



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“ESTRATEGIAS SOSTENIBLES Y SU INFLUENCIA  
EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN EMPRESAS  
TURÍSTICAS EN LAS ISLAS BALLESTAS, PARACAS,  
ICA 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**Autor:**

Darwin Vladimir Loayza Tena

**Asesor:**

Mg. Gisela Analy Fernández Hurtado

<https://orcid.org/0000-0002-0301-4825>

Lima - Perú

2022

## JURADO EVALUADOR

Jurado 1	José Renato Manchego Guerra	20054185
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

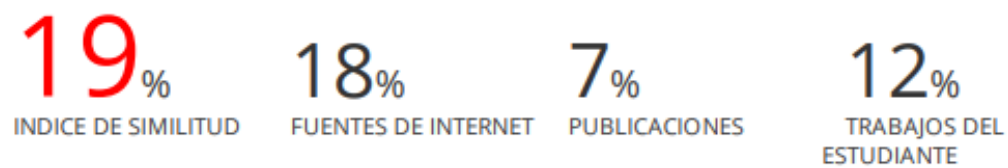
Jurado 2	Lilian Lissett Requejo Napan	40407946
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Manuel Alexander Lopez Uribe	41658633
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### TESIS

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Lampasas High School</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.rclis.org</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>www.polodelconocimiento.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>es.scribd.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional, por la fortaleza que me brindan para poder continuar y a mis hermanos que son una guía para seguir creciendo profesionalmente, a mis sobrinas (os) por contagiarme de su alegría y a mi amigo fiel, que me acompaña todas las amanecidas sin importarle la hora y el frío.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por estar siempre a mi lado, a mi familia por toda la motivación y apoyo que me brinda por cada proyecto que emprendo, A mi asesor, por la guía y orientación, por su paciencia por responder las preguntas, por su dedicación y actitud motivadora y por demostrar la importancia de terminar el trabajo de investigación, a la institución por brindar los materiales de trabajo y hacerlo más fácil este ciclo.

## Tabla de contenidos

<b>JURADO EVALUADOR.....</b>	<b>2</b>
<b>INFORME DE SIMILITUD.....</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>9</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>10</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1. Realidad problemática. ....</b>	<b>12</b>
<b>1.2. Formulación del problema.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.1. Problema General.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2. Problema Específico .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3. Unidad de estudio .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Delimitación .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4.1. Delimitación geográfica.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4.2. Delimitación temporal.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5. Justificación.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5.1. Justificación Teórica: .....</b>	<b>17</b>
<b>1.5.2. Justificación Metodológica.....</b>	<b>17</b>
<b>1.5.3. Justificación Práctica.....</b>	<b>17</b>
<b>1.6. Antecedentes .....</b>	<b>17</b>
<b>1.7. Marco teórico .....</b>	<b>23</b>
<b>1.7.1. Teoría que sustenta la investigación .....</b>	<b>23</b>
<b>1.7.2. Estrategias sostenibles .....</b>	<b>24</b>
<b>1.7.2.1. Conservación de recursos .....</b>	<b>25</b>
<b>1.7.2.2. Reducir la contaminación .....</b>	<b>27</b>
<b>1.7.2.3. Conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes.....</b>	<b>28</b>
<b>1.7.3. Afluencia de visitantes.....</b>	<b>29</b>

1.7.3.1.	Dimensión Participación Institucional .....	30
1.7.3.2.	Dimensión Ecológica .....	31
1.7.3.3.	Dimensión económica.....	32
1.7.3.4.	Sociocultural .....	34
1.8.	Objetivos.....	35
1.8.1.	Objetivo Generales. ....	35
1.8.2.	Objetivos Específicos .....	36
1.9.	Hipótesis .....	36
1.9.1.	Hipótesis General.....	36
1.9.2.	Hipótesis específicas.....	36
<b>CAPÍTULO II. MÉTODO .....</b>		<b>37</b>
2.1.	Enfoque de la investigación .....	37
2.2.	Tipo de investigación .....	37
2.3.	Nivel de investigación .....	37
2.4.	Diseño de la investigación .....	38
2.5.	Operacionalización de Variables.....	39
2.6.	Población y Muestra.....	40
2.6.1.	Unidad de análisis .....	40
2.6.2.	Población .....	40
2.6.3.	Muestra .....	41
2.7.	Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos .....	41
2.7.1.	Técnica .....	41
2.7.2.	Instrumento .....	41
2.8.	Validez del instrumento .....	42
2.9.	Análisis de confiabilidad .....	42
2.10.	Análisis de datos .....	42
2.11.	Procedimiento .....	43
2.12.	Aspectos éticos .....	43
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>		<b>44</b>
3.1.	Confiabilidad del instrumento .....	44

<b>3.2. Análisis descriptivo .....</b>	<b>45</b>
<b>3.3. Análisis inferencial.....</b>	<b>66</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>69</b>
<b>4.1. Discusión .....</b>	<b>69</b>
<b>4.2. Conclusiones .....</b>	<b>73</b>
<b>4.3. Recomendaciones .....</b>	<b>75</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>83</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de variables .....	39
<b>Tabla 2</b> Empresas turísticas de Paracas .....	40
<b>Tabla 3.</b> Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach .....	44
<b>Tabla 4.</b> Confiabilidad del instrumento de la variable estrategias sostenibles .....	44
<b>Tabla 5.</b> Confiabilidad del instrumento de la variable afluencia de visitantes .....	44
<b>Tabla 6.</b> Nivel de las estrategias sostenibles.....	57
<b>Tabla 7.</b> Nivel de la conservación de recursos .....	58
<b>Tabla 8.</b> Nivel de reducción de la contaminación.....	59
<b>Tabla 9.</b> Nivel de conservación de la biodiversidad .....	60
<b>Tabla 10.</b> Nivel de la afluencia de visitantes .....	61
<b>Tabla 11.</b> Nivel de la participación institucional .....	62
<b>Tabla 12.</b> Nivel de la afluencia ecológica.....	63
<b>Tabla 13.</b> Nivel de la afluencia económica.....	64
<b>Tabla 14.</b> Nivel de la afluencia sociocultural .....	65
<b>Tabla 15.</b> Influencia de las estrategias sostenibles sobre la afluencia .....	66
<b>Tabla 16.</b> Influencia de la conservación de recursos sobre la afluencia.....	67
<b>Tabla 17.</b> Influencia en la reducción de la contaminación sobre la afluencia .....	67
<b>Tabla 18.</b> Influencia de la conservación de la biodiversidad sobre la afluencia .....	68
<b>Tabla 19</b> Matriz de consistencia .....	83

## RESUMEN

Esta investigación se planteó como propósito determinar de qué manera las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, Paracas, Ica 2021. Para lograr su cometido, se empleó el enfoque cuantitativo con un tipo aplicada, nivel de investigación y con un diseño no experimental, por lo que empleó como muestra a 22 empresarios de las Islas Ballestas en Paracas, a quienes se les aplicó la técnica de encuesta con su respectivo cuestionario. Se encontró que estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas con una significancia 0.000 y con un grado de influencia de 60.9% según la perspectiva de los empresarios locales.

Cabe recalcar que, las estrategias sostenibles se presentan como la conservación de los recursos, la reducción de la contaminación y la conservación de la biodiversidad estando estos en niveles regulares; las cuales influyen en la afluencia de visitantes a nivel institucional, ecológica, económica y sociocultural; por lo que se le recomienda que emplee tácticas en la que se deben unir a las empresas, gobierno local y a los mismos pobladores para que mantengan sus fauna y flora de forma adecuada y eviten la extinción de sus especies, que son el principal motivo de la asistencia de los turistas.

**Palabras clave:** estrategias sostenibles, afluencia, turismo, conservación

## ABSTRACT

The purpose of this research was to determine how sustainable strategies influence the influx of visitors to tourism businesses in the Ballestas Islands, Paracas, Ica 2021. To achieve its purpose, the quantitative approach was used with an applied type, research level and a non-experimental design, so it used as a sample 22 entrepreneurs of the Ballestas Islands in Paracas, to whom the survey technique with its respective questionnaire was applied. It was found that sustainable strategies influence the influx of visitors in tourism businesses with a significance of 0.000 and a degree of influence of 60.9% according to the perspective of local entrepreneurs. It should be emphasized that sustainable strategies are presented as the conservation of resources, the reduction of pollution and the conservation of biodiversity, these being at regular levels; which influence the influx of visitors at the institutional, ecological, economic and sociocultural levels; therefore, it is recommended to employ tactics in which companies, local government and the inhabitants themselves should join to maintain their fauna and flora in an adequate way and avoid the extinction of their species, which are the main reason for the attendance of tourists.

**Keywords:** sustainable strategies, affluence, tourism, conservation

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática.

En los últimos años, el turismo sostenible se ha venido incentivando para contrarrestar las amenazas que puede traer el turismo no gestionado; asimismo, tiene como objetivo minimizar el daño ambiental y cultural, optimizar la satisfacción del visitante y maximizar el crecimiento económico a largo plazo de la región; por lo que es una forma de obtener un equilibrio entre el potencial de crecimiento del turismo y las necesidades de conservación del medio ambiente (Pan et al., 2018).

Por ello, internacionalmente, el turismo no ha sido lo mismo desde la pandemia, siendo que, para estimular nuevamente este sector, se han formulado estrategias sostenibles y solventes, como un plan de ayuda para las empresas de turismo, acceso progresivo a paquetes turísticos con promociones muy económicas, para generar recursos económicos para no reducir el PBI de cada país (Padilla et al., 2020). Al inicio de la crisis sanitaria el 100% de los destinos turísticos estaban restringidos; así mismo, los posibles rebrotes o mutaciones de las variantes no permiten mejorar la afluencia de los turistas en las zonas turísticas, pero la OMT y la OMS trabajan constantemente con los gobiernos para invertir esta situación y lo primero es poner las dos dosis de las vacunas y de esta forma se evitará el riesgo o la incertidumbre del turista (Andreu et al., 2020).

El impacto de la pandemia en el turismo de Sabah comenzó en enero de 2020, debido a la prohibición de entrada de turistas por parte del gobierno de Sabah para contener la propagación de Covid-19 en ese momento; se registró una fuerte disminución de la llegada de turistas internacionales del 52,7 %, combinada con una disminución del 21,3 % de turistas nacionales; esta situación empeoró después de la restricción nacional de vuelos nacionales e internacionales en abril y mayo, cuando las llegadas de turistas cayeron a un mínimo histórico del 98 %, lo que provocó que las empresas de viajes tuvieran ingresos cero. Uno de los aspectos más destacados

para un turismo más sostenible en Sabah es revisar y cambiar el actual enfoque masivo de llegadas de turistas a un turismo de alto valor para proteger el medio ambiente y, al mismo tiempo, mejorar aún más los ingresos generados por las actividades turísticas (Ching, 2021).

Según el comercio exterior de México, los ingresos por turismo internacional ascendieron a 1.3 billones de dólares en el cierre del 2014, un crecimiento real anual de 3.7% comparado con el 2013, la pandemia freno toda las posibilidades y las predicciones para mejorar los ingresos económicos de esta actividad y paralizó los planes de generar más empleos dignos y mejorar la calidad de vida de la población donde su principal fuente de ingreso son el turismo (De la Madrid, 2021).

A nivel nacional, en Ayacucho, según, Chinchay et al. (2020) sin la promoción clave de estrategias que promuevan el desarrollo sostenible del turismo, los potenciales consumidores/turistas no serían capaces de observar la oferta turística disminuyendo la demanda de visitas en el territorio nacional; sin la afluencia turística se pierden diferentes beneficios económicos; para recuperar a los turistas nacionales e internacionales se proponen tres fases para la recuperación de este sector y mejorar la afluencia de visitantes en esta época de pandemia, establecer las condiciones de los espacios turísticos, diseñar un plan de reactivación e implementar y realizar su seguimiento, para esto se priorizará espacios turísticos con mayor capacidad de visitantes, los visitantes deberán cumplir ciertas reglas sanitarias y de esta forma se ofertarán los destinos sostenibles.

En Utcubamba, no se utilizan técnicas de pronóstico para establecer objetivos de desarrollo sustentable, llegando a tener efectos directos sobre el empleo y los ingresos; así mismo, indirectamente como medio para estimular la demanda secundaria en otros sectores de la economía; los problemas del desarrollo del turismo se identifican por el impacto de la recesión y las crisis de la pandemia, la inestabilidad política y la falta de promoción, capacitación y

mantenimiento de las instalaciones; lo que proporciona una la falta de enfoque estratégico integral que debilita la identidad cultural (Llanos et al., 2021).

A nivel local, específicamente en las Islas Ballestas ubicadas en la localidad de Paracas – Ica, se encontraron una serie de factores que afectaron el turismo, generando que la afluencia de clientes a las empresas turísticas disminuyera considerablemente; por ello estas empresas se vieron afectadas no sólo en el ámbito de afluencia de clientes, sino que se tuvieron que cerrar empresas, despedir a muchos colaboradores, conllevando a que se pierdan muchos empleos, puesto que las empresas no contaban con liquidez para cubrir con los sueldos del personal; aunado a lo anterior, debido a las disposiciones gubernamentales por la propagación del virus Covid-19, se propuso la inmovilización restringida de las personas, así como más restricciones para realizar viajes al interior y exterior del país; dicha situación ha afectado a la pobladores de la zona turística debido a que es su única fuente de ingreso, dando como consecuencias un impacto negativo en la economía de los locales; así mismo, se hallaron diversos problemas que se suscitan en las Islas Ballestas como, la carencia de estrategias sostenibles, vinculadas a la reducción de la contaminación, conservación de los recursos y la biodiversidad; así como una delimitación en cuanto a los circuitos y al ofrecimiento adecuado del servicio respecto al acceso, así como las alianzas débiles con las empresas de turismo, también ha ocasionado la disminución de turistas que recurran a empresas turísticas para ir a ese destino; por lo que estos elementos mencionados, afectan las prácticas sostenibles del turismo, puesto que, impide que exista un correcto turismo, conllevando a una excesiva afluencia de visitantes y una degradación del entorno; caso contrario a lo que sería una correcta sostenibilidad que requiere que el turismo y las empresas turísticas sean responsables y respetuosos con el entorno. Siendo explicado algunas deficiencias y factores que ocasionan una disminución en la afluencia de clientes, así como el reconocimiento y competitividad de las empresas turísticas, fue necesario llevar a cabo un estudio de estrategias sostenibles que se deben implementar para optimizar las dificultades

y falencias halladas. En ese contexto, dado que tanto la infraestructura turística como el potencial turístico no se aprovechan al máximo, es necesario desarrollar, diversificar y promover el turismo, buscando mejorar el desempeño de las empresas que operan en el sector turístico mediante la mejora de la calidad del servicio y promoción efectiva del turismo, estimular y apoyar empresas privadas viables a través de las actividades desarrolladas en este campo.

Se debe proporcionar a los formuladores de políticas un enfoque sistemático para administrar sus esfuerzos y actividades turísticas, brindando algunas ideas sobre la formación de la política de turismo en términos de su potencial para atraer flujo turístico. El turismo, como parte de una estrategia sistemática de crecimiento económico, tiene el potencial de contribuir significativamente a las aspiraciones sociales y económicas de la población, pudiendo capitalizar su rica historia y tradición para asegurar un futuro económico.

Las estrategias sostenibles a corto plazo son apoyo económico a las empresas de turismo, promocionar las nuevas actividades turísticas de la zona, de esta forma la recuperación económica sería más rápida, también una estrategia sería inmunizar a toda la población de paracas que son muy pocos, para que puedan recibir a los turistas sin ninguna preocupación siempre cumpliendo normas sanitarias y aumentar la afluencia de público se realizará con las nuevas actividades turísticas, como son paseo en yate, deportes extremos, vuelo en parapente, vuelo en globo por las playas y las islas de nazca, promocionar de manera agresiva por todo los medios posibles las nuevas actividades, con descuentos familiares o en pareja, luego de estar encerrado por más de un año, estas actividades son un buen desestresarte debido a la adrenalina de las actividades.

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. Problema General.**

¿De qué manera las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?

### **1.2.2. Problema Específico**

- ¿La conservación de recursos influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?
- ¿La reducción de la contaminación influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?
- ¿La conservación de la biodiversidad influye en la afluencia de visitantes en las empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?

### **1.3. Unidad de estudio**

**Unidad de estudio:** Empresa turística de Las Islas Ballestas, Paracas, Ica.

### **1.4. Delimitación**

#### **1.4.1. Delimitación geográfica**

El estudio se desarrolló en las Islas Ballestas, Paracas, Ica.

#### **1.4.2. Delimitación temporal**

El estudio se desarrolló en el año 2021.

### **1.5. Justificación.**

En el campo de investigación y de conocimiento empresarial, la presente investigación se enfoca en la indagación de estrategias empresariales sostenibles para optimizar la afluencia de clientes en empresas del sector turístico de las Islas Ballestas, en la localidad de Paracas; por lo que llevar a cabo esta investigación permite brindar una discusión más amplia y detallada sobre el vínculo que tienen las estrategias más razonables que emplean las empresas para generar mayor afluencia en las organizaciones del sector, de tal manera que se logre un crecimiento y reconocimiento a nivel empresarial.



### **1.5.1. Justificación Teórica:**

Este estudio tiene algunas contribuciones teóricas a la discusión de las estrategias sostenibles y la afluencia de visitantes. Para empezar, amplía el conocimiento de las estrategias sostenibles relacionadas a la actividad empresarial del sector turístico en la zona de las islas ballestas en la ciudad de Paracas, Ica; aportando al cuerpo de la literatura y comunidad científica.

### **1.5.2. Justificación Metodológica**

El presente estudio buscó la medición concreta de las variables, mediante la aplicación de la técnica de la encuesta y una estructuración del instrumento del cuestionario dirigido a ambas variables buscando la influencia entre las dimensiones, los cuales han sido evaluados bajo los criterios de la validez y confiabilidad.

### **1.5.3. Justificación Práctica**

El desarrollo del estudio permitió conocer cómo mejorar la afluencia de turistas, donde los investigadores mediante la aplicación del instrumento e interpretación de resultados se presentaron conclusiones y recomendaciones que en su aplicación puedan solucionar la problemática, siendo estos conocimientos de alcance público. También tuvo implicaciones gerenciales, como el predictor de las dimensiones que tienen mayor influencia sobre la afluencia en las empresas turísticas para que los administradores de destinos y los gestores de decisiones puedan considerar detenidamente y tomar mejores decisiones.

## **1.6. Antecedentes**

A continuación, se presentan los antecedentes internacionales; Gebreegziabher y Kumar, (2019). En su artículo “Association between tourist satisfaction and tourism development in Ethiopia” [Asociación entre la satisfacción del turista y el desarrollo del turismo en Etiopía], tuvo como objetivo “examinar la relación estructural entre la satisfacción del turista y las dimensiones del turismo patrimonial sostenible en Tigra”. Estudio no experimental, transversal, mediante técnica de encuesta. Estudió una muestra de 392 turistas. Se solicitó a los encuestados

que expresaran su acuerdo previo consentimiento informado, respondieron el instrumento que consta de las dimensiones de características sociodemográficas, integridad física, eficiencia de recursos, igualdad social, que mide la satisfacción del turista; y el segundo que contiene las dimensiones económica, ambiental, sociocultural e institucional, que mide el turismo. Se encontró que la sostenibilidad sociocultural es el predictor más fuerte del turismo ( $p = 0,020$ ,  $b = 0,28$ ) seguido de sostenibilidad institucional ( $p = 0,019$ ,  $b = 0,26$ ) y sostenibilidad económica ( $p = 0,029$ ,  $b = 0,13$ ). Concluye que la sustentabilidad ambiental no es un predictor significativo.

Saluja et al. (2022) en “Sustainable strategies for the development of VARKALA residents through tourism” [Estrategias sostenibles para el desarrollo de los residentes de Varkala mediante el Turismo], investiga el impacto del turismo en la comunidad local y las estrategias alternativas de subsistencia para los residentes de Varkala. Los fines y objetivos de la investigación se logran mediante el uso de un enfoque de método mixto considerando el cualitativo y cuantitativo. Se prepararon cuestionarios semiestructurados para 100 hogares y se realizaron entrevistas cara a cara detalladas con los 13 informantes principales. Los datos se analizaron mediante correlación, análisis de regresión y pruebas ANOVA. Los hallazgos muestran que el turismo ha aumentado las oportunidades de empleo para los lugareños en las comunidades en cuestión (media = 4,70), ha estimulado la inversión en infraestructura por parte de los sectores público y privado (media = 4,50) se ha traducido en un aumento de las instalaciones recreativas (media = 3,65) y ha estimulado el desarrollo empresarial (media = 4,04). Concluye que el turismo es la principal fuente de sustento para las comunidades locales en Varkala. Si bien las actividades turísticas en el área de estudio brindan una fuente significativa de sustento, es imperativo encontrar estrategias alternativas para generar ingresos, debido a la inestabilidad y la estacionalidad de la industria del turismo.

Tosun et al. (2020). En su artículo “Tourism development through the image of the place” [Desarrollo turístico mediante la imagen del lugar], tuvo como finalidad examinar la relación entre la imagen del lugar y la percepción del turismo en el impacto al turismo. Con Urgup, Turquía, como contexto de estudio toma en cuenta una muestra de 336 individuos. Se realizaron análisis estadísticos tanto descriptivos como explicativos. El estudio piloto reveló que existe un nivel satisfactorio de consistencia interna entre las variables. El cuestionario resultante constaba de dos partes principales con varias subsecciones. La primera parte consta de tres dimensiones que incluye preguntas de escala Likert sobre la imagen del lugar, los impactos positivos del turismo y el apoyo al desarrollo turístico, este último compuesta por tres dimensiones: económica, sociocultural y ambiental. Para las percepciones de los impactos ambientales ( $R^2 = .25$ ) y económicos ( $R^2 = .25$ ) son positivos para el turismo; sin embargo, el entorno social no tuvo un impacto significativo. Concluye que, la gente del lugar y es un actor importante en el desarrollo turístico local y se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de las actividades.

Parwati et al. (2020) en “Sustainable strategies for tourism development in Red Islands Beach” [Estrategias sostenibles para el desarrollo turístico en Red Islands Beach] tuvo como objetivo formular una política de desarrollo de turismo marino sostenible en Red Islands Beach en Banyuwangi Regency. Los datos se obtuvieron mediante la realización de FGD y la distribución de cuestionarios a 10 informantes clave que consistían en el presidente de Pokmas, el gerente de alojamiento familiar, el presidente de BUMDES en Sumberagung Village, académicos, Ecoranger, gerentes de restaurantes y la gerencia de bancos de residuos. Los datos se analizaron utilizando una estrategia de análisis FODA para describir factores internos (IFAS) y factores externos (EFAS). Los resultados de la puntuación IFAS mostraron el valor de las Fortalezas (3.337) y las Debilidades (2.979), mientras que los factores externos mostraron el valor de la oportunidad (3.135) y las amenazas (3.224). Concluye que, la planificación y

desarrollo de estrategias para lograr un turismo sostenible se debe realizar mediante la implementación de sinergias entre la comunidad, los actores, el gobierno y las empresas. La estrategia consiste en mejorar la calidad de los recursos humanos en el campo del turismo y educar a la comunidad para ayudar a preservar el medio ambiente al involucrar a los turistas para que reciclen los desechos que han sido clasificados. Se pueden crear más atractivos a partir del proceso de elaboración de artesanías con residuos reciclados.

Gebreegziabher y Kumar (2019) en su artículo “sustainable tourism development and association with tourist satisfaction in Tigray, Ethiopia” [Desarrollo del turismo sostenible y asociación con la satisfacción del turista en Tigray, Etiopía], con el objetivo de explorar un marco de indicadores de sostenibilidad turística de los complejos ecológicos. Se realizó un estudio cuantitativo para evaluar los indicadores de sostenibilidad; el cuestionario constaba de seis secciones: gestión ambiental (19 ítems), gestión económica (36 ítems), gestión sociocultural (14 ítems), ciencia y tecnología (4 ítems), gestión de recursos humanos (10 ítems) y gobierno. política (6 artículos). Las respuestas a los ítems se clasificaron en una escala de Likert de 5 puntos; utilizando un método de muestreo intencional se eligieron 25 expertos (13 académicos interesados en el turismo sostenible, siete funcionarios gubernamentales a cargo de asuntos turísticos y cinco operadores de empresas turísticas). El análisis reveló que el peso de la gestión ambiental (0,362) fue superior a los pesos de las otras dimensiones (rango: 0,192-0,097). El desempeño del balneario se evaluó en términos de importancia y desempeño. Este estudio sugiere que el consumo de energía y agua y la gestión de residuos son indicadores importantes de sostenibilidad en la dimensión de gestión ambiental.

A nivel nacional, según Zavaleta (2020) afirma en su tesis “El turismo ven condiciones básicas para el desarrollo del caserío de Cotra” tuvo como finalidad estudiar las circunstancias para el desarrollo del distrito de Salpo Provincia de Otuzco la Libertad 2020. El enfoque del estudio fue no experimental, descriptivo y transversal, se utilizó un muestreo por conveniencia

con 30 individuos, el instrumento se divide en aspectos de la situación general, accesibilidad, servicios básicos, recursos materiales, recursos nacionales y aspectos sociales y políticos. Los hallazgos señalan que el 37% no conocen absolutamente nada del turismo en su zona, las carreteras están en mal estado (43%), de acuerdo a los recursos naturales el paisajismo se encuentra en una situación agradable. Concluye que, las condiciones del turismo en el caserío son adecuadas para el desarrollo, debido al interés por parte de las autoridades correspondientes y los pobladores en su disposición para desarrollar las actividades económicas como agricultura y ganadería.

Villena en su tesis (2020) “Turismo y características en el distrito de San Pedro de Lloc” busco establecer las cualidades que presenta el asentamiento humano de Puémape; desarrolló un estudio no experimental, transversal y descriptivo con una muestra de 5 instituciones que funcionan como medios turísticos. Toma como base al autor Durst y Armstrong (1980) y Smith y Eadington (1992) para la variable turismo. Los hallazgos muestran que cuenta con señalización en un 100% dentro y fuera del destino turístico, se encontró interés por parte de los empresarios para el desarrollo del turismo (67%). Se concluye que, el desarrollo del turismo se da gracias al buen transporte, restaurantes y hoteles que cuentan con las características necesarias para su consecución, además cuenta con los servicios básicos de agua luz y desagüe; se practica actividades de aventuras cerca de la playa y en los paisajes naturales, el transporte está organizado para trasladar desde la ciudad hasta las zonas turísticas, ya cuenta con una economía sustentable y de mejora de las zonas y de las vías de acceso.

Aredo y Gamboa (2019) en su tesis “Promoción del desarrollo turismo mediante el uso de marketing y redes sociales” tuvo como propósito establecer la asociación de las redes sociales en la promoción turística del destino Túcume – Lambayeque, año 2019”. Toma como base a Acerenza (2005) para la promoción turística y para redes sociales considera a Moreno (2005). La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y transversal, con una muestra de

383 turistas que llegaron a Túcume mediante el uso de redes sociales. Los resultados muestran que la difusión de información se encuentra en un estado débil sólo el 24% fue invitado a ferias a actividades de difusión, la publicidad en un 34% refleja los atractivos del distrito y solo el 43% ha podido encontrar información en televisión, radio y diarios. Concluye que, no existen paginas oficiales para la promoción del destino, llegando a la conclusión que las redes sociales son herramienta importante para promocionar lugares y actividades turísticas, además de ser una buena estrategia para implementar y dar a conocer nuevos lugares de turismo, además de conocer lo positivo y lo negativo de acuerdo a la reseña de los turistas, donde informan o se quejan de su buena o mala experiencia, una estrategia que se usa para incentivar más el turismo en nuestro país.

Pinedo (2019) en su tesis “Actividades para el desarrollo del turismo en Jequetepeque” sostiene como objetivo establecer los lineamientos necesarios para el desarrollo de las operaciones turísticas en el Distrito de Jequetepeque. La metodología es no experimental de tipo transversal. Toma como base a MINCETUR (2008) para la definición de la variable turismo. Los resultados muestran que el 87% de la población concuerda que esto es nueva forma de generar ingresos económicos para la zona y los negocios de los alrededores para ser sostenibles en el tiempo; también hacer actividades para hacer o dar a conocer las zonas históricas, la crianza de caballo de pasos, así como el paseo por estos medios y la iglesia que se levanta demostrando la historia de la colonización. Identificar los componentes culturales e infraestructura básica de la zona de Jequetepeque llegando a la conclusión que la zona cuenta con condiciones culturales, naturales y de gastronomía capaces de generar interés e los turistas, además

Suarez (2016) en su tesis “Análisis de del circuito turístico mediante el estudio de recursos turística” tuvo el objetivo de establecer el grado de los recursos turísticos de la Provincia de Chepén, toma en cuenta a López (2010) para la variables, en cuanto a la metodología el estudio

es no experimental, transversal y descriptivo, considerando como muestra a todos los recursos turísticos de la provincia. Los hallazgos muestran que, hay oficinas de información dentro de las municipalidades (16%). Se llegó a la conclusión que los recursos turísticos culturales no se están explotando de forma eficiente, la mayoría se encuentra en jerarquía 1 quiere decir que no tiene mucha promoción para incentivar a su visita, algunos ya están en la jerarquía 2 pero aun así no cuenta con la suficiente visita por parte de los turistas, sin embargo una buena promoción por medio de canales digitales y de la municipalidad de la zona se explotaría de forma eficiente los recursos naturales y mejoraría la economía de la zona.

## **1.7. Marco teórico**

### **1.7.1. Teoría que sustenta la investigación**

La teoría de la visión basada en recursos, se ha adoptado durante mucho tiempo en la investigación de gestión estratégica; establece que una empresa desarrolla una ventaja competitiva no solo porque adquiere, sino también porque desarrolla, combina y utiliza sus recursos naturales, humanos y organizacionales de manera que agregan valor único y son difíciles de emular para los competidores. Además, la adopción de estrategias sostenibles podría ayudar a las empresas a desarrollar valores sostenibles y obtener una ventaja competitiva sostenida; la combinación de recursos sustentables y de tecnología de la información permite a las empresas desarrollar habilidades sustentables y aumentar su desempeño (Chahal et al., 2020).

La teoría de las partes interesadas propuesta por Freeman, abarca a las diversas instituciones, grupos e individuos que impactan la existencia sostenible de un fenómeno y son alcanzados por el mismo; sostiene el autor que al optimizar el valor de las partes interesadas, optimizará también la valoración de toda la organización, puesto que el comportamiento razonable y ético de las compañías incide en la sociedad a la que busca ofrecer sus servicios y/o productos; por lo que en consecuencia (Ajike y Adefulu, 2021).

Asimismo, la teoría de la acción racional, comprende que las relaciones entre empresa y cliente, deben estar basadas en la razón, siendo que la actitud de los individuos trasciende por un procedimiento basados en factores cognitivos para fomentar sus intenciones; sin embargo, influyen también los factores sociales, ecológicos, económicos y culturales (Fernandes et al., 2020).

De igual forma, se tiene que lo clientes buscan y acuden a las empresas que operan sus actividades comerciales de forma ética, y que estas no tengan impactos negativos sobre el medio y entorno ambiental; por lo que las organizaciones que realizan responsabilidad social en el aspecto ecológico, desarrollan soluciones para los problemas de la sociedad, se orientan a la sostenibilidad del medio ambiente generan mayor atracción a los clientes (Van y Duy, 2020).

### **1.7.2. Estrategias sostenibles**

El turismo se refiere al movimiento temporal de personas a un lugar en particular, ya sea por placer o por trabajo. Por esa razón, las estrategias del turismo sostenible también deben mantener un alto nivel de satisfacción del turista y garantizar una experiencia significativa para los turistas, sensibilizándolos sobre temas de sostenibilidad y promoviendo prácticas de turismo sostenible entre ellos (Cedeño et al., 2020).

El turismo está emergiendo rápidamente como la industria más grande del mundo y es una industria de gran alcance. Incluye la industria de la hospitalidad y el transporte junto con muchas industrias pequeñas relacionadas con el sector. Es una actividad económica importante a nivel mundial y las economías de muchas naciones se basan únicamente en el turismo (Yépez et al., 2021).

Por lo que, en esta investigación las estrategias sostenibles se definen como, aquellas que deben mantener un alto nivel de satisfacción del turista y garantizar una experiencia significativa para los turistas, sensibilizándolos sobre temas de sostenibilidad y promoviendo prácticas de turismo sostenible entre ellos (Tshipala et al., 2019).



Por lo que, el desarrollo de las estrategias sostenibles requiere de la implementación de innovaciones con el fin de tener éxito; además que todas las inversiones, acciones y resultados deben tener propósitos específicos; los cuales están relacionados a múltiples factores como los recursos humanos, las condiciones, la estructura del mercado, la aceptación social y los modelos de negocio (Hernández y Céspedes, 2020).

Entonces, a partir de la literatura encontrada, se pudo determinar que las estrategias sostenibles comprenden un conjunto de aspectos que están enfocados en la preservación y cuidado del medio ambiente, de tal forma que las organizaciones deben considerar tomar conciencia sobre los límites en el desarrollo de sus actividades económicas, siendo que estas sean ejecutadas dentro del plano sostenible y eco amigable con el entorno.

#### **1.7.2.1. Conservación de recursos**

Hace referencia al empleo racional consciente de los recursos que brinda el ambiente natural, de tal forma que se asegure la continuidad y permanencia de dicho recurso ofrecido por la propia naturaleza, ello sin modificar sus condiciones y espacio; propiciando de esta manera un ambiente ameno y agradable para la permanencia y existencia de los recursos (Molina, 2019).

La supuesta remuneración de este crecimiento del turismo incluye una mayor curiosidad turística y el apoyo a la conservación; el turismo de vida silvestre también puede contribuir positivamente a la conservación y la economía (Ngoozi, 2020; Cedeño y otros, 2020). Para que la conservación tenga éxito a largo plazo, debe promoverse tanto dentro como fuera de las áreas protegidas, y debe incorporarse a las realidades de las economías modernas y satisfacer las necesidades de las personas (Parra y Montealegre, 2020).

Por lo que, conservar los recursos comprende principalmente de una concientización sobre el cuidado de los recursos, debido a que representan parte fundamental de la naturaleza, caso contrario, a largo plazo las empresas de turismo se verán perjudicadas, debido al deterioro del recurso, generando menor afluencia a dicho lugar turístico.

### – **Vida silvestre sostenible**

Para mantener y mejorar la calidad de la integridad física se debe evitar la degradación física y visual del medio ambiente, mediante la cosecha de especies de vida silvestre sólo para uso sostenible, como uso de especies autóctonas de flora para paisajismo y restauración; así mismo, emplear la promoción y enseñanza de conceptos tangibles de conservación de la vida silvestre (Hernández y Céspedes, 2020).

La vida silvestre y su hábitat natural deben protegerse y gestionarse de manera sostenible; por lo que para lograr esto, será fundamental el diseño de programas de conservación social y económicamente sostenibles (Vikrama et al., 2021). Asimismo, comprende la conservación del conjunto de animales y vegetales que comprenden parte fundamental del ecosistema en donde no interviene el humano (Samamé, 2022).

En ese sentido, se traduce la vida silvestre sostenible como aquel mecanismo que se emplea para asegurar la protección de la vida silvestre, de tal forma que se gestione de manera razonable el hábitat natural donde se encuentran estas especies, generando la promoción de los mismos y con ello incentivar la afluencia de turistas.

### – **Vida silvestre regulada**

Para apoyar la diversidad biológica, se realiza la conservación de áreas naturales, hábitats y vida silvestre y minimizar el daño a los mismos, no se permite la tenencia de vida silvestre en cautiverio, a excepción de las debidamente reguladas (Samamé, 2022). El comercio de vida silvestre mejor regulado y, en particular, mejores controles sobre la actividad ilegal, son una parte necesaria de una respuesta eficaz que apoya la conservación y el desarrollo sostenible (Roe et al., 2020). Puesto que, se tiene como objetivo el proteger el aprovechamiento, manejo y restauración de la conservación de la vida silvestre (Gutiérrez y Velázquez, 2022).

### **1.7.2.2. Reducir la contaminación**

Comprende la disminución de las cantidades de contaminantes que produce el ser humano, lo cual implica realizar prácticas de reutilización, que implica seguir usando materiales o productos que se tienen a disposición por el mayor tiempo posible (Medina, 2019). Además, en el campo del desarrollo de programas de turismo mediante la adopción de diferentes herramientas se puede lograr los deseos de los turistas por un lado y reducir los efectos negativos de las organizaciones en la salud humana y de otro tipo (Awad y Awad, 2020).

Por lo que, en el ámbito empresarial, la reducción de los contaminantes, se traduce en cambios en beneficio al medio ambiente y también a favor de las ventajas económicas; lo cual conlleva a que la organización se vuelva más competitiva frente a su competencia en el mercado empresarial.

#### **– Plan de manejo de residuos sólidos**

Es aquella herramienta que permite desarrollar todas las gestiones y manejos de los residuos sólidos, siendo que, estos procedimientos son consecuencia de un proceso concertado y coordinado entre funcionarios y autoridades municipales y representantes de las instituciones privadas, públicas y locales (Silva et al., 2021). Por lo que, las empresas de turismo deben abarcar la conservación del medio ambiente, energías renovables, conservación de fauna y flora, buen manejo de residuos sólidos y aprovechamiento de productos amigables con el ambiente (Ming et al., 2020).

Siendo que, las empresas al contar con un plan de manejo sólidos, van a poder desarrollar una mejor gestión, puesto que, es resultado de un proceso arduo y coordinado, el cual va a permitir conservar de manera más organizada el medio ambiente, energías renovables, conservación de fauna y flora y los residuos sólidos.

#### **– Prácticas para reducir la contaminación**

Entre las prácticas para reducir la contaminación se encuentra el control de las emisiones de gases de efecto invernadero, la implementación de un plan de manejo de residuos, minimizar el uso de productos químicos nocivos e implementar prácticas para reducir todas las formas de contaminación (Awad y Awad, 2020).

Por lo tanto, los gestores de las empresas turísticas requieren de tomar conciencia sobre las prácticas comerciales que desarrollan, puesto que representa un beneficio para la imagen que proyectan hacia los clientes, de tal manera que incentiven la influencia a estas empresas que tienen prácticas responsables con el medio ambiente.

### **1.7.2.3. Conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes**

Corresponden a todas aquellas acciones que se realizan con el propósito de conservar a ejemplares o una proporción que represente a la naturaleza, de todos aquellos daños provocados por el deterioro (Martínez et al., 2019). Así mismo, la conservación de los ecosistemas, comprende un pilar central dentro de la subsistencia de la humanidad, puesto que los seres vivos se vinculan entre sí, y en caso de que se alteren las condiciones, se pueden generar perjuicios ambientales, conllevando a afectar a las empresas que ofrecen servicios turísticos (Zaimés et al., 2019).

De igual manera, se entiende que el cuidado y preservación de los paisajes, permite garantizar el mantenimiento de los medios ambientales, de tal forma que se puedan satisfacer las necesidades básicas del humano.

#### **– Desarrollo de políticas amigables**

Desarrollar una normativa que esté orientada a la conservación del medio ambiente, busca incentivar la protección a los ecosistemas y la propia naturaleza; así como sus servicios y bienes, impulsando acciones en respuesta al cambio climático la reducción de la contaminación y deforestación (Carvajal et al., 2021). Por lo que, se deben desarrollar políticas que favorezcan

productos amigables con el medio ambiente, brindando productos ecológicos y buscar formas de reducir su uso.

– **Fomento de uso de energía renovable**

El fomento de uso de energía renovable debe realizarse mediante la medición del consumo energético y fomento del uso de renovables; así mismo es importante medir el consumo de agua y adoptar medidas para disminuir su uso, la reducción y, en última instancia, la eliminación del consumo de combustibles fósiles y el aumento del uso de energías renovables ha surgido como una estrategia de mitigación destacada (Dogru et al., 2020).

### **1.7.3. Afluencia de visitantes**

El turismo tiene muchos efectos que afectan directamente a la comunidad local. Aunque se considera que el turismo afecta a la comunidad local solo social y culturalmente en primer lugar, ha pasado a primer plano en el desarrollo del turismo que la comunidad local debe ser considerada como un accionista importante, especialmente en la planificación y el fenómeno del turismo sostenible (Prihanti et al., 2019).

El significado y la intensidad de los efectos de la movilidad turística en un destino turístico pueden variar en función del número de turistas y de la naturaleza del destino. El impacto puede ser físico, económico o social, y la comunidad local puede agregar un significado positivo o negativo a estos efectos (Farkas et al., 2022). Es importante para el desarrollo turístico investigar en qué medida la comunidad local se ve afectada por los efectos emergentes y su satisfacción con el desarrollo turístico (Uslu et al., 2020).

La afluencia de visitantes se considera un proceso dinámico que involucra factores desafiantes además de las oportunidades que brinda, hace uso óptimo de recursos ambientales, respeta la autenticidad sociocultural de comunidades anfitrionas y proporciona beneficios socioeconómicos a las partes interesadas mientras protege y mejora las oportunidades para el

futuro; asimismo, establece tres elementos la participación institucional, económica, ecológica y sociocultural (Obradović et al., 2020).

Por lo que, en esta investigación la afluencia de visitantes se define como, aquel grupo de visitantes de un lugar determinado que buscan complacer sus requerimientos de viaje, haciendo consumo o uso de servicios o bienes turísticos; además que, este grupo de individuos, planean viajar incentivados por diversos factores (Naranjo y Martínez, 2022).

### **1.7.3.1. Dimensión Participación Institucional**

La dimensión participación institucional indica procesos participativos de toma de decisiones, incluida la participación y el compromiso público; proporciona un marco relativamente holístico para pensar, comprender y analizar la sostenibilidad del turismo (Farkas et al., 2022). Además, mide la forma en que las instituciones turísticas abordan la gestión de la sostenibilidad, la formación del personal, las infraestructuras, etc. y proporciona información importante sobre dónde es probable que los impactos directos e indirectos de la sostenibilidad del turismo sean mayores (Giannoukou y Beneki, 2018). De tal forma, que las empresas que apoyan con la conservación del ecosistema, obtienen como beneficios, el reconocimiento y una mejor percepción por parte del público.

#### **– Participación en el turismo**

Los residentes son actores importantes en el proceso de desarrollo turístico ya que se ven directamente afectados, durante la planificación turística puede contribuir al desarrollo de actitudes más positivas hacia el turismo mediante la participación de los residentes en la toma de decisiones (Prihanti et al., 2019). Uno de los elementos cruciales del desarrollo del turismo es fomentar la participación de los residentes locales en el turismo, ya que es fundamental para la sostenibilidad de la industria turística, los residentes de la comunidad tienen la oportunidad de participar en el turismo, mediante la comunicación entre los individuos involucrados en la política y la decisión el proceso de elaboración (Wang et al., 2021).

### – **Espíritu empresarial en el turismo**

El espíritu empresarial en el turismo debe ser fomentado por la comunidad; cultivando la estrecha relación con la comunidad local. El espíritu empresarial a través de la economía colaborativa, lo que da como resultado que las personas tengan un compromiso más directo con los servicios turísticos (Ratten, 2019).

### – **Instalaciones turísticas**

Las instalaciones turísticas se pueden desarrollar en cooperación con las empresas locales en la región, para tener guías turísticos bien capacitados. Las instalaciones se entienden como todo, ya sean bienes o servicios acompañados de servicios proporcionados por empresas de productos o servicios con el fin de atraer la atención de los consumidores para crear comodidad para los consumidores por los productos y servicios proporcionados (Wahyudi, 2021).

De esta manera, se espera que la existencia de estas instalaciones haga que los visitantes se sientan más seguros y cómodos y puedan dar una mejor impresión en un atractivo turístico.

### – **Difusión de la información**

El destino turístico debe proporcionar la suficiente información sobre los esfuerzos de conservación; así mismo, debe reflejar fielmente la historia y proporcionar señales para recordar la importancia del entorno turístico. La generación de información es el comienzo de la orientación al mercado (Trang et al., 2020). Por lo que, es necesario que una empresa turística gestione toda la información relacionada con las necesidades actuales y futuras de un cliente, así como los factores exógenos que inciden en dicha necesidad.

#### **1.7.3.2. Dimensión Ecológica**

Hace referencia a la responsabilidad que tiene la empresa con el medio ambiente, puesto que, las tomas de decisiones corporativas son en base a cuestiones éticas, considerando a todos los individuos o grupos afectados para las operaciones de la organización (Vergara et al., 2020).

Siendo de esta forma, que varias compañías de diversos sectores económicos y del mundo adoptan medidas y prácticas ecológicas (Pacherres y Vergara, 2020).

Por lo que, se relaciona con los impactos de sostenibilidad del turismo en los sistemas naturales vivos y no vivos, incluidos los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua, busca la pureza ambiental, minimizando la contaminación del aire, el agua y la tierra y la generación de desechos por parte de empresas turísticas y visitantes.

#### – **Conciencia sobre el medio ambiente**

Como resultado del turismo, la conciencia de los residentes sobre la protección del medio ambiente mejora al desarrollarse en armonía con el entorno como el medio natural y cultural. Debido al desarrollo del turismo y la mejora de la infraestructura, los residentes locales aumentan sus ingresos disponibles (Zhao y Li, 2018).

Por ello, los residentes locales se benefician del turismo y comienzan a proteger el medio ambiente de forma voluntaria y aumentan la conciencia sobre la protección del medio ambiente.

#### – **Ejemplos de protección ambiental**

La protección del medio ambiente es una distinción importante entre el desarrollo sostenible y el desarrollo tradicional, los buenos ejemplos de protección ambiental se deben mostrar de manera fácil e imitar (Geng et al. 2020).

Por lo que, las organizaciones deben ser las pioneras en demostrar un ejemplo sobre la forma en qué se requiere conservar el medio ambiente, siendo que aplican prácticas razonables para realizar sus actividades económicas sin perjudicar el entorno en donde se desarrollan.

### **1.7.3.3. Dimensión económica**

La dimensión económica se refiere a los impactos de sostenibilidad del turismo en las circunstancias y sistemas económicos a nivel local, nacional y global; significa que una economía debe satisfacer las necesidades de bienestar material y empleo de apoyo de los residentes (Vergara et al., 2020). Garantizar la viabilidad y la competitividad de los destinos y



las empresas turísticas para que puedan seguir prosperando y generando beneficios a largo plazo (Farkas et al., 2022).

En otros términos, mide la forma en que se utilizan los fondos y se proporciona información sobre dónde es probable que los impactos directos e indirectos de la sostenibilidad del turismo sean mayores.

#### – **Ingresos**

El turismo proporciona prosperidad local al maximizar la contribución del turismo a la prosperidad del destino anfitrión y la proporción del gasto de los visitantes que se retiene localmente, por lo que diversifica la economía local al traer nuevos ingresos a las comunidades locales debido al énfasis en la generación de empleo y el desarrollo empresarial relacionados con el turismo, así como en las actividades generadoras de ingresos derivadas del turismo (Rasoolimanesh et al., 2020).

En cuanto a los ingresos, estos se ven reflejados a partir de la maximización y promoción del turismo, debido a que conlleva un mayor movimiento en el flujo económico, de tal forma que beneficia a la localidad en donde se encuentra el centro turístico.

#### – **Oportunidades de trabajo**

El turismo debe mejorar la calidad del empleo, aumentando el número y la calidad de los empleos locales creados y respaldados por el turismo, fortaleciendo el nivel de pago y las condiciones de servicio para garantizar la disponibilidad para todos sin discriminación por motivos de género, raza, discapacidad o cualquier otra condición característica personal. Es un fuerte contribuyente económico para la comunidad creando oportunidades de trabajo y nuevos mercados para nuestros productos locales para la población local (Manzoor y Wei, 2018).

Asimismo, las oportunidades de trabajo, refieren al aumento de empleos en consecuencia de la promoción e incremento del turismo, puesto que, a mayor turismo en una localidad,

comienzan a crearse empleos, siendo que el turismo incentiva el crecimiento económico de la localidad.

#### **1.7.3.4. Sociocultural**

El turismo tiene efectos positivos y negativos en el entorno social y cultural. Estos efectos tienen un lugar importante ya que el turismo es un movimiento de desplazamiento y se basa en las relaciones humanas; cuando los viajes están estrechamente relacionados con los hábitos que se consideran no esenciales, las percepciones de las culturas de viajes globales varían. Desarrollar una cultura de consumo es fundamental para influir en el desarrollo del turismo (Orindaru et al., 2021),

La dimensión social reconoce que todos los individuos deben tener acceso a los recursos y apoya su necesidad de vivir una vida saludable. La interacción social y las normas sociales asociadas son condiciones previas importantes para las actividades económicas; además de fomentar la integridad entre las comunidades y la actividad turística, promueve la restauración y restauración de las zonas turísticas y arqueológicas, además de mejorar los accesos a las áreas turísticas y se beneficia los pobladores de la región. Los indicadores socioculturales reflejan el conocimiento de la población local sobre la propia cultura (García-Esparza y Altaba, 2018).

#### **– Valores y tradiciones locales**

Hay más oportunidades educativas para los lugareños debido al turismo, mediante la preservación de las tradiciones y la cultura local que conducen al desarrollo general del lugar, debido a los efectos socioculturales positivos del turismo como reconocimiento y experiencia de diferentes culturas, contribuyendo a la formación de un entorno internacional de diversidad, tolerancia y paz, reconocimiento y apreciación de nuevos valores culturales y tradiciones (Sosa et al., 2021).

Las tradiciones locales cobran más importancia gracias al turismo, se han crean más puestos de trabajo, se alienta a los visitantes del parque a aprender sobre las culturas locales, permite

promover las diversas manifestaciones artísticas y culturales de la ciudad promueve el cuidado de la flora y la fauna, la conservación de la lengua de los nativos y mejora la calidad de vida de la población local (Aznar y Hoefnagels, 2020).

Sin embargo, se pueden presentar impactos socioculturales negativos como alteración de la lengua materna, cambio y asimilación de la identidad y los valores locales, mercantilización de la cultura, pérdida de originalidad, alteración del estilo de vida tradicional y hospitalidad, lazos sociales y debilitamiento de los lazos familiares y conflictos culturales entre turistas y locales.

#### – **Mantenimiento**

Se realizan esfuerzos para mantener el bienestar de los destinos turísticos históricos, culturales y naturales. El turismo debe apoyar el mantenimiento de los museos locales, promover la restauración de sitios históricos, brindar una experiencia segura y satisfactoria para los visitantes; manteniendo y fortaleciendo la calidad de vida en las comunidades locales y las estructuras sociales y proporcionar acceso a los recursos, las comodidades y los sistemas de apoyo vital, evitando cualquier forma de degradación o explotación social. Respetando y realzando el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y el carácter distintivo de las comunidades anfitrionas (Obradović et al., 2020).

En ese sentido, el mantenimiento comprende a todos aquellos esfuerzos que realiza la empresa para poder preservar los lugares históricos y turísticos, de tal forma que se encuentren en correcto estado y con ello puedan atraer al público, es decir, se incremente la afluencia de visitantes al lugar turístico.

### **1.8. Objetivos**

#### **1.8.1. Objetivo Generales.**

Determinar de qué manera las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, Paracas, Ica 2021.

### **1.8.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la influencia de la conservación de recursos en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.
- Determinar la influencia en la reducción de la contaminación en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.
- Determinar la influencia de la conservación de la biodiversidad en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.

## **1.9. Hipótesis**

### **1.9.1. Hipótesis General.**

Las estrategias sostenibles influyen significativamente en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en Las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.

### **1.9.2. Hipótesis específicas**

- La influencia de la conservación de recursos en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021 es directa y significativa.
- La influencia en la reducción de la contaminación en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021 es directa y significativa.
- La influencia de la conservación de la biodiversidad en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021 es directa y significativa.

## **CAPÍTULO II. MÉTODO**

### **2.1. Enfoque de la investigación**

El enfoque considerado para esta investigación es cuantitativo, el cual Márquez et al. (2020) menciona que es la recolección de datos para probar la hipótesis, mediante la cuantificación de la obtención de los datos mediante el instrumento de la encuesta. Por tanto, esta investigación considera este enfoque, porque recolecta y analiza datos a través del análisis estadístico para mejorar el turismo en la zona de las islas ballestas en la ciudad de Paracas.

### **2.2. Tipo de investigación**

Aplicada, fue el tipo de investigación que utilizó, puesto que se tuvo como propósito resolver un problema determinado, el cual fue identificado en la problemática local y el cual estuvo dirigido a la búsqueda de información para ponerla en práctica (Hernández-Sampieri, 2018). El estudio pretende estudiar los conceptos de las estrategias sostenibles para el desarrollo del turismo en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.

### **2.3. Nivel de investigación**

Esta investigación se enmarcó del tipo descriptivo, el propósito de la investigación descriptiva es nombrar cosas, o fenómenos, o clasificar las características de las cosas. Los estudios descriptivos miden de forma independiente, las variables aun cuando no se formulan la hipótesis, tales variables aparecen en los enunciados de los objetivos de la investigación (Ivey, 2016). Con esta investigación se describe la población, la situación y el fenómeno alrededor donde se concentra el estudio de investigación, además en este estudio es imposible que se altere o se manipule conscientemente las variables del fenómeno. Además, se considera una investigación correlacional porque busca encontrar la interrelación entre dos variables que es una tendencia de que la variación en una variable se relacione con la variación en otra

(Ñaupas et al., 2018). El estudio busca determinar de qué manera las estrategias sostenibles mejoran la afluencia en las empresas turística en las islas ballestas, Paracas, Ica 2021.

#### **2.4. Diseño de la investigación**

El diseño de investigación no experimental es una de las categorías amplias de diseños de investigación, en la que el investigador observa los fenómenos tal como ocurren de forma natural y no se introducen variables externas; describen fenómenos existentes sin manipular las condiciones para afectar: las respuestas de los sujetos y no hay manipulaciones de una variable independiente. Investiga el estado actual de algo. Esta investigación presenta un diseño transversal o transeccional de acuerdo a los criterios que recolectan datos en un solo momento, en la cual analiza los variables en un momento dado, evalúa el fenómeno en un punto dado del tiempo; además de determinar o ubicar el variable en un momento adecuado. El estudio busca determinar de qué manera las estrategias sostenibles mejoran la afluencia en las empresas turísticas en las islas ballestas, Paracas, Ica durante el periodo 2021.

## 2.5. Operacionalización de Variables.

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
<b>Estrategias sostenibles</b>	Las estrategias del turismo sostenible también deben mantener un alto nivel de satisfacción del turista y garantizar una experiencia significativa para los turistas, sensibilizándolos sobre temas de sostenibilidad y promoviendo prácticas de turismo sostenible entre ellos (Tshipala et al., 2019).	Una estrategia sostenible es un conjunto de pasos prácticos para mejorar su impacto en la comunidad y el medio ambiente.	Conservación de recursos Reducción de la contaminación Conservación de la biodiversidad	Vida silvestre sostenible Vida silvestre regulada Plan de manejo de residuos sólidos Prácticas para reducir la contaminación Desarrollo de políticas amigables Reducción de uso de productos Fomento de uso de energía renovable
<b>Afluencia de visitantes</b>	Es aquel grupo de visitantes de un lugar determinado que buscan complacer sus requerimientos de viaje, haciendo consumo o uso de servicios o bienes turísticos; además que, este grupo de individuos, planean viajar incentivados por diversos factores (Naranjo & Martínez, 2022).	La afluencia de visitantes es la movilización de individuos entre diferentes territorios con la finalidad de realizar actividades de la localidad.	Participación Institucional Económica Ecológica Sociocultural	Participación en el turismo Espíritu empresarial en el turismo Instalaciones turísticas Difusión de la información Ingresos Oportunidades de trabajo Conciencia sobre el medio ambiente Ejemplos de protección ambiental Valores culturales Tradiciones locales Mantenimiento

## 2.6. Población y Muestra.

### 2.6.1. Unidad de análisis

Se considera como unidad de análisis a la empresas turística de Las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2022.

### 2.6.2. Población

La población se refiere a cualquier colectivo, un grupo específico de un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. En esta investigación se considerará la población finita, debido a que se conoce el número de empresas que conforman el estudio la cual está representado por 30 empresas formales de Paracas; siendo que, se consideró a 22 de ellas mediante un muestreo por conveniencia; además del registro único de contribuyentes (RUC) de las empresas evaluadas (Empresas Ruc, 2022).

**Tabla 2**

*Empresas turísticas de Paracas*

Empresas	RUC
1. EMOTION TOUR PERU E.I.R.L.	20534202149
2. TOUR PARACAS BEACH E.I.R.L.	20600483081
3. MASTER TRAVEL TOURS S.A.C.	20602234941
4. GRAND TOURS y TRAVEL PERU S.A.C.	20600172876
5. MILSY TOURS S.A.C.	20494327636
6. PISCO TRAVEL EIRL	20534804203
7. BALLESTAS TOURS PISCO INTERNATIONAL SERVICE SAC	20495074880
8. TURISMO PARACAS SEA TRAVEL EIRL	20534480386
9. PARACAS TOUR PERU E.I.R.L.	20540746380
10. PARACAS TOURS AND TRAVEL PERU EIRL	20607187950
11. VIVE PERU TOURS SRL	20540713708
12. AGENCIA DE VIAJE Y TURISMO PARACAS DESERT FOX TRAVEL S.A.C	20600527992
13. TURISMO Y AVENTURA PARACAS E.I.R.L.	20602686141
14. LIKE XPLOERER PERU S.A.C	20601548896
15. EXPLOBALLESTAS S.R.L.	20452752302
16. BRISAS DE LA BAHÍA S.A.C	20535027332
17. PARACAS EXPLORER S.A.C	20494796202
18. AGENCIA DE VIAJES PARACAS PERU SRL	20534578602
19. VIAJES y EXPLORERS E.I.R.L.	20522996085
20. PARACAS TOURS S A	20108777924



---

21. EXPRESS TRAVEL PERU S.A.C	20504787771
22. VIAJES EXPRESS TRAVEL PERU S.A.C	20600693701
23. PLAYA ROJA TOURS E.I.R.L.	20601625530
24. PAOLA TOURS EIRL	20527762872
25. FLAMENCOS BAHIA TOURS E.I.R.L.	20535194077
26. MAFER TOURS S A C	20515416189
27. PARACAS KORY TOURS E.I.R.L.	20600007824
28. GO PRO ADVENTURES E.I.R. L	20602578331
29. AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CANDELABRO TRAVEL S.A	20452606233
30. PARACAS EXPEDICIONES E.I.R.L.	20601742846

---

*Nota.* Obtenido de Google (2021) y Empresas Ruc (2022).

### **2.6.3. Muestra**

En cuanto a este apartado, se indica a los ejemplares que van a ser parte de la investigación, es decir, comprende a aquella proporción representativa del universo a aplicar los instrumentos y obtener los datos necesarios para dar respuesta a las suposiciones propuestas (Ñaupas et al., 2018). Por lo que, para efectos de la investigación, se consideró un **muestreo** no probabilístico por conveniencia, debido a que este tipo de muestreo se aplica cuando se conoce los alcances y accesibilidad del investigador (Hernández-Sampieri, 2018), debido a que por la disponibilidad y accesibilidad a la muestra se consideraron a 22 empresas turísticas de Paracas.

## **2.7. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

### **2.7.1. Técnica**

Una encuesta es un diseño de investigación que se utiliza para recopilar información de diferentes sujetos dentro de una población dada que tienen las mismas características de interés (Majid, 2018); por tanto, el instrumento que emplearemos para el trabajo de investigación será el cuestionario.

### **2.7.2. Instrumento**

El objetivo principal del cuestionario en la investigación fue obtener información relevante de la manera más confiable y válida; el instrumento de recolección de datos es cualquier

recurso, dispositivo o formato, que se usará para obtener, registrar o almacenar la información para luego ser analizada de forma objetiva y que determine el objetivo del trabajo de investigación (Ñaupas et al., 2018). El estudio diseña dos cuestionarios; en primer lugar, el instrumento para medir la variable estrategias sostenibles se divide en tres partes: conservación de recursos, reducir la contaminación y conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes. El segundo instrumento se dirige a medir el turismo y se divide en las dimensiones: Institucional, Ecológica, Económica y Sociocultural.

## **2.8. Validez del instrumento**

La validez explica qué tan bien los datos recopilados cubren el área real de investigación, es un juicio subjetivo sobre la operacionalización de un constructo, se refiere a las evaluaciones subjetivas de los investigadores sobre la presentación y la relevancia del instrumento de medición en cuanto a si los elementos del instrumento parecen ser relevantes, razonables, inequívocos y claros (Taherdoost, 2016). La validez de contenido implica la evaluación del instrumento mediante un juicio de expertos en el campo de turismo para garantizar que incluye todos los elementos que son esenciales y eliminar los elementos indeseables.

## **2.9. Análisis de confiabilidad**

La confiabilidad se refiere a la medida en que la medición de un fenómeno proporciona resultados estables y consistentes se relaciona con la repetibilidad; una escala o prueba es confiable si la repetición de la medición realizada bajo condiciones constantes da el mismo resultado (Taherdoost, 2016). En consecuencia, se han examinado los valores Alfa de Cronbach

## **2.10. Análisis de datos**

Luego de aplicar el instrumento de investigación se procedió a organizar la información en Excel, la cual es una herramienta gratuita y de mayor alcance, lo cual permitió elaborar las

tablas que describen los resultados finales y las variables, además de las dimensiones para la redacción del informe se utilizó el paquete office 2020.

### **2.11. Procedimiento**

Los datos para el presente estudio se obtuvieron mediante la aplicación de la encuesta, la cual inicialmente, se aplicó el instrumento, que anteriormente se validó por expertos, luego se pasó toda la información a la herramienta de Google forms para ejecutar las encuestas, siendo que dicha ejecución se pudo llevar a cabo el día 07 de mayo del 2022, a 10:00 am y 16:00 pm, en Paracas, donde se reúnen todas aquellas empresas con sus clientes y guías para subir a los botes, en el muelle donde llegan todos los buses; de tal forma, que se les preguntaba si accedían a responder una encuesta, para luego enviarles el enlace para que respondan, siendo que al finalizar se le agradecía al participante. Finalmente, los datos obtenidos fueron procesados mediante el análisis del Software SPSS, además se utilizó el sistema Microsoft Excel para la elaboración de tablas y gráficos de apoyo.

### **2.12. Aspectos éticos**

En el presente trabajo de investigación se está citando todas las fuentes donde han sido consultado y considerando este estudio, también contamos con la autorización de las instituciones para recolectar la información necesaria, la presente información sólo se usará con fines académicos, basándose en el método científico y si dejar de lado los valores que un investigador debe observar, todos los datos son reales y no han sido alterados.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

#### 3.1. Confiabilidad del instrumento

Para medir la confiabilidad de variables se aplicó el software “SPSS V.25” el cual analizó datos; al considerar el estadístico “Alfa de Cronbach” muestra el grado de confiabilidad, considerando los rangos de la tabla 2. Por otro lado, para verificar si existe confiabilidad en el instrumento se tiene la siguiente valoración de la fiabilidad de ítems:

**Tabla 3.** *Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach*

Rango	Criterio
[0,81 a 1,00[	Muy alta
[0,61 a 0,80[	Alta
[0,41 a 0,60[	Moderada
[0,21 a 0,40[	Baja
[0,01 a 0,20[	Muy baja

Fuente: Elaboración propia de Lao y Takakuwa (2016)

Entonces, al medir la fiabilidad del instrumento relacionado a las **estrategias sostenibles**, arrojó un coeficiente de 0,881, afirmando que el cuestionario tiene una confiabilidad **Muy Alta**.

**Tabla 4.** *Confiabilidad del instrumento de la variable estrategias sostenibles*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,881	7

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

De igual manera, la confiabilidad del presente cuestionario relacionado a la variable **afluencia de visitantes**, mediante el software SPSS, arrojó un coeficiente de 0,984, evidenciando una confiabilidad **Alta**.

**Tabla 5.** *Confiabilidad del instrumento de la variable afluencia de visitantes*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,984	17

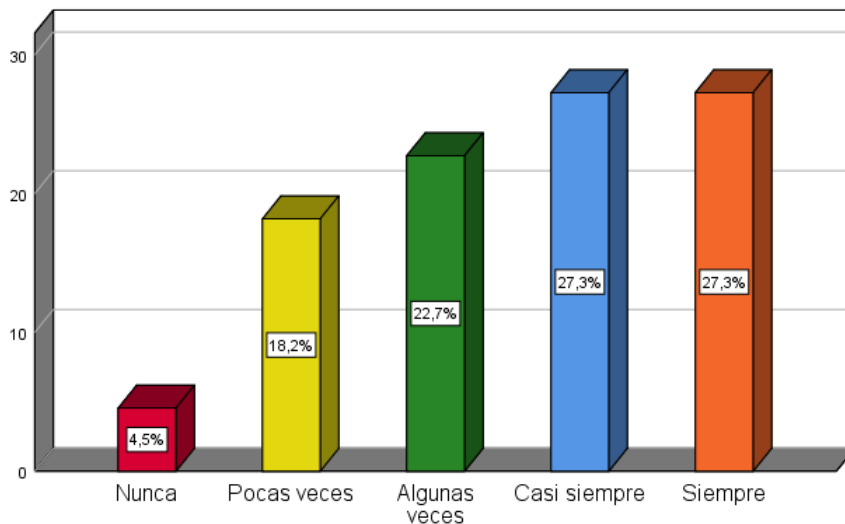
Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

### 3.2. Análisis descriptivo

#### 3.1.1. Análisis descriptivo por pregunta

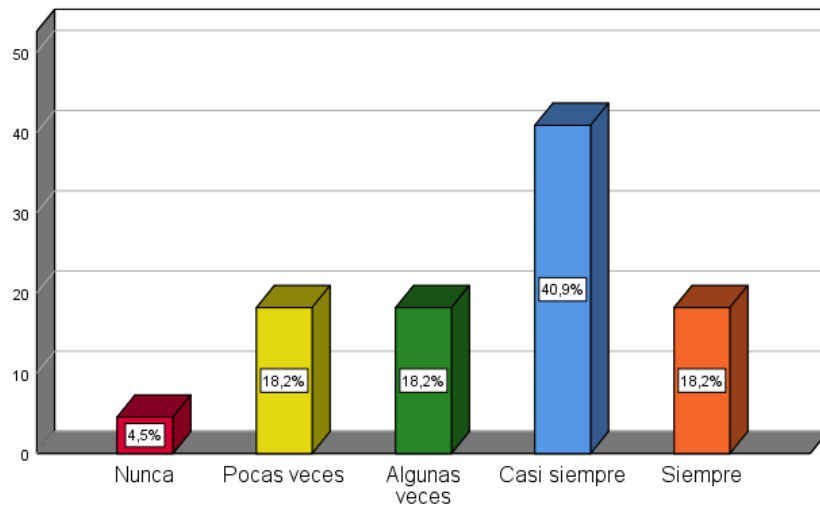
Se presenta los siguientes gráficos correspondientes a la variable de estrategias sostenibles, siendo estos abordado por siete preguntas:

**Figura 1.** *Las Islas Ballestas busca criar a especies de vida silvestre para preservarlas*



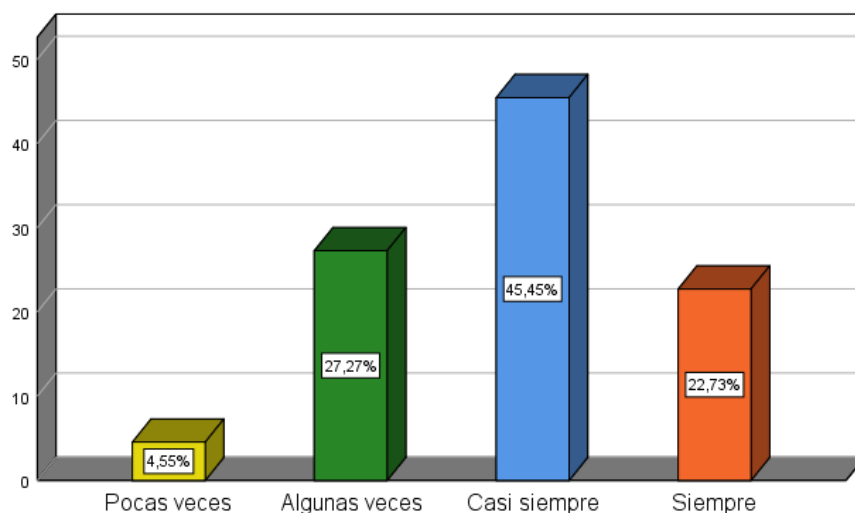
Según la figura 1, se confirmó que bajo la perspectiva de los intervinientes de la investigación para el 27.3% es casi siempre y siempre que las Islas Ballestas busca criar a especies de vida silvestre para preservarlas, en tanto para el 22.7% algunas veces, para el 18.2% se da en pocas veces y solo el 4.5% nunca.

**Figura 2.** Las especies autóctonas de flora para paisajismo se encuentran en un estado adecuado



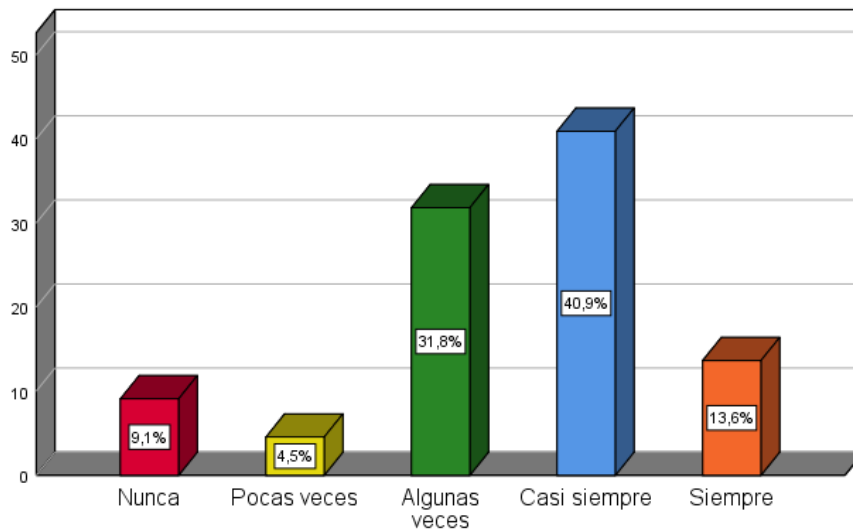
Con respecto al estado de las especies autóctonas de flora para paisajismo para el 40.9% casi siempre se encuentra en buen estado; mientras que para 18.2% de las empresas esto se da siempre, algunas veces y pocas veces y nunca se encuentran en buen estado según el 4.5% de ellos, como se detalla en la figura 2.

**Figura 3.** Aunque las actividades están reguladas en las islas Ballestas existen animales en cautiverio



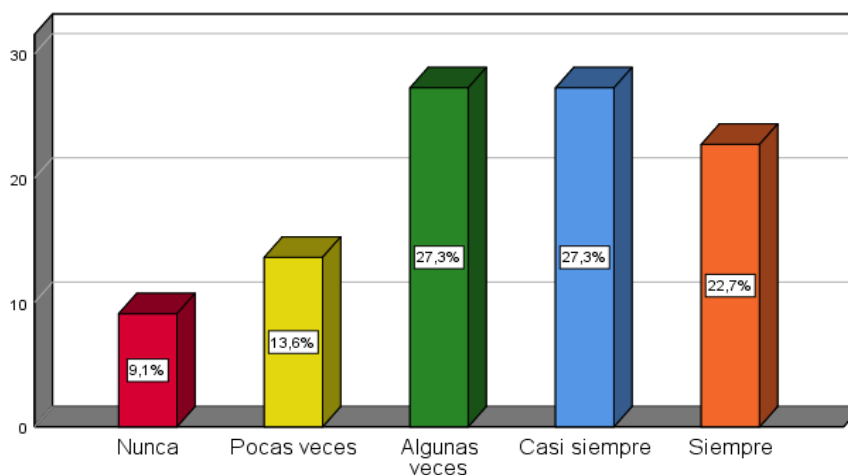
De acuerdo al 45.45% de las firmas de las Islas Ballestas aún existen animales en cautiverio, a pesar de que las actividades estén reguladas, para el 27.27% algunas veces, en tanto para el 22.73% siempre y para el 4.55% pocas veces.

**Figura 4.** En las islas Ballestas se implementa un plan de manejo de desechos sólidos adecuado



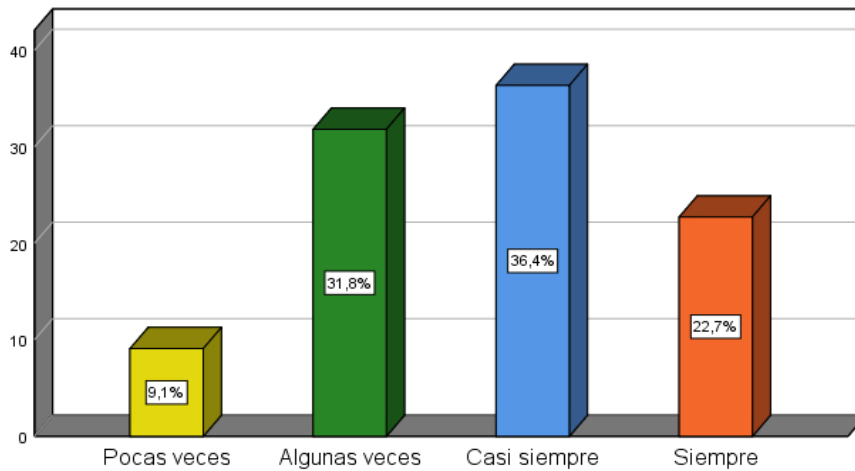
Para el 40.9% de las 25 empresas de Paracas en las islas Ballestas casi siempre se implementa un plan de manejo de desechos sólidos adecuado, para el 31.8% algunas veces y para el 13.6% siempre, mientras que para el 9.1% nunca se implementó el plan, aunque para el 4.5% de los empresarios esto se da pocas veces.

**Figura 5.** En las islas Ballestas se llevan a cabo prácticas que favorezcan productos amigables con el medio ambiente



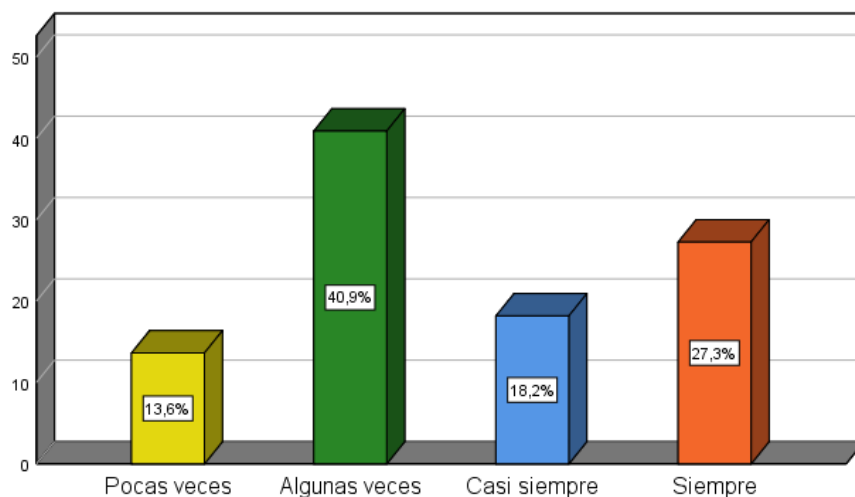
De acuerdo al 27.3% de los empresarios casi siempre se llevan a cabo prácticas que favorezcan productos amigables con el medio ambiente en las islas Ballestas, para otro 27.3% se da algunas veces, para el 22.7% es siempre, para el 13.6% pocas veces y al 9.01% le parece que nunca.

**Figura 6.** En las islas Ballestas se fomentan las políticas de reducción de uso de productos químicos nocivos



En tanto, la figura 6 señala que para el 36.4% casi siempre se fomentan las políticas de reducción de uso de productos químicos nocivos en las islas Ballestas, para el 31.8% algunas veces, para el 22.7% siempre y para el 9.1% pocas veces.

**Figura 7.** En las islas Ballestas se fomentan las políticas de reducción de uso de consumo de agua y energías no renovables

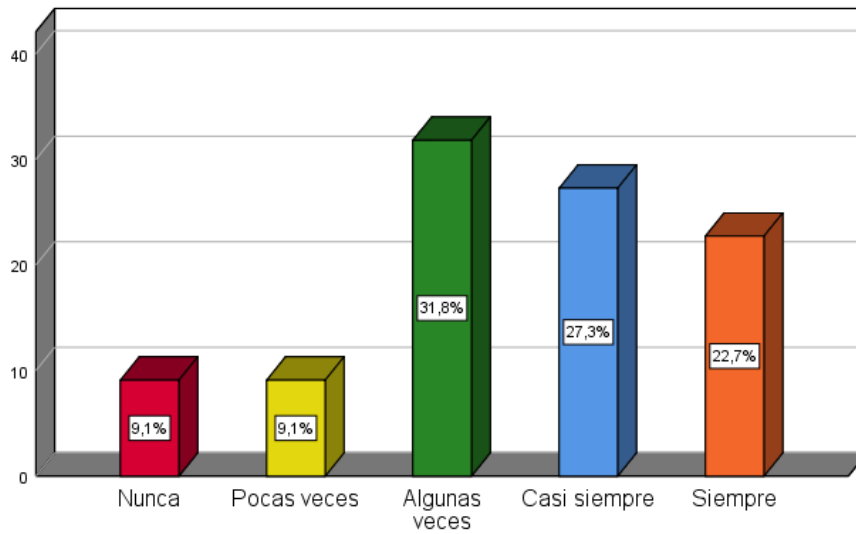


Se presenta los siguientes gráficos correspondientes a la variable de afluencia de visitantes, siendo estos abordado por diecisiete preguntas:

De acuerdo al 40.9% algunas veces se fomentan las políticas de reducción de uso de consumo de agua y energías no renovables en las islas Ballestas, el 27.3% y 18.2% acotan que es siempre y casi siempre respectivamente y para el 13.6% es en pocas veces.

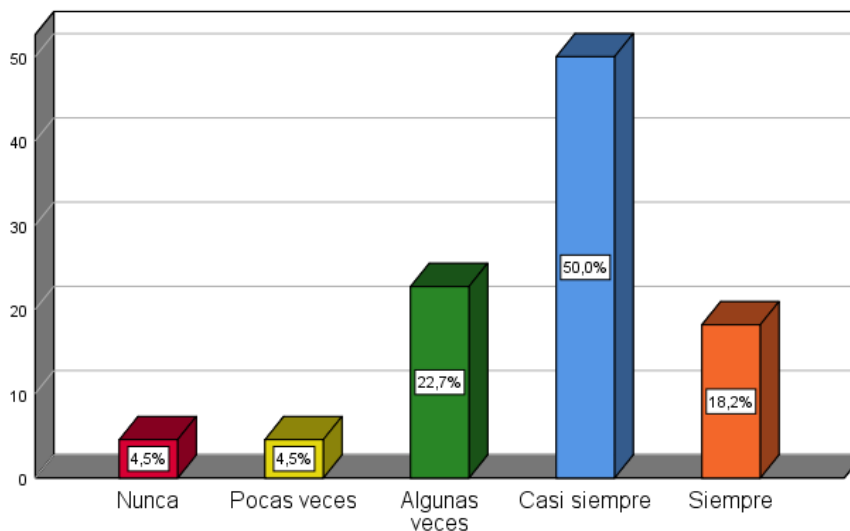


**Figura 8.** *Los residentes de la comunidad tienen la oportunidad de participar en el turismo*



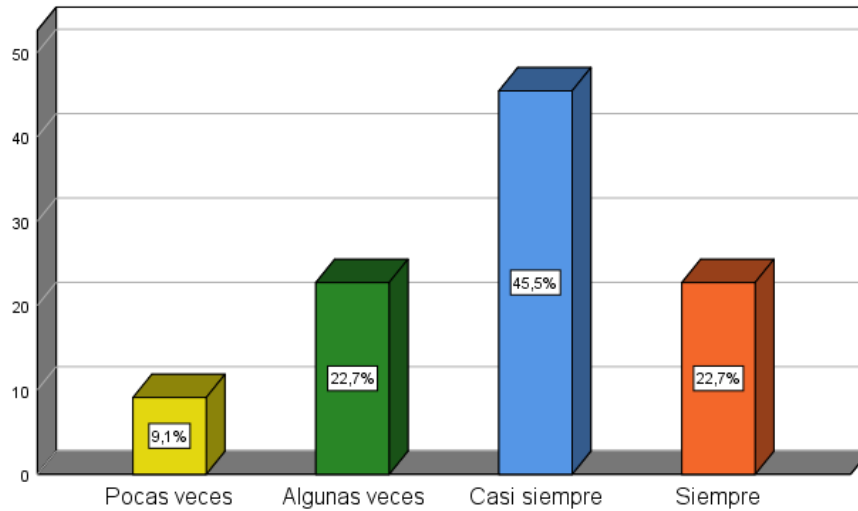
Con respecto a si los residentes de la comunidad tienen la oportunidad de participar en el turismo el 31.8% afirmó que algunas veces poseen esa oportunidad, para el 27.3% casi siempre, para el 22.7% siempre y para el 9.1% es nunca y pocas veces esa oportunidad.

**Figura 9.** *En la comunidad local se siente el turismo fomentado por el espíritu empresarial*



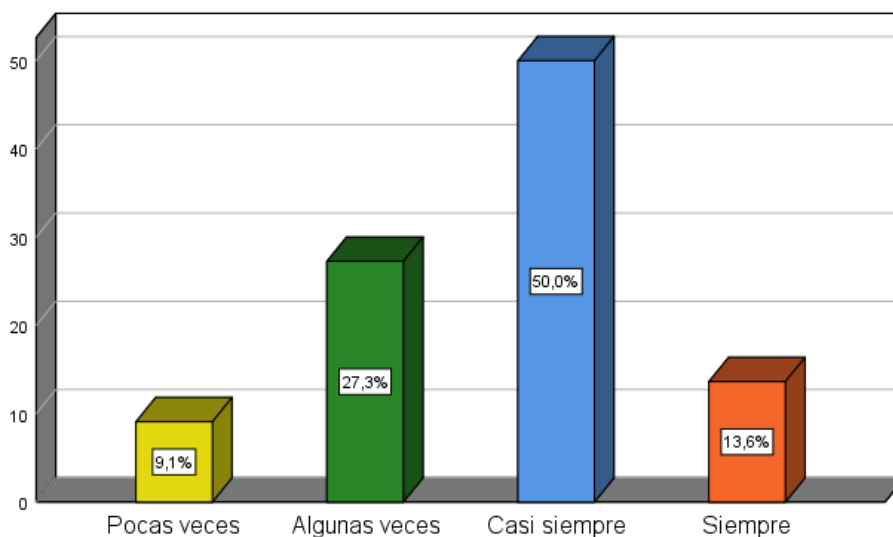
El 50.0% tiene la perspectiva que casi siempre el turismo está fomentado por el espíritu empresarial en la comunidad local, mientras que para el 22.7% y el 18.2% ese espíritu se fomenta en algunas veces y siempre correspondientemente; mientras que para el 4.5% se da pocas veces y nunca.

**Figura 10.** *Los servicios turísticos se desarrollan en cooperación con las empresas locales en la región*



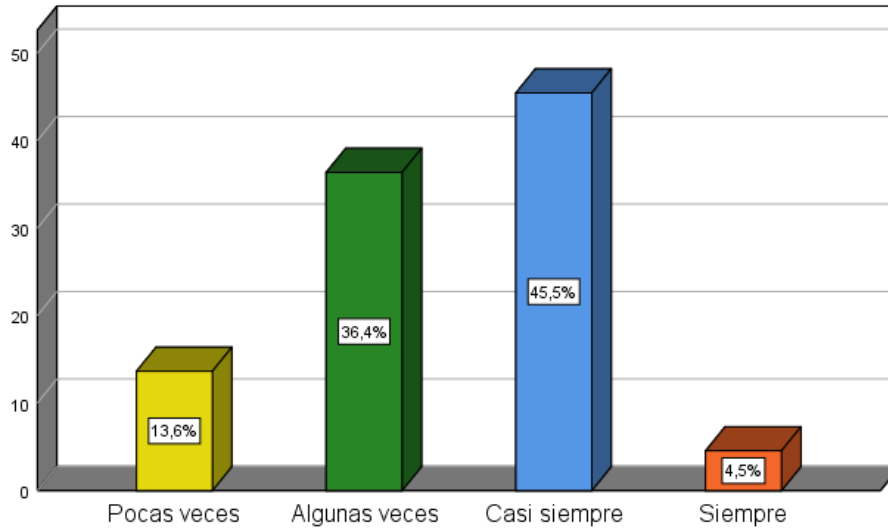
La figura 10 manifiesta que, de acuerdo a la percepción de los empresarios, el 45.5% de ellos piensa que casi siempre se desarrollan servicios turísticos en cooperación con las empresas locales de la región y para el 22.7% es siempre; mientras que el 22.7% y el 9.1% creen que solo se da algunas y pocas veces respectivamente.

**Figura 11.** *Hay suficiente información disponible sobre los esfuerzos de conservación en la localidad*



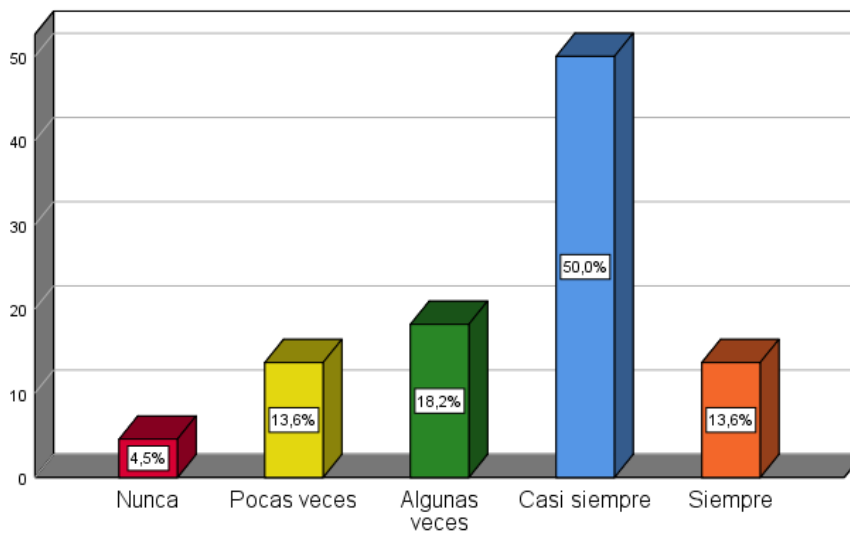
Según los intervinientes de la investigación para el 50.0% es casi siempre hay suficiente información disponible sobre los esfuerzos de conservación en la localidad y para el 13.6% es siempre, en tanto para el 27.3% algunas veces y para el 9.1% se da en pocas veces.

**Figura 12.** *La conciencia de los residentes sobre la protección del medio ambiente es adecuada*



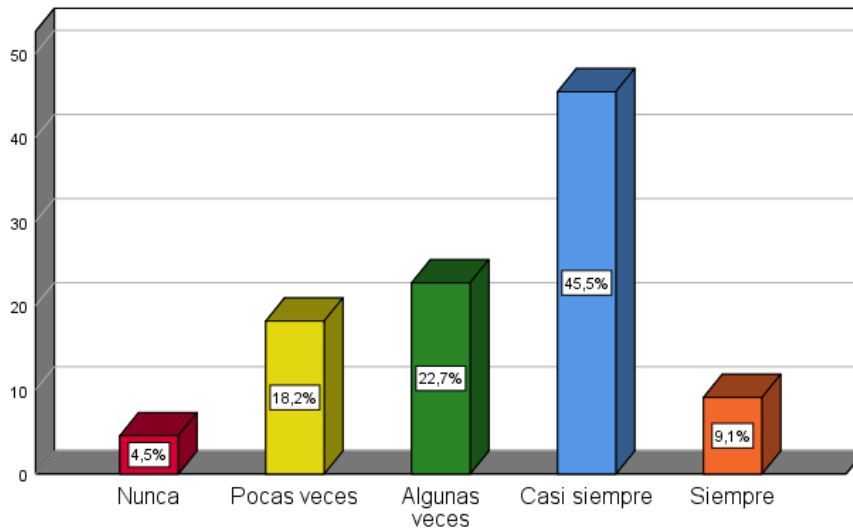
En relación a la conciencia de los residentes sobre la protección del medio ambiente es adecuada el 45.5% casi siempre, para el 4.5% siempre; mientras que el 36.4% afirmó que algunas veces es adecuada y para el 9.1% y pocas veces.

**Figura 13.** *El turismo en el parque se desarrolla en armonía con el medio natural*



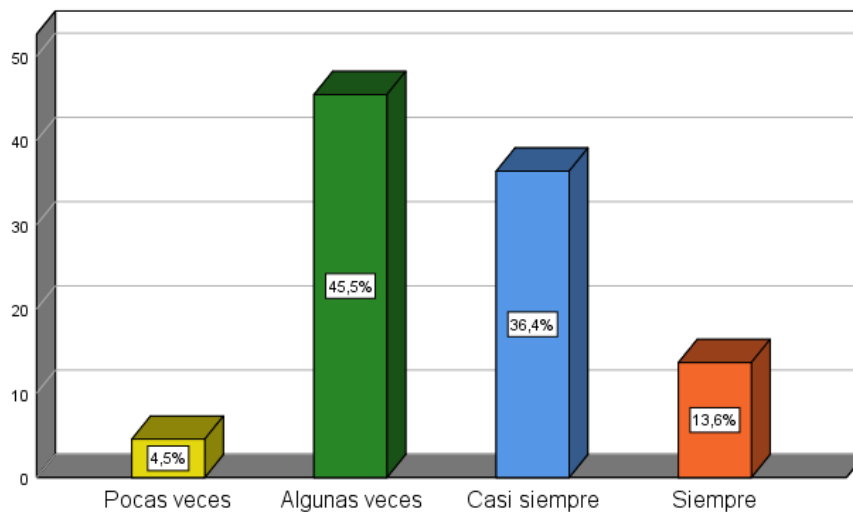
El 50% de los empresarios acota que casi siempre el turismo en el parque se desarrolla en armonía con el medio natural y para el 13.6% es siempre, en tanto, para el 18.2% se da en algunas oportunidades, para el 13.6% pocas veces y para el 4.5% nunca.

**Figura 14.** *Se muestran buenos ejemplos de protección ambiental en la localidad*



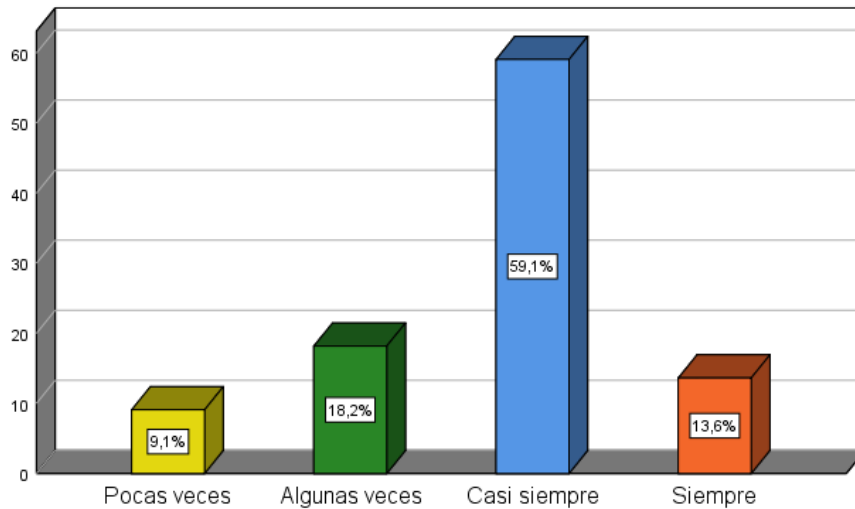
Con respecto a los buenos ejemplos de protección ambiental en la localidad de las Islas Ballestas, el 45.5% estos consejos se presentan casi siempre y para el 9.1% siempre; en tanto para el 22.7% se da en algunas veces, para el 18.2% se da en pocas veces y el 4.6% nunca se manifiesta, como se observó en la figura 14.

**Figura 15.** *El turismo trae nuevos ingresos a la comunidad local*



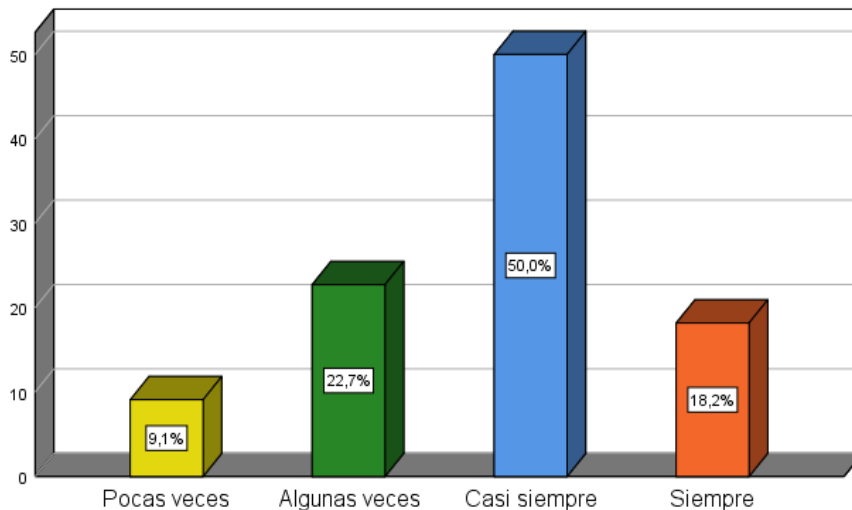
De acuerdo al 45.5% algunas veces el turismo atrae nuevos ingresos a la comunidad local de las islas Ballestas, el 36.4% y 13.6% acotan que es siempre y casi siempre respectivamente y para el 4.5% es en pocas veces.

**Figura 16.** *El turismo diversifica la economía local*



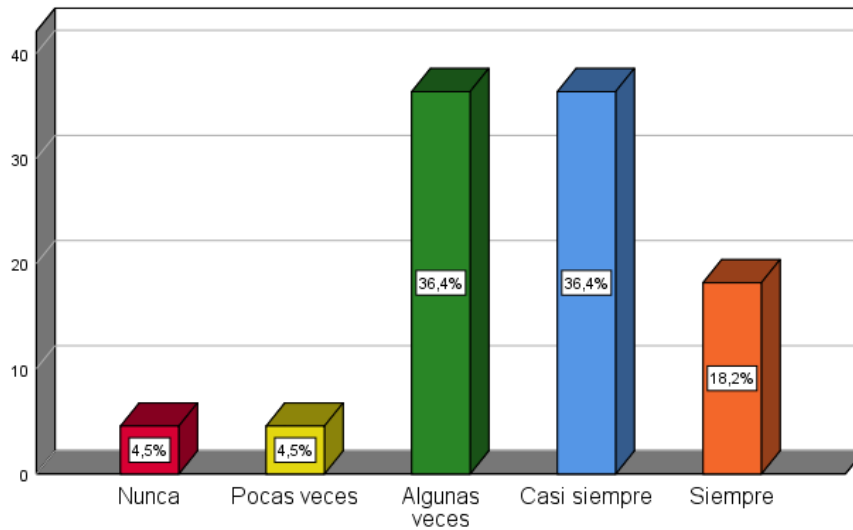
Con respecto a la diversificación de la economía local originada por el turismo, el 59.1% señala que es casi siempre, para 18.2% es en algunas veces, para el 13.6% es siempre y para el 9.1% son pocas veces.

**Figura 17.** *El turismo crea oportunidades de trabajo para la población local*



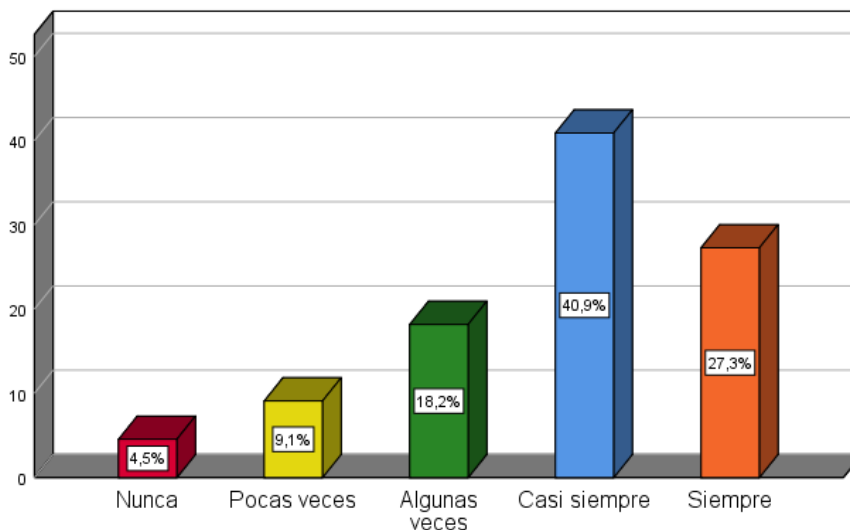
Como se muestra en la figura 17, de acuerdo al 50.0% casi siempre el turismo crea oportunidades de trabajo para los pobladores de las Islas Ballestas y el 18.2% de los empresarios afirma que es siempre; mientras que el restante acaparado por el 22.7% y el 9.1% de ellos afirman que se da en algunas veces y pocas veces respectivamente.

**Figura 18.** *El turismo crea nuevos mercados para nuestros productos locales*



De acuerdo al 36.4% casi siempre el turismo crea nuevos mercados para nuestros productos locales de las Islas Ballestas y el 18.2% de los empresarios afirma que es siempre; mientras que el 36.4% afirma que es en algunas veces; y el restante que es el 4.5% de ellos afirman que se da en algunas veces y pocas veces, ambos con ese mismo porcentaje.

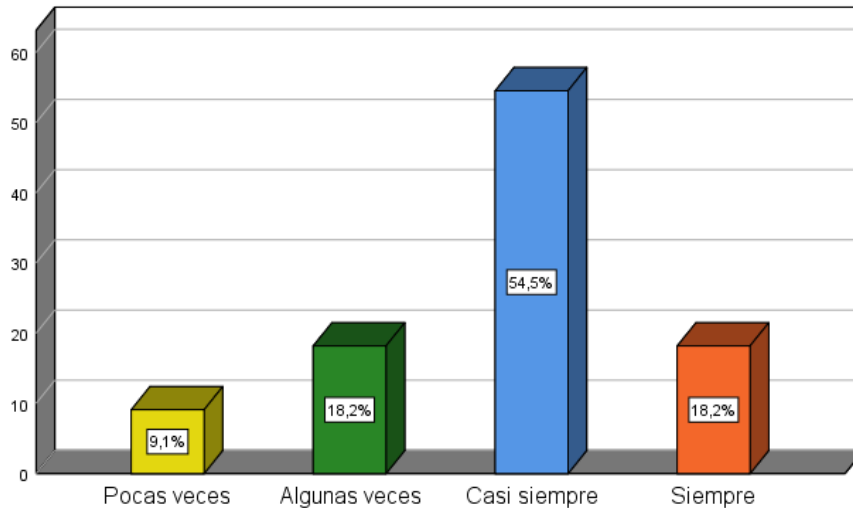
**Figura 19.** *Hay más oportunidades educativas para los lugareños debido al turismo*



De acuerdo al 40.9% de las firmas de las Islas Ballestas casi siempre hay más oportunidades educativas para los lugareños debido al turismo y para el 27.3% es siempre, para el 18.2%

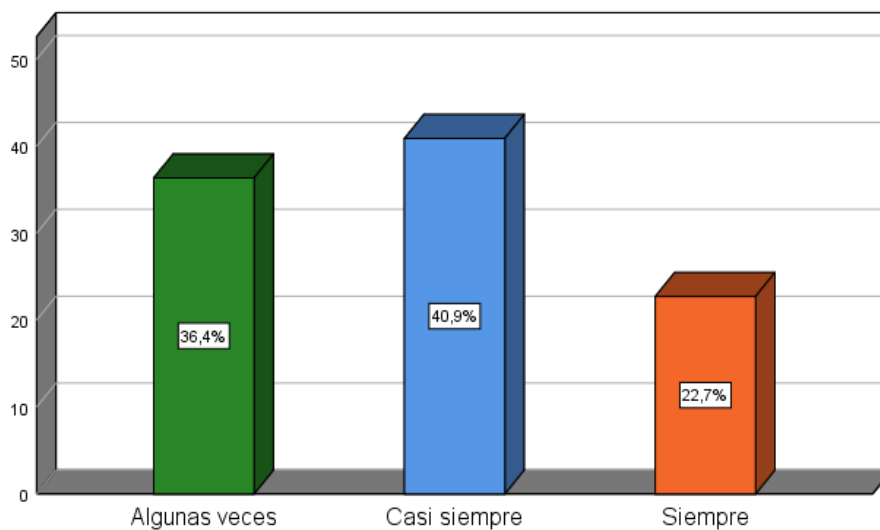
algunas veces; en tanto para el 9.1% pocas veces y para el 4.5% nunca hay oportunidades educativas.

**Figura 20.** *El turismo influye positivamente en los valores culturales de la zona*



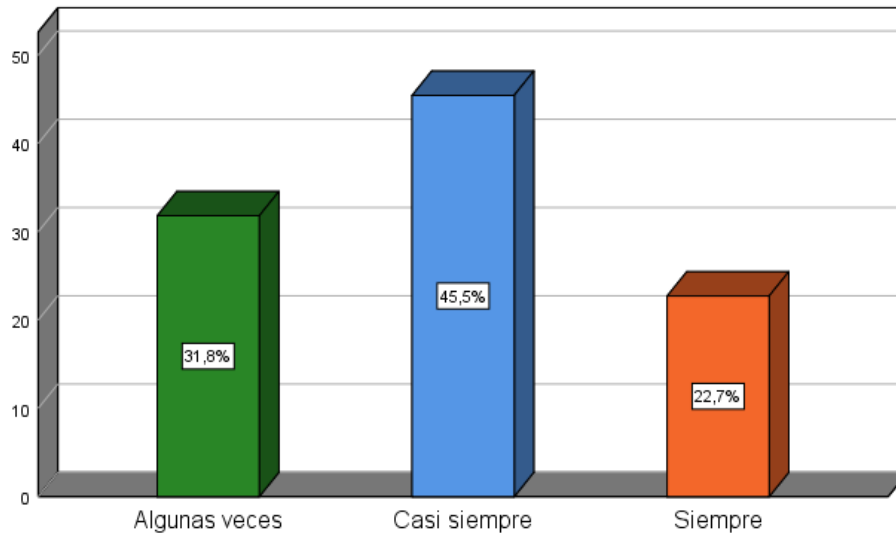
En relación a la influencia positiva del turismo sobre los valores culturales de la zona, la figura 20 detalla que el 54.5% casi siempre y el 18.2% siempre existe influencia positiva; mientras que el 18.2% algunas veces esa implicación es positiva y para el 9.1% se da pocas veces.

**Figura 21.** *Las tradiciones locales cobran más importancia gracias al turismo*



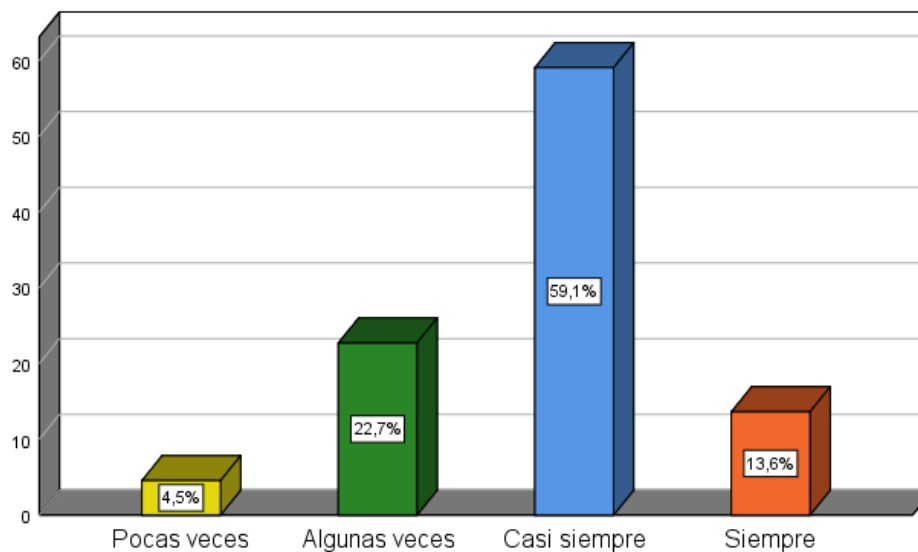
Se detectó que el 40.9% de los empresarios encuestados definieron que las tradiciones locales cobran mayor relevancia gracias al turismo y para el 22.7% ello es siempre, y para el restante que es el 36.4% sucede algunas veces.

**Figura 22.** *Se alienta a los visitantes del parque a aprender sobre las culturas locales*



Se evidenció que para el 45.5% casi siempre se alienta a los visitantes del parque a aprender sobre las culturas sociales y para el 22.7% eso sucede siempre, en cambio para el 31.8% ese aliento a los visitantes se da en algunas ocasiones.

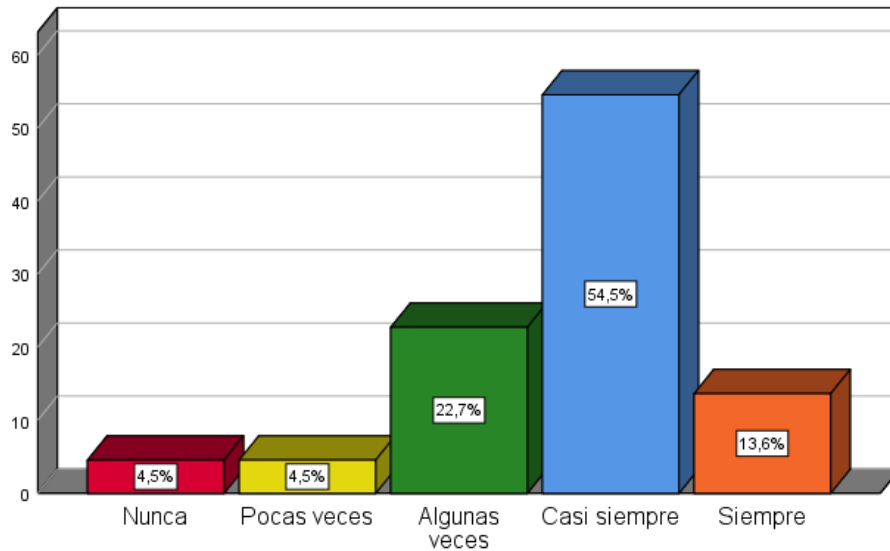
**Figura 23.** *El turismo apoya el mantenimiento de los museos locales*





En relación al mantenimiento de los locales el 59.1% casi siempre el turismo apoya al mantenimiento y para el 13.6% es siempre; mientras que el 22.7% afirmó que algunas veces se colabora y para el 4.5% y pocas veces.

**Figura 24.** *El turismo promueve la restauración de sitios históricos*



La figura 24 muestra que para el 54.5% casi siempre el turismo promueve la restauración de los sitios turísticos y para el 13.6% es siempre; mientras que el 22.7% ese factor se manifiesta en algunas ocasiones; y para el 4.5% el turismo promueve la restauración de los sitios históricos pocas veces y nunca.

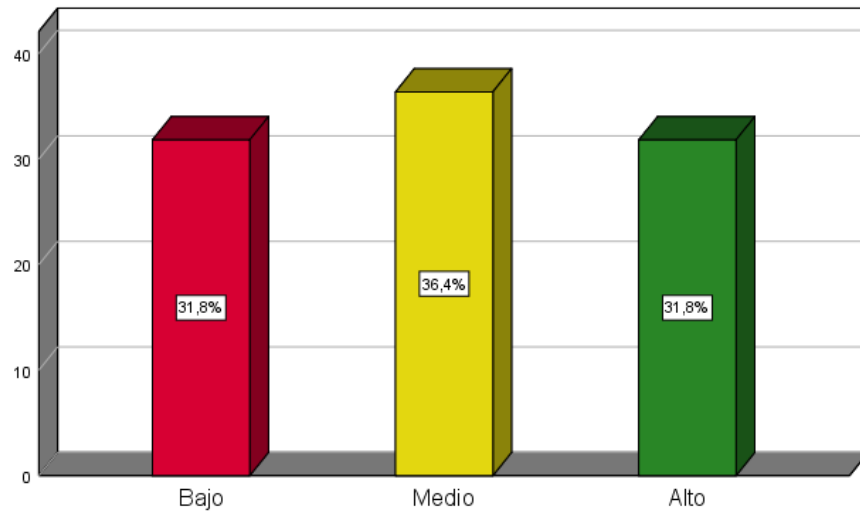
### 3.1.2. Análisis descriptivo por dimensiones

**Tabla 6.** *Nivel de las estrategias sostenibles*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	31,8	31,8	31,8
	Medio	8	36,4	36,4	68,2
	Alto	7	31,8	31,8	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 25.** Nivel de las estrategias sostenibles



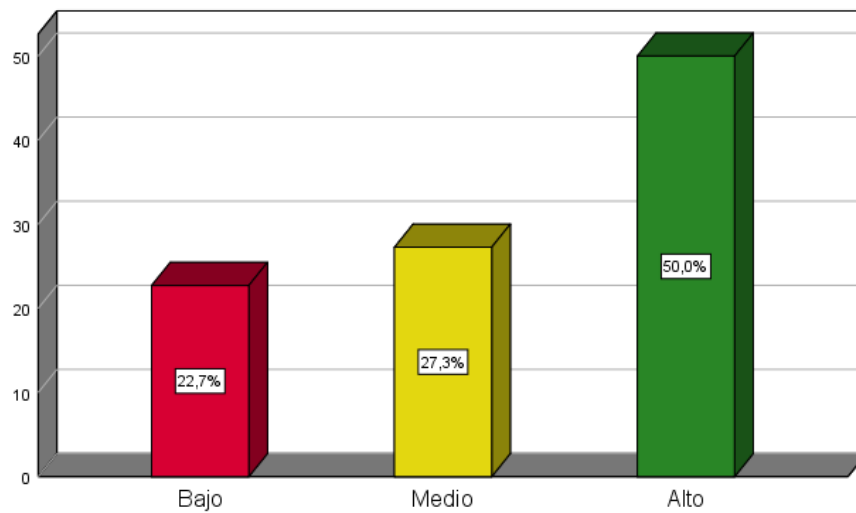
En la tabla 5 y figura 25 detalló los niveles de estrategias sostenibles, donde el 31.8% del total de los participantes percibieron a la variable con un nivel alto; además, el 36.4% afirman que se encuentra de nivel medio y el 31.8% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no cuentan con buenas estrategias.

**Tabla 7.** Nivel de la conservación de recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	22,7	22,7	22,7
	Medio	6	27,3	27,3	50,0
	Alto	11	50,0	50,0	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 26.** Nivel de la conservación de recursos



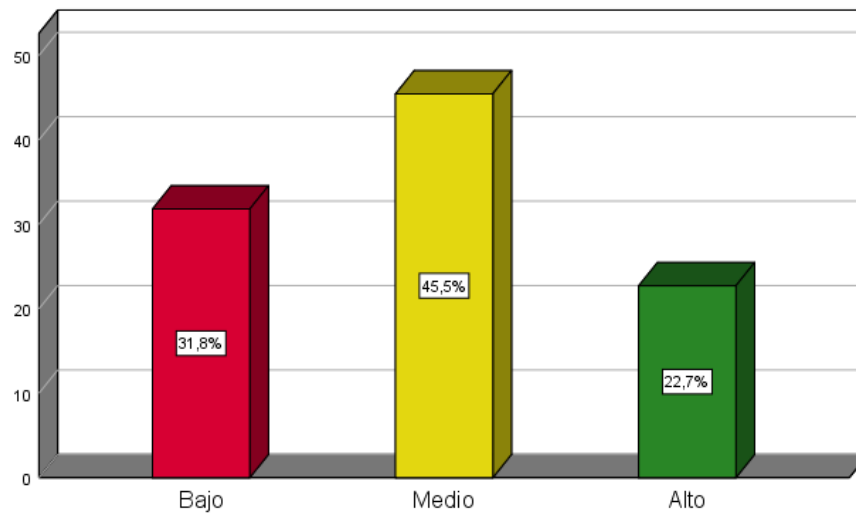
En la tabla 6 y figura 26 detalló los niveles de conservación de recursos, donde el 50% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 27.27% afirman que se encuentra de nivel medio y el 22.73% de nivel bajo. Por lo tanto, la mitad de los colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no cuentan con una buena conservación de recursos.

**Tabla 8.** Nivel de reducción de la contaminación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	31,8	31,8	31,8
	Medio	10	45,5	45,5	77,3
	Alto	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 27.** Nivel de reducción de la contaminación



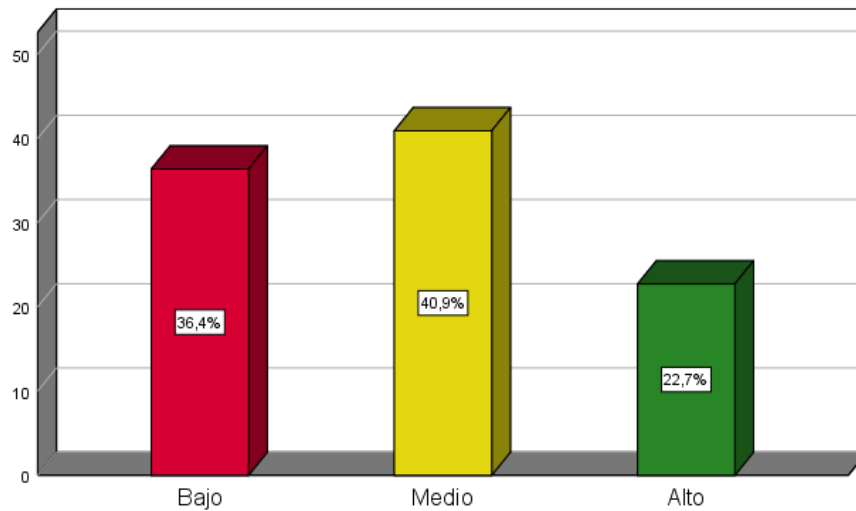
En la tabla 7 y figura 27 detalló los niveles de reducción de la contaminación, donde el 22.7% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 45.5% afirman que se encuentra de nivel medio y el 31.8% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no se preocupan por reducir la contaminación del medio ambiente.

**Tabla 9.** Nivel de conservación de la biodiversidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8	36,4	36,4	36,4
	Medio	9	40,9	40,9	77,3
	Alto	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 28.** Nivel de conservación de la biodiversidad



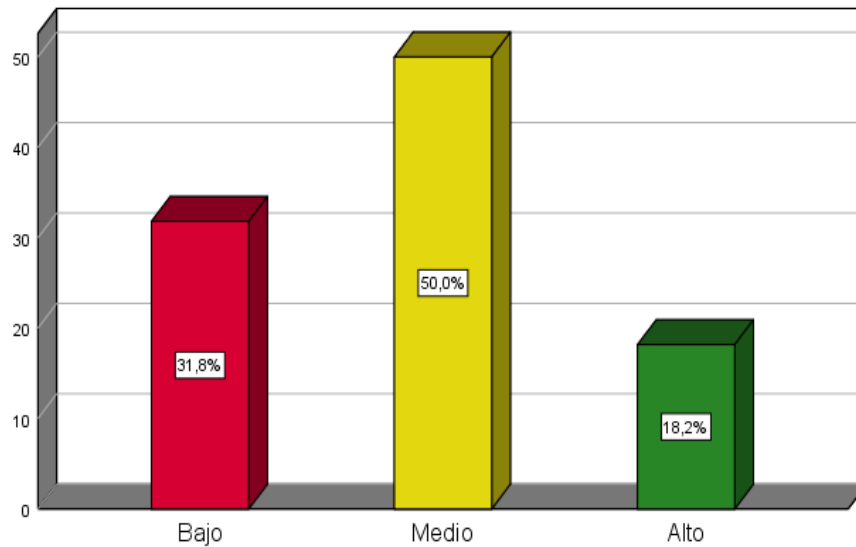
En la tabla 8 y figura 28 detalló los niveles de la conservación de la biodiversidad, donde el 22.7% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 40.9% afirman que se encuentra de nivel medio y el 36.4% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no se preocupan por la conservación de la biodiversidad.

**Tabla 10.** Nivel de la afluencia de visitantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	31,8	31,8	31,8
	Medio	11	50,0	50,0	81,8
	Alto	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 29.** Nivel de la afluencia de visitantes



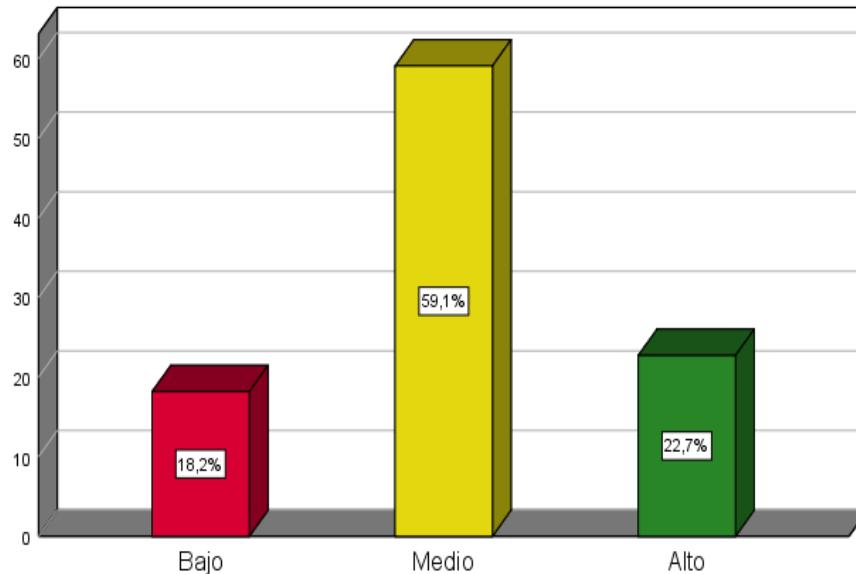
En la tabla 9 y figura 29 detalló los niveles de la afluencia de visitantes, donde el 18.2% del total de los participantes percibieron a la variable con un nivel alto; además, el 50% afirman que se encuentra de nivel medio y el 31.8% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no mantienen una afluencia de visitantes.

**Tabla 11.** Nivel de la participación institucional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	4	18,2	18,2	18,2
	Medio	13	59,1	59,1	77,3
	Alto	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 30.** Nivel de la participación institucional



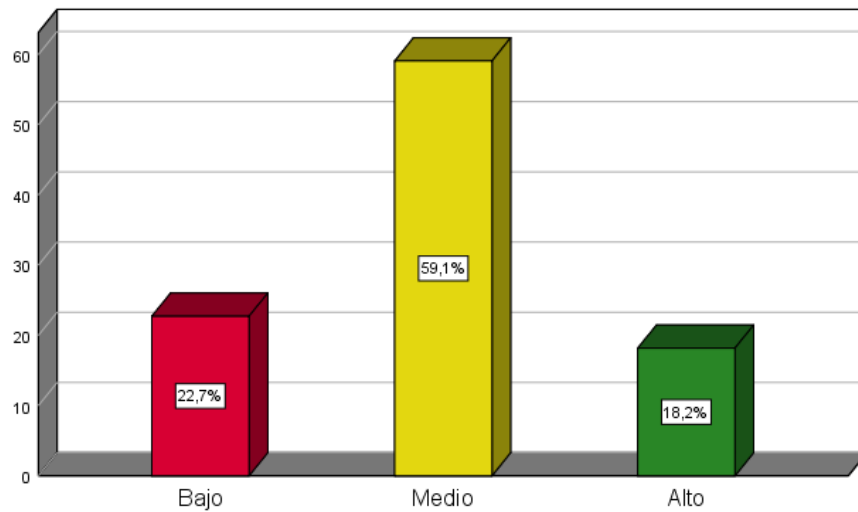
En la tabla 10 y figura 30 detalló los niveles de la participación institucional, donde el 22.7% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 59.1% afirman que se encuentra de nivel medio y el 18.2% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no mantienen una participación institucional.

**Tabla 12.** Nivel de la afluencia ecológica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	22,7	22,7	22,7
	Medio	13	59,1	59,1	81,8
	Alto	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25

**Figura 31.** Nivel de la afluencia ecológica



En la tabla 11 y figura 31 detalló los niveles de la afluencia ecológica, donde el 18.2% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 59.1% afirman que se encuentra de nivel medio y el 22.7% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas no mantienen una afluencia ecológica.

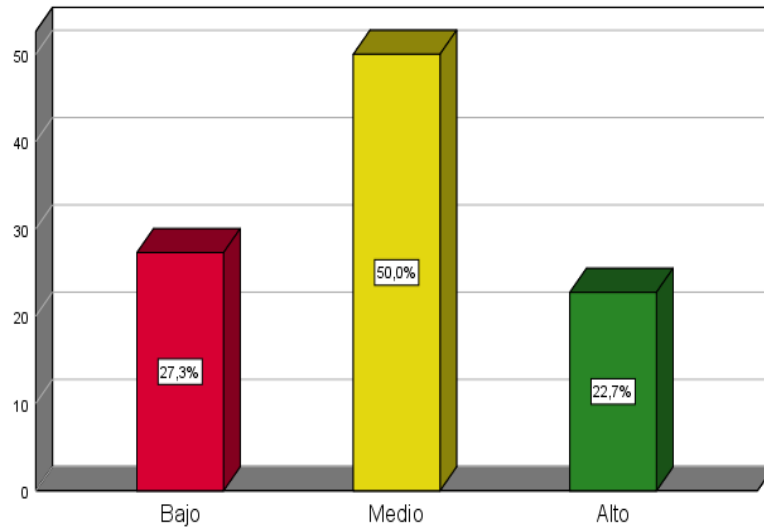
**Tabla 13.** Nivel de la afluencia económica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	27,3	27,3	27,3
	Medio	11	50,0	50,0	77,3
	Alto	5	22,7	22,7	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia por la SPSS 25



**Figura 32.** Nivel de la afluencia económica

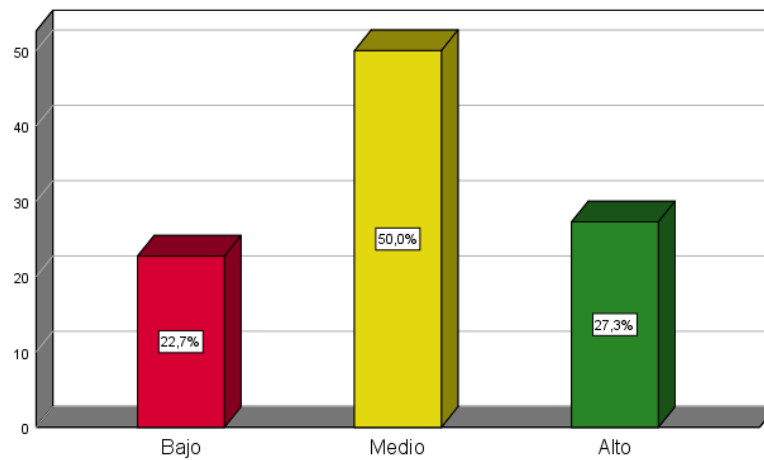


En la tabla 12 y figura 32 detalló los niveles de la afluencia económica, donde el 22.7% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 50.0% afirman que se encuentra de nivel medio y el 27.3% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas mantienen una regular afluencia económica.

**Tabla 14.** Nivel de la afluencia sociocultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	5	22,7	22,7	22,7
	Medio	11	50,0	50,0	72,7
	Alto	6	27,3	27,3	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

**Figura 33.** Nivel de la afluencia sociocultural



En la tabla 13 y figura 33 detalló los niveles de la afluencia sociocultural, donde el 27.3% del total de los participantes percibieron a la dimensión con un nivel alto; además, el 50.0% afirman que se encuentra de nivel medio y el 22.7% de nivel bajo. Por lo tanto, la mayoría de colaboradores encuestados expresan que, las empresas turísticas mantienen una regular afluencia sociocultural.

### 3.3. Análisis inferencial

#### Objetivo general

Determinar de qué manera las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, Paracas, Ica 2021.

**Tabla 15.** Influencia de las estrategias sostenibles sobre la afluencia

R cuadrado	R cuadrado ajustado	Beta	Sig.
0.628	0.609	0.792	0.000

Se observa una significancia menor a 0.05, por lo que se concluye que las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, además su coeficiente de determinación ( $R^2$ ) es 0.628 y el coeficiente de determinación ajustado ( $\Delta R^2$ ) de 0.609, es decir que el 60.9% de la varianza de las estrategias sostenibles es

explicada por la afluencia en las empresas turísticas, así mismo un coeficiente  $\beta$  igual a 0.792, lo que significa que la influencia es positiva.

### Objetivo específico 1

Determinar la influencia de la conservación de recursos en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.

**Tabla 16.** *Influencia de la conservación de recursos sobre la afluencia*

R cuadrado	R cuadrado ajustado	Beta	Sig.
0.476	0.450	0.690	0.000

Se observa una significancia menor a 0.05, por lo que se concluye que la conservación de los recursos influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, además su coeficiente de determinación ( $R^2$ ) es 0.476 y el coeficiente de determinación ajustado ( $\Delta R^2$ ) de 0.450, es decir que el 45.0% de la varianza de la conservación de los recursos es explicada por la afluencia en las empresas turísticas, así mismo un coeficiente  $\beta$  igual a 0.690, lo que significa que la influencia es positiva.

### Objetivo específico 2

Determinar la influencia en la reducción de la contaminación en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.

**Tabla 17.** *Influencia en la reducción de la contaminación sobre la afluencia*

R cuadrado	R cuadrado ajustado	Beta	Sig.
0.549	0.526	0.741	0.000

Se observa una significancia menor a 0.05, por lo que se concluye que la reducción de la contaminación influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, además su coeficiente de determinación ( $R^2$ ) es 0.549 y el coeficiente de determinación

ajustado ( $\Delta R^2$ ) de 0.526, es decir que el 52.6% de la varianza de la reducción de la contaminación es explicada por la afluencia en empresas turísticas, así mismo un coeficiente  $\beta$  igual a 0.741, lo que significa que la influencia es positiva.

### Objetivo específico 3

Determinar la influencia de la conservación de la biodiversidad en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.

**Tabla 18.** *Influencia de la conservación de la biodiversidad sobre la afluencia*

R cuadrado	R cuadrado ajustado	Beta	Sig.
0.531	0.508	0.729	0.000

Se observa una significancia menor a 0.05, por lo que se concluye que la conservación de la biodiversidad influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las islas ballestas, además su coeficiente de determinación ( $R^2$ ) es 0.531 y el coeficiente de determinación ajustado ( $\Delta R^2$ ) de 0.508, es decir que el 50.8% de la varianza de la conservación de la biodiversidad es explicada por la afluencia en empresas turísticas, así mismo un coeficiente  $\beta$  igual a 0.729, lo que significa que la influencia es positiva.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión

En este apartado se llevó a comparación los resultados con las bases teóricas, antecedentes y de esta forma se pueda contrastar si existe una relación entre las dos variables de este estudio con los estudios anteriores.

Los resultados obtenidos de  $R^2$  en relación al objetivo general han demostrado que las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes con una significancia 0.000, siendo menor al 0.05, positiva por un valor de 0.792 y con un grado de influencia de 60.9%. puesto que, las estrategias se mantuvieron en un rango medio por el 36.4% de los encuestados y para el 31.8% estaba bajo y medio; además que la afluencia de visitantes fue regular por el 50%, baja por el 31.8% y alta para el 18.2%; este resultado fue porque la afluencia institucional y ecológica regular por el 59.1%, la económica y sociocultural por el 50.0%. Dichos resultados fueron contrastados con los encontrados por Saluja et al. (2022), el cual concluye que las estrategias sostenibles inciden en el turismo y desarrollo de la comunidad local de Varkala con un nivel de 57%. También, la investigación de Tosun et al. (2020) en Turquía reveló que la percepción de la conservación del lugar impacta en el factor ambiental y económico de  $R^2 = 25\%$ ; por lo que aplican esta estrategia sostenible para fomentar la afluencia de visitantes. De igual forma, Parwati et al. (2020) evidenció que las estrategias sostenibles empleadas en Red Islands Beach surten efecto siempre que se use la sinergia entre la comunidad, gobierno y empresas. Además, Villena (2020) halló que el desarrollo del turismo se da gracias al buen transporte, restaurantes y hoteles que cuentan con las características necesarias para que atraiga a visitantes. Sin embargo, en la investigación de Gebreegziabher y Kumar (2019) indican que los aspectos de sustentabilidad ambiental no llegan a ser un predictor significativo; igualmente, Tshipala et al. (2019) señala su importancia, explicando que son una actividad importante para el desarrollo del turismo.

Con respecto al objetivo específico 1, se encontró que hay una significancia de 0.000 lo que afirma la implicancia positiva con 0.690 y con un nivel de influencia de  $R^2 = 54\%$ . Deduciendo que, si las empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica realizan la conservación de recursos tendrán mayor repercusión en el turismo. Ello resultó debido a que el 50% de los empresarios indicaron que la conservación de recursos está en un nivel alto, para el 27.3% es regular mientras que para el 22.7% es bajo; además, el 27.3% siempre y casi siempre afirman que se busca criar a especies de vida silvestre para preservarlas y para el 22.7% algunas veces, en tanto para el 40.9% casi siempre las especies autóctonas de flora para paisajismo se encuentran en un adecuado estado, y para el 45.45% casi siempre hay animales en cautiverio a pesar que se regulan las actividades. Estos hallazgos fueron contrastados con los encontrados por Tosun et al. (2020) quien evidenció que la imagen del lugar y de los recursos que cuenta incide en  $R^2 = 25\%$ . En tanto, con respecto al paisajismo se asemeja al estudio de Zavaleta (2020) en distrito de Salpo Provincia de Otuzco la Libertad, pues sus recursos naturales el paisajismo se encuentra en una situación agradable, a pesar que 37% desconoce todo lo relacionado al turismo. Además, Aredo y Gamboa (2019) explican que motivar la transmisión de información para conocer lo positivo y lo negativo de acuerdo a la reseña de los turistas permite la preservación del territorio; del mismo modo, Parwati et al. (2020) indica que potenciar los recursos permitirá crear más atractivos para los turistas.

En relación al objetivo específico 2, se halló que bajo el indicador de  $R^2$  con un valor de 52.6% de influencia de la reducción de la contaminación sobre la afluencia de visitantes junto con una significancia de 0.000 y positiva de 0.714, se afirma que si existe dicha influencia. Por ende, las empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica se preocupan por reducir la contaminación y atraer a más muchedumbre para que visite este destino turístico. Esa influencia se debe a que para el 22.7% de los empresarios intervinientes acotaron que la conservación de recursos está en un nivel alto, mientras que el 31.8% está en un rango bajo y sólo el 45.5%

señala que está en un nivel medio. Estos resultados coinciden con los de Saluja et al. (2022) donde encontró que la estimulación del desarrollo empresarial es importante para el sustento local. Además, los resultados del presente estudio muestran que para el 40.9% de ellos casi siempre se implementa un plan de manejo de desechos sólidos adecuados, para el 31.8% algunas veces y para el 13.6% se da siempre. Estos resultados fueron comparados con los hallados en Awad y Awad (2020), en pro de esta situación indican que es necesario la aplicación de planes que minimicen los efectos nocivos, esto permite un mejor control de las diferentes formas de contaminación; además que para el 27.3% casi siempre y algunas veces se llevan a cabo las prácticas que favorezcan productos animales con el medio ambiente y el 22.7% siempre, mientras que para el 13.6% algunas veces; igualmente corroborado por Parwati et al. (2020) quien explicó que la planificación y desarrollo de estrategias debe realizarse mediante la implementación de sinergias entre la comunidad, los actores, el gobierno y las empresas para lograr un turismo sostenible. Así mismo, Gebreegziabher y Kumar (2019) en Tigray, Etiopía, mencionan que son indicadores importantes de sostenibilidad en la dimensión de gestión ambiental. De la misma manera, Pinedo (2019) aseveró que Jequetepeque cuenta con condiciones culturales, naturales, de gastronomía y de reducción de contaminación capaces de generar interés en los turistas. Por eso, Awad y Awad (2020) proponen que para reducir la contaminación es necesario el manejo de residuos sólidos, el uso de energías renovables y aprovechamiento de artículos amigables con el entorno ambiental.

Finalmente, de acuerdo al objetivo específico 3, se determinó que según el  $R^2$  abordó una confirmación de la influencia con una significancia de 0.000 y positiva con un valor de 0.729, es decir, que la conservación de la biodiversidad influye sobre el turismo con un nivel del 50.8%; ello connota que las empresas turísticas de las Islas Ballestas deben salvaguardar su flora y fauna para atraer a muchos más turistas. Esto depende de la calificación de los empresarios encuestados, ya que para el 40.9% la reducción de la contaminación está en un

nivel regular, para el 36.4% está en un rango bajo y para el 22.7% alto. Este hallazgo fue contrastado con el hallado en Suarja y Sukawati (2020) quienes explican que es necesario implementar lineamiento y políticas que minimicen el uso de residuos que puedan contaminar de alguna manera; esto se arraigó porque el 36.4% de los empresarios casi siempre se fomenta las políticas de reducción de uso de productos nocivos que alteran al medio ambiente, para el 31.8% algunas veces y para el 22.7% siempre, además Ratten (2019) el 40.9% de ellos algunas veces se fomentan las políticas de reducción de uso de consumo de agua y energías no renovables y para el 27.3% es siempre; por tanto, el espíritu empresarial en el turismo debe caracterizarse por una económica colaborativa con los servicios turísticos. Ello se relaciona a lo corroborado por Gebreegziabher y Kumar (2019) en Tigray, Etiopía, pues sugiere que el consumo de energía y agua se de en menor cantidad, impactando la gestión ambiental en  $R^2 = 36.2\%$ . También, Suarja y Sukawati (2020) manifiestan que para conservar los ecosistemas y paisajes se debe de implementar políticas amigables y con ello proyectos ecológicos además del fomento de la energía renovable como la eólica. Así mismo, Pinedo (2019) encontró que operaciones turísticas en el Distrito de Jequetepeque son dar a conocer las zonas históricas, la crianza de caballo de pasos, así como el paseo por estos medios y la iglesia; para Sosa et al. (2021) transmitir estas tradiciones es importante porque permite promover la cultura y un entorno de diversidad. Sin embargo, en el caso de Aredo y Gamboa no se encontró información relacionada a las actividades turísticas del lugar; García-Esparza y Altaba (2018) apoya esta situación, debido a que la identidad cultural se puede ser afectada en el intercambio cultural al distorsionar los valores locales cuando son compartidos con los turistas.



## 4.2. Conclusiones

Con relación al objetivo general se concluye que mediante el estadístico  $R^2$  de influencia se obtuvo un valor de 60.9% con una significancia de 0.000 y positiva, denotando que las estrategias sostenibles en la afluencia de visitantes influyen positiva y significativamente en las Islas Ballestas, Paracas, Ica; ya que para el 36.4% de los encuestados las estrategias sostenibles estuvo en un nivel medio y la afluencia de visitantes (50%) también fue regular; infiriendo de esta manera que en la medida en que se dé una correcta conservación de recursos, reducción de la contaminación y la conservación de la biodiversidad, la afluencia de visitantes se optimizará, lo que se traducen en que habrá más clientes que acudan a las empresas que ofrecen el servicio turístico en la localidad de Paracas.

En cuestión del objetivo específico 1, se concluye que la dimensión conservación de recursos mantiene una influencia positiva y significativa, mediante el indicador de  $R^2$  con un valor de 45% de influencia con una significancia de 0.000; dado que para esta dimensión se encuentra en un rango alto por el 50.0% de los empresarios encuestados, puesto que los encuestados consideran que en la medida en que se conserve la vida silvestre de su localidad y se regule mediante normativas reguladas por entidad gubernamentales competentes encargadas de salvaguardar la flora y fauna, la afluencia de clientes se incrementará.

Como conclusión referida al segundo objetivo específico, se encontró que mediante el estadístico  $R^2$  con un valor de 52.6% de influencia una significancia de 0.000 y enmarcando que es positiva, la dimensión reducción de la contaminación influye sobre la afluencia de visitantes en las Islas Ballestas, Paracas; ya que para el 45.5% de encuestados indicaron un nivel regular; por lo que lo empresarios consideraron que mientras exista una correcta ejecución de un plan de manejo de residuos sólidos y prácticas enfocadas para reducir la contaminación, influenciará de manera positiva en afluencia de visitantes.

Y como última conclusión se tiene que la dimensión conservación de la biodiversidad influye sobre el turismo con un nivel del 50.8%, ya que el  $R^2$  emana una significancia de 0.000 con un índice de positivismo de 0.729 y con un valor determinativo de 0.508; ello porque para el 40.9% de los encuestados la conservación de la biodiversidad se encuentra en un nivel regular; infiriéndose a partir de aquello que en la medida de que se desarrollen políticas en beneficio al medio ambiente, se reduzcan el empleo de productos y se fomente el uso de energía renovable, incidirá de manera positiva en la percepción que tenga el cliente; generando de esta forma mayor afluencia de visitantes en la zona.

### **4.3. Recomendaciones**

Se les recomienda a los empresarios de las Islas Ballestas, Paracas, Ica evaluar su posición con respecto a las estrategias sostenibles que emplea y debe emplear para mantener una afluencia de visitantes significativa durante las festividades en enero, mayo y setiembre que son las más concurridas; sabiendo que al ser un destino turístico cultural, las personas asisten para conocer la historia, el paisaje y los espacios y/o monumentos que poseen las Islas Ballestas y para ello se requiere de una debida limpieza y condiciones sanitarias y ecológicas para emitir una mejor vista a los turistas.

Con respecto a la dimensión conservación de los recursos se le recomienda a los empresarios que ejecuten proyectos incluyendo a estudiantes de los colegios y universidades junto al apoyo gubernamental para crear centros de cuidado hacia las especies autóctonas de flora y animales silvestres para evitar su extinción; siendo esto lo que llama la atención a los turistas como son el pelícano de Humboldt, el pelícano peruano, el cormorán de patas rojas y las demás especies que se encuentra alrededor de las islas.

En relación a la dimensión reducción de la contaminación se les sugiere a los empresarios y a los mismos pobladores de las Islas Ballestas que ejecuten campañas de limpieza, de recojo y clasificación de residuos, además de inducir a las autoridades a realizar incentivos para la ejecución de dichas campañas para motivar a la limpieza y la reducción de la contaminación; además de sugerir que incluyan a los negocios más pequeños para que mantengan la misma cultura y se les dé la oportunidad de generar mayores puestos de trabajo.

Finalmente, se les recomienda que para la dimensión conservación de la biodiversidad de sus especies, se eliminen en su uso productos nocivos que dañan el medio ambiente y empleen sus productos naturales y netamente de la localidad como es el guano, para que se ha usado como fertilizante natural y no contamina el ambiente, es biodegradable y mejora las propiedades

físicas, químicas y biológicas del suelo; ya que estas Islas es una fuente básica de la diversificación de especies marinas del Perú.

## REFERENCIAS

- Ajike, E., & Adefulu, A. (2021). Green Marketing Orientations and Firm Performance in Nigeria: A Literature Review. *Palgrave macmillan*, 240-261.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-038-74065-8>
- Andreu, L., Palomo, J., & Stojanovic, I. (2020). Recuperar la confianza de los turistas, medidas a implementar por el covid-19. *Asociacion Española de Expertos Científicos en turismo*, 2-10.
- Aredo, M., & Gamboa, J. (2019). Uso de redes sociales como herramienta de marketing digital en la promoción turística del destino Túcume – Lambayeque, año 2019. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Privada del Norte, Trujillo.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23130>
- Awad, B., & Awad, I. (2020). Green marketing and its impact on consumer purchasing behavior and the tourism sector/an analytical study - the jordanian green market. *Journal of economics, business and market research*, 1(1), 8-24.  
[https://www.researchgate.net/profile/Burhan-Alomari/publication/342303438\\_GREEN\\_MARKETING\\_AND\\_ITS\\_IMPACT\\_ON\\_CONSUMER\\_PURCHASING\\_BEHAVIOR\\_AND\\_THE\\_TOURISM\\_SECTORAN\\_ANALYTICAL\\_STUDY\\_-THE\\_JORDANIAN\\_GREEN\\_MARKET/links/5eec5beba6fdcc73be895dd3/GREEN-MARKETING-A](https://www.researchgate.net/profile/Burhan-Alomari/publication/342303438_GREEN_MARKETING_AND_ITS_IMPACT_ON_CONSUMER_PURCHASING_BEHAVIOR_AND_THE_TOURISM_SECTORAN_ANALYTICAL_STUDY_-THE_JORDANIAN_GREEN_MARKET/links/5eec5beba6fdcc73be895dd3/GREEN-MARKETING-A)
- Aznar, M., & Hoefnagels, H. (2020). Empowering small rural communities through heritage tourism. *Bridging Tourism Theory and Practice*, 11, 49-60.  
[https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S2042-144320190000011005/full/html?utm\\_source=TrendMD&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=Bridging\\_Tourism\\_Theory\\_and\\_Practice\\_TrendMD\\_1](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S2042-144320190000011005/full/html?utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=Bridging_Tourism_Theory_and_Practice_TrendMD_1)
- Carvajal, H., García, M., & Teijeiro, M. (2021). Evolución de la política medioambiental en la gestión de residuos. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 265-275.  
<https://doi.org/http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n2/2218-3620-rus-13-02-265.pdf>
- Cedeño, C., Loor, L., & Ruíz, A. (2020). Estrategias para la gestión sostenible del turismo rural alternativo en la ruta del Encanto del cantón de Portoviejo. *Revista electrónica cooperación Universidad sociedad*, 5(1), 77-89.  
<https://190.15.136.223/index.php/Recus/article/view/2257>
- Chahal, H., Gupta, M., Bhan, N., & Cheng, T. (2020). Operations management research grounded in the resource-based view: A meta-analysis. *International Journal of production economics*, 230, 1-16.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0925527320301808>
- Chinchay, S., Reyes, M., Mogollón, M., & Eminario, R. (2020). Estrategias de promoción del patrimonio natural en el desarrollo del turismo en Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1-11.  
<https://www.redalyc.org/journal/290/29065286017/29065286017.pdf>
- Ching, H. (2021). Strategies for post-Covid-19 prospects of Sabah's tourist market – Reactions to shocks caused by pandemic or reflection for sustainable tourism? *Research in Globalization*, 3, 1-8.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590051X21000216>
- Comex peru. (21 de febrero de 2020). ¿Como se encuentra nuestro Turismo? [comexperu.org.pe](https://www.comexperu.org.pe): <https://www.comexperu.org.pe/articulo/como-se-encuentra-nuestro-turismo>
- De la Madrid, E. (2021). El Turismo Como Motor de Crecimiento. *Comercio Exterior - Bancomext*, 2.

- Dogru, T., Bulut, U., Kocak, E., Isik, C., Suess, C., & Sirakaya-Turk, E. (2020). The nexus between tourism, economic growth, renewable energy consumption, and carbon dioxide emissions: contemporary evidence from OECD countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 1-19.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11356-020-10110-w>
- Empresas Ruc. (Junio de 2022). *Paracas*. Empresas RUC:  
<https://empresasruc.com/empresas/departamentos/ica---11/pisco---05/paracas---05?indice=SI>
- Farkas, J., Raffay, Z., & Petykó, C. (2022). A New Approach to Accessibility, Disability and Sustainability in Tourism – Multidisciplinary and Philosophical Dimensions. *Corvinus Research*, 40(1), 319-326. <http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/7319/>
- Fernandes, F., Freire, O., Quevedo-Silva, F., & Panosso-Netto, A. (2020). SI USTED COMPRO, YO COMPRARÉ” El boca a boca electrónico y la importancia de la credibilidad de la fuente en el contexto del turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 197-213. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180762690012>
- García-Esparza, J., & Altaba, P. (2018). Time, Cognition, and Approach: Sustainable Tourism Strategies for Abandoned Vernacular Landscapes. *Sustainability*, 10(8), 1-21.  
<https://www.mdpi.com/2071-1050/10/8/2712>
- Gebreegziabher, A., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia. *Heliyon*, 5(3), 1-31. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844018368336>
- Gebreegziabher, A., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia. *Heliyon*, 5(3), 1-31. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844018368336>
- Geng, Y., Wei, Z., Zhang, H., & Maimaituerxun, M. (2020). Analysis and Prediction of the Coupling Coordination Relationship between Tourism and Air Environment: Yangtze River Economic Zone in China as Example. *Hindawi*, 1-15.  
<https://www.hindawi.com/journals/ddns/2020/1406978/>
- Giannoukou, I., & Beneki, C. (2018). Towards sustainability performance management system of tourism enterprises: a tourism sustainable balanced scorecard framework. *International Journal of Global Environmental Issues*, 17(2/3), 175-196.  
[https://www.researchgate.net/publication/324904606\\_Towards\\_sustainability\\_performance\\_management\\_system\\_of\\_tourism\\_enterprises\\_a\\_tourism\\_sustainable\\_balanced\\_scorecard\\_framework](https://www.researchgate.net/publication/324904606_Towards_sustainability_performance_management_system_of_tourism_enterprises_a_tourism_sustainable_balanced_scorecard_framework)
- Google. (2021). *Empresas de Turismo en Paracas*. Google: <https://bit.ly/3LWRv62>
- Gutiérrez, R., & Velázquez, E. (2022). La implantación de una Unidad de Manejo de la Vida Silvestre de manglar y la construcción de sujetos ambientales locales en una zona de humedales marino-costeros en el Golfo de México. *Revista CS*, 1(36), 179-206.  
<https://doi.org/10.18046/recs.i36.4732>
- Hernández, R., & Céspedes, J. (2020). Bioeconomía: Una estrategia de sostenibilidad en la cuarta revolución industrial. *Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales*, 7(2), 126-133.  
[http://www.scielo.org.bo/pdf/riiarn/v7n2/v7n2\\_a15.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/riiarn/v7n2/v7n2_a15.pdf)
- Hernández-Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill Education.
- Ivey, J. (2016). Is Descriptive Research Worth Doing? *Demystifying Research*, 42(4), 181-188.  
<https://www.proquest.com/openview/6c2cf9b3da58824bbbbb44605e82739f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=47659>

- Lao, T., & Takakuwa, R. (2016). Análisis de confiabilidad y validez de un instrumento de medición de la sociedad del conocimiento y su dependencia en las tecnologías de la información y comunicación. *Revista de Iniciación Científica*, 2(2), 64-75. <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/ric/article/view/1249/1412>
- Llanos, J., Menacho, J., & Cerrón, M. (2021). Análisis del turismo sostenible en la provincia de Utcubamba, Amazonas - Perú. *nálisis del turismo sostenible en la provincia de Utcubamba, Amazonas*, 5(3), 83-98. <https://www.espirituemprededortes.com/index.php/revista/article/view/278>
- Magaña, L., González, Y., Nápoles, L., & Ojeda, E. (2019). Diagnóstico ambiental preliminar y oportunidades de prevención de la contaminación en la Fábrica de Helados Mayarí. Cuba. *Tecnología Química*, 39(1), 105-116. <http://scielo.sld.cu/pdf/rtq/v39n1/2224-6185-rtq-39-01-105.pdf>
- Majid, U. (2018). Research Fundamentals: Study Design, Population, and Sample Size. *Undergraduate research in natural and clinical science and technology*, 2, 1-7. <https://www.urncst.com/index.php/urncst/article/view/16>
- Manna, R., & Mete, J. (2021). Population and sample. *International journal of research and analysis in humanities*, 1(1), 34-63. <https://iarj.in/index.php/ijrah/article/view/39>
- Manríquez, H., Mansilla, P., & Moreira, A. (2019). Hacia una conservación integrada del paisaje biogeocultural de Atacama. *Diálogo andino*, 1(60), 141-152. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812019000300141>
- Manzoor, F., & Wei, L. (2018). A Review of China- Pakistan Economic Corridor and Tourism Opportunities. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 56, 79-82. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/feb-18/55907617>
- Márquez, L., Cueétara, L., Cartay, R., & Labarca, N. (2020). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 233-253. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384417>
- Martínez, F., García, I., & García, J. (2019). Competencias para mejorar la argumentación y la toma de decisiones sobre conservación de la biodiversidad. *Enseñanza de las ciencias*, 37(1), 55-70. <https://doi.org/10.5565/rev/ensciencias.2323>
- Medina, E. (2019). La contaminación del aire, un problema de todos. *Revista de la Facultad de Medicina*, 67(2), 189-191. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v67n2.82160>
- Ming, F., Bui, T.-D., Tseng, M.-L., Lim, M., & Raymond, T. (2020). Sustainable solid-waste management in coastal and marine tourism cities in Vietnam: A hierarchical-level approach. *Resources, Conservation & Recycling*, 1-15. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921344920305814>
- Molina, Y. (2019). La Reforestación como Estrategia Ambiental para la Conservación de ríos y quebradas. *Revista Scientific*, 4(13), 182-199. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.13.9.182-199>
- Morales, M., Carbal, A., & García, M. (2019). La ecoeficiencia en pequeñas y medianas empresas: Retos y beneficios para un desarrollo sostenible. *Ad Valorem*, 2(2), 83-97. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7513367>
- Naranjo, M., & Martínez, M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 359-375. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845029/html/>
- Ngoozi, C. (2020). The Effects of COVID-19 on the Wild Life Tourism. *International digital organization for scientific research*, 55-61. <https://www.idosr.org/wp-content/uploads/2020/12/IDOSR-JAS-SI5-55-61-2020.pdf>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (5a ed.). Ediciones de la U.

- Obradović, S., Tešin, A., Božović, T., & Milosevic, D. (2020). Residents' perceptions of and satisfaction with tourism development: A case study of the Uvac Special Nature Reserve, Serbia. *Tourism and hospitality Research*, 1-13.  
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1467358420946789>
- Ocena. (20 de Junio de 2017). *¿Cuánto podría ganar el Perú con el turismo en Paracas?* Retrieved 6 de Julio de 2021, from peru.oceana.org:  
<https://peru.oceana.org/es/blog/cuanto-podria-ganar-el-peru-con-el-turismo-en-paracas>
- Ordoñez, J. (2019). Diseño de estrategias de marketing para el desarrollo turístico del distrito de Namora - Cajamarca 2018. *(Tesis para optar el grado de Maestro) (Tesis)*. Universidad Privada del Norte, cajamarca.
- Orindaru, A., popescu, M.-F., Alexoaei, A., Caescu, S., Stela, M., & Orza, A.-O. (2021). Tourism in a Post-COVID-19 Era: Sustainable Strategies for Industry's Recovery. *Sustainability*, 13(12), 1-22. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/12/6781>
- Otoya, S. (2 de agosto de 2017). *Paracas: Un destino turístico que supera las expectativas de peruanos y extranjeros*. Retrieved 6 de julio de 2021, from Oceana:  
<https://peru.oceana.org/es/blog/paracas-un-destino-turistico-que-supera-las-expectativas-de-peruanos-y-extranjeros>
- Pacherres, S., & Vergara, A. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Ecociencia*, 7(2), 1-20.  
<https://doi.org/https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/340/252>
- Padilla, Y., Romero, J., & Navarro, E. (2020). Reflexiones desde el post crecimiento: ideas estrategias y taticas para el turismo post covid 19. *Asociacion Española de expertos científicos en turismo*, 2-12.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7804041>
- Pan, S.-Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K., Pei, S., & Chiang, P.-C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the Total Environment*, 635, 452-469.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S004896971831194X>
- Parra, L., & Montealegre, H. (2020). Diseño de estrategias de conservación, mejoramiento y aprovechamiento del recurso hídrico en el sector sur de la Cuenca Hidrográfica de Río Seco – Revisión Sistemática. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 4(1), 1-10. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573661266019>
- Parwati, R., Pangestuti, E. W., & Hardyansah, R. (2020). Development and Sustainable Tourism Strategies in Red Islands Beach, Banyuwangi Regency. *Journal of Indonesian Tourism and Development studies*, 8(3), 174-180.  
<https://jitode.ub.ac.id/index.php/jitode/article/view/400/315>
- Pinedo, C. (2019). Condiciones para la práctica del turismo rural comunitario en el distrito de Jequetepeque, Perú 2019. *(Tesis de Licenciatura)*. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Peru. Condiciones para la práctica del turismo rural comunitario en el distrito de Jequetepeque, Perú 2019
- Prihanti, A., Kuntoro, T., Sutikno, B., & Adji, H. (2019). The Social Dimensions' Aspects of Sustainable Tourism Development Analysis: A Systematic Literature Review. *Digital Press Social Sciences and Humanities*(4), 1-9.  
[https://www.researchgate.net/publication/342740666\\_The\\_Social\\_Dimensions'\\_Aspects\\_of\\_Sustainable\\_Tourism\\_Development\\_Analysis\\_A\\_Systematic\\_Literature\\_Review](https://www.researchgate.net/publication/342740666_The_Social_Dimensions'_Aspects_of_Sustainable_Tourism_Development_Analysis_A_Systematic_Literature_Review)
- Rasoolimanesh, M., Ramakrishna, S., Hall, M., Esfandiar, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21.  
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2020.1775621>



- Ratten, V. (2019). Tourism entrepreneurship research: a perspective article. *Tourism review*, 75(1), 122-125. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-06-2019-0204/full/html>
- Roe, D., Dickman, A., Kock, R., Gulland, M., Rihoy, E., & Sas-Rolfes, M. (2020). Beyond banning wildlife trade: COVID-19, conservation and development. *World development*, 136, 1-4. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305750X20302485>
- Rosario, M., Moura, A., Mónico, L., & Breda, Z. (2019). The Economic Dimension of Quality in Tourism: Perceptions of Portuguese Public Decision Makers at the Local Level. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(3), 273-295. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1528008X.2018.1530164>
- Saluja, V., Anand, S., Peng, J., & Kumar, H. (2022). The perceived impact of tourism development and sustainable strategies for residents of Varkala, South India. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 1-22. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2577444122000120>
- Samamé, J. (2022). Modelo De Manejo Para La Comercialización Legal Y Sostenible De La Vida Silvestre En El Departamento De Lambayeque. *Horizonte Empresarial*, 9(1), 152-170. <https://doi.org/10.26495/rce.v9i1.2191>
- Silva, M., Villón, R., Saldaña, J., Gonzales, M., & Díaz, P. (2021). *Plan estratégico multisectorial para la reducción de la contaminación acústica por ruido vehicular*. Savez editorial. <https://savezeditorial.com/index.php/savez/article/view/15/12>
- Sosa, M., Aulet, S., & Mundet, L. (2021). Community-Based Tourism through Food: A Proposal of Sustainable Tourism Indicators for Isolated and Rural Destinations in Mexico. *Sustainability*, 13(12), 1-15. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/12/6693>
- Suarez, E. (2016). Pre – evaluación de los recursos turísticos culturales de la Provincia de Chepén para la creación de un circuito turístico. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Peruana del Norte, Trujillo, Peru. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10707>
- Suarja, A., & Sukawati, T. (2020). Exploring Green Start-up Finance for Tourism Villages. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 544, 82-85. <https://www.atlantispress.com/article/125955974.pdf>
- Taherdoost, H. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument; How to Test the Validation of a Questionnaire/Survey in a Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5, 28-36. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3205040](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3205040)
- Tosum, C., Bora, B., Caliskan, C., & Karakus, Y. (2020). Role of place image in support for tourism development: The mediating role of multi-dimensional impacts. *International Journal of Tourism Research*, 23(3), 268-286. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.2405>
- Trang, D., Huyen, Le, Diem, L., & Quanh, T. (2020). Relationship between the Management Accounting Information Usage, Market Orientation and Performance: Evidence from Vietnamese Tourism Firms. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 707-716. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202029062616647.page>
- Tshipala, N., Johanns, W., & Potgieter, M. (2019). Sustainable indicators for adventure tourism destinations : a case of Waterval Boven. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 1-7. <https://journals.co.za/doi/abs/10.1080/20421338.2018.1552546>
- Uslu, A., Alagoz, G., & Gunes, E. (2020). Socio-cultural, economic, and environmental effect of tourism from the point of view of the local community. *Journal of tourism and services*, 1-21. <https://jots.cz/index.php/JoTS/article/view/147>

- Van, T., & Duy, T. (2020). The Relationship between Green Marketing Strategy, Corporate Reputation and Business Performance: An Empirical Investigation in Tourist Companies in Vietnam. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 5(2), 20-24. <http://irjaes.com/wp-content/uploads/2020/10/IRJAES-V5N1P320Y20.pdf>
- Vergara, A., Olalla, A., Yturralde, J., & Sorhegui, R. (2020). Responsabilidad social corporativa RSC y su impacto en el rendimiento económico de las principales Empresas en Ecuador. *Espacios*, 41(10), 1-8. <https://doi.org/http://w.revistaespacios.com/a20v41n10/a20v41n10p13.pdf>
- Vikrama, K., Singh, R., Sankar, U., & Srivalli. (2021). Wildlife tourism: A synthesis of past, present, and future research agenda. *Enlightening tourism a pathmaking journal*, 11(2), 390-427. <http://uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/et/article/view/5117>
- Villena, T. (2020). características del asentamiento humano Puemape para el turismo alternativo, en el distrito de San Pedro de Lloc. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Privada del Norte, Trujillo. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23480>
- Wahyudi. (2021). Studies The Effect of Tourism Promotion, Prices and Facilities on Visitors' Satisfaction of Sweet Water Beach Tourism Padang. *Marketing Management Studies*, 1(2), 151-162. <https://jkmp.ppj.unp.ac.id/index.php/mms/article/view/43>
- Wang, R., Dai, M., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' happiness of life in rural tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 1-11. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X21000603>
- Zaimes, G., García, J., Iakovoglou, V., & Emmanouloudis, D. (2019). Conservación de los ecosistemas riparios y deltaicos y mejora de las oportunidades de ecoturismo. *Cuadernos de la Sociedad Española de Ciencias Forestales*, 45(1), 145-156. <https://doi.org/10.31167/csecfv2i45.19522>
- Zavaleta, M. (2020). Condiciones basicas para el desarrollo del turismo vivencial en el caserío de Cotra, distrito de Salpo Provincia de Otuzco la Libertad 2020. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Privada del Norte, Trujillo. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24065>
- Zhao, J., & Li, S.-M. (2018). The impact of tourism development on the environment in China. *Acta Scientifica Malaysia (ASM)*, 2(1), 01-04. <http://actascientificamalaysia.com/archives/ASM/1asm2018/1asm2018-01-04.pdf>

## ANEXOS

### Tabla 19

#### Matriz de consistencia

TÍTULO: ESTRATEGIAS SOSTENIBLES Y SU INFLUENCIA EN LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN EMPRESAS TURÍSTICAS EN LAS ISLAS BALLESTAS, PARACAS, ICA 2021						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA	
¿De qué manera las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?	Determinar de qué manera las estrategias sostenibles influyen en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021	Las estrategias sostenibles influyen significativamente la afluencia de visitantes en empresas turísticas en Las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021	<b>Estrategias Sostenibles</b>	<b>D1:</b> Conservación de recursos I1: Vida silvestre I2: Vida silvestre regulada <b>D2:</b> Sostenible Reducción de la contaminación I1: Plan de manejo de residuos sólidos I2: Prácticas para reducir la contaminación <b>D3:</b> Conservación de la biodiversidad I1: Desarrollo de políticas amigables I2: Reducción de uso de productos I3: Fomento de uso de energía renovable	<b>Tipo de investigación:</b> Aplicada  <b>Diseño:</b> No experimental y Transversal <b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario	
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>		<b>Afluencia de visitantes</b>	<b>D1:</b> Participación Institucional I1: Participación en el turismo I2: Espíritu empresarial en el turismo I3: Instalaciones turísticas I4: Difusión de la información <b>D2:</b> Ecológica I1: Conciencia sobre el medio ambiente I2: Ejemplos de protección ambiental <b>D3:</b> Económica I1: Ingresos I2: Oportunidades de trabajo <b>D4:</b> Sociocultural I1: Valores culturales I2: Tradiciones locales I3: Mantenimiento	<b>Método de Análisis de Dato:</b> SPSS
¿La conservación de recursos influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?	Determinar la influencia de la conservación de recursos en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.	La influencia de la conservación de recursos en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021 es directa y significativa.				
¿La reducción de la contaminación influye en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?	Determinar la influencia en la reducción de la contaminación en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.	La influencia en la reducción de la contaminación en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021 es directa y significativa.				
¿La conservación de la biodiversidad influye en la afluencia de visitantes en las empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021?	Determinar la influencia de la conservación de la biodiversidad en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021.	La influencia de la conservación de la biodiversidad en la afluencia de visitantes en empresas turísticas en las Islas Ballestas, Paracas, Ica 2021 es directa y significativa.				

### Cuestionario de estrategias sostenibles

Estimado trabajador(a):

A continuación, usted encontrará un conjunto de afirmaciones relacionadas a las estrategias sostenibles en las islas ballestas, Paracas, Ica 2021., a la que le solicito que responda con la mayor veracidad posible.

El instrumento tiene carácter de investigación y es de carácter anónimo e individual.

Coloque una “X” en la celda que considere conveniente, de acuerdo a la siguiente valoración:

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas veces	Nunca
5	4	3	2	1

N°	Ítems	5	4	3	2	1
<b>Dimensión: Conservación de recursos</b>						
01	¿Considera que dentro de las Islas Ballestas se busca criar a especies de vida silvestre para preservarlas?					
02	¿Considera que las especies autóctonas de flora para paisajismo se encuentran en un estado adecuado?					
03	¿Considera que, aunque las actividades están reguladas en las islas Ballestas existen animales en cautiverio?					
<b>Dimensión: Reducir la contaminación</b>						
04	¿Considera que en las islas Ballestas se implementa un plan de manejo de desechos sólidos adecuado?					
05	¿Considera que en las islas Ballestas se llevan a cabo prácticas que favorezcan productos amigables con el medio ambiente?					
<b>Dimensión: Conservación de la biodiversidad</b>						
06	¿Considera que en las islas Ballestas se fomentan las políticas de reducción de uso de productos químicos nocivos?					
07	¿Considera que en las islas Ballestas se fomentan las políticas de reducción de uso de consumo de agua y energías no renovables?					

### Cuestionario de afluencia de visitantes

Estimado trabajador(a):

A continuación, usted encontrará un conjunto de afirmaciones relacionadas al turismo en las islas ballestas, Paracas, Ica 2021., a la que le solicito que responda con la mayor veracidad posible.

El instrumento tiene carácter de investigación y es de carácter anónimo e individual.

Coloque una “X” en la celda que considere conveniente, de acuerdo a la siguiente valoración:

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Pocas veces	Nunca
5	4	3	2	1

N°	Ítems	5	4	3	2	1
<b>Dimensión:</b>						
01	¿Considera que los residentes de la comunidad tienen la oportunidad de participar en el turismo?					
02	¿Considera que en la comunidad local se siente el turismo fomentado por el espíritu empresarial?					
03	¿Considera que los servicios turísticos se desarrollan en cooperación con las empresas locales en la región?					
04	¿Considera que hay suficiente información disponible sobre los esfuerzos de conservación en la localidad?					
<b>Dimensión: Ecológica</b>						
05	¿Considera que la conciencia de los residentes sobre la protección del medio ambiente es adecuada?					
06	¿Considera que el turismo en el parque se desarrolla en armonía con el medio natural?					
07	¿Considera que se muestran buenos ejemplos de protección ambiental en la localidad?					
<b>Dimensión: Económica</b>						
08	¿Considera que el turismo trae nuevos ingresos a la comunidad local?					
09	¿Considera que el turismo diversifica la economía local?					
10	¿Considera que el turismo crea oportunidades de trabajo para la población local?					
11	¿Considera que el turismo crea nuevos mercados para nuestros productos locales?					
<b>Dimensión: Sociocultural</b>						
12	¿Considera que hay más oportunidades educativas para los lugareños debido al turismo?					
13	¿Considera que el turismo influye positivamente en los valores culturales de la zona?					

14	¿Considera que las tradiciones locales cobran más importancia gracias al turismo?					
15	¿Considera que se alienta a los visitantes del parque a aprender sobre las culturas locales?					
16	¿Considera que el turismo apoya el mantenimiento de los museos locales?					
17	¿Considera que el turismo promueve la restauración de sitios históricos?					