0%
	68 a más	.0%	.0%	.0%	.0%	2.3%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%

Sexo	Total	.0%	.0%	100.0%	67.6%	100.0%	32.4%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Masculino	.0%	.0%	60.9%	56.0%	100.0%	44.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Femenino	.0%	.0%	39.1%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
¿Cuál es su procedencia?	Total	.0%	.0%	100.0%	67.6%	100.0%	32.4%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Arica	.0%	.0%	63.0%	67.4%	63.6%	32.6%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Iquique	.0%	.0%	37.0%	68.0%	36.4%	32.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	.0%	.0%	100.0%	67.6%	100.0%	32.4%	.0%	.0%	.0%	.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 12, el recurso turístico que se visita con mayor frecuencia, es el Recurso en la Ciudad, las edades comprometidas son de 18 a 27 años con un 50%, seguido de los Recursos Naturales con 46.75% en edades de 28 a 37 años, Sexo masculino con el 100% de nuestra investigación y provenientes de la Ciudad de Arica - Chile

m) ¿Cuál es el nivel de oferta de servicios turísticos que ofrece Tacna?

Tabla N° 13

¿Cuál es el nivel de oferta de servicios turísticos que ofrece Tacna?

		¿Cuál es el nivel de oferta de servicios turísticos que ofrece Tacna?									
		Muy bajo		Bajo		Regular		Alto		Muy Alto	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	40.0%	4.3%	47.1%	17.4%	44.4%	43.5%	29.2%	30.4%	9.5%	4.3%
	28 a 37	20.0%	1.8%	35.3%	10.7%	33.3%	26.8%	50.0%	42.9%	47.6%	17.9%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	4.8%	100.0%
	48 a 57	20.0%	5.6%	.0%	.0%	8.9%	22.2%	14.6%	38.9%	28.6%	33.3%
	58 a 67	20.0%	7.1%	11.8%	14.3%	13.3%	42.9%	6.3%	21.4%	9.5%	14.3%
	68 a más	.0%	.0%	5.9%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	3.7%	100.0%	12.5%	100.0%	33.1%	100.0%	35.3%	100.0%	15.4%
Sexo	Masculino	20.0%	1.0%	58.8%	10.0%	73.3%	33.0%	81.3%	39.0%	81.0%	17.0%

¿Cuál es su procedencia?	Femenino	80.0%	11.1%	41.2%	19.4%	26.7%	33.3%	18.8%	25.0%	19.0%	11.1%
	Total	100.0%	3.7%	100.0%	12.5%	100.0%	33.1%	100.0%	35.3%	100.0%	15.4%
	Arica	80.0%	4.7%	76.5%	15.1%	75.6%	39.5%	50.0%	27.9%	52.4%	12.8%
	Iquique	20.0%	2.0%	23.5%	8.0%	24.4%	22.0%	50.0%	48.0%	47.6%	20.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	3.7%	100.0%	12.5%	100.0%	33.1%	100.0%	35.3%	100.0%	15.4%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 13, el nivel de oferta de recursos turísticos que ofrece Tacna es Alto con 50% reflejado en nuestra estadística, entre las edades de 28 a 37.

n) ¿Qué tipo de hospedaje utiliza con mayor frecuencia en sus viajes?

Tabla N° 14

¿Qué tipo de hospedaje utiliza con mayor frecuencia en sus viajes?

		¿Qué tipo de hospedaje utiliza con mayor frecuencia en sus viajes?														
		Hotel		Hostal		Alberque		Residenciales		Casas familiares		Apart hotel		Otros		
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	
Edad	18 a 27	41.9%	39.1%	18.8%	26.1%	57.1%	8.7%	45.5%	10.9%	33.3%	2.2%	100.0%	4.3%	66.7%	8.7%	
	28 a 37	34.9%	26.8%	53.1%	60.7%	28.6%	3.6%	18.2%	3.6%	33.3%	1.8%	.0%	.0%	33.3%	3.6%	
	38 a 47	.0%	.0%	1.6%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	48 a 57	14.0%	33.3%	14.1%	50.0%	.0%	.0%	18.2%	11.1%	33.3%	5.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	

Sexo	58 a 67	7.0%	21.4%	12.5%	57.1%	14.3%	7.1%	18.2%	14.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	68 a más	2.3%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	31.6%	100.0%	47.1%	100.0%	5.1%	100.0%	8.1%	100.0%	2.2%	100.0%	1.5%	100.0%	4.4%
	Masculino	67.4%	29.0%	78.1%	50.0%	100.0%	7.0%	36.4%	4.0%	100.0%	3.0%	100.0%	2.0%	83.3%	5.0%
	Femenino	32.6%	38.9%	21.9%	38.9%	.0%	.0%	63.6%	19.4%	.0%	.0%	.0%	.0%	16.7%	2.8%
	Total	100.0%	31.6%	100.0%	47.1%	100.0%	5.1%	100.0%	8.1%	100.0%	2.2%	100.0%	1.5%	100.0%	4.4%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	51.2%	25.6%	60.9%	45.3%	85.7%	7.0%	90.9%	11.6%	66.7%	2.3%	100.0%	2.3%	83.3%	5.8%
	Iquique	48.8%	42.0%	39.1%	50.0%	14.3%	2.0%	9.1%	2.0%	33.3%	2.0%	.0%	.0%	16.7%	2.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	31.6%	100.0%	47.1%	100.0%	5.1%	100.0%	8.1%	100.0%	2.2%	100.0%	1.5%	100.0%	4.4%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 14, el tipo de hospedaje que utilizan los turistas es un Hostal por un motivo de comodidad y precio. Las personas de edades de 28 a 37 años de Sexo Masculino son las que prefieren este tipo de Hospedaje.

o) ¿Qué tipo de establecimientos visita con mayor frecuencia para alimentarse?

Tabla Nº 15
¿Qué tipo de establecimientos visita con mayor frecuencia para alimentarse?

		¿Qué tipo de establecimiento visita con mayor frecuencia para alimentarse?									
		Restaurante		De comida rápida		Cafeterías		En el hospedaje		Otros	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	46.4%	28.3%	.0%	.0%	43.7%	67.4%	25.0%	4.3%	.0%	.0%
	28 a 37	39.3%	19.6%	75.9%	39.3%	28.2%	35.7%	37.5%	5.4%	.0%	.0%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	1.4%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	48 a 57	14.3%	22.2%	10.3%	16.7%	12.7%	50.0%	25.0%	11.1%	.0%	.0%
	58 a 67	.0%	.0%	10.3%	21.4%	14.1%	71.4%	12.5%	7.1%	.0%	.0%
	68 a más	.0%	.0%	3.4%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	20.6%	100.0%	21.3%	100.0%	52.2%	100.0%	5.9%	.0%	.0%
Sexo	Masculino	78.6%	22.0%	79.3%	23.0%	70.4%	50.0%	62.5%	5.0%	.0%	.0%
	Femenino	21.4%	16.7%	20.7%	16.7%	29.6%	58.3%	37.5%	8.3%	.0%	.0%
	Total	100.0%	20.6%	100.0%	21.3%	100.0%	52.2%	100.0%	5.9%	.0%	.0%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	50.0%	16.3%	44.8%	15.1%	74.6%	61.6%	75.0%	7.0%	.0%	.0%
	Iquique	50.0%	28.0%	55.2%	32.0%	25.4%	36.0%	25.0%	4.0%	.0%	.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	20.6%	100.0%	21.3%	100.0%	52.2%	100.0%	5.9%	.0%	.0%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 15, la comida rápida obtiene un 75.9% ya que lo demandan por el tiempo que ocupan dentro de nuestra ciudad ya que aprovechan al máximo el turismo.

p) ¿Utiliza el servicio de guía turístico cuando realiza viajes de turismo?

Tabla N° 16
¿Utiliza el servicio de guía turístico cuando realiza viajes de turismo?

		¿Utiliza el servicio de guía turístico cuando realiza viajes de turismo?					
		Si		No		Ocasionalmente	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	35.9%	30.4%	28.3%	28.3%	37.3%	41.3%
	28 a 37	51.3%	35.7%	50.0%	41.1%	25.5%	23.2%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	2.0%	100.0%
	48 a 57	10.3%	22.2%	8.7%	22.2%	19.6%	55.6%
	58 a 67	2.6%	7.1%	10.9%	35.7%	15.7%	57.1%
	68 a más	.0%	.0%	2.2%	100.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	28.7%	100.0%	33.8%	100.0%	37.5%
Sexo	Masculino	64.1%	25.0%	82.6%	38.0%	72.5%	37.0%
	Femenino	35.9%	38.9%	17.4%	22.2%	27.5%	38.9%
	Total	100.0%	28.7%	100.0%	33.8%	100.0%	37.5%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	56.4%	25.6%	50.0%	26.7%	80.4%	47.7%
	Iquique	43.6%	34.0%	50.0%	46.0%	19.6%	20.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	28.7%	100.0%	33.8%	100.0%	37.5%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 16, los turistas Si utilizan un guía turístico por un motivo de confianza y comodidad es por ello que nos refleja en la tabla el mayor porcentaje.

q) ¿Qué tipo de transporte utiliza en el lugar que visita por motivos de turismo?

Tabla N° 17
¿Qué tipo de transporte utiliza en el lugar que visita por motivos de turismo?

		¿Qué tipo de transporte utiliza en el lugar que visita por motivos de turismo?					
		Transporte público		Transporte particular		Propio	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	59.5%	47.8%	56.0%	30.4%	13.5%	21.7%
	28 a 37	29.7%	19.6%	24.0%	10.7%	52.7%	69.6%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	1.4%	100.0%
	48 a 57	8.1%	16.7%	12.0%	16.7%	16.2%	66.7%
	58 a 67	2.7%	7.1%	8.0%	14.3%	14.9%	78.6%
	68 a más	.0%	.0%	.0%	.0%	1.4%	100.0%
	Total	100.0%	27.2%	100.0%	18.4%	100.0%	54.4%
Sexo	Masculino	62.2%	23.0%	68.0%	17.0%	81.1%	60.0%
	Femenino	37.8%	38.9%	32.0%	22.2%	18.9%	38.9%
	Total	100.0%	27.2%	100.0%	18.4%	100.0%	54.4%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	81.1%	34.9%	72.0%	20.9%	51.4%	44.2%
	Iquique	18.9%	14.0%	28.0%	14.0%	48.6%	72.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	27.2%	100.0%	18.4%	100.0%	54.4%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 17, los turistas hacen uso de su movilidad Propia siendo un 52.7% ya que las distancia de ciudades es corta y gasto es mínimo.

r) ¿Qué medio utiliza para obtener información del lugar a visitar por motivos de turismo?

Tabla N° 18
¿Qué medio utiliza para obtener información del lugar a visitar por motivos de turismo?

		¿Qué medio utilizó para obtener información del lugar a visitar por motivos de turismo?									
		Internet		Revistas		Diarios		Amigos y familiares		Otros	
		% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila	% del N de la columna	% de la fila
Edad	18 a 27	32.4%	52.2%	66.7%	21.7%	23.7%	19.6%	.0%	.0%	33.3%	6.5%
	28 a 37	48.6%	64.3%	.0%	.0%	42.1%	28.6%	.0%	.0%	44.4%	7.1%
	38 a 47	.0%	.0%	.0%	.0%	2.6%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	48 a 57	10.8%	44.4%	13.3%	11.1%	18.4%	38.9%	.0%	.0%	11.1%	5.6%
	58 a 67	6.8%	35.7%	20.0%	21.4%	13.2%	35.7%	.0%	.0%	11.1%	7.1%
	68 a más	1.4%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	54.4%	100.0%	11.0%	100.0%	27.9%	.0%	.0%	100.0%	6.6%
Sexo	Masculino	70.3%	52.0%	100.0%	15.0%	71.1%	27.0%	.0%	.0%	66.7%	6.0%
	Femenino	29.7%	61.1%	.0%	.0%	28.9%	30.6%	.0%	.0%	33.3%	8.3%
	Total	100.0%	54.4%	100.0%	11.0%	100.0%	27.9%	.0%	.0%	100.0%	6.6%
¿Cuál es su procedencia?	Arica	55.4%	47.7%	100.0%	17.4%	63.2%	27.9%	.0%	.0%	66.7%	7.0%
	Iquique	44.6%	66.0%	.0%	.0%	36.8%	28.0%	.0%	.0%	33.3%	6.0%
	Otros	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%
	Total	100.0%	54.4%	100.0%	11.0%	100.0%	27.9%	.0%	.0%	100.0%	6.6%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas procedentes de Chile /SPSS

De acuerdo a la tabla N° 18, los turistas obtienen información en base a nuestras estadísticas por medio de Revistas siendo el 66.7%. Según nuestra investigación los lectores son de edades de 18 a 27 años, sexo masculino provenientes de Arica – Chile.

3. CONTRASTE DE HIPÓTESIS

Con el objetivo de comprobar la hipótesis general se utilizó el programa StargraphicsCenturion XV, la misma que permite desarrollar la prueba de correlación para medir el grado de relación entre la oferta y la demanda turística de Tacna.

Se consideró la siguiente data:

N°	DEMANDA "Y"	OFERTA "X"
1	3	2
2	1	3
3	4	4
4	5	4
5	5	4
6	3	3
7	2	2
8	4	4
9	3	4
10	5	5
11	3	3
12	4	4
13	3	2
14	3	2
15	5	5
16	3	4
17	5	5
18	4	4
19	1	2
20	4	4
21	4	3
22	4	3
23	3	3
24	4	3
25	4	3
26	3	3
27	5	4
28	2	3
29	4	3
30	2	2
31	2	2
32	4	3
33	4	4

34	5	5
35	3	3
36	2	2
37	4	4
38	4	4
39	5	5
40	3	3
41	3	4
42	4	4
43	3	3
44	4	4
45	3	3
46	4	4
47	3	3
48	3	3
49	4	4
50	4	4
51	5	5
52	5	5
53	3	3
54	4	2
55	4	2
56	3	3
57	5	4
58	3	3
59	4	3
60	4	3
61	3	3
62	5	5
63	4	4
64	4	4
65	4	4
66	3	3
67	3	3

68	4	4
69	4	4
70	4	5
71	3	3
72	5	5
73	4	3
74	1	1
75	4	4
76	5	5
77	5	4
78	3	2
79	3	3
80	5	5
81	3	3
82	5	5
83	3	2
84	3	3
85	5	5
86	3	2
87	5	5
88	3	3
89	3	1
90	3	2
91	1	1
92	2	2
93	2	2
94	3	3
95	4	4
96	4	4
97	5	5
98	4	4
99	3	5
100	3	3
101	3	3
102	3	4
103	4	4
104	4	4
105	4	4
106	4	4
107	5	5
108	3	3
109	3	3

110	4	4
111	4	4
112	1	1
113	2	2
114	3	3
115	4	4
116	4	4
117	3	3
118	3	3
119	4	4
120	4	4
121	3	3
122	3	3
123	3	3
124	4	4
125	4	4
126	4	4
127	5	5
128	3	3
129	1	1
130	5	5
131	4	4
132	4	4
133	3	4
134	3	4
135	4	3
136	4	5

Los resultados fueron los siguientes:

Variable dependiente: Demanda

Variable independiente: Oferta

Lineal: $Y = a + b \cdot X$

Coeficientes

	<i>Mínimos Cuadrados</i>	<i>Estándar</i>	<i>Estadístico</i>	
<i>Parámetro</i>	<i>Estimado</i>	<i>Error</i>	<i>T</i>	<i>Valor-P</i>
Intercepto	0.83329	0.175554	4.74663	0.0000
Pendiente	0.789114	0.0486486	16.2207	0.0000

Análisis de Varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	87.0636	1	87.0636	263.11	0.0000
Residuo	44.3408	134	0.330901		
Total (Corr.)	131.404	135			

Coefficiente de Correlación = 0.813979

R-cuadrada = **66.2562** porciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 66.0044 porciento

Error estándar del est. = 0.57524

Error absoluto medio = 0.383513

Estadístico Durbin-Watson = 1.93296 (P=0.3487)

Autocorrelación de residuos en retraso 1 = 0.0227736

Los resultados de ajustar un modelo lineal para describir la relación entre Demanda y Oferta, nos generan la siguiente ecuación del modelo ajustado:

$$\text{Demanda} = 0.83329 + 0.789114 \cdot \text{Oferta}$$

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0.05, existe una relación estadísticamente significativa entre Demanda y Oferta con un nivel de confianza del 95.0%.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 66.2562% de la variabilidad en Demanda. El coeficiente de correlación es igual a 0.813979, indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0.57524.

El error absoluto medio (MAE) de 0.383513 es el valor promedio de los residuos. El estadístico de Durbin-Watson (DW) examina los residuos para determinar si hay alguna correlación significativa basada en el orden en el que se presentan en el archivo de datos. Puesto que el valor-P es mayor que 0.05, no hay indicación de una Autocorrelación serial en los residuos con un nivel de confianza del 95.0%.

Por lo tanto nuestra hipótesis general: “Existe una relación significativa entre la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013”, se aprueba, considerando que si existe una relación significativa entre ambas variables.

CONCLUSIONES

1. La tesis nos permitió resolver que existe una relación directa entre la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013. Ello pudo comprobarse mediante la aplicación de la prueba de correlación estadística la cual nos indica un R-Cuadrada que explica la variación de la demanda por la oferta en un 66.2562%, y un p-valor de 0.00 que indica una relación fuerte entre las variables, demostrando de este modo que existe una influencia de la oferta de servicios en la demanda de los mismos.
2. La oferta turística por que perciben los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013 posee niveles de calificación regulares, con un promedio de marcación de 3.46, lo cual da a entender que la ciudad de Tacna ofrece una regular diversidad de atractivos turísticos y servicios. Entre los servicios que oferta la Ciudad de Tacna pudo identificarse turismo cultural, turismo de ciudad, turismo histórico, turismo de Salud, turismo de compras, turismo rural, turismo de aventura, turismo místico, turismo de playa, entre otros, los cuales gozan a su vez de diferentes niveles de demanda.
3. La demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013 mostró una calificación regular con un promedio de 3.56 puntos. El tipo de turismo que presentó mayores niveles de demanda fue el turismo de salud, con una frecuencia de marcación del 58.1%, seguido del turismo de compras con un valor de 41.9%. En tanto los demás tipos de turismo no mostraron valores de demanda.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario que las entidades promotoras del Turismo en la Ciudad de Tacna (las Gerencias de Desarrollo Económico de las Municipalidades, DIRCETUR, PromPerú, la OGD, y las entidades formadoras de profesionales en Turismo) consideren realizar esfuerzos por mejorar los servicios turísticos que ofrece la ciudad, a fin que puedan de este modo asegurar la demanda futura de los extranjeros que nos visitan, y además lograr altos niveles de satisfacción después de haber visitado y recibido los servicios de la ciudad. Dichos esfuerzos pueden incluir campañas de capacitación de los agentes del turismo de las diferentes instituciones del rubro, en manejo de idiomas extranjeros, guiado, historia y servicio al cliente. Además debe involucrarse a dichas entidades en los programas de presupuesto participativo para asegurar la inversión pública en obras y gestiones que involucren el desarrollo del sector Turismo.
2. Las entidades promotoras y gestoras del Turismo en la ciudad deben de implementar programas de mejora de los diferentes tipos de Turismo. Debe incluirse proyectos de desarrollo para el turismo cultural, turismo de ciudad, turismo histórico, turismo rural, turismo de aventura, turismo místico, turismo de playa, entre otros, a fin de diversificar la oferta turística de la ciudad y que dicha no se concentre solo en el Turismo de compras y el turismo de salud. A fin de lograr captar iniciativas y proyectos que involucren el desarrollo de dichos tipos de turismo se puede trabajar coordinadamente con las Universidades e Instituciones educativas que fomenten el desarrollo de profesionales en el sector, a fin de generar propuestas de desarrollo para el sector.
3. Considerando la muy baja demanda del turismo cultural, turismo de ciudad, turismo histórico, turismo rural, turismo de aventura, turismo místico, turismo de playa, entre otros, es imprescindible realizar mejoras en la infraestructura turística y los servicios que brindan las empresas y gestores de estos tipos de turismo. Para ello también se requiere que las entidades Gubernamentales y privadas puedan involucrarse en la promoción de dichos atractivos, mediante campañas publicitarias y de sensibilización para que los turistas extranjeros, e incluso los nacionales conozcan la variedad de servicios que se ofrecen en Tacna, en cuanto al rubro del Turismo respecta.

BIBLIOGRAFÍA

a. Libros

- Baidal I. J. A. y F. J. Martínez. 1998. "La desestacionalización de la actividad turística en Benidorm". Valenciana D' Estudis Autònomic. Num. 25. IV Trimestre.
- INDEC. 2006. Metodología de las Encuestas de Turismo Internacional 2004, 2005 y 2006 (ETI).
- Limache, M. (2011) Las Maravillas Andinas y la Costa de Tacna. Tacna.: Editorial & Imprenta Ponce
- Pulido J. (2008) Turismo Rural. España. Síntesis Madrid.
- Ramírez C. (1993). Gestión Administrativa para Empresas Turísticas. México.: Editorial Trillas.
- Valdés L. (2004). El turismo rural: una alternativa diversificadora España.: Papeles de Economía española.
- Viñals M., Bernabé A. (1999). Turismo en Espacios Naturales y Rurales. Valencia.: Servicio de Publicaciones Camino de Vera
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Análisis de la

b. Web

- Oferta del Turismo Rural. Consultado el 15 de diciembre del 2011 de <http://www.promperu.gob.pe/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011). Circuito Turístico. Consultado el 12 de diciembre del 2011 de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (1998, 2000). Concepto de Turismo. Consultado el 12 de diciembre de <http://www.oecd.org/>
- Real Academia Española, (2010). Definición de Circuitos. Consultado el 12 de diciembre del 201 de <http://www.rae.com>
- Wikipedia, Enciclopedia Libre (2011). Tipos de Circuitos. Consultado el 14 de Diciembre del 2011 de <http://www.wikipedia.org/>
- WorldWildlifeFund (2001). Análisis de la Oferta de Turismo. Consultado el 12 de diciembre del 2011 de <http://peru.panda.org/>

ANEXOS

Anexo N°
Prueba de confiabilidad de la Encuesta
Alfa Crombach

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	136	91.9
	Excluidos (a)	12	8.1
	Total	148	100.0

a Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
.598	.526	12

Coefficiente de correlación intraclase

	Correlación intraclase(a)	Intervalo de confianza 95%		Prueba F con valor verdadero 0			
		Límite superior	Valor	gl1	gl2	Sig.	Límite inferior
Medidas individuales	.110(b)	.074	.157	2.485	135	1485	.000
Medidas promedio	.598(c)	.490	.691	2.485	135	1485	.000

Modelo de efectos mixtos de dos factores en el que los efectos de las personas son aleatorios y los efectos de las medidas son fijos.

a Coeficientes de correlación intraclase de tipo C utilizando una definición de coherencia, la varianza inter-medidas se excluye de la varianza del denominador.

b El estimador es el mismo, ya esté presente o no el efecto de interacción.

c Esta estimación se calcula asumiendo que no está presente el efecto de interacción, ya que de otra manera no es estimable.

Estadísticos de resumen de los elementos

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo/mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de los elementos	2.697	1.618	4.419	2.801	2.732	.718	12
Varianzas de los elementos	.812	.220	2.185	1.965	9.911	.324	12

4. ANEXOS

4.1 Matriz de consistencia

IT OS	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
DATOS	¿Qué relación existe entre la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013?	Determinar qué relación existe entre la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013.	Existe una relación significativa entre la oferta turística y demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013.		-
DATOS DE DESCRIPCIÓN	¿Cuál es la oferta turística que perciben los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013?	Analizar la oferta turística que perciben los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013.	La oferta turística que perciben los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013, está orientada al turismo urbano o ciudad.	Demanda Turística.	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia Turística. - Tiempo de visita. - Tipo de Turismo. - Programa de viaje. - Atractivo turístico. - Hospedaje. - Alimentación. - Guiado. - Transporte. - Información.
	¿Cuál es la demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013?	Analizar la demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013.	La demanda turística de los viajeros extranjeros que visitan la ciudad de Tacna, en el año 2013, está orientada al turismo rural.	Oferta Turística.	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia Turística. - Tiempo de visita. - Tipo de Turismo. - Programa de viaje. - Atractivo turístico. - Hospedaje. - Alimentación. - Guiado. - Transporte. - Información.

4.2 Instrumento de investigación.

1. **¿Cuáles su procedencia?**

2. **Edad:** _____3. **Sexo:** Masculino () Femenino ()4. **Estado Civil:** _____5. **¿Cuáles su grado de instrucción?**

- Primaria ()
- Secundaria ()
- Técnica ()
- Universitaria ()
- Maestría ()

6. **¿Ocupación?**

- Independiente ()
- Trabajador dependiente Privado ()
- Servidor Público ()
- Haciendo tareas del hogar ()
- Estudiante ()
- Jubilado o retirado ()
- Desempleado ()

7. **¿Con qué frecuencia realiza viajes por motivos de turismo?**

- Una vez al año ()
- Dos veces al año ()
- Más de Dos veces al año () Cantidad de veces:

8. **¿Cuál es el tiempo que utiliza para realizar viajes por turismo?**

- Menos de 12 Horas ()
- Un Día ()
- Dos Días ()
- Más de dos Días. () Cantidad en días:

9. **¿Cuáles son las principales tipos de turismo que acostumbra realizar?**

- Turismo cultural. ()
- Turismo de ciudad. ()
- Turismo histórico. ()
- Turismo de Salud ()
- Turismo de Compras ()
- Turismo Rural ()
- Turismo de aventura ()
- Turismo místico. ()
- Turismo de playa. ()
- Otros: Indicar:

10. **¿Utiliza una agencia u operador de turístico para realizar el viaje de turismo?**

- Si ()
- No ()
- Ocasionalmente ()

11. **¿Qué tipo de recursos turísticos gusta visitar?**

- Recursos Culturales ()
- Recursos Naturales ()
- Recursos en la ciudad ()
- Recursos fuera de la ciudad ()
- Otros () Indicar:

12. ¿Qué tipo de hospedaje gusta utilizar en sus viajes?

- Hotel ()
- Hostal ()
- Albergue ()
- Residenciales ()
- Casa de Familiares ()
- Apart Hotel ()
- Otros () Indicar:

13. ¿Qué tipo de establecimientos gusta frecuentar para alimentarse?

- Restaurante ()
- De comida rápida ()
- Cafeterías ()
- En el hospedaje ()
- Otros () Indicar:

14. ¿Utiliza el servicio de guía turístico cuando realiza viajes de turismo?

- Si ()
- No ()
- Ocasionalmente ()

15. ¿Qué tipo de transporte utiliza en el lugar que visita por motivos de turismo?

- Transporte público ()
- Transporte particular ()
- Propio ()

16. ¿Qué medio utiliza para obtener información del lugar a visitar por motivos de turismo?

- Internet ()
- Revistas ()
- Diarios ()
- Amigos, familiares ()
- Otros () Indicar: