



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN EN HOTELERÍA Y TURISMO

PROGRAMA ACADÉMICO DE HOTELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

**Canales digitales de marketing utilizados por los gestores de hospedajes y los
turistas extranjeros en la ciudad de Paracas**

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Hotelería

AUTOR(ES)

Anchante Palomino, Kelly Lisset

0000-0003-0100-257X

ASESOR(ES)

Vizarreta Vilcarromero, Walter Manuel

0000-0001-9841-4938

Lima, 26 de septiembre de 2024

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por el apoyo brindado durante toda mi carrera universitaria, así como a mi abuela y a Roberto por motivarme y guiarme a ser una mejor persona y profesional.

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación es conocer los canales digitales de marketing utilizados por los gestores de hospedajes y los turistas extranjeros en la ciudad de Paracas.

La presente investigación, en su primera fase cualitativa, tuvo un diseño constructivista interpretativo, identificando los canales digitales más usados por los hospedajes para captar turistas extranjeros en Paracas. En su segunda fase cuantitativa tuvo un diseño descriptivo no correlacional para identificar los canales digitales que consumen los turistas extranjeros en la elección de su hospedaje en Paracas.

El tamaño de muestra fue de 12 gestores de hospedajes, y 174 turistas extranjeros, y el muestreo en ambos casos fue no probabilístico por conveniencia. La técnica cualitativa fueron las entrevistas a profundidad y la técnica cuantitativa fue la encuesta. Se crearon dos instrumentos como la guía de indagación para las entrevistas y un cuestionario para las encuestas.

Los resultados de la investigación demuestran que los canales digitales de Marketing son utilizados por los gestores de hospedajes y los turistas extranjeros en la ciudad de Paracas. Entre los canales en mención, se encuentran las redes sociales, la página web, los metabuscadores, las reseñas de viaje con comentarios positivos en plataformas como *TripAdvisor* y el uso de las OTA's (*Online Travel Agency* en Inglés), principalmente *Booking*. Por otro lado, se evidencia el uso de canales digitales por gestores de hospedajes en Paracas con la finalidad de establecerse en el mercado y una mayor difusión para llegar a sus clientes potenciales.

Palabras claves: Canales digitales; Turistas extranjeros; Elección de hospedajes; Sector hotelero.

Digital marketing channels used by hotel managers and foreign tourists in the city
of Paracas

ABSTRACT

The general objective of this research is to know the digital marketing channels used by lodging managers and foreign tourists in the city of Paracas.

The present research, in its first qualitative phase, had an interpretive constructivist design, to identify the digital channels most used by lodging facilities to attract foreign tourists in Paracas. In its second quantitative phase, it had a descriptive non-correlational design to identify the digital channels consumed by foreign tourists when choosing their lodging in Paracas.

The sample size was 12 lodging managers, and 174 foreign tourists, and the sampling in both cases was non-probabilistic by convenience. The qualitative technique was in-depth interviews, and the quantitative technique was the survey. Two instruments were created as the inquiry guide for the interviews and a questionnaire for the surveys.

The results of the research show that digital marketing channels are used by lodging managers and foreign tourists in the city of Paracas. Among the channels mentioned are social networks, the website, metasearch engines, travel reviews with positive comments on platforms such as TripAdvisor and the use of OTA's (Online Travel Agency in English), mainly Booking. On the other hand, it is evident that the use of digital channels by lodging managers in Paracas to establish themselves in the market and a greater dissemination to reach their potential customers.

Keywords: Digital channels; Foreign tourists; Choice of lodging; Hotel sector.

u201611413_Kelly Lisset Anchante Palomino_Canales digitales de marketing utilizados por los gestores de hospedajes y los turistas extranjeros en la ciudad de Paracas

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

3%

2

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

dev.myhotel.cl

Fuente de Internet

<1%

4

repositorio.utp.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

5

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

6

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

7

docslide.us

Fuente de Internet

<1%

8

moon.clickhere.selfip.org

Fuente de Internet

<1%