

Niveles de satisfacción del consumidor de los servicios turísticos del municipio Falcón, península de Paraguaná, estado Falcón, Venezuela

Jairo Boscán, Xiomara Guanipa y Rosaura Álvarez

*Sala de Geografía e Historia "José Domingo Díaz", Universidad del Zulia,
Núcleo Punto Fijo, Venezuela.*

ja_boscan@hotmail.com; xiomidaguanipa@hotmail.com; rouse3amanecer@hotmail.com

Resumen

El propósito de la investigación se orientó a determinar el nivel de satisfacción del turista que visita regularmente el municipio Falcón de la península de Paraguaná, Venezuela, en función de disfrutar de sus atractivos naturales y culturales, destacándose la percepción que éstos tienen acerca de la calidad de los diferentes servicios que se prestan para la atención y satisfacción de sus expectativas, en particular servicios públicos, hospedaje, mantenimiento de los sitios turísticos, facilidades de movilización y comunicación, entre otros. La investigación tiene un carácter descriptivo, con un diseño transversal de campo, donde la recopilación de la información se realizó a través de un único instrumento (Cuestionario) en el período comprendido de Octubre a Noviembre de 2009. Dicho instrumento fue aplicado a un total de 50 turistas seleccionados de manera aleatoria al momento de desplazarse por diferentes destinos y establecimientos del municipio. Los resultados obtenidos demuestran que los turistas están medianamente satisfechos con la calidad de la oferta turística del municipio, mostrando importantes niveles de insatisfacción con variables como los servicios públicos, hospedaje, servicios de comunicación y mantenimientos de los espacios de recreación.

Palabras clave: municipio Falcón, satisfacción del turista, destino turístico, calidad del servicio.

Consumer Satisfaction Levels with Tourist Services in the Falcon Municipality, Paraguaná Peninsula, Falcón State, Venezuela

Abstract

The purpose of the investigation was to determine satisfaction levels in tourists who regularly visit the Falcon municipality on the Paraguaná Peninsula, Venezuela, to enjoy its natural and cultural attractions, emphasizing tourist perceptions about the quality of the different services offered to attend and satisfy their expectations, in particular regarding public services, lodging, tourist site maintenance, transportation and communication facilities, among others. The research has a descriptive character, with a cross-sectional, field design; data was collected using one instrument (a questionnaire) from October to November, 2008. This instrument was applied to 50 randomly selected tourists when they were travelling to diverse destinations and establishments in the municipality. Results demonstrate that tourists are moderately satisfied with the quality of the municipal tourist facilities, showing significant levels of dissatisfaction with variables such as public services, lodging, communication services and maintenance of the recreation spaces.

Key words: Falcón municipality, tourist satisfaction, tourist destination, service quality.

Introducción

La investigación propone identificar los niveles de satisfacción que tienen los consumidores de los servicios turísticos que ofrece el municipio Falcón. La misma se realizó en el período comprendido de Octubre a Diciembre de 2009 en la Península de Paraguaná, del estado Falcón-Venezuela que está situada en la parte Nor-Oeste de Venezuela; y a su vez, al Nor-Este de América del Sur, en una posición geográfica privilegiada, con una superficie territorial de 24.800 Km², ésta se encuentra comprendida por los municipios Carirubana, Los Taques y Falcón. El municipio Falcón, espacio específico del estudio, está conformado por las parroquias Pueblo Nuevo, Adicora, Baraived, Buena Vista, Jadacaquiva, Moruy, Adaure, El Hato y El Vínculo, y constituye, históricamente, el destino preferido de los turistas que visitan el estado por sus atractivos naturales (playas, cerros, médanos, áreas rurales) y culturales (gastronomía, casas tradicionales, plazas, iglesias, pueblos, fiestas patronales, tradiciones y costumbres, manifestaciones artísticas, artesanías, entre otros).

Soto (2002:1) realiza el siguiente planteamiento:

Para tal efecto, debemos entender por servicio turístico al conjunto de recursos o medios tangibles o intangibles destinados siempre a satisfacer las necesidades de los turistas, donde los primeros están constituidos por los atractivos, la infraestructura, las instalaciones y los equipos que conforman lo que denominamos el producto turístico. Mientras que los intangibles están constituidos por las actitudes que tenemos y las acciones que tomamos, para hacer sentir a nuestros turistas que estamos realmente interesados en satisfacer sus expectativas.

El turismo es una actividad generadora de divisas y empleos, en este sentido, cobra importancia el estudio de los niveles de satisfacción que tienen los turistas en relación con los servicios ofrecidos en los diferentes destinos para hacer disfrutable su estadía en él, tomando en cuenta ciertos factores que determinan el agrado o rechazo que el visitante siente hacia un destino, como sería el caso de los ofertas de hospedaje y alimentación, mantenimiento de los sitios turísticos, calidad de los servicios públicos, facilidades de tránsito y comunicación, entre otros. De acuerdo a Moreno *et al.* (2002: 5) "la satisfacción del cliente se convierte en una cuestión de gran importancia para el destino y las empresas que allí operan, dado que de ello dependerá



Fuente: Instituto del Patrimonio Cultural Venezolano. Catálogo del Patrimonio Cultural del Municipio Falcón.

que el cliente repita su visita con una comunicación positiva del destino a otros clientes”.

Por su parte Alcántara (2004), efectuó una investigación intitulada *La Competitividad del Sector Turismo en el contexto mundial* que sirve de sustento a la formulación temática del trabajo, pues la autora impulsa un análisis que permite responder a preguntas como: ¿Por qué diversos destinos turísticos han avanzado y prosperado en los mercados internacionales?; ¿Cuáles son los factores que determinan el avance y prosperidad de esos destinos turísticos?; ¿En Venezuela están presentes los factores con que se identifica la competitividad de la industria turística?

La satisfacción del turista precisa la promoción de un proceso orientado hacia la complacencia de las necesidades y gustos del cliente, “si el visitante obtiene una sensación de satisfacción, aumenta la posibilidad de repetición de la visita y, por tanto, de fidelidad al destino o recurso turístico; puede así mismo volver a ese lugar para cubrir otra necesidad; y, además, influirá de forma decisiva en las futuras decisiones de su grupo de convivencia (familiares, amigos y conocidos), como consecuencia de la importancia de la comunicación boca-oído. Por el contrario, si el visitante se va insatisfecho, se produce una disonancia que reducirá la probabilidad de repetición y generará una imagen menos positiva del destino entre sus conocidos (Bigné, 2000, citado por Devesa Fernández *et al.*, 2004: 242-243).

En la misma dirección Cerver *et al.* (2002), caracterizan la calidad del servicio como la habilidad de una organización para conseguir satisfacer las expectativas de sus clientes. Solomón (1997) indica que la satisfacción o insatisfacción de un consumidor se determina por medio de las actitudes generales mostradas por una persona hacia el producto o servicio, una vez adquiridos o consumidos.

Para medir el nivel de satisfacción que tiene el cliente que visita al municipio Falcón, se seleccionó una muestra de cincuenta (50) turistas para ser consultados a través de un cuestionario, acerca de sus percepciones sobre la calidad de los servicios turísticos del municipio. Vale la pena mencionar que la península de Paraguaná está regida por la “*Ley de Creación y Régimen de la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística y Comercial*”; régimen especial territorial de carácter fiscal para la prestación de los servicios en la actividad turística y comercial, derivándose de la misma la creación de la Corporación para La Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística de la Península de Paraguaná (CORPOTULIPA) como órgano rector de la aplicación de la mencionada ley.

Esta situación privilegiada desde la perspectiva fiscal, acompañada de los atractivos paisajes turísticos y de sus variadas manifestaciones culturales, convierten a la península de Paraguaná, y en particular al municipio Falcón, en un destino turístico donde regularmente acude un importante contingente de turistas. Los datos oficiales presentados en el año 2009 sobre la visita de turistas a la zona arrojan cifras indicadas en la Tabla 1.

Metodología

Paradigma de la investigación

El presente estudio es una investigación cuantitativa que de acuerdo a Hernández *et al.* (2006: 5), representa “un proceso cuidadoso y sistemático para generar conocimiento, por tanto usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico” en este caso se busca medir la única variable de la investigación consistente de los niveles de satisfacción que tienen los turistas que visitan la zona.

Tabla 1. Visita de turistas al municipio Falcón en 2009.

Años	Visitantes
2003	2.402.673
2004	2.726.734
2005	2.881.871
2006	3.166.455
2007	3.708.342
2008	4.154.846

Fuente: Corpotulipa.

Diseño de la investigación

Según Arias (2006: 26), el diseño “constituye la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”. En el caso de la presente investigación se decidió trabajar con un diseño transversal de campo donde los datos son recolectados de la propia realidad en un solo momento y tiempo. Se constituye en un estudio de carácter no experimental pues se describen situaciones ya existentes, no provocadas ni controladas por los investigadores.

Tipo de investigación

Descriptivo, el cual de acuerdo a Hernández *et al.* (2006: 210) tiene por objeto “indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población”. En este caso se describió a partir de la información recolectada los niveles de agrado o desagrado que tienen los visitantes sobre los servicios turísticos que reciben en el municipio Falcón.

Población

De acuerdo con Silva (2006) una población está determinada por ciertas características que la distinguen; por lo tanto, los elementos que posean esas características son definidos como población, y representan la totalidad del fenómeno a estudiar del cual se derivan los datos de la investigación. En consecuencia, la población de la investigación se encuentra constituida por los turistas que visitan al municipio Falcón para disfrutar de sus atractivos.

Muestra

La muestra obtenida del universo de los sujetos que visitan la zona estuvo representada por 50 turistas, seleccionados de manera aleatoria al momento de desplazarse por diferentes destinos turísticos y establecimientos del municipio, donde el único criterio que privó fue el de poseer la mayoría de edad, para garantizar así la recolección de opiniones consistentes.

Instrumentos para la recolección de la información

Para la realización del trabajo empírico se diseñó un cuestionario estructurado contentivo de 8 ítems, donde se les solicitó a los clientes de los servicios turísticos del municipio Falcón su percepción acerca de la calidad de los mismos durante su permanencia en la zona. El mismo fue diseñado bajo la escala de Likert, donde los consultados debían optar entre 5 opciones ubicadas en los rasgos Excelente, Bueno, Aceptable, Regular y Malo. La información recabada a partir de este procedimiento fue sustentada por las revisiones teóricas referidas al tema a fin de garantizar la debida rigurosidad científica que debe poseer toda investigación.

Técnicas de la investigación

Se empleó la encuesta definida como “una técnica de recolección de datos en investigaciones de campo, a través de la cual se obtiene información de una muestra” (Silva, 2006: 110), con ella se recolectó la información acerca del problema en estudio para luego llegar a conclusiones.

Resultados y discusión

Partiendo de lo expuesto por Devesa Fernández *et al.* (2004: 243) en relación a que:

La satisfacción dependerá, tanto de las expectativas que tenga el consumidor-visitante como de la valoración que haga del producto-destino una vez que lo haya consumido (...) depende de numerosas variables que afectan tanto al consumidor (factores personales, culturales, económicos, motivacionales, experiencias previas o actitudes), como al propio producto o servicio (características, atributos, calidad, costes).

En tanto que la calidad según Soto (2002: 2):

Es un componente clave de la competitividad del negocio turístico. Debe ser entendida como la capacidad para dar respuesta a las expectativas del turista, a un precio determinado. Se mide por el grado de satisfacción alcanzado por el turista, por lo tanto el verdadero termómetro de la calidad es el cliente.

Sustentadas estas categorías, se exponen a continuación los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de la investigación.

En relación con las políticas que los entes públicos desarrollan para el mantenimiento de los sitios con vocación turística, el porcentaje mayor de los consultados las ubican entre aceptable y regular (70%) (Tabla 2). Conlleva esta percepción a suponer que los entes públicos responsables del mantenimiento de los sitios turísticos no están llevando

do a cabo su labor con la idoneidad aspirada por los visitantes. Tal circunstancia constituye una referencia altamente perjudicial para cualquier destino turístico, asumiendo que la imagen y belleza que presentan los espacios visitados se traduce en un atractivo especial que propicia en el turista una sensación de agrado y relajamiento, siendo que, por el contrario, el descuido ocasiona un rechazo inmediato y generalmente el retiro prematuro al no verse colmadas las expectativas previamente fijadas.

El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario. Indicado por Mestres (1999: 21).

En relación a la capacidad y calidad de este tipo de servicio en el destino estudiado, se observa como el 62% las calificó de regular a mala, siendo éste uno de los servicios más importantes a la hora de medir el nivel de satisfacción de un cliente que pernocta varios días en un destino (Tabla 3). Esta circunstancia ha promovido el surgimiento de ofertas de hospedaje identificadas como posadas, las cuales en muchos casos no reúnen las condiciones mínimas de calidad que demandan los clientes, influyendo de manera negativa en la posibilidad de que los visitantes se sientan motivados a repetir la visita en una próxima ocasión.

Para Soto (2002:2). “En el caso concreto de los restaurantes la calidad constituye el mejor argumento para competir en el mercado donde se ubican, dependiendo de su tipología y categoría y representa una garantía para la continuidad y futuro de su negocio.”

Se observa que en relación a la oferta de establecimientos para la recreación y alimentación un porcentaje importante (28%) las cataloga de regular, sin embargo, el 32% las valora de buena a aceptable, por lo cual no se percibe una matriz de opinión homogénea que pueda conllevar a identificar la percepción concluyente acerca de la calidad de este servicio (Tabla 4). Es digno de mencionar que dentro de la zona se han establecido una serie de sitios de esparcimiento y alimentación, los cuales fieles a la condición rural del municipio y al tipo de expectativas que traen los visitantes adoptan la modalidad de servicio al aire libre, donde los clientes tienen la oportunidad de interactuar con la naturaleza. De acuerdo a la experiencia de los investigadores estos locales han sido exitosos, sin embargo, el nivel de cuestionamiento mayor que tienen los turistas se enfoca en la reducida presencia de este tipo de oferta.

Cuando se mide la variable servicios de comunicación, (Tabla 5) la tendencia mayoritaria tiende a considerar que

Tabla 2. Actuación del municipio en el mantenimiento de los paisajes turísticos.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	4	8
Bueno	5	10
Aceptable	18	36
Regular	17	34
Malo	6	12

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

Tabla 3. Calidad de la oferta hotelera y de posadas que posee el municipio.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	2	4
Bueno	9	18
Aceptable	8	16
Regular	16	32
Malo	15	30

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

Tabla 4. Servicio de restaurantes, fuentes de soda y sitios nocturnos.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	7	14
Bueno	11	22
Aceptable	10	20
Regular	14	28
Malo	8	16

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

Tabla 5. Calidad de los servicios de comunicación existentes en el municipio.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	0	0
Bueno	4	8
Aceptable	8	16
Regular	15	30
Malo	23	46

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

la misma va de regular a mala (76%), elemento que se vincula con la condición rural del municipio objeto del estudio, donde se aprecia un importante rezago en cuanto a las modernas tecnologías de la información y la comunicación tan demandadas por los turistas en estos tiempos. Resulta, en consecuencia, contraproducente que en momentos donde la tecnología domina todas las esferas de la vida ciudadana, un turista opte por un destino que durante su estadía le aisle del mundo, ello determina la necesidad de propiciar mejoras en los servicios de comunicación que se le brindan al visitante.

Según Marín (2002: 5) “la difusión es la responsable de que el patrimonio cultural que se gestiona, pueda cumplir la acción social que le da sentido y la que asegura también que todo el esfuerzo realizado se revierta en la sociedad, ya que es mediante el proceso de difusión que la comunidad lo identifica, lo valora y lo cuida”.

Este planteamiento se contradice con la apreciación de los turistas consultados quienes piensan que las plazas e iglesias como referencias patrimoniales culturales, no presentan un adecuado mantenimiento, siendo que entre aceptable y mala se ubican las opiniones del 82% de los entrevistados (Tabla 6). Esta situación además de traducirse en una falta de incentivo para la atracción de turistas, deja ver adicionalmente la pérdida del sentido de pertenencia de la población autóctona con su historia y valores culturales.

La seguridad personal resulta un elemento esencial para la permanencia del turista en un determinado destino y la posibilidad de regresar a él. Se observa que es ésta una de las pocas variables, en relación a las ofertas de servicios, donde la percepción del turista es positiva, el 78% las catalogó de excelente a aceptable (Tabla 7). Se convierte en uno de los principales atractivos que posee el municipio como destino turístico, tomando en cuenta los altos niveles de inseguridad que presentan actualmente otros destinos regionales y nacionales.

Al medir el elemento servicios públicos (agua, electricidad, vías de comunicación, transporte) se palpa el mayor nivel de insatisfacción del turista, el 76% de los sujetos abordados opinó que los mismos son deficientes (Tabla 8). Ello indica que los visitantes sienten en carne propia las vicisitudes que la población residente debe padecer a diario a causa del bajo nivel de calidad de la mayoría de los servicios públicos. Se destaca, en particular, las dificultades que se padecen en la zona con el servicio eléctrico, el cual se ha convertido en el principal freno para la expansión de las diferentes ofertas de servicio que precisa el turista.

Finalmente se midió la variable precios (Tabla 9), el 78% de los turistas los califican dentro de los rasgos excelente, bueno y aceptable, se observa un alto grado de satis-

Tabla 6. Estado de las plazas e iglesias existentes dentro del municipio.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	2	4
Bueno	7	14
Aceptable	10	20
Regular	22	44
Malo	9	18

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

Tabla 7. Niveles de seguridad personal.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	13	26
Bueno	17	34
Aceptable	9	18
Regular	8	16
Malo	3	6

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

Tabla 8. Calidad de los diferentes servicios públicos en el municipio.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	0	0
Bueno	4	8
Aceptable	8	16
Regular	18	36
Malo	20	40

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

Tabla 9. Costos y precios de los diferentes atractivos de interés turístico.

Percepción	Cantidad	Porcentaje %
Excelente	12	24
Bueno	16	32
Aceptable	11	22
Regular	8	16
Malo	3	6

Diseño: Boscán J, Guanipa X, Álvarez R. Fuente: Cuestionario.

facción en relación a los gastos que realizan cuando visitan al municipio. Esta situación está directamente vinculada a la condición de Zona Libre de la península, con la implementación de un régimen especial fiscal, que impacta favorablemente sobre los precios de diferentes productos demandados por los turistas.

Consideraciones finales

Las conclusiones del estudio parten del reconocimiento de los criterios bajo los cuales se pueden identificar los niveles de satisfacción de un turista en base a los requerimientos y expectativas que éstos se plantean al momento de seleccionar un destino turístico. En este sentido, algunos de los factores para la obtención de los objetivos de satisfacción de sus clientes y de competitividad de sus empresas identificados en las mesas redondas organizadas por el Instituto de Estudios Turísticos y señaladas por Andersen (1994: 71) fueron los siguientes:

1. diversificación de productos y mercados,
2. remodelación de los recursos materiales,
3. recursos humanos,
4. política de precios,
5. información-intercomunicación,
6. atención al cliente,
7. mejora de servicios e instalaciones públicas.

El análisis de los resultados obtenidos durante el proceso de indagación empírica, sustentado con la argumentación teórica conceptual formulada, permite visualizar que el turista visitante del Municipio Falcón de la Península de Paraguaná, estado Falcón-Venezuela, muestra significativos niveles de insatisfacción con la calidad de los servicios turísticos que encuentra al momento pernoctar en este destino, pues a su entender ese conjunto de recursos o medios tangibles o intangibles destinados a satisfacer sus necesidades, como lo expresa Soto Lazo, no reúnen los niveles de calidad que de acuerdo a sus expectativas esperaban disfrutar al momento de hacer efectiva su estadía en la zona.

Esta apreciación se sustenta en los significativos niveles de inconformidad que se expresaron en relación a una serie de servicios asociados con la oferta turística que el municipio promueve como destino, entre los cuales podemos mencionar:

La falta de mantenimiento de los paisajes naturales con los cuales se cuenta. Este elemento perjudica las posibilidades de consolidación del municipio como destino turístico, al considerarse que el estado en el cual se encuentran esos espacios se constituye en un elemento que

condiciona la posibilidad de que el visitante tome la decisión de regresar.

- La poca capacidad de hospedaje, situación que se ha convertido en un obstáculo para el desarrollo de la actividad en la región, en la medida que al no conseguir el turista un alojamiento seguro y acorde a sus expectativas, termina retirándose prematuramente, o simplemente informa a potenciales visitantes de la zona la incomodidad que van a enfrentar en esta materia.
- La reducida capacidad de los servicios de restaurantes, fuentes de soda y sitios nocturnos. Esto plantea la necesidad de mejorar la calidad de la oferta que se presta a fin de homologar en los visitantes una posición favorable, entendiendo que las posibilidades de alimentación y recreación son aspectos fundamentales que todo turista desea encontrar cuando escoge un destino.
- La escasa cobertura y calidad de los servicios de comunicación. Los avances tecnológicos que ha alcanzado el planeta y las necesidades que tienen las personas que se desplazan de sus sitios de orígenes a otros de comunicarse, obliga al sector público y a los operadores turísticos a mejorar la calidad de este servicio.
- Tal como se refleja en el Catálogo del Patrimonio Cultural del Municipio Falcón, la zona cuenta con importantes referencias patrimoniales, muy próximas a los destinos de sol y playa, que suscitan el interés de los visitantes, quienes buscan otros atractivos de orden cultural para hacer más completa su experiencia. Sin embargo, los turistas consideran que el estado en el cual se encuentran estos sitios tan simbólicos desde el punto de vista del turismo cultural no es el adecuado, requiriéndose la puesta en marcha de iniciativas para convertirlas en una oferta turística atractiva, integrada a las condiciones naturales de la zona.
- La ineficiencia de los servicios públicos. Esta circunstancia se convierte en un freno para el desarrollo de políticas turísticas que promocionen las bondades de la zona, pues difícilmente un turista que haya sufrido estas carencias, se va a sentir atraído para trasladarse a la zona nuevamente.

Partiendo de esta realidad y tomando en cuenta lo afirmado por Moreno *et al* (2002), en cuanto a que la satisfacción del cliente se convierte en una cuestión de gran importancia para el destino y las empresas que allí operan, es lógico suponer que muchos de esos turistas insatisfechos con los diversos servicios que presta la zona se sentirán

poco motivados para repetir su visita. Siendo la condición de Zona Libre que posee lo que mantiene, en muchos casos, el interés de los turistas por apersonarse en la zona, atraídos por los bajos precios en diversos productos.

Finalmente, se destaca a partir de la identificación de las debilidades que como destino turístico posee el Municipio Falcón, la poca capacidad competitiva que se tiene con otros destinos nacionales e internacionales. Los resultados obtenidos posibilitan responder las interrogantes señaladas en la parte introductoria formuladas por Alcántara en relación a identificar los factores que condicionan el que mientras algunos destinos turísticos han avanzado y prosperado en los mercados internacionales, otros, como es el caso del espacio objeto del estudio, mantiene algún nivel de rezago, pues, aunque estadísticamente se ha incrementado en los últimos años el número de visitantes a la zona, el mismo no se corresponde con el crecimiento experimentado por otros destinos nacionales que no tienen los mismos atractivos naturales, culturales y fiscales que ofrece la península de Paraguaná y en particular el municipio Falcón. Esta circunstancia se encuentra estrechamente vinculada a la necesidad de fomentar en la población y en los entes públicos y privados con competencia en la materia, un mayor nivel de conciencia acerca del valor que tiene la actividad turística como generadora de ingresos, y la importancia de ofrecer un buen trato al turista para consolidar a la zona como destino, a partir del fomento de una cultura turística en la población en el plazo más corto posible.

Referencias

- ALCÁNTARA B. (2004). La Competitividad del Sector Turismo en el contexto mundial. Caracas, Venezuela.
- ANDERSEN Arthur (1994). **La posición competitiva del sector turístico español**. Estudios turísticos, Instituto de Estudios Turísticos D.G. de Política Turística, nº123.
- ARIAS Fidias (2006). **El Proyecto de Investigación**. Epistame, C.A /Oriol Ediciones. Caracas, Venezuela.
- BIGNÉ, E., FONT, X. y ANDREU, L. (2000). **Marketing de Destinos Turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo**, ESIC, Madrid., España.
- CERVER, O.J, IGLESIAS, O, VILLACAMPA, O. (2002). **Marketing Turístico**. Ediciones Octaedro. Barcelona, España.
- Corporación para la Zona Libre para el fomento de la Inversión Turística de Paraguaná – CORPOTULIPA. <http://www.corpotulipa.gov.ve>.
- DEVESA FERNÁNDEZ, María; PALACIOS PICOS, Andrés (2004). **Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita**. Universidad de Valladolid, España.
- HERNÁNDEZ, R. Fernández, C. Baptista, P. (2006) **Metodología de la Investigación**. Mcgraw-Hill, México.
- Ley de la Zona Libre para el Fomento de la Inversión Turística y Comercial de la Península de Paraguaná, publicado en Gaceta Oficial No 36.517 del 14-08-98.
- MARÍN Ana María (2002). **Estudios del Patrimonio** Ciudad Universitaria de Caracas Postulación a la Lista de Patrimonio Mundial. Caracas, Venezuela.
- MESTRES SOLER, J.R. (1999). **Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera**. Ediciones Gestión 2000, 2ª ed., Barcelona.
- Ministerio de la Cultura. Instituto del Patrimonio Cultural Venezolano (2004-2005). **Catálogo del Patrimonio Cultural del Municipio Falcón**. Caracas, Venezuela.
- MORENO GIL, Sergio, y otros (2002). **Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso República Dominicana**. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.
- SILVA Jesús (2006). **Metodología de la Investigación**. Editorial Colegial Bolivariana, C.A. Caracas, Venezuela.
- SOLOMÓN, M. (1997). **Comportamiento del Consumidor**. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México.
- SOTO LAZO, José (2002). **La satisfacción de los clientes en los servicios de alimentación y bebidas**. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.