



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

Determinantes del flujo turístico nacional e internacional de la provincia de  
Huancabamba, Piura 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORA:**

Br. Peña Correa, Judy Juliana (ORCID: 0000-0002-7800-8761)

**ASESORA:**

Mg. Barinotto Roncal, Patricia Ismary (ORCID: 0000-0003-3286-0593)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Patrimonio y Recursos Turísticos

**PIURA – PERÚ**

**2020**

## Dedicatoria

Dedico este proyecto a mis padres  
quienes han sido mi motor y motivo  
durante este largo trayecto, por su apoyo incondicional  
y por brindarme las fuerzas necesarias para seguir  
adelante para así cumplir con este objetivo tan importante  
para mi vida y la de ellos.

Para mis hermanos,  
por la motivación que día a día me han brindado,  
a mis sobrinos y amigos por el cariño que  
les tengo a cada uno.

## **Agradecimiento**

Primero, agradezco a Dios por regalarme la vida y hacer cumplir una de mis metas en la cual he llegado con mucho esfuerzo y perseverancia, gracias a él por cuidarme y guiarme siempre por el camino correcto.

Agradezco infinitamente a toda mi familia, pero más a mis padres que si ellos esto no sería posible, porque gracias a su apoyo incondicional y gracias a sus consejos, por inculcarme sus valores, soy lo que soy.

Agradezco a mi asesora, por el apoyo, dedicación y enseñanza que me ha brindado, y a mi casa de estudios, por los buenos docentes que he tenido durante mi formación académica.

Agradezco a la Municipalidad de Huancabamba, por brindarme información necesaria para la elaboración de este proyecto.

## **Página del Jurado**

## **Declaratoria de Autenticidad**

Yo: Judy Juliana Peña Correa con DNI N° 75560544, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, manifiesto bajo juramento que toda la documentación que presento es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestra en la presente tesis son auténticos y veraces.

En caso contrario asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de información aportada; por lo cual me someto a lo dispuesto ante las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Del mismo modo autorizo a la Universidad Cesar Vallejo publicar la presente investigación si así lo cree conveniente.



Peña Correa Judy Juliana

DNI: 75560544

## Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Índice de Tablas.....	vii
Índice de Figuras.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	xi
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>17</b>
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
2.2. Operacionalización de variables.....	18
2.3. Población, muestra y muestreo.....	20
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	21
2.5. Procedimiento.....	21
2.6. Método de análisis de datos.....	22
2.7. Aspectos éticos.....	22
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>23</b>
<b>IV. DISCUSIÓN.....</b>	<b>66</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>69</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>70</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>79</b>
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	79
Anexo 2: Ficha de Observación.....	82
Anexo 3: Cuestionario.....	83
Anexo 4: Validaciones.....	85
Anexo 5: Aplicación del Cuestionario.....	91
Anexo 6: Accesibilidad.....	91
Anexo 7: Medio de Transporte.....	92

Anexo 8: Recursos Turísticos.....	92
Anexo 9: Condiciones del Entorno.....	94
Anexo 10: Matriz de datos .....	95
Anexo 11: Arribos a Huancabamba.....	107

### **Índice de Tablas**

<b>Tabla 1.</b> Rango de edades de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba.....	23
<b>Tabla 2.</b> .....	36
<b>Tabla 3.</b> .....	37
<b>Tabla 4.</b> .....	37
<b>Tabla 5.</b> .....	38
<b>Tabla 6.</b> .....	38
<b>Tabla 7.</b> Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba.....	39
<b>Tabla 8.</b> Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba.....	43
<b>Tabla 9.</b> Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba.....	44
<b>Tabla 10.</b> Determinantes Del Flujo Turístico Nacional E Internacional Que Fomenta La Actividad Turística En La Provincia De Huancabamba.....	45

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Porcentaje de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba según su género .	23
<b>Figura 2.</b> Procedencia de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba .....	24
<b>Figura 3.</b> Promedio de ingreso económico de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba.....	25
<b>Figura 4.</b> Promedio de gasto de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba.....	25
<b>Figura 5.</b> Percepción de las actividades turísticas-económicas de la provincia de Huancabamba por parte de los turistas.....	26
<b>Figura 6.</b> Percepción de las actividades turísticas-económicas de la provincia de Huancabamba por parte de los turistas.....	26
<b>Figura 7.</b> Tiempo establecido por los turistas para conocer Huancabamba .....	27
<b>Figura 8.</b> Viajes realizados a Huancabamba según los turistas .....	27
<b>Figura 9.</b> Viajes realizados a Huancabamba según los turistas .....	28
<b>Figura 10.</b> Modalidad de los visitantes para gastar dinero en Huancabamba .....	28
<b>Figura 11.</b> Modalidad de los visitantes para gastar dinero en Huancabamba.....	29
<b>Figura 12.</b> Condiciones que posee el entorno para favorecer el turismo en Huancabamba .....	29
<b>Figura 13.</b> Recursos turísticos más atractivos según los turistas.....	30
<b>Figura 14.</b> Facilidades para realizar turismo en la provincia de Huancabamba .....	30
<b>Figura 15.</b> Medio de transporte que el turista ha utilizado.....	31
<b>Figura 16.</b> Percepción de la accesibilidad hacia los recursos turísticos de Huancabamba .....	31
<b>Figura 17.</b> Percepción del turista para conocer Huancabamba .....	32
<b>Figura 18.</b> Estado de conservación de los recursos turísticos .....	32
<b>Figura 19.</b> Calidad de los servicios turísticos que perciben los turistas cuando visitan Huancabamba.....	33
<b>Figura 20.</b> Percepción de la seguridad en los lugares turísticos según los turistas.....	33
<b>Figura 21.</b> Importancia de la reglamentación para las empresas prestadoras de servicios turísticos según los turistas .....	34
<b>Figura 22.</b> Medios de información que utilizaron los turistas para conocer Huancabamba .....	34
<b>Figura 23.</b> Motivaciones de viaje que poseen los turistas .....	35
<b>Figura 24.</b> Consideraciones del turista respecto a su viaje en Huancabamba .....	35



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo reconocer los determinantes del flujo turístico nacional e internacional en la provincia de Huancabamba, Piura 2019. Mediante el cual se ha utilizado la metodología de tipo descriptivo-aplicativo, con diseño no experimental y con enfoque mixto; de tal modo que se tomó como muestra a 263 visitantes nacionales e internacionales para la aplicación de un cuestionario que consta de 22 preguntas, también se empleó como instrumento fichas de observación, logrando obtener los resultados para dicho estudio. Los resultados del estudio según las dimensiones planteadas, indicaron que el aspecto económico y motivacional funcionan como determinantes para que se dé el flujo turístico en un destino turístico: en la dimensión económica, se indica, que para realizar un viaje se necesita de un sustento que permita el ingreso de dinero, de esta manera el ingreso de los visitantes que visita Huancabamba es de S/.930.00 a S/.1 500.00 (46%) lo que indica que su economía tiene un nivel medio-alta, y su promedio de gasto es desde S/.150.00 a S/.500.00 (56%) dependiendo de los días que el visitante va a pernoctar en el lugar, que, en este caso el visitante pernocta entre uno 1 a 3 días (55%), también se determinó que las actividades económicas del lugar como la ganadería y agricultura son importantes para el destino y para la perspectiva del visitante (51%), para ello, los viajes se realizan en temporada de vacaciones (49%) y días festivos del lugar (35%), en donde los turistas deciden viajar, y de más; en la dimensión motivacional, dio como resultado que los turistas viajan a Huancabamba para realizar turismo Esotérico (53%) y de Aventura (35%), además las condiciones del entorno son adecuadas gracias a la naturaleza que posee (64%), y porque se ha determinado que la Laguna de las Huingas es el atractivo central de la visita (47%), los servicios básicos adecuados (40%), la accesibilidad hacia los recursos (73%), el estado de conservación de los recursos y/o atractivos (57%) y la calidad de los servicios turísticos (70%), el medio en que los turistas reciben información es a través de las recomendaciones de amigos (70%) y de las redes sociales (25%). Concluyendo que el flujo turístico que visita la provincia de Huancabamba está determinada por dos aspectos: en lo económico, la determina el nivel de ingresos económicos, nivel de gasto, las actividades turísticas-económica del lugar, el precio de los productos y servicios, temporalidad para realizar el viaje y la modalidad de gasto que poseen los turistas, y en lo motivacional, se encuentran las condiciones del entorno, la motivación de realizar un turismo esotérico y de aventura, los recursos más atractivos, las facilidades turísticas, el medio de transporte, la accesibilidad

hacia los recursos turísticos, la percepción de los turistas para viajar, el estado de conservación de los recursos, calidad en los servicios turísticos, seguridad turística, EPST reglamentadas, medio de información sobre el lugar, viajar en compañía y las expectativas que tiene el turista del lugar. Con estos datos, al visitante se le puede brindar una mejor experiencia en el lugar, además las EPST pueden segmentar mejor sus servicios y productos turísticos.

***Palabras claves:** Determinantes, flujo turístico, factores económicos, factores motivacionales y actividades turísticas.*

## ABSTRACT

This research work aims to recognize the determinants of national and international tourism flow in the province of Huancabamba, Piura 2019. Through which the methodology of descriptive-application type, with non-experimental design and mixed approach has been used; in such a way that 263 national and international visitors were taken as a sample for the application of a questionnaire consisting of 22 questions, observation sheets were also used as an instrument, obtaining the results for said study. The results of the study according to the proposed dimensions, indicated that the economic and motivational aspect function as determinants for the tourist flow in a tourist destination: in the economic dimension, it is indicated, that to make a trip you need a livelihood that allow the entry of money, in this way the income of visitors visiting Huancabamba is from S / .930.00 to S / .1 500.00 (46%) which indicates that its economy has a medium-high level, and its average expense is from S / .150.00 to S / .500.00 (56%) depending on the days that the visitor will spend the night in the place, which, in this case the visitor overnight between 1 to 3 days (55%), also it was determined that the economic activities of the place such as livestock and agriculture are important for the destination and for the perspective of the visitor (51%), for this, trips are made during the holiday season (49%) and holidays of the place ( 35%), where tourists decide to travel r, and more; in the motivational dimension, it resulted in tourists traveling to Huancabamba for Esoteric (53%) and Adventure (35%) tourism, in addition to the surrounding conditions are adequate thanks to the nature it possesses (64%), and because It has been determined that the Laguna de las Huaringas is the central attraction of the visit (47%), adequate basic services (40%), accessibility to resources (73%), the state of conservation of resources and / or attractive (57%) and the quality of tourist services (70%), the means in which tourists receive information is through the recommendations of friends (70%) and social networks (25%). Concluding that the tourist flow that visits the province of Huancabamba is determined by two aspects: economically, it is determined by the level of economic income, level of expenditure, tourist-economic activities of the place, the price of products and services, temporality to make the trip and the modality of spending that tourists possess, and in the motivational, there are the conditions of the environment, the motivation to carry out an esoteric and adventure tourism, the most attractive resources, the tourist facilities, the means of transport , the accessibility to tourism resources, the perception of tourists to travel, the state of conservation of resources, quality in tourism services,

tourism security, regulated EPST, means of information about the place, traveling in company and the expectations that The tourist has the place. With this data, the visitor can be offered a better experience in the place, in addition the EPST can better segment their services and tourist products.

***Keywords:*** *Determinants, tourist flow, economic factors, motivational factors and tourist activities.*

## I. INTRODUCCIÓN

En el mundo se han registrado cerca de 1 400 millones arribos de visitantes internacionales, lo que equivale a una sexta parte de la población mundial y su aporte principal es la creación de 120 millones de empleos en la cual la aportación va directo al PBI mundial (García, R. 2019). Por otro lado, Ecuador en los últimos años ha demostrado un crecimiento mayor en arribos de turistas gracias a sus maravillas naturales que posee; en el cual sus principales motivaciones de viaje de los turistas que visitan el país, son las actividades que se desarrollan como turismo de aventura, turismo cultural, prácticas de deporte, ocio nocturno y el disfrute de la naturaleza en estado puro. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2018) menciona que durante el periodo 2017 se registró 1 617 914 arribos de visitantes, lo que representa un crecimiento progresivo del 14% a comparación al año 2016, de este modo, la cifra de empleos en la actividad de servicios alimenticios y alojamiento equivale a 498 385 lo que representa 2,4% más que el año 2016, esto quiere decir, que el 6,4% es el total de empleos en dicho país (Ministerio de Turismo, Ecuador). En el ámbito nacional, según el Diario La República, indicó que el año 2017 ingresó más de US\$ 8 mil millones a través del Turismo, eso equivale al 3,8% del PBI en nuestro país ya que representa la tasa más elevada hasta la actualidad entre los demás países de Sudamérica; por tal motivo se espera que el turismo peruano logre un mayor crecimiento de 4,5% del PBI. Es una oportunidad muy grande para las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos y para la comunidad debido a que esto conlleva mayores y mejores oportunidades de trabajo y también ayuda a la erradicación de la pobreza (La República, 2018). La ciudad de Arequipa, según Promperú (2017), en su investigación “Conociendo al Turista que visita Arequipa”, indica que la mayoría de los visitantes son nacionales y extranjeros, varones representa el 59% y mujeres representa el 41%, de tal manera que la edad promedio es de 36 años; el motivo principal de viaje es por vacaciones y recreación (49% y 79% respectivamente), siendo la motivación principal sus paisajes naturales, deportes, gastronomía, entre otros. Los principales atractivos turísticos es la Plaza de Armas, volcán Misti, Cañón del Colca, Monasterio Santa Catalina, y demás. Arequipa, en el año 2017 recibió 1 millón 779 mil visitantes, convirtiéndose en la tercera región con mayor registro de visitantes en el país, sabiendo y habiendo definido los factores que determinan tal flujo turístico (Promperú, 2017). En el departamento de Piura, provincia de Ayabaca se encuentra el distrito de Montero, pueblo cuyo paisaje natural, cuenta con variada flora y fauna, se ubica a 1 260 msnm, los visitantes que la visitan tienen una experiencia única, disfrutan de sus

caídas de agua, entre ellas se encuentra la cascada Sicacate y Taylin, por otro lado, su principal producción es la panela granulada, desde el cultivo de la caña de azúcar hasta el envasado final para su exportación. La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) y la Municipalidad de Montero presentaron un proyecto titulado “La Ruta del Pelegrino” (Canchaque y Montero), con la finalidad de ofrecer un turismo armónico. Norelia Garcés, quien actualmente se encuentra en el área de Artesanía de la DIRCETUR, testificó que en la sierra piurana el desarrollo del turismo incremento el 30%, gracias a la apuesta en valor y promoción del turismo religioso y turismo rural comunitario. Sin embargo, los pobladores y las empresas prestadoras de servicios turísticos del distrito, desconocen cuál es el principal motivo de viaje de los visitantes, esto quiere decir, que se desconocen los factores que determinan la demanda turística de la zona (RPP Noticias, 2016). En el ámbito local, la provincia de Huancabamba ubicada al noroeste del Perú, situada a la margen derecha del río Huancabamba, que viene a ser un afluente del río Chamaya; la capital de la provincia recibe el mismo nombre y cuenta con una población total de 30 564 habitantes según INEI 2017, con una superficie de 4,254.14 km<sup>2</sup>, a una altitud de 1 929 msnm. Huancabamba, está ubicada en medio de parajes húmedos (característicos del lugar) y rodeados de bellos paisajes. También, es muy conocida por las lagunas que tienen propiedades curativas, como son las Huaringas; peregrinos y creyentes de todas partes del territorio nacional y extranjeros (Ecuador, Colombia, Estados Unidos y Argentina) se trasladan hacia el lugar para curar sus males; asimismo, se encuentran los ya conocidos Chamanes, quienes entienden la naturaleza esotérica del lugar. Se puede presenciar su paisaje natural, respirar aire puro y contemplar su cielo; de este modo el visitante puede gozar de muchos recursos y/o atractivos turísticos del lugar, entre ellos se encuentra los baños del inca, también los criaderos de trucha, el páramo de la serranía piurana, así mismo conocer los misterios que tiene el esoterismo. Por esta razón, los turistas pueden combinar la naturaleza, esoterismo y aventura, para algunos expertos en turismo, indican que la provincia es un destino ideal para mochileros y jóvenes aventureros (Turismo en Perú, 2013). En la actualidad, la actividad turística de Huancabamba ha tenido un crecimiento muy importante, por poseer una naturaleza y ser una ciudad misteriosa en la que enriquece al turismo místico que posee. Según las estadísticas del total de arribos de visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje de MINCETUR, el flujo de turistas que se ha registrado en el año 2018, el arribo de visitantes nacionales es de 19 079 y visitantes extranjeros es de 1 082; siendo la temporada con mayor flujo turístico entre los meses de octubre a febrero. Sin embargo, y pese al constante

crecimiento turístico que desarrolla la provincia; la población, autoridades y las mismas empresas prestadoras de servicios turísticos, desconocen cuáles son los aspectos determinantes del flujo turístico que visitan la provincia y mucho menos que tipo de visitantes son los que llegan al lugar, cuáles son las actividades turísticas realizan y que atractivo turístico es el que motivó para realizar el viaje a Huancabamba. Es por ello, que no se puede lograr cumplir con las expectativas de cada visitante, ya que resulta muy complejo.

La presente investigación ha presentado varios antecedentes relacionados a la variable de estudio, en donde se encontraron antecedentes internacionales; en donde, destacan los autores Jiménez, Peña y Ruiz. (2017), que, en su investigación denominada “La Demanda Turística Internacional: recuperación de la crisis y turismo de lujo, una primera aproximación al caso español”, trazan como objetivo principal encontrar en primera instancia un acercamiento a los componentes que determinan la demanda turística española que se va analizar, si existió una respuesta diferente de los arribos de turistas internacionales entre los territorios durante la crisis; la metodología que han utilizado fue de carácter explicativa y cualitativa, ya que se utilizó variables dependientes, con una muestra de 237 turistas, en la que concluyó: La crisis no genera efectos significativos en la actividad turística, puesto que, los conflictos y riesgos que visualizan los consumidores no tienen mucha importancia; ya que ellos se verán en la opción de seguir viajando sin importar cambiar de destino (p. 60). Otro antecedente relacionado a los “Factores determinantes de la demanda turística y la satisfacción del consumidor en el Cantón Tena” según Arias (2016), en su investigación cuenta como objetivo estudiar a los principales elementos que son los determinantes de la demanda turística que intervienen en satisfacer a los turista del cantón Tena, tiene como enfoque cualitativo, ya que su investigación es dinámica, usando una muestra reducida por lo que solo necesita una investigación interna para aplicar soluciones inmediata; llegando a la siguiente conclusión: Aquellos factores que son definitivos para la demanda turística son cuatro: factores económicos, sociales, políticos y temporales. Y los factores de satisfacción del consumidor son los siguientes: amabilidad de la gente del destino turístico, oferta de cultura, ocio, información turística, seguridad ciudadana y transporte público, de acuerdo a las encuestas que ha realizado el autor (p. 76-77). Por otro lado, en la investigación de Guzmán, Garza, Rebollar, Hernández y García (2011) titulada “Factores determinantes de la demanda internacional del turismo en México”, cuyo objetivo principal es determinar los factores que afectan a la demanda internacional del turismo en México, en el cual los autores han utilizado el modelo autorregresivo doble logarítmico con variables

independientes cualitativas y que también incluye información estadística. Llegando a la conclusión: La demanda internacional para el turismo en México se da de manera inelásticamente para el costo de vida en dicho país, debido a que el turismo es una actividad muy sensible ante una crisis que exista en el lugar. También, indicaron que, el factor clave para una buena promoción por parte de los turistas internacionales se debe en gran medida a la estabilidad económica, social y política de donde se encuentren (país destino) (p.46). En el ámbito nacional se encontró la tesis de Romero (2017) denominada “Factores de Desarrollo Turístico en la Provincia del Huallaga Región San Martín”, Universidad Cesar Vallejo, presenta por objetivo general el determinar los factores de desarrollo turístico de la provincia del Huallaga, Región San Martín, el trabajo se ha realizado con el método descriptivo por lo que identifica a los factores del desarrollo turístico de la ciudad de Huallaga. El diseño es de tipo no experimental y de corte trasversal, con una muestra de 378 pobladores. Llegando así a la siguiente conclusión: Los factores económicos relacionados a la actividad turística, según la encuesta aplicada tiene como resultado que un 50% de las empresas se crearon a raíz de la actividad turística, permitiendo que el 100% de empleos sea generado por dicha actividad (p.75). En otra investigación se encontró la de Benites (2012) titulada “Factores Determinantes del Desarrollo Turístico del Distrito de Yura, Arequipa”, tiene como objetivo principal identificar los factores determinantes del desarrollo turístico y cuál es su mejor integración para el desarrollo turístico apropiado en el distrito tradicional de Yura; tiene como diseño de estudio descriptivo, correccional y no experimental; se utilizaron como instrumentos de estudio las encuestas y entrevistas, aplicadas a una muestra de 77 agencias de viajes; concluyendo: Los factores de desarrollo que permiten el crecimiento del turismo están en relación a los atractivos turísticos que posee el lugar, los cuales se convierten en la principal motivación de viaje de los turistas al distrito de Yura y alrededores; así mismo, se ven relacionados los servicios de la planta turística que permiten al turista satisfacer sus necesidades (p.12).

También se encontraron investigaciones regionales como la investigación de Rentería (2013) nombrada “Elementos que favorecen al desarrollo del turismo como actividad económica alterna. En el distrito de Ayabaca - Provincia de Ayabaca departamento de Piura”, Universidad Nacional de Trujillo, que tiene como objetivo principal identificar los componentes que benefician el desarrollo del turismo como una actividad económica alterna en el distrito de Ayabaca, usando una metodología analítico - sintético, estadística y etnográfico, tomando una muestra de 377 pobladores, concluyendo así: El desarrollo en el



distrito de Ayabaca es favorecido por componentes de la planta turística que se articula con los restaurantes, hospedajes y atractivos turísticos. Así mismo cerca del 100% de la población de distrito de Ayabaca, manifestó que el turismo es elemental para alcanzar una mejor economía y ser una mejor sociedad (p.140).

En cuanto a las teorías relacionadas al tema, se definen los tipos de turistas, de acuerdo a las apreciaciones por cada autor; uno de los principales autores es la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995: 48-49), la cual diferencia a cada uno de los turistas con las siguientes definiciones: visitantes, turistas y excursionistas. La OMT (1995), indica que los visitantes son todas aquellas personas que deciden realizar un viaje, ya sea en su mismo entorno habitual o fuera de él, la duración en el destino puede ser menos a más de 24 horas. De este concepto se desprenden dos conceptos más: turistas y excursionistas. Los turistas son aquellos visitantes que tiene una duración mínima a una noche en un alojamiento y no mayor a 1 año dentro del destino o centro soporte visitado, los motivos deben ser personales, de negocio o profesionales. Lo mismo indica Ramírez (s.f.) citado por Córdova, F. (2014), define al turista como la persona que viaja temporalmente y regresa a su sitio de origen o residencia. Por último, se le denomina excursionista, a toda persona que permanece en el destino por 24 horas o menos, esto quiere decir, que los excursionistas normalmente no se hospedan en el destino visitado por más tiempo, son personas que viajan a ciudades fronterizas, ya sea en su propio vehículo o en cruceros. Por otro lado, la palabra Determinante, la Real Academia Española (RAE), la define como: clase de palabras cuyos elementos determinan al sustantivo o al grupo nominal y se sitúan generalmente en posición prenominal, o cada uno de los elementos que integran el paradigma del determinante. En cuanto al flujo turístico, la OMT (1998), la define como el movimiento de turistas que realizan viajes de un lugar a otro, es por ello que existe una relación entre los destinos turísticos y regiones en donde se genera la demanda. Del mismo modo, Underhill (2002), en su bibliografía sobre merchandising, indica que la denominación sobre la circulación del cliente, se debe al recorrido que el cliente lleva a cabo dentro de un acceso de venta, permitiendo que el flujo de circulación sea más utilizados por los compradores de un establecimiento en un destino turístico, esto quiere decir, que el flujo turístico viene hacer el recorrido más usado por un conjunto de turistas que visitan un destino turístico, ya sea por cualquier motivación de viaje. El autor Van Povedskaya (s.f.), menciona que el flujo turístico en un determinado destino turístico debe estar relacionado al interés que los visitantes tengan y que estén motivados a realizar su visita, y si el traslado es constante en donde se obtiene

un record con mayores visitas se le denomina flujo turístico (párr. 2). La clasificación del Flujo Turístico, según la OMT (1998), de acuerdo a la procedencia en relación con el destino, utiliza un sistema de clasificación del flujo turístico, entre ellos están: el Flujo Turístico Nacional (vienen a ser aquellos visitantes que no abandonan su país de origen), Flujo Turístico Internacional (aquellos turistas que se trasladan de su país de origen a otros países o viceversa), Flujo Turístico Receptivo (son las personas no residentes que proceden de un país determinado), Flujo Turístico Emisivo (son los residentes de un determinado país que se dirigen a otro país), y el Flujo Turístico Interno (son los mismos residentes que se desplazan por el interior de su país de origen). Por otro lado, el autor García (2012), menciona que el componente del flujo real, “representa al número de personas o turistas que se trasladan desde su centro emisor hacia un centro receptor; además, se establecen los tipos y características de la demanda (real, potencial, entre otras.)”. Al mismo tiempo el autor indica que, el flujo monetario, deriva de lo no visible de la actividad turística, ya que, es uno de los componentes de mayor afecto para el desarrollo turístico de un país o destino respectivamente. Este tipo de flujo implica que la ganancia que se ha obtenido en el centro emisor sea trasladada al centro receptor. Existen dos tipos de efectos: Turismo doméstico, se genera en un traslado espacial de la renta por lo que implica el traslado del flujo monetario hacia los límites de un destino o país, esto generan efectos económicos como nuevos empleos, inversión, entre otras; y el turismo internacional, esto repercute al momento que ingresan las divisas gracias al turismo receptivo internacional. Mientras que, el turismo emisor internacional presenta efectos similares al de una importación, por lo que, se genera solo la salida de las divisas que son efecto del turismo emisor internacional. Por ende, la importancia del flujo monetario es gracias a los ingresos y egresos de las divisas que se generan a través de la actividad turística en un país. Según la OMT (1996), la oferta turística es la agrupación de productos y servicios que se encuentren predispuestos a turistas en el destino, satisfaciendo las necesidades de cada uno de ellos”. Otra de las definiciones más importantes que da la Secretaría de Turismo (1992), es que la oferta turística es la principal integrante en el medio ambiente y se agrupan con tres entidades, tales como, los prestadores de servicios turísticos, autoridades y las comunidades locales. Para Cooper, Fletcher, Gilbert y Wanhill (1993), menciona que la oferta turística está relacionada con los atractivos turísticos e instalaciones, y los componentes de la oferta son las siguientes: atractivos turísticos, accesibilidad (transporte), hospedajes, entretenimiento alimentos y bebidas, además, el apoyo de servicios a las organizaciones locales. Lemos (2003) citado en Arruda

y Branco (2012: p.886), menciona las características de la oferta turística tradicional, las cuales son las siguientes: la complementariedad, las empresas de diversos sectores, productos homogéneos (alternativas distintas para los turistas), la estacionalidad y el favorecimiento de la economía local. Por consiguiente, Altés (1993), define al “Producto Turístico” como un componente de la oferta turística. También, la OMT citado por Sancho (2011), la define como la mezcla de prestaciones de servicios con los elementos tangibles y no intangibles para la satisfacción de las necesidades de los turistas, en la cual se diferencia por dos niveles: Producto turístico global o integral (comprenden atractivos turísticos del lugar, infraestructura, etc.) y Producto turístico a nivel empresarial (son los componentes que ofrecen las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos hacia sus clientes). La OMT (1998), señala que la oferta turística se compone por los siguientes elementos: Recursos Turísticos, estos incluyen a los recursos naturales, culturales e históricos-monumentales; Planta Turística, Servicios de Apoyo e Infraestructura. Los autores Hermida y Pérez (s.f.), determinan como integrantes de la oferta turística: Entretenimientos (actividades recreativas o deportivas), Alojamiento (oferta diversa por tipología), Restauración, Transporte (origen - destino), Intermediarios (crean los productos y lo comercializan), , también se encuentran los Servicios de Destino (Guías turísticos, venta de postales, entre otros que se encuentran dentro del destino), Servicios de Origen (oferta de servicios complementarios), y Servicios a Empresas (son los servicios que asisten a las empresas prestadoras de servicios turísticos). Por otro lado, los autores Mathieson y Wall (1982), definen la demanda turística como “la cifra de personas que se trasladan de un lugar a otro para disfrutar de todos los servicios y facilidades que se les brindan en el lugar de destino que han elegido”. Mientras que, Tamayo (2012) citado por Arias, G. (2016: p.21), menciona que es “un conjunto de visitantes ya sea de manera individual o colectiva, se encuentren por la variedad de productos y/o servicios turísticos que van a satisfacer sus necesidades durante su estadía. La demanda de cualquier producto y/o servicio es el porcentaje de compras generado ante determinados conjuntos de consumidores, dentro de un lugar y periodo establecido, utilizado una herramienta importante para mejores resultados como el marketing. Los autores Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. y Wanhill, S. (1993, pp. 15-16), clasifica a la demanda turística en tres conjuntos: la Demanda Efectiva, es el número vigente de personas que realizan una actividad turística, quiere decir, que si emplean un viaje. Demanda no efectiva, son las personas que no realizan viajes por ningún motivo y existen dos tipos de demanda, la Demanda Potencial (está representado por aquellos que viajarán en un porvenir) y la Demanda Diferida (personas que

no han viajado ya sea por algún problema en el destino); y por último se encuentra la no demanda, que son aquellas personas que sencillamente no aspiran a viajar. De esta manera, Cooper et al. (1993), establecen dos nuevos conceptos: situación de la demanda y la desviación de la demanda. En donde, la situación de la demanda es el reemplazo de una actividad turística por otra; un claro ejemplo, es el alquiler de un apartamento es reemplazada por el alojamiento en un hotel, debido a la carencia en las plazas del apartamento. En el segundo, la desviación de la demanda es ocasionada cuando se intercambia la locación geográfica, es decir, cuando no hay vuelos al destino que se desea visitar. Queda claro que ambos conceptos repercuten en la industria turística local. Por otro lado, la OMT (1996), abarca la idea de “gasto por turismo”, como el gasto que realiza el turista durante su estancia en un destino turístico. Del mismo modo, United Kingdom (s.f.) de acuerdo a su análisis turístico, define el gasto de los turistas como el “dinero facturado por las Empresas Prestadoras de Servicios Turístico, por lo que son muy importantes para la economía, generación de empleo y mejor calidad de vida” (p.24). Para la OMT (1998), registra un marco de relación entre la demanda turística individual en donde se encuentra plasmada a través de una ecuación (véase en García, A. 2012: p.23): Formula:  $Q_i = F(P_d, P_c, Y_i, S_i)$  Dónde:  $Q_i$ : cantidad de demanda turística de cada persona;  $P_d$ : es el índice de precios que es ponderado en el destino;  $Y_i$ : nivel de renta del individuo;  $S_i$ : componentes sociológicos y culturales de los individuos.

Una de las teorías que la presente investigación presenta son los factores determinantes de la demanda turística, para ello Figuerola (1992), menciona que, dado a la complejidad para definir la demanda, realizó un análisis con diversos factores que influyen en la previa decisión de realizar un viaje. Dichos factores están agrupados en cinco grupos: Económicos, Relativos a las unidades demandantes, Aleatorios, Relativos a los sistemas de comercialización y Relativos a la producción. Los factores económicos se encuentran divididos por cinco niveles, las cuales son: primero el Nivel de Renta Disponible, es la suma que el turista dispone para gastarlo en productos o servicios turísticos. Sancho y Pérez (1995), han elaborado un estudio sobre la demanda turística, en donde demuestran que existe un vínculo positivo entre la demanda y la renta disponible; segundo, Nivel de Precios, se dice que no afectan de la misma manera a los puntos de origen que a los destinos turísticos, y el nivel elevado de precios provoca el aumento en los costes de los bienes que son necesarios para nuestra vida cotidiana, en donde se gasta un porcentaje más de la renta para estos términos (Figuerola, 1990), es importante considerar lo que mencionan Clement y Pool

(1997), citados por Martín (2008-2009: p.37), en donde la curva de la demanda de un producto o servicio por parte del consumidor indica que está listo para obtener una variedad de precios de acuerdo a sus gustos e ingresos, es por ello que la curva de precios y consumos determina la cantidad de compras de un producto o servicio en relación a los cambios en el precio que realizará un individuo; tercero, la Política Fiscal y Controles de Gasto en Turismo, en donde se encuentra indirectamente relacionada con la renta disponible de los individuos, dado que es un elemento económico muy importante. Ante una posible presión fiscal, la renta de cada individuo puede ser menor, por lo que generará una disminución en la demanda (Sancho, 2011); cuarto, la Financiación, en donde Sancho (2011), la relaciona como la probabilidad de financiar los viajes en el futuro o usar esta financiación que va a permitir que las personas hagan mayores gastos en turismo; el quinto y último nivel, es el Tipo de Cambio, Sancho (2011), indica que sí existe un vínculo entre las monedas de los países extranjeros y países receptores en el turismo, es por ello que es un elemento importante para la demanda turística, por otro lado, Dornbusch, Fisher y Startz (2013), citados por Arias (2016: p.24) definen el tipo de cambio nominal como el intercambio de una moneda para obtener otra moneda, por último, el Instituto Peruano de Economía (2013), citado por Arias (2016: p.24), menciona que este tipo de cambio nominal es la estimación relativa entre ambas monedas (nacional y extranjera) para que se deba pagar la cantidad en moneda nacional. Los factores relativos a las unidades demandantes según Sancho y Pérez (1995) manifiestan que, la demanda obtiene un mayor efecto que los “naturalmente económico”, dado que, los determinantes económicos de la demanda, explican a los consumidores el servicio concreto, pero hay un estudio de variables, en donde determinan a los factores motivacionales, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, además al tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas y religiosas, además factores demográficos poblacionales. Para Cooper et al. (1993), indican que la motivación abarca las siguientes ideas: El viajar corresponde a la subsistencia de las necesidades que impulsen esta acción, la motivación presenta raíces sociales y psicológicas, actitudes, percepciones, etc., y, por último, la imagen orgánica e inducida, es muy importante para que exista una motivación de viaje; la imagen orgánica, se da a partir de una fuente de información que no ha sido a través de publicidad o promoción del lugar u otros; y, la imagen inducida, es aquella que se origina de la promoción que un país o lugar que lo realiza. Muchas veces no se explica bien el comportamiento del consumidor, dado que el turista que presenta características sociodemográficas elige o lo llegan a elegir diferentes destinos

turísticos. Sin embargo; las decisiones que estos individuos puedan tomar, dependen mucho de las actitudes, percepciones, personalidades y de sus experiencias previas (Sancho, 2011). Figuerola (1990), alude a cinco tipos motivacionales que impulsan la actividad turística: Políticas, Sociales, Ambientales, Legales y Tecnológicas. Por otro lado, también existen las condiciones socioculturales, dadas por el autor Sancho (2011), quién indica que están dentro de los factores de la edad, profesión, empleo, etc. También, intervienen los factores de los niveles de educación en donde afecta positivamente ya que, sí la persona demanda de más cantidad de turismo, es decir, si existe una educación superior, tiene que haber una mejor información y de conocimientos. Del mismo modo, la colisión del desempleo sobre la demanda turística va hacer muy evidente, como las perspectivas del puesto de trabajo. Las formas y estilos de vida, Cohen (1974), citado por Sancho (2011: p.76), los clasifica en cuatro conjuntos, indicando que dos de los primeros son turismo institucionalizado y los dos restantes como turismo no institucionalizado: el turista de masas organizado (presenta poca familiaridad con la cultura local y busca estabilidad en el entorno), el turista de masas individual (es flexible de sus propias decisiones), el explorador (realiza viaje independientemente) y el impulsivo (no tiene contacto con la industria turística, siempre intenta dejar su entorno y presenta contacto con las culturas locales que visita). Según Sancho (2011), menciona que el tiempo de ocio se relaciona con la capacidad de viajar por parte de un individuo, para ello a mayor tiempo libre, se obtiene mejor disponibilidad para realizar un viaje. En los últimos tiempos, lo que está modificando en el esquema de la demanda son las vacaciones pagadas. Sancho (2011), habla sobre las costumbres estacionales, que vienen hacer factores como las fiestas o vacaciones escolares con indicios que favorecen la demanda. Del mismo modo, los mercados turísticos van optando por actualizar el negocio turístico, ofreciendo mejores condiciones, distinguiéndose por temporadas. Además, menciona que las creencias ideológicas y religiosas son variantes que condicionan la demanda del turismo, por ejemplo, las procesiones a la Meca, así como las visitas a las basílicas, etc. Por otro lado, los factores políticos pueden favorecer o no una mayor demanda turística de un país. En cuanto a los factores demográficos se encuentran relacionadas a la edad de los turistas (edad doméstica), ya que, para cada una de las edades existe una serie de actividades, intereses e inquietudes, preocupaciones, esto ayuda a formar un tipo de vacaciones para cada individuo. Por esta razón, algunos países desarrollados, netamente urbanas, con alto poder adquisitivo como para poder cubrir con sus necesidades y las de escapar de su lugar de origen, se les caracterizan por la alta propensión al viaje

(Sancho, 2011: p.81). La Secretaría General de Turismo, española (1993), señala que los factores aleatorios afectan directamente el comportamiento de todos los consumidores, es por ello, que también incluyen a la demanda turística. Este factor se genera por las guerras como la segunda guerra mundial, entre otras. En conclusión, ambos factores (Factores Relativos a los sistemas de comercialización y a la producción), son muy importantes en la demanda, es por ellos que podría afectar de manera positiva o negativa en la demanda turística (Sancho, 2011: p.83). Para los autores, Guzmán, Rebollar, Hernández, Garza y García (2011), en su posición advierten que la demanda turística depende de varios factores que alterarían el posicionamiento de la curva de la demanda turística, los cuales son los siguientes: los gustos, variación del poder adquisitivo, dimensión del mercado y preferencias de cada tipo de personas, experiencias de la reducción de la oferta y productos relacionados; cuyos autores definieron que existe una relación entre la demanda turística, en donde se eligieron cuatro factores determinantes de la demanda: factores económicos, social, político y temporal, también, describen al Gasto Turístico y tipo de cambio nominal. Por otro lado el Portal de Educación Financiera (2005), citado por Guzmán et al. (2011), manifiesta que la demanda agregada es un conjunto de factores que determinan la demanda individual, para aquellos componentes de la demanda agregada son: Consumo, es el consumo final de cada familia, tales como: alimentos y bebidas, salud, bienes de consumo, alquiler de una vivienda, vestidos, etc.; Inversión Bruta, es la compra que realizan todas las empresas, como, por ejemplo, maquinaria y equipos (software), entre otros; en otras palabras, son los gastos en bienes que van hacer utilizados para producir otro bien; Gasto Público, son aquellos gastos administrativos públicos que se desarrolla en un determinado periodo; finalmente, están las Exportaciones Netas, existen comparaciones entre las exportaciones e importaciones. La primera, representa los servicios y bienes producidos en la economía, pero también se tienen que vender al mundo. Mientras, que las importaciones son servicios y los bienes que son producidos en el exterior, pero deben ser puestos a una economía para así satisfacer toda necesidad de los consumidores. La actividad turística, debe ser el agrupamiento de elementos que coinciden entre sí para que exista una evolución dinámica. Para la realización de la actividad turística en un destino determinado, esta debe comprender el desplazamiento desde el lugar de origen del visitante, hasta el periodo que va a pernoctar (Figuerola, 1990). Por otro lado, la OMT (1994), define a la actividad turística como “el turismo estimula las actividades que los visitantes pueden realizar en una zona turística, por un tiempo determinado no mayor a un año y que sean fines de negocios, ocio u otros.” Sobre la

Tipología Turística, el autor Ibáñez y Rodríguez (s.f.), menciona que la actividad turística se clasifica en relación a los componentes espacial, temporal e inclusive el propósito del viaje. Para Alonso y Mújica (1998), citados por Ibáñez y Rodríguez (s.f), el turismo de masas se originó después de lo que sería la segunda guerra mundial, en el cual fue la consecuencia de diferentes factores. Del mismo modo, Ibáñez y Rodríguez (s.f.), indica que, para ser un turismo masivo debe contar con instalaciones recreativas y esparcimiento para dicha actividad turística. Los que participan de esta tipología son los que presentan hábitos de comprar servicios muy sofisticados. El autor Vera (1997: p.18), citado por Ibáñez y Rodríguez, hace mención al Turismo Alternativo, en donde “se originó a inicios del siglo XXI mediante un proceso desconcentración y diferenciación turística, ya que empezaron diferentes destinos turísticos en respuesta a los consumidores interesados en explorar y conocer nuevas alternativas de viajes que cumplan con sus necesidades”. Este tipo de turismo presenta como principal objetivo que el turista sea participe de las actividades recreativas que tengan contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades andinas, rurales y urbanas, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico, dichas actividades pueden ser: turismo cultura, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo cinegético, turismo de aventura, entre otros (Ibáñez y Rodríguez, s.f.). El Turismo Cultura, se realiza con deseos de interactuar con nuevas culturas como la comunicación en valores y el disfrute. Los autores indica que no existe una referencia clara en donde indique si el turismo cultural se convierta en un turismo masivo o solo es apreciado como una actividad alterna, porque le permite estar en contacto con otras culturas y tradiciones entre comunidades receptoras y turistas (Ibáñez y Rodríguez, s.f.). El Turismo Rural, su mismo nombre lo indica no se realiza en lugares urbanos, incidiendo en la cultura, valores e identidad local. Al igual, cabe mencionar que necesariamente no se vinculan a los turistas o visitantes con las actividades agropecuarias, por lo que, solo busca complementar las áreas específicas, paisaje, recreación y descanso (Ibáñez y Rodríguez, s.f.). El Agroturismo, busca involucrar al turista con las labores del campo, en algunos casos, para los turistas es una oportunidad estar en contacto con la naturaleza y conocer las actividades que estén relacionada en bicicleta, paseos a pie, y degustar de los alimentos que son producidos por el mismo lugar (Ibáñez y Rodríguez, s.f.). Ibáñez y Rodríguez (s.f.), menciona que realizan los viajes de manera responsable que tiene como objetivo conservar el medio ambiente y busca ayudar a la comunidad. Entre las actividades principales se encuentra la observación de flora y fauna, el senderismo, la observación geológica, entre



otras. El Turismo de Aventura, muchos la denominan como turismo de deportes, cuyas actividades que se pueden realizar están relacionadas a la escalada, montañismo, cabalgata, espeleísmo, rappel, caminata y ciclismo de montaña (Ibáñez y Rodríguez, s.f.). El Turismo Cinegético, los autores la relacionan como la actividad turística que realiza la práctica de la caza deportiva de diferentes animales silvestres (Ibáñez y Rodríguez, s.f.). Por otro lado, Moncada (2005), citado por Ibáñez y Rodríguez (s.f.), dice que la actividad que realiza un cazador deportivo que visita diversos destinos en donde se permita la realización de esta práctica de caza de fauna silvestre, es de interés cinegético, por lo que, la práctica de esta utiliza el uso de servicios logísticos y turísticos. De la misma manera, la OMT citado por Ibarra (2004) hace mención a la Medicina Tradicional o como en la terminología turística se le conoce como el Turismo Místico que nace de las prácticas culturales y ancestrales de grupos étnicos que trata sobre la medicina ancestral como un medio para curar enfermedades físicas y espirituales; en tanto, los autores López L. y Cabieses Y. (2018), mencionan que el Turismo Esotérico promueve sensaciones ocultas a los sentidos haciendo una nueva forma de efectuar un viaje, un viaje de cuerpo no presente, en la cual la convierte en una de las principales características por la cual las personas enfocan su atención hacia este tipos de ritos o rituales. Por otro lado, el autor Martín (2005: 14-50), hace mención que, para que el enfoque sistemático tenga un mayor apoyo se tiene que representar a través de modelos, ya que, se puede visualizar la realidad y en lo turístico tienen rasgos específicos y que se pueden conjugar las variables del fenómeno estudiado. Por lo que, el autor ha clasificado los modelos turísticos en cuatro grupos: modelos estructurales-funcionales, modelos de demanda, modelos de desarrollo de desarrollos de destinos y modelos de impactos. El autor ha evaluado los modelos estructurales-funcionales de Leiper, Miossec, McKercher y Mill & Morrison, porque los aspectos que no han sido percibidos por los autores dentro del esquema del sistema turístico internacional, le obligaron al autor a elaborar un modelo de sistema turístico propio denominado “Modelo Pentagonal” (Martín 2005: 16-21). En el modelo Pentagonal, metodológicamente, el autor ha utilizado tres divisiones de un sistema muy activo como lo es el Turismo. Son los siguientes: Subsistemas Exógenos o integrantes del “entorno turístico”, Subsistemas Endógenos o turísticos y Macro entorno o Ambiente General. Este enfoque sistemático del turismo en el modelo pentagonal, sus elementos o subsistemas (exógenos y endógenos) tienen una relación entre sí y lo constituye el Turismo, por lo que el autor indica que ambos componentes están inmersos en el ambiente (macroentorno); este último (macroentorno) es un proceso también denominado “dinámica

turística”, “operación turística” o “proceso del turismo” (Martín 2005: 25-26). El autor (Martín 2005: 25-26), también teoriza a los núcleos receptores o destinos en los subsistemas endógenos, los cuales son: Recursos Turísticos, el autor lo clasifica en Socio-cultural e histórico y geográfico-espacial; Servicios y Equipamientos, Atractivos y Productos Turísticos, Comercialización (son los establecimientos de precios, distribución y comunicación), Oferta Turística (compra y venta), finalmente el Flujos Turísticos (punto de conexión entre la oferta y demanda turística internacional). En cuanto a los subsistemas exógenos, que son los que enmarcan la realidad del movimiento Turístico, se encuentran: Política Turística, Ética Turística, Derecho Turístico, Economía Turística y Marco Tecnológico. El Macrentorno, para Martín (2005) menciona que está relacionada con lo social y economía de un estado. Además, incluye a otros estados, para que se realicen viajes entre ellos, y se encuentra: Política Nacional e Internacional, Economía General e Infraestructura Básica y Capital Humano. El autor, también hace mención a los modelos de demanda que salen del mismo concepto de la demanda turística y desde el enfoque individual, que se deriva de personas que tienen las condiciones esenciales, como son: tiempo libre para poder viajar, ingresos financieros para los gastos que se ofrecen en el viaje y la necesidad por viajar (Martín 2005: 39-43). También, indica que la demanda se enfoque desde el punto de vista económico, geográfico y psicológico-Sociológico. Estos son puntos relativamente muy importantes para su consideración para que haya un efecto de comercialización internacional, con un análisis multi-disciplinario. Para Santana (2003: p.11-28), el modelo de Desarrollo Turístico lo ha clasificado en tres puntos de vista: urbanístico-geográfico, socio-antropológico y socio-económico. El fenómeno urbanístico geográfico se puede realizar de dos maneras: mediante el desarrollo turístico integrado (rápido, planificado y con una sola compañía o promotor) o mediante el desarrollo turístico catalítico (tiene un proceso más lento y tiende a presentar varios promotores, como resultado es más anárquico). Los dos últimos enfoques el autor Santana los contextualiza con el propio desarrollo de la demanda (etapa fordista y post fordista). Por otro lado, Bluter acepta una mercadológica del ciclo de vida de cada uno de los productos o servicios a los destinos turísticos, siendo el modelo mayor utilizado “El Modelo de Desarrollo de Bluter” (1980: p.7). El modelo presenta las siguientes fases: Exploración (es la etapa inicial en la cual aparece un grupo de turistas en un destino turístico, ya que han sido atraídos por la belleza paisajística del lugar, costumbres y también por la falta de infraestructura que posee el lugar, en donde se ve alterada el entorno social y físico por los primeros visitantes), la segunda fase

es la Implicación (empiezan los esfuerzos de la misma población para brindar y mejorar los servicios en donde se desarrollará la planta turística del lugar y ellos mismo empezarán a promocionar el destino y como consecuencia crece la demanda), la tercera fase es Desarrollo (se hace notar mucho el crecimiento de la demanda turística debido a la promoción y difusión del destino, y algunos negocios turísticos serán de los mismos pobladores, entonces se mejora la calidad de vida de la población; es importante indicar que la fama que puede tener el recurso con el tiempo pueden aparecer los primero problemas como la capacidad de carga y el mismo deterioro del recursos, es por ello que se debe hacer un buen control del recurso sin abusar de más), la cuarta fase es la Consolidación (en esta etapa el número de visitantes es mayor a la de los mismos residentes y es identificable como una economía que solo vive del turismo), en la quinta fase Estancamiento (el destino comienza a tener problemas medio ambientales y socioeconómicos, y las llegadas de los turistas ha llegado a un tope que ya no puede ser superado y el destino deja de estar de moda) y la última fase es Declive o Rejuvenecimiento (el declive es la etapa en la cual el destino ya no podrá competir o estar a la par con otros destinos turísticos debido a los problemas que presenta en donde se ha depreciado el lugar, para los turistas ya no es muy atractivo y es por ellos que baja la llegada de turistas... el rejuvenecimiento del destino turístico tiene que contar con el apoyo de la misma comunidad, instituciones públicas y privadas, para darle un cambio y direccionarlo a un nuevo mercado turístico).

El enfoque que ha desarrollado la presente investigación es mixto, ya que, los resultados fueron a base de los enfoques cuantitativo y cualitativo, como instrumentos de estudio se empleó cuestionario y fichas de observación.

La pregunta de la presente investigación es: **¿Cuáles son los determinantes que fomenta el flujo turístico nacional e internacional en la provincia de Huancabamba, Piura 2019?**

Como justificación, el presente trabajo de investigación ayuda a determinar los aspectos predominantes con que se da el flujo turístico nacional e internacional en la provincia de Huancabamba, departamento de Piura. Una vez determinados estos aspectos predominantes, con la elaboración de nuevas rutas turísticas en el lugar, ayudaran a segmentar mejor la demanda y brindarles a los visitantes una mejor experiencia cumpliendo así con sus expectativas. Además, el flujo turístico de la provincia puede mejorar, es por ello

que tanto las autoridades locales como la misma población y las empresas privadas deben trabajar de la mano para que el turismo sea un componente importante para su economía.

La investigación elaborada, influirá en la identificación de los factores que determinen el flujo turístico que viaja a la provincia de Huancabamba. El impacto social será promover la demanda turística en dicha provincia, ya que de alguna manera se incrementará y promoverá la inversión privada, generando nuevos empleos a los pobladores locales y mejorando así su calidad de vida. El mayor flujo turístico está relacionado al aumento de la demanda de los mismos productos locales generando una considerable producción por parte de los emprendedores locales.

La investigación, no cuenta con la realización de nuevas teorías, pero si emplea teorías ya existentes como la de Cooper, entre otros autores donde sus teorías están relacionadas a la investigación. Se dan definiciones establecidas por la OMT, entre ellas se encuentran: Demanda Turística, Oferta Turística y tipos de turismo, también se define la Actividad Turística.

La presente investigación no ha desarrollado nuevos instrumentos metodológicos, solo aprueba, valida y aplica los instrumentos ya existentes para su desarrollo, debido a que solo se basará en obtener información. Los instrumentos de estudio que se aplicó para obtener dicha información en la investigación, fue el cuestionario y las fichas de observación; puesto que, el tipo de estudio es mixto. Además, la variable de estudio es el Flujo Turístico.

La investigación, tiene como objetivo general: Reconocer los determinantes del flujo turístico nacional e internacional en la provincia de Huancabamba, Piura 2019.

Los objetivos específicos del presente trabajo, son los siguientes: identificar los determinantes económicos que influyen en la demanda turística en la provincia de Huancabamba, Piura 2019 y reconocer los determinantes motivacionales que poseen el flujo turístico en la provincia de Huancabamba, Piura 2019. Como objetivo propuesta elaborar una ruta turística de los lugares turísticos más representativos de la provincia de Huancabamba.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación presenta tipo descriptivo – aplicativo, porque, se describieron los aspectos motivacionales del flujo turístico a través de la observación directa, en la cual se analizaron dichos aspectos para determinar el flujo turístico nacional e internacional en la provincia de Huancabamba, Piura 2019.

También, aborda el diseño de investigación no experimental, puesto que no altera la variable de estudio, solo se realiza el análisis de los elementos observables y el análisis de los resultados del cuestionario para determinar el flujo turístico en la provincia.

Se desarrolla el enfoque mixto, es por ellos que se utilizaron dos instrumentos: para el aspecto cuantitativo, se utilizó el cuestionario para la data estadística a los dos objetivos específicos (económico y motivacional) que presenta la investigación y solo para el aspecto cualitativo (motivacional) se empleó fichas de observación como parte de la observación directa.

## 2.2.Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
<b>Flujo Turístico</b>	<p>“Es el movimiento o traslado de turistas que realizan viajes hacia uno o varios lugares determinados. Existe una relación entre los destinos turísticos y regiones en donde se genera la demanda.” (OMT, 1998)</p>	<p>Para el desarrollo del estudio se tendrán en consideración los instrumentos: Cuestionario y Fichas de observación, para la recopilación de datos.</p>	<b>Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ingreso económico de los turistas.</li> <li>✓ Promedio de gasto de los turistas.</li> <li>✓ Actividades económicas del lugar.</li> <li>✓ Precio de productos y servicios que posee el lugar</li> <li>✓ Consumo turístico</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actividades turísticas a realizar</li> <li>✓ Condiciones del entorno</li> <li>✓ Números de recursos turísticos</li> <li>✓ Facilidades turísticas</li> <li>✓ Planta e Infraestructura Turística</li> <li>✓ Gastronomía</li> </ul>

			<b>Motivacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Costumbres y Tradiciones turísticas</li> <li>✓ Medio de Transporte</li> <li>✓ Accesibilidad turística</li> <li>✓ Estado de Conservación de los Recursos Turísticos</li> <li>✓ Calidad de los Servicios Turísticos</li> <li>✓ Seguridad en los lugares turísticos</li> <li>✓ Reglamentación turística para las empresas prestadoras de servicios turísticos</li> <li>✓ Desarrollo de las comunicaciones del entorno</li> <li>✓ Viajar en Compañía</li> <li>✓ Expectativas del lugar</li> </ul>
--	--	--	---------------------	--

### 2.3.Población, muestra y muestreo

La población está compuesta por la totalidad de individuos que se va a estudiar y analizar, por lo que las poblaciones presentan caracteres similares, y es por esa razón que se realiza el estudio y da su origen a través de una data, definida por los autores Tamayo y Tamayo (1997: p.114). En la investigación, la primera población está relacionada al tipo de enfoque cualitativo, ya que está compuesta por 20 161 el total de arribos de los visitantes nacionales y extranjeros a establecimientos de hospedaje del año 2018 en la provincia de Huancabamba, la cual fue extraída de la fuente MINCETUR.

Para Tamayo y Tamayo (1997: p.38), la muestra, se da cuando no puede ser posible estudiar o medir a cada uno de los individuos de toda una comunidad, sino ya se tomaría una muestra que represente la misma. La muestra de la primera población, basado al enfoque de la anterior población es finita y se determina a partir de la siguiente fórmula; refiriendo a datos como: población (N) = 20 161, nivel de confianza (Z) = 1.96, probabilidad de éxito (P) = 0.50, probabilidad de fracaso (Q) = 0.50, y error (E) = 0.06.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{20\ 161 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{0.06^2 \times (20\ 161 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

**n= 263**

En tanto, la segunda muestra se determinó según criterios de inclusión debido al enfoque cualitativo que se presenta, la cual se utilizó el instrumento de las Fichas de Observación para determinar el estado de la accesibilidad hacia los recursos turísticos, las actividades que realizan en el lugar, entre otros aspectos observables.



## 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas	Instrumento
Encuesta	Cuestionario de encuestas
Observación Directa	Fichas de observación

## 2.5. Procedimiento

Para determinar el flujo turístico nacional e internacional que posee la provincia de Huancabamba, se han procesado 263 encuestas a los visitantes. Para ellos, se han visitado los lugares turísticos que presentan un gran número de demanda de turistas tanto nacionales como extranjeros, uno de esos lugares son las Lagunas de las Huaringas, que además son muy conocidas por las propiedades curativas que posee; después se procedió a la cascada Chorro Blanco (en donde no se encontraron muchos turistas). La plaza de Armas de Huancabamba también alberga a turistas que recién llegan o que ya tienen varios días y se están preparando para viajar, en donde se pudo aplicar con mayor rapidez las encuestas. El Valle de los Infiernillos, es uno de los recursos que se está empezando a promocionar es por ellos que aún no tiene la presencia de turistas extranjeros, solo recibe visitas de turistas locales y regionales. Canchaque es uno de los distritos de Huancabamba que en los últimos años ha sabido meterse en el mercado turístico como un gran destino turístico por todos los recursos naturales, cultura y costumbre, además de ser el distrito que produce el mejor café orgánico de la región; es por ellos que recibe un mayor número de turistas y su segmento son jóvenes y adultos. Uno de los recursos que también tiene un mayor auge de turistas es la Catarata Santa Ana que se encuentra en el distrito San Miguel del Faique y que se encuentra a solo 10 o 15min de Canchaque, es por ello que los turistas que solo van por conocer Canchaque se dan el tiempo de ir hacia estas cataratas por la cercanía en la que se encuentra.

En cuanto a las fichas de observación, se han corroborado las respuestas de los turistas a través de fotografías (con autorización de la Municipalidad de Huancabamba) en donde se han analizado y se describió las actividades socio económico, cultural y turístico de la provincia.

## **2.6.Método de análisis de datos**

La investigación está dirigida al enfoque mixto, en el aspecto cuantitativo se utilizó un cuestionario que fue aplicado a los visitantes que viajan a la provincia de Huancabamba, en ella se obtuvo información para determinar los aspectos determinantes del flujo turístico nacional e internacional, que de acuerdo a las dimensiones del cuadro de variables que han determinado aspectos económicos y motivacionales. El número de las preguntas, se han considerado un promedio de 22 preguntas.

En lo que respecta al método cualitativo, se utilizó las fichas de observación en donde se describe todos los elementos observables del lugar e identificando el aspecto motivacional que tiene el flujo turístico de la provincia de Huancabamba, como que recurso turístico fue el que lo motivo para viajar, que aspectos del entorno satisface al turismo, como considera el estado de conservación de los recursos, entre otros. Es decir, que a través de este instrumento se va a realizar un análisis observacional del flujo turístico, en donde se evidenciará a través de fotografía con la descripción de la misma.

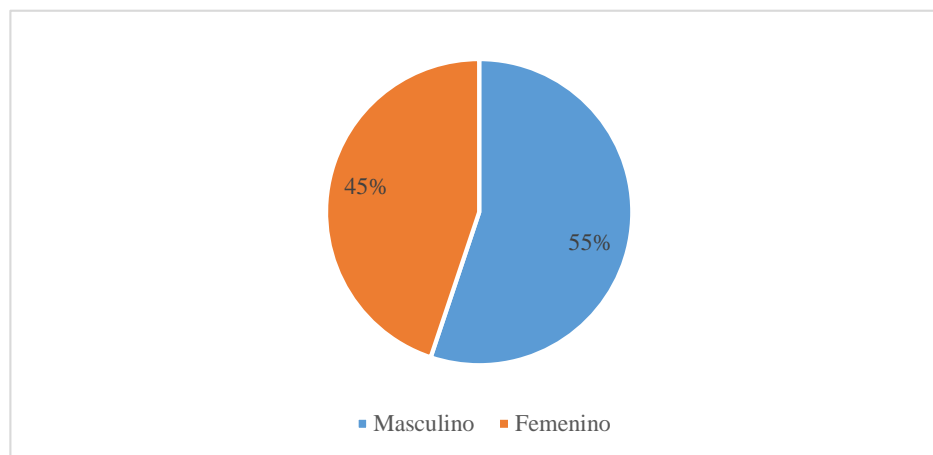
## **2.7.Aspectos éticos**

- El actual trabajo de investigación acata las normas APA.
- Obedece las reglas de la autoría de los mismos.
- No adultera la data.
- La encuesta que se realiza es real.
- La investigación no plagia, ni copia. Solo cuenta con el 12% de similitud habiendo pasado por la aplicación TURNITIN.

### III. RESULTADOS

Aspectos generales de los turistas encuestados que visitan la provincia de Huancabamba.

**Figura 1.** Porcentaje de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba según su género



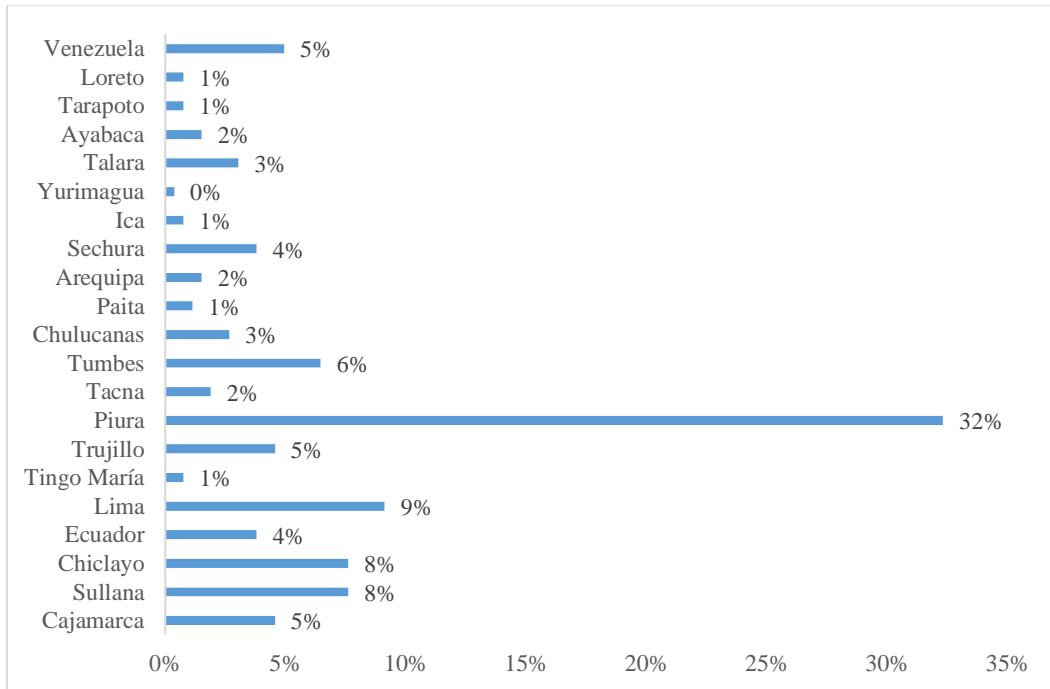
En la figura se muestra que de acuerdo al género de los visitantes tanto nacionales como extranjeros que visitan la provincia de Huancabamba, el 55% corresponde al género masculino, mientras que el 45% restante es para el género femenino.

**Tabla 1.** Rango de edades de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba

Rangos de edades	Personas	%
10 - 20 años	6	2%
21 - 30 años	103	39%
31 - 40 años	83	32%
41 - 50 años	45	17%
51 - 60 años	15	6%
61 a más	11	4%
<b>TOTAL</b>	<b>263</b>	<b>100%</b>

**Nota:** En la siguiente tabla se muestran rangos de las edades de los visitantes encuestados, en donde se muestra que existe un mayor número de turistas con un 39% con edades que oscilan entre 21 a 30 años y el 32% con edades 31 a 40 años, estas personas se encuentran económicamente activas y que les gusta viajar, generalmente son jóvenes y adultos, ya que a esas edades les permite disfrutar mejor los recursos turísticos y pueden realizar varias actividades que no sean solo turismo esotérico sino también turismo de aventura. Por otra parte, el 4% de los turistas cuyas edades se encuentran entre los 61 a más, ya que estas personas solo van a Huancabamba por temas de salud.

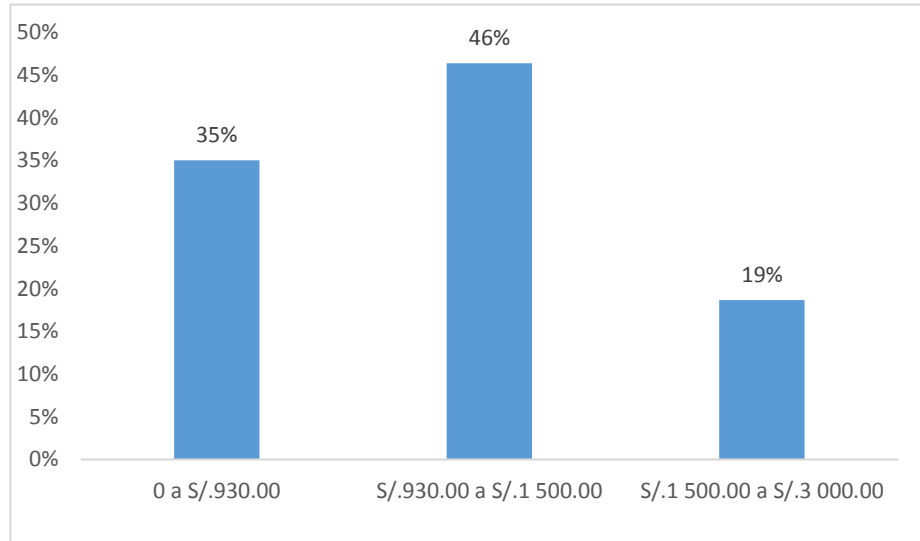
**Figura 2.** Procedencia de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba



En la figura se muestra los lugares de procedencia de los visitantes regionales, nacionales y extranjeros que visitan la provincia, la provincia de Piura tiene un mayor porcentaje con 32%, considerando que no solo la capital de Piura la visita sino también sus distritos como Catacaos, Castilla, entre otros. También se puede indicar que a la provincia recibe turistas de todo el país como Lima, Arequipa, Tumbes, Cajamarca, Trujillo, entre otros. También existe un pequeño porcentaje de visitantes extranjeros que visitan Huancabamba entre ellos son procedentes de Ecuador y Venezuela.

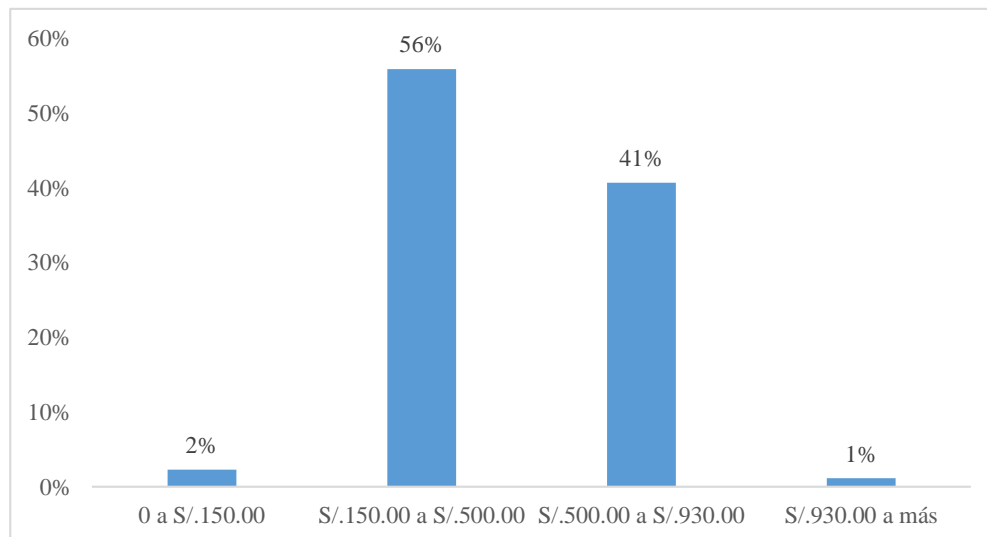
**Objetivo 1: Determinantes económicos que influyen en la demanda turística de la provincia de Huancabamba.**

**Figura 3.** Promedio de ingreso económico de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba



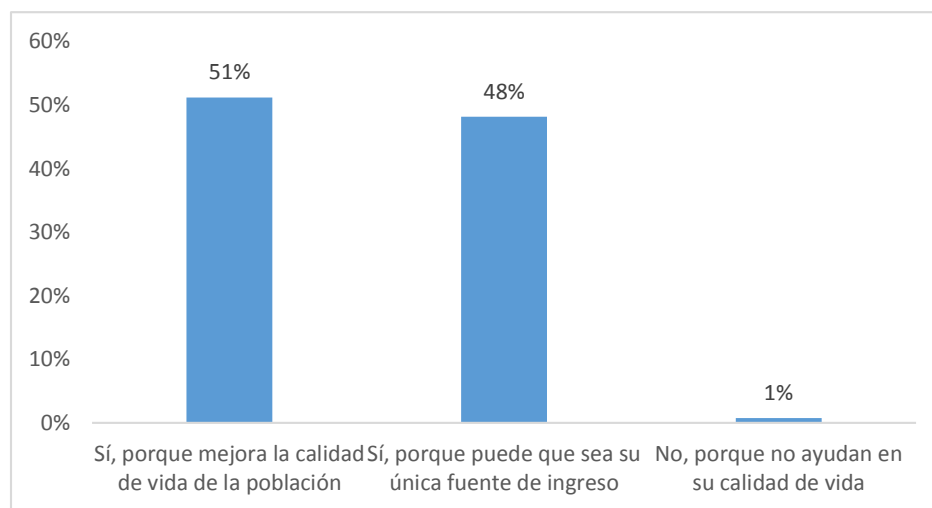
En la figura se puede observar que los ingresos de los visitantes que visitan Huancabamba es de S/.930.00 a S/.1 500.00 con el total del 46 %, mientras que el 35% de los turistas indican que su ingreso es de 0 a S/.930.00 y el 19% indica que su ingreso es de S/.1 500.00 a S/.3 000.00; lo cual da a entender que los turistas nacionales y extranjeros que visitan Huancabamba tienen un nivel económico medio-alto.

**Figura 4.** Promedio de gasto de los visitantes que visitan la provincia de Huancabamba



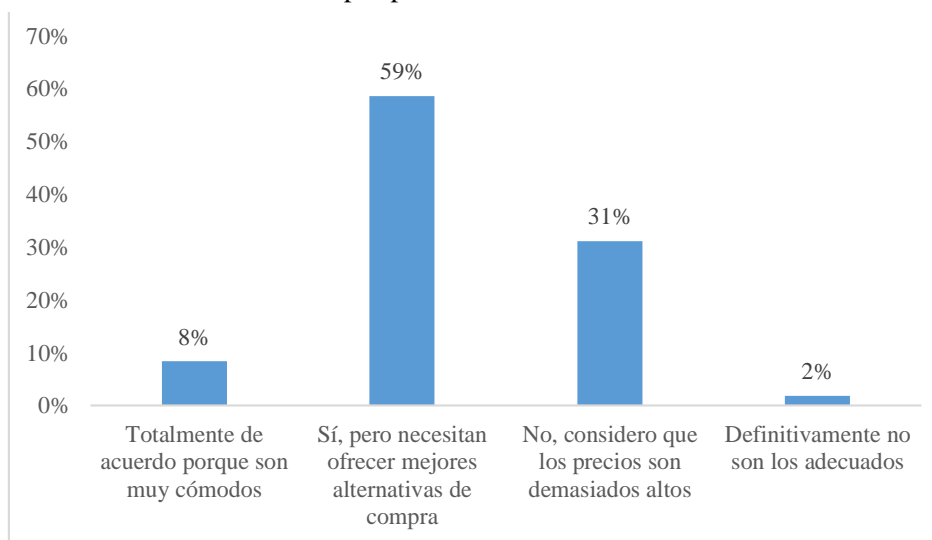
En la figura se muestra que el promedio de gasto de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia es de S/.150.00 a S/.500.00 ya que tiene el porcentaje más alto con un 56% y el 41% indica que gasta S/.500.00 a S/.930.00.

**Figura 5.** Percepción de las actividades turísticas-económicas de la provincia de Huancabamba por parte de los turistas



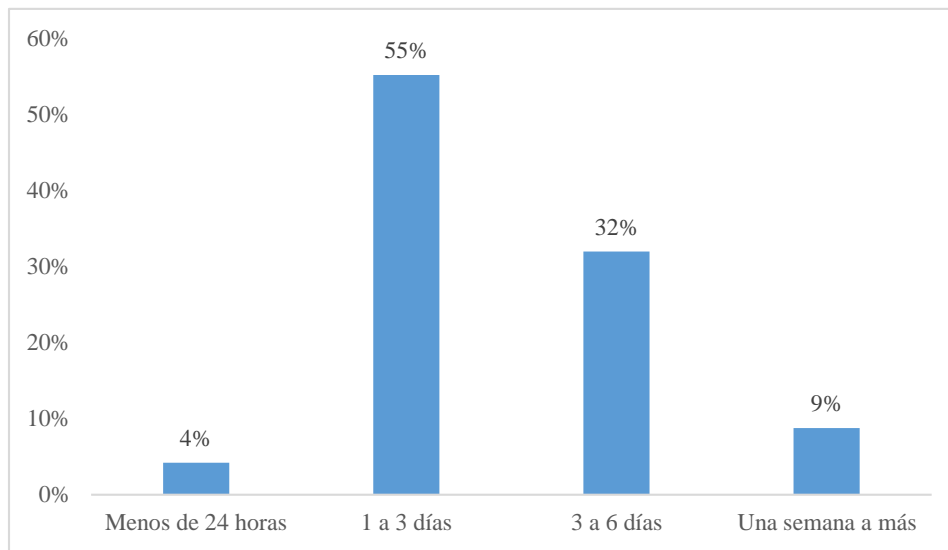
En la figura se observa que el 51% de los turistas consideran que las actividades turísticas-económicas de Huancabamba son muy importantes porque mejora la calidad de vida de la población y el 48% refleja que sí, es importante porque puede que sea su única fuente de ingreso; considerando que sus principales actividades económicas es la agricultura y la ganadería.

**Figura 6.** Percepción de las actividades turísticas-económicas de la provincia de Huancabamba por parte de los turistas



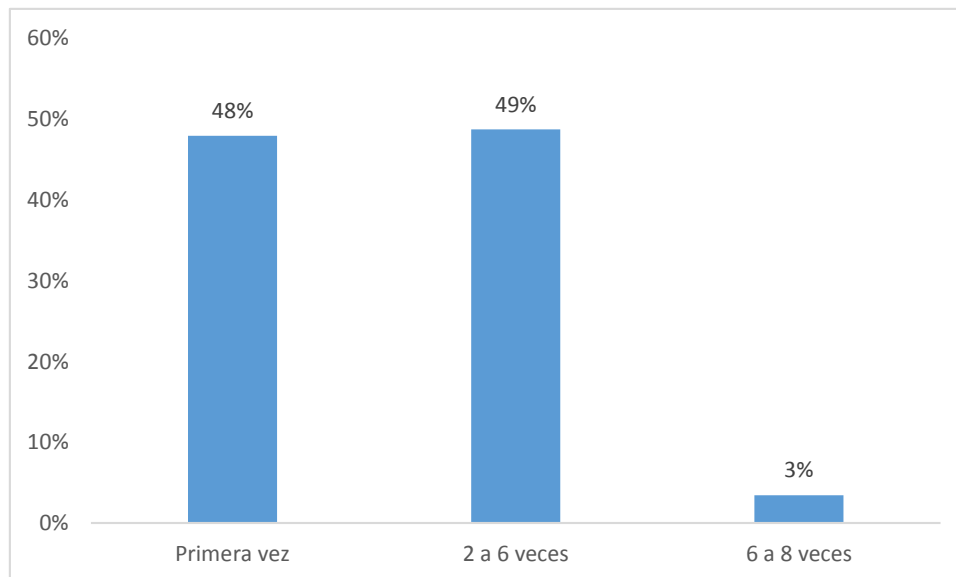
En la figura se muestra que los turistas que visitan Huancabamba el 31% considera que los precios son demasiados altos, manifestando que en donde gastan más dinero es en transporte, alimentación y hospedaje, y solo el 2% dice que no está de acuerdo; mientras que el 59% indica que, si están de acuerdo, pero necesitan tener más alternativas de compra.

**Figura 7.** Tiempo establecido por los turistas para conocer Huancabamba



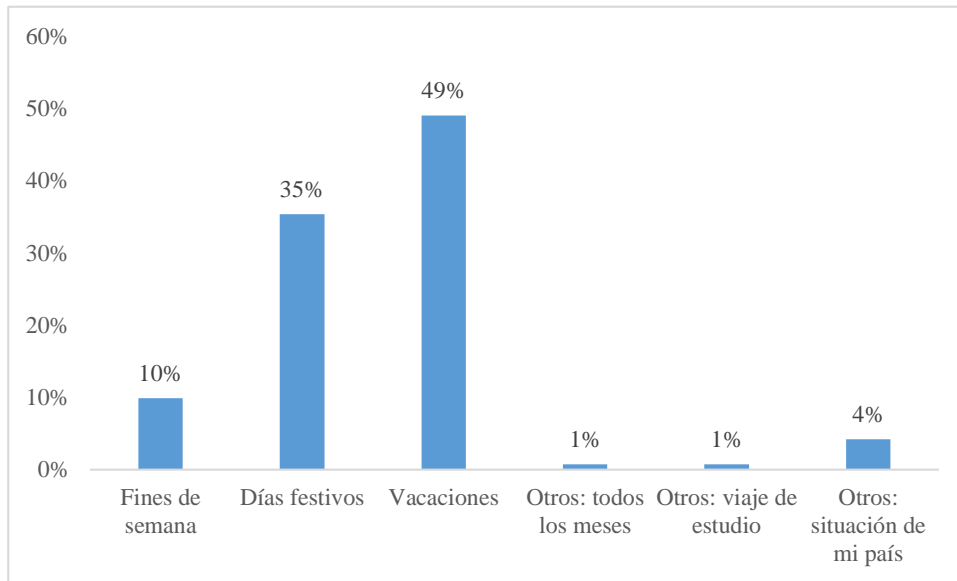
La figura muestra que el 55% de los turistas nacionales y extranjeros les tomo el tiempo de conocer Huancabamba de 1 a 3 día, mientras que a otros les tomó de 3 a 6 días (32%) considerando que no solo han visitado Huancabamba distrito, sino también Canchaque, Sondorillo, Sónдор, San Miguel de Faique y El Carmen de la Frontera. El 4% indica que les tomó menos de 24horas ya que solo han ido por visitar la Laguna de las Huaringas y regresar.

**Figura 8.** Viajes realizados a Huancabamba según los turistas



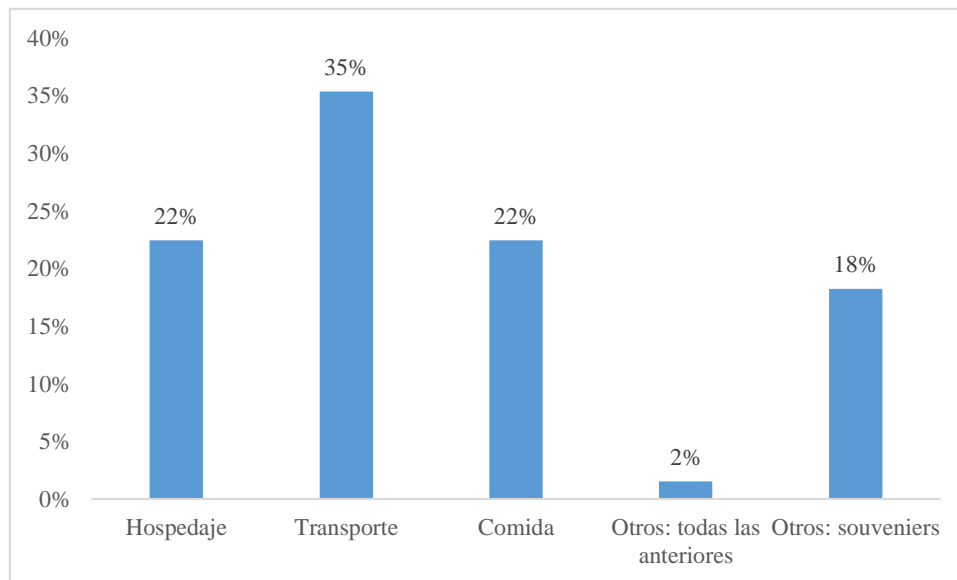
En la figura se muestra el 48% de los turistas nacionales y extranjeros han viajado por primera vez a Huancabamba, el 49% menciona que han viajado de 2 a 6 veces por varios motivos, por salud, por visitar a la familia, conocer los lugares turísticos, entre otros.

**Figura 9.** Viajes realizados a Huancabamba según los turistas



Se muestra que los turistas suelen viajar a Huancabamba cuando se encuentran de vacaciones en este caso son consideradas vacaciones de medio año (49%), otros indicaron que viajaron en días festivos (35%) en donde la festividad más reciente fue de la Virgen del Carmen que se celebra todos los años en el mes de Julio. Cabe mencionar que también suelen viajar por motivos de estudio, además ciudadanos venezolanos han indicado que viajaron por la crisis que su país está pasando.

**Figura 10.** Modalidad de los visitantes para gastar dinero en Huancabamba

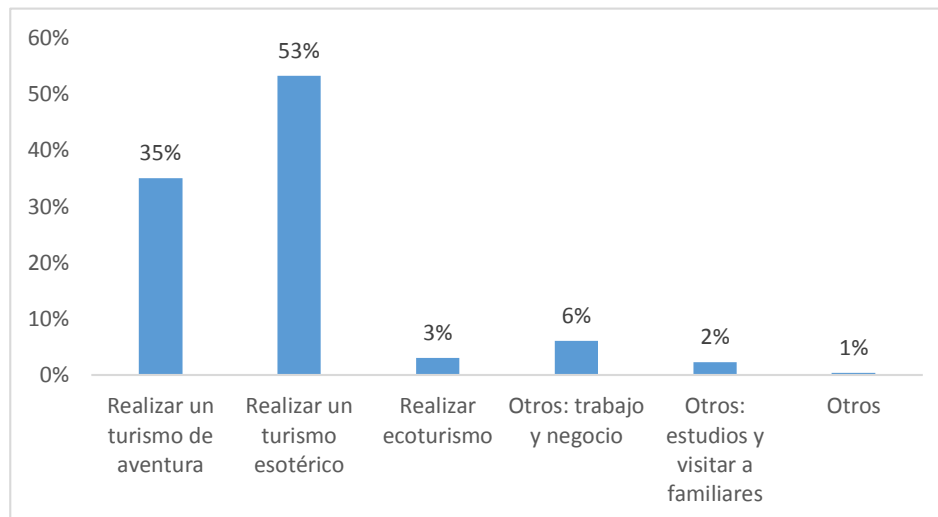


En la figura se muestra que los turistas nacionales y extranjeros más gastan su dinero en transporte, hospedaje y comida (35%, 22% y 22%), mientras que el 18% indicaron que lo gastan en comprar souvenirs (recuerdos, artesanía del lugar).



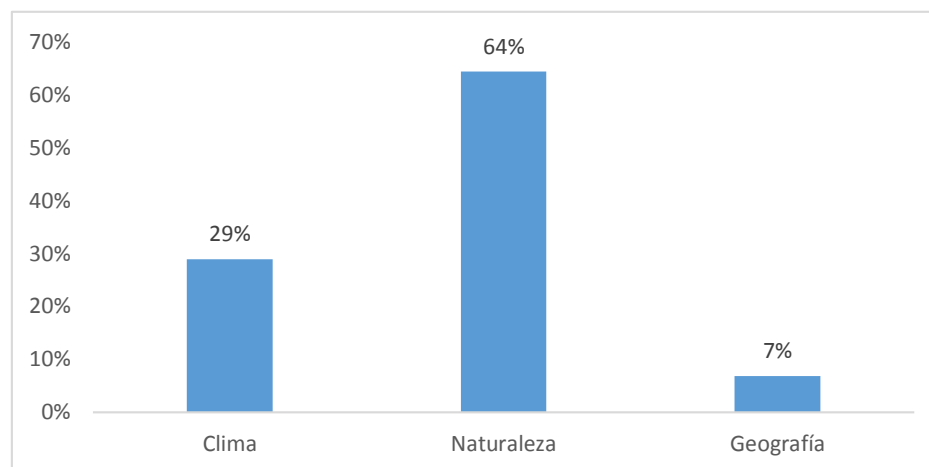
## Objetivo 2: Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba

**Figura 11.** Modalidad de los visitantes para gastar dinero en Huancabamba



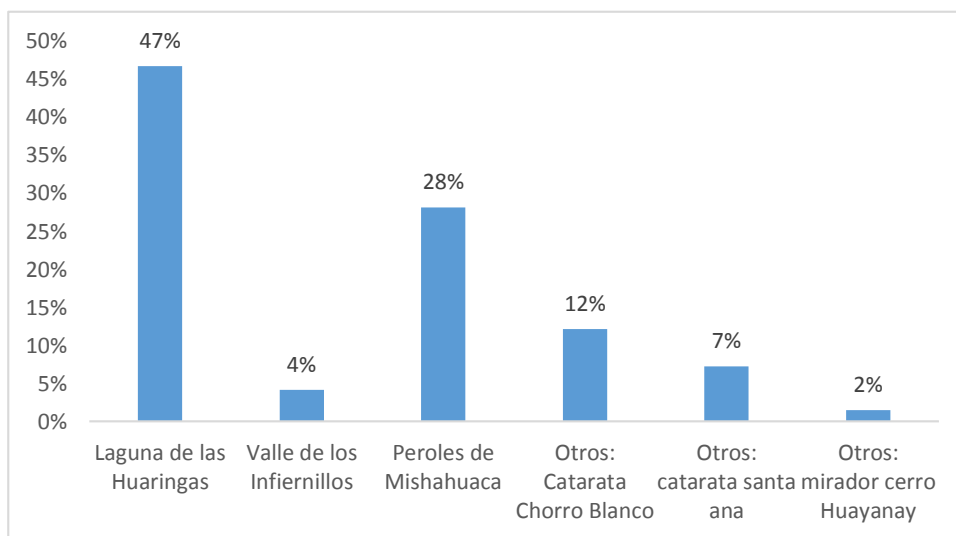
En la figura se muestra que la motivación principal de los visitantes es para realizar un turismo esotérico con un 53% la razón principal es que posee lagunas con propiedades curativas, el 35% mencionó que se puede realizar turismo de aventura por los diversos lugares turísticos en los que se puede acampar, hacer caminatas, etc. Otros han indicado que su motivación es por trabajo, negocio, estudios y visitar a sus familias.

**Figura 12.** Condiciones que posee el entorno para favorecer el turismo en Huancabamba



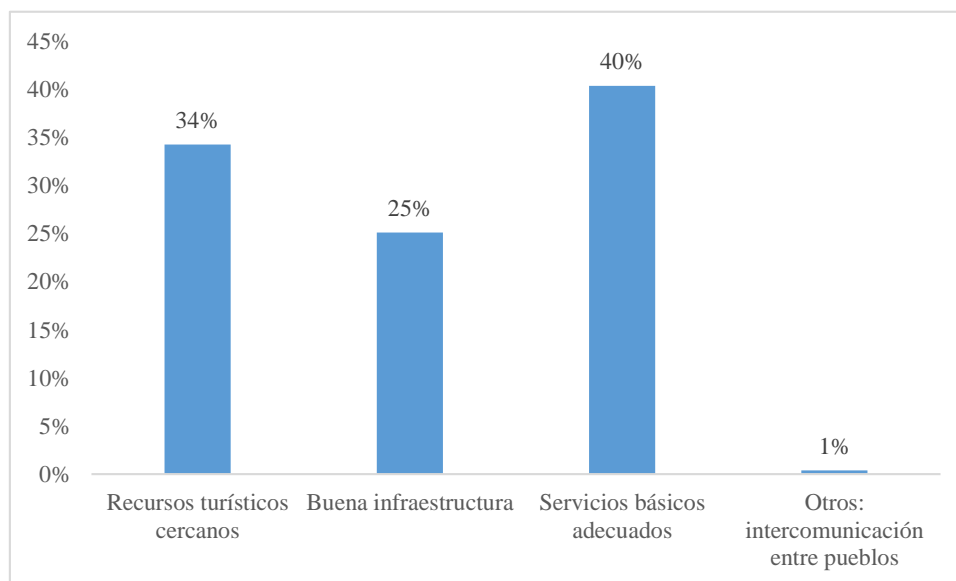
En la figura se muestra que las condiciones que favorecen a Huancabamba para realizar turismo el 64% indicó que es la naturaleza por tener hermosos lugares, montañas, lagunas etc. que la hacen un lugar privilegiado, el 29% mencionó que es el clima y el 7% su geografía, considerando que Huancabamba se ubica en altura y pertenece a la serranía piurana.

**Figura 13.** Recursos turísticos más atractivos según los turistas



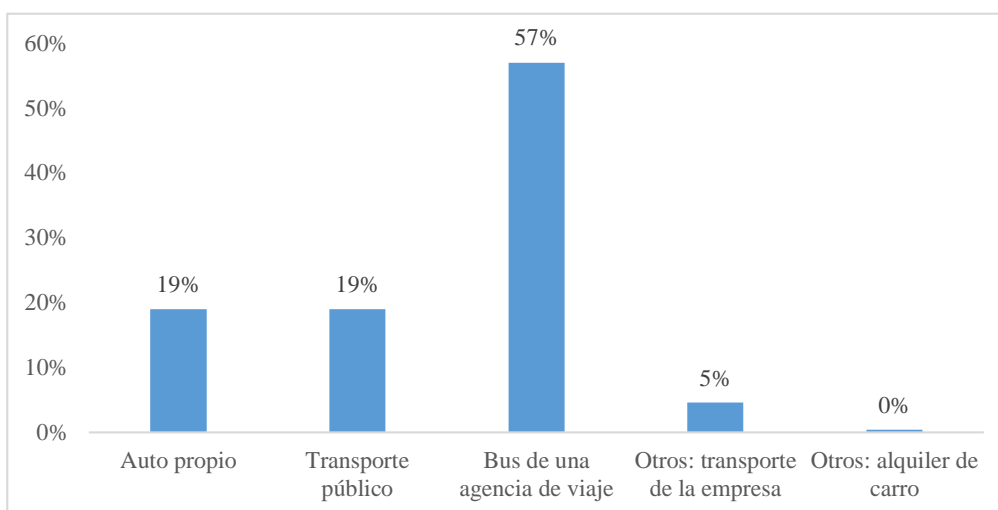
Nos muestra los lugares turísticos que a los turistas les parecen más atractivos, el 47% representa a la Laguna de las Huaringas, 28% los Peroles de Mishahuaca que se encuentra en Canchaque, otros indicaron Cataratas Chorro Blanco (Sapalache), catarata Santa Ana y el Mirador Cerro Huayanay (San Miguel de Faique).

**Figura 14.** Facilidades para realizar turismo en la provincia de Huancabamba



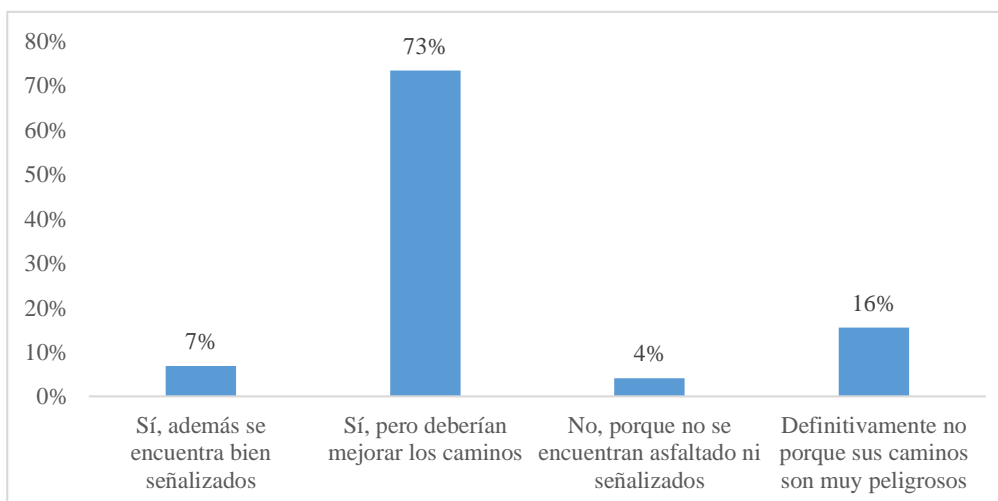
Se muestra que los servicios básicos adecuados son los más importantes como facilidades para realizar turismo con el 40%, el 34% indica que es importante que haya recursos turísticos cercanos y el 25% menciona que para realizar el turismo es tener buena infraestructura; y otros mencionaron que la intercomunicación también es importante.

**Figura 15.** Medio de transporte que el turista ha utilizado



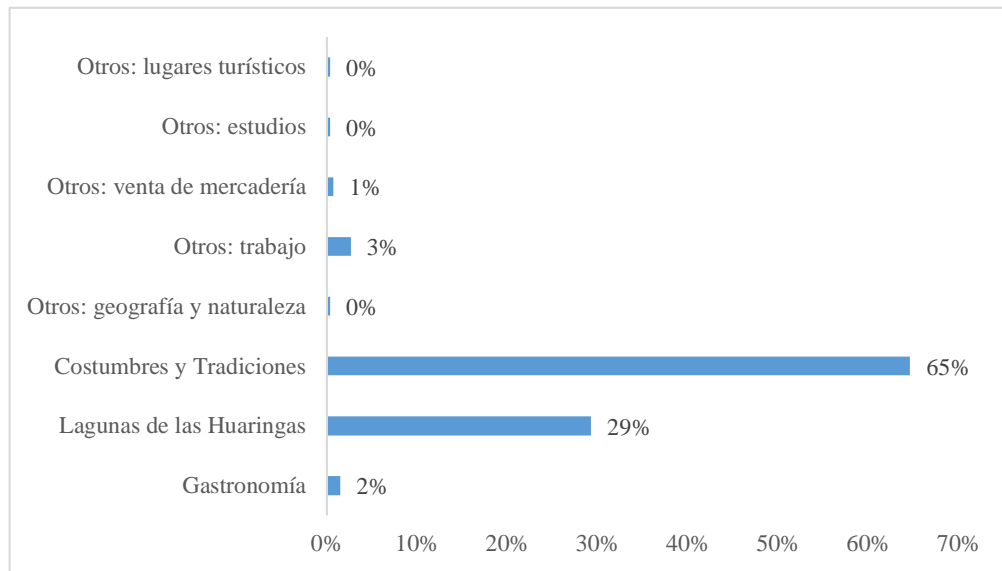
La figura muestra que el medio de transporte más utilizado por los turistas nacionales y extranjeros es el Bus de una agencia de viaje (57%) en donde las agencias que realizan estos viajes son Civa, San Pedro, Turismo Express, Virgen del Carmen y Virgen de la Asunción (Canchaque); el 19% es para transporte público como las minivans (Transportes Chile, Moreto y Cavero), el otro 19% es para auto propio que algunos turistas poseen; mientras que otros han utilizado el transporte de empresas en las que trabajan, considerando que hay personas de otros lugares que han ido a Huancabamba por motivo de trabajo.

**Figura 16.** Percepción de la accesibilidad hacia los recursos turísticos de Huancabamba



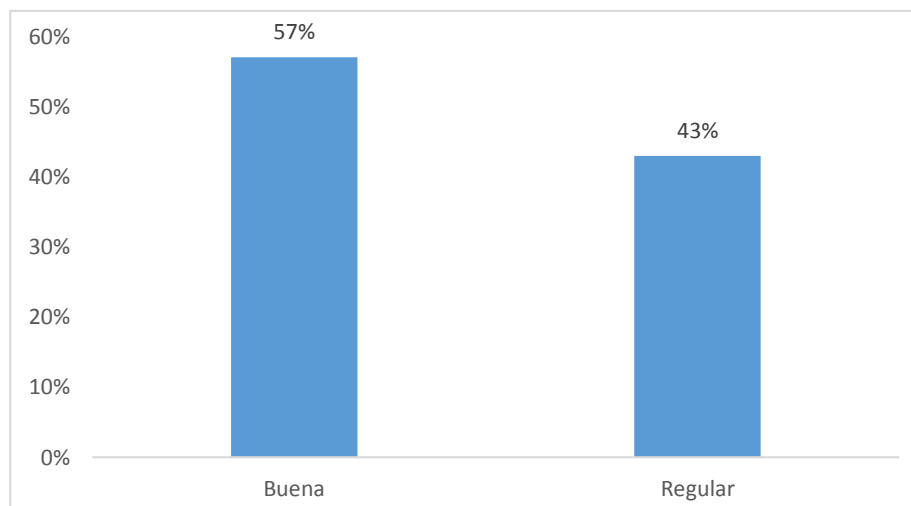
Se muestra que el 73% de los turistas encuestados indicaron que los accesos hacia los recursos turísticos si son los adecuados, pero deberían mejorar los caminos, por otro lado, el 16% mencionaron que los caminos son muy peligrosos y el 4% indicaron que no se encuentran bien asfaltados y con deficiente señalización. Mientras que solo el 7% indicaron que si son los adecuados y se encuentran bien señalizados.

**Figura 17.** Percepción del turista para conocer Huancabamba



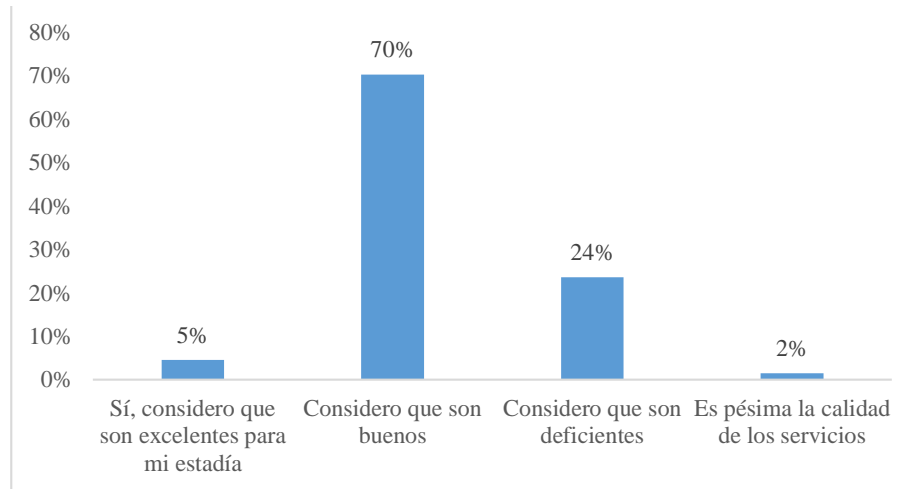
En la figura se muestra que el 65% de los turistas nacionales y extranjeros han elegido a Huancabamba por sus costumbres y tradiciones que posee, mientras que el 29% indicaron que eligieron por conocer la laguna de las Huarinas. Por otro lado, otros indicaron que lo eligieron por trabajo, estudios, venta de mercaderías y por sus lugares turísticos.

**Figura 18.** Estado de conservación de los recursos turísticos



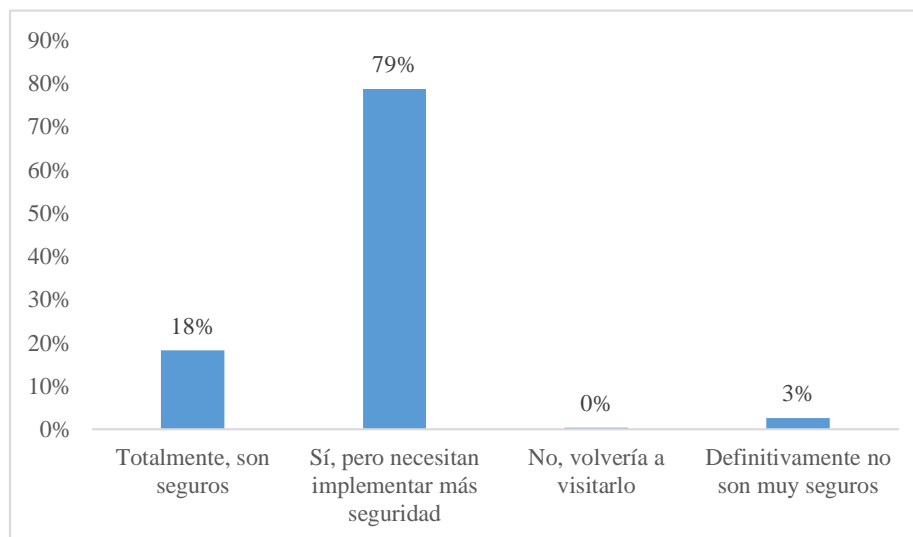
La figura muestra que el 57% de los turistas que visitaron los lugares turísticos de Huancabamba indicaron que el estado de conservación es bueno, mientras que el 43% restante mencionaron que su estado es regular.

**Figura 19.** Calidad de los servicios turísticos que perciben los turistas cuando visitan Huancabamba



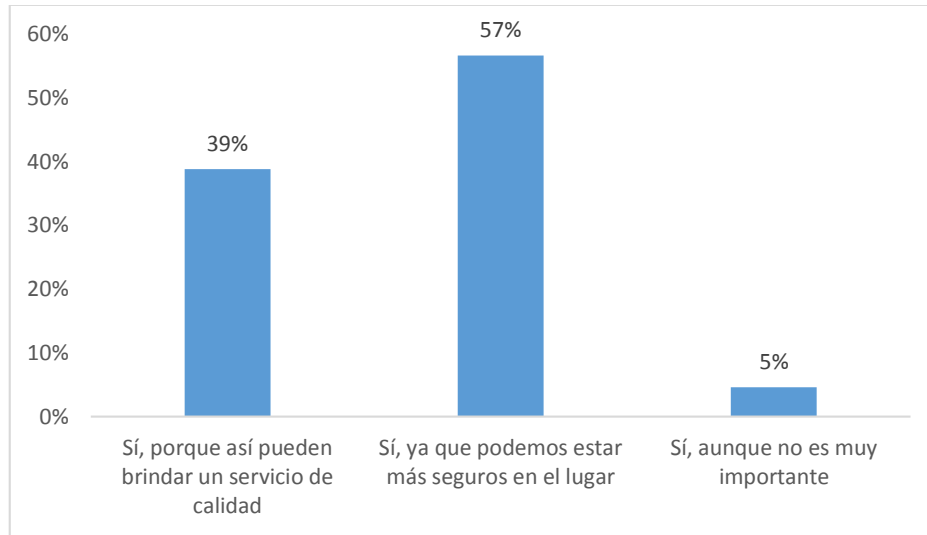
En la figura se muestra que el 70% de los turistas consideraron que la calidad de los servicios turísticos es buena y el 24% indicaron que son deficientes ya que no todas las empresas prestadoras de servicios turísticos cuentan con un estándar de calidad.

**Figura 20.** Percepción de la seguridad en los lugares turísticos según los turistas



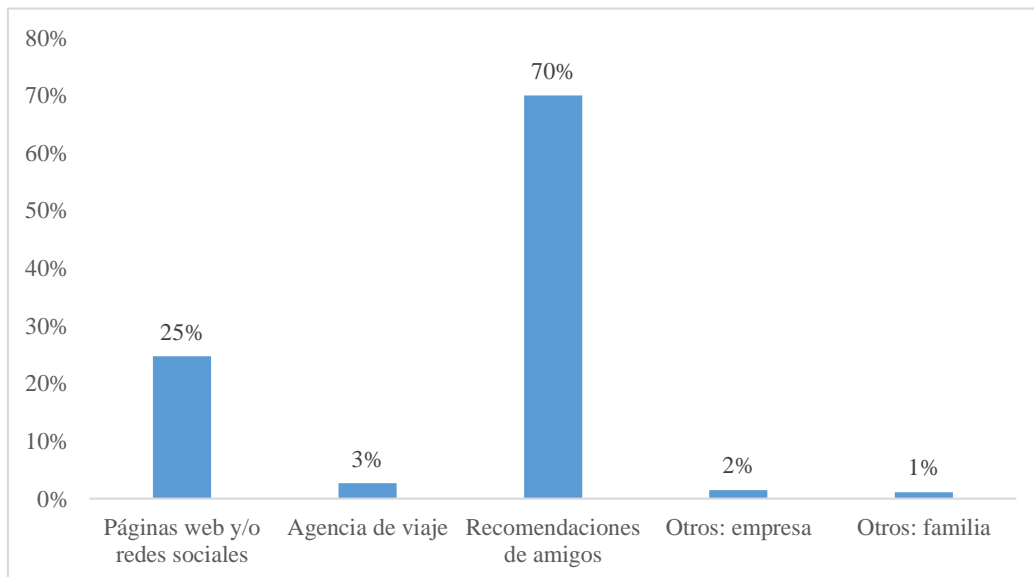
De los turistas encuestados el 79% indicaron que los lugares turísticos si son seguros pero que necesitan implementar más seguridad, ya que en algunos de los caminos hacia los recursos turísticos son peligrosos; y solo el 18% indicaron que son totalmente seguros.

**Figura 21.** Importancia de la reglamentación para las empresas prestadoras de servicios turísticos según los turistas



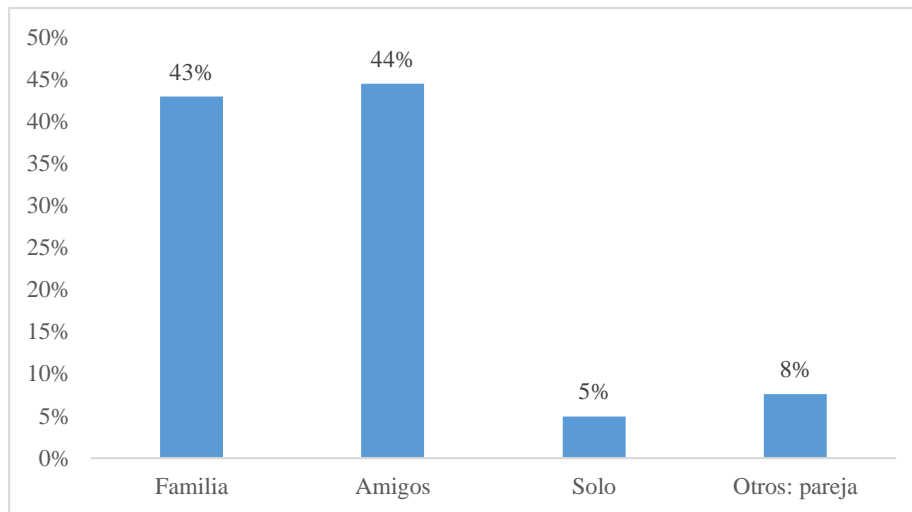
En la figura se muestra que el 57% de los turistas encuestados manifestaron que es importante que las empresas turísticas tengan una debida reglamentación ya que así los turistas se sentirán más seguros en el lugar y el 39% indicaron que teniendo la reglamentación se puede ofrecer un servicio de calidad.

**Figura 22.** Medios de información que utilizaron los turistas para conocer Huancabamba



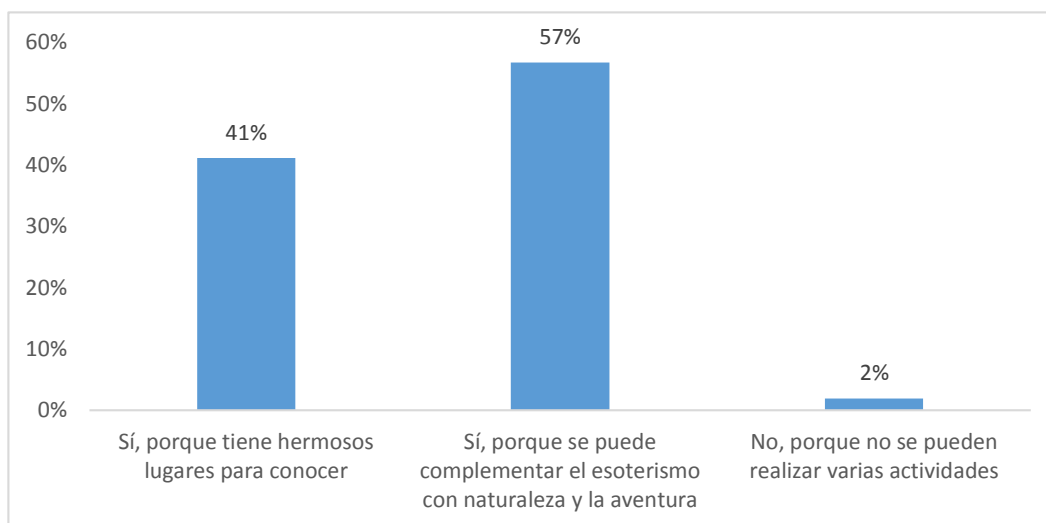
En la figura se muestra que los medios de información que los turistas han tenido para realizar su viaje a Huancabamba, el 70% indicó que la recibió a través de sus amigos, el 25% de las páginas web o redes sociales; mientras que otros manifestaron que la recibieron de su misma familia y de la empresa a la cual laboran.

**Figura 23.** Motivaciones de viaje que poseen los turistas



Se observa que la decisión de viajar con amigos representa al 44% de los encuestados, el 43% manifestó que viajaron con la familia, el 8% le corresponde a que los visitantes viajaron con sus parejas. También se muestra que el 5% decidió viajar solo.

**Figura 24.** Consideraciones del turista respecto a su viaje en Huancabamba



En la figura se observa que las expectativas de los turistas que viajaron a la provincia de Huancabamba, el 57% indicó que si cumplió con sus expectativas ya que se puede complementar el esoterismo con la naturaleza y la aventura, lo cual lo hace un lugar muy atractivo para que las personas decidan visitar, el 41% de ellos manifestó que si cumple por tener hermosos lugares. Otro lado, el restante de ellos (2%) indicó que no cumplió con sus expectativas porque no pudieron realizar ambas actividades.

Tablas Dinámicas respecto a las dimensiones económica y motivacional

Tabla 2.

MOTIVACIÓN POR PARTE DEL TURISTA PARA CONOCER HUANCABAMBA	PERCEPCIÓN DEL TURISTA PARA CONOCER HUANCABAMBA								TOTAL GENERAL
	Costumbres y Tradiciones	Gastronomía	Lagunas de las Huaringas	Otros: estudios	Otros: geografía y naturaleza	Otros: lugares turísticos	Otros: trabajo	Otros: venta de mercadería	
Otros: Conocer Sus Lugares Turísticos						1			1
Otros: Estudios	2								2
Otros: Negocio	1						1	2	4
Otros: Trabajo	7						5		12
Otros: Visitar Familia	4								4
Realizar Ecoturismo	4	1	2		1				8
Realizar Un Turismo De Aventura	71	1	19	1					92
Realizar Un Turismo Esotérico	81	2	56				1		140
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>170</b>	<b>4</b>	<b>77</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>263</b>

**Nota:** En la presenta tabla se muestra el cruce entre motivación y percepción del visitante para conocer Huancabamba, en la cual, de las 263 personas encuestadas, 170 indicó indicaron que viajaron por las costumbres y tradiciones que posee el lugar, y 140 señaló que su motivación fue realizar turismo esotérico que viene hacer parte se las costumbres y tradiciones de este pueblo como lo es el curanderismo.



**Tabla 3.**

PROMEDIO DE GASTO AL VISITAR HUANCABAMBA	MODALIDADES QUE POSEEN LOS TURISTAS PARA GASTAR DINERO EN HUANCABAMBA					TOTAL GENERAL
	Comida	Hospedaje	Otros: souvenirs	Otros: todas las anteriores	Transporte	
0 a s/.150.00	3		1		2	6
s/.150.00 a s/.500.00	20	46	21	2	58	147
s/.500.00 a s/.930.00	35	11	26	2	33	107
s/.930.00 a más	1	2				3
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>48</b>	<b>4</b>	<b>93</b>	<b>263</b>

**Nota:** Se muestra el cruce entre el promedio de gasto de los visitantes y la modalidad de gastar su dinero, en donde de las 263 personas encuestadas el 93 de ellas manifiesta que gasta su dinero en transporte para movilizarse hacia los lugares turísticos, en el lugar existe el servicio de camionetas 4x4 y minivans y su costo es depende al lugar donde se dirija el visitante; además, 147 turistas encuestados mencionaron que su promedio de gasto es de S/.150.00 a S/.500.00 y 107 de ellos mencionaron que gastaría S/.500.00 a S/.930.00, esto quiere decir que las personas que viajan a la provincia son jóvenes que tienen deseos de conocer, aventurarse y sobre todo dejar su dinero.

**Tabla 4.**

CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE PERCIBEN LOS TURISTAS CUANDO VISITAN HUANCABAMBA	IMPORTANCIA DE LA REGLAMENTACIÓN PARA LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS SEGÚN LOS TURISTAS			TOTAL GENERAL
	Sí, aunque no es muy importante	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	
Considero Que Son Buenos	4	68	113	185
Considero Que Son Deficientes	7	23	32	62
Es Pésima La Calidad De Los Servicios		4		4
Sí, Considero Que Son Excelentes Para Mi Estadía	1	7	4	12
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>12</b>	<b>102</b>	<b>149</b>	<b>263</b>

**Nota:** Se muestra el cruce entre la calidad de los servicios turísticos y la importancia de la reglamentación de las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos, en el cual 263 turistas fueron encuestados y 149 respondieron que si es importante que las EPST tengan un reglamento ya que así puedan estar más seguros en el lugar y 185 manifiestan que es buena la calidad de los servicios turísticos que ofrece la ciudad.

**Tabla 5.**

ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	CONSIDERACIONES DEL TURISTA RESPECTO A SU VIAJE EN HUANCABAMBA				TOTAL GENERAL
	Definitivamente no cumplió con mis expectativas	No, porque no se pueden realizar varias actividades	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer	
BUENA	1		84	65	150
REGULAR		5	65	43	113
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>149</b>	<b>108</b>	<b>263</b>


**Nota:** La presente tabla presenta el cruce entre el estado de conservación de los recursos y las consideraciones o expectativas de los turistas, en donde 149 de los visitantes encuestados mencionan que su viaje a Huancabamba si cumplió con sus expectativas porque se puede complementar el esoterismo con la naturaleza y la aventura, ya que se ha comprobado que los jóvenes y adultos de no mayor edad viajan a esta parte de la región; y 150 de los visitantes indicaron que el estado de conservación de los recursos turísticos se bueno, debido a la buena gestión de limpieza que hace la Municipalidad de Huancabamba.

**Tabla 6.**

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA	FACILIDADES PARA REALIZAR TURISMO EN LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA				TOTAL GENERAL
	Buena infraestructura	Otros: intercomunicación entre pueblos	Recursos turísticos cercanos	Servicios básicos adecuados	
Definitivamente No Son Los Adecuados			2	3	5
No, Considero Que Los Precios Son Demasiados Altos	10		38	34	82
Sí, Pero Necesitan Ofrecer Mejores Alternativas De Compra	48		41	65	154
Totalmente De Acuerdo Porque Son Muy Cómodos	8	1	9	4	22
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>66</b>	<b>1</b>	<b>90</b>	<b>106</b>	<b>263</b>

**Nota:** En la presente tabla se muestra el cruce entre los precios de los productos y servicios turísticos, en donde 154 de las personas encuestadas consideran que los precios si son los adecuados pero que necesitan ofrecer mejores alternativas de compra; y 106 turistas encuestados indicaron que los servicios básicos son adecuados y las 90 personas mencionan que son los recursos turísticos cercanos como facilidades que ayudan a realizar el turismo en la provincia.

**Tabla 7.** Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba

Condiciones del entorno		Planta e infraestructura turística	Vías de acceso	Asfaltado, trocha carrozable	Costumbres y tradiciones	
Ubicación Geográfica		Época para visitar los recursos turísticos	Todo el año	Medio de transporte para acceder al recurso		Automóvil particular o camioneta de doble tracción / A pie o a Caballo
Provincia	Región	Tipo de visitante		Número de recursos turísticos		
Huancabamba	Piura	Local / Regional/ Nacional/Extranjero				
<p><b>Descripción:</b> La provincia de Huancabamba tiene una altura de 1 929 msnm, gracias a la altura y a sus condiciones climáticas que permiten que haya presencia de páramo y tenga una flora y fauna varia con las características de la sierra; el clima es cálido en tiempo de veranos, son largos y templados, los inviernos son cortos, secos y mayormente despejados; tiene una cantidad significativa de lluvia en todo el año inclusive en el mes más seco (julio). Su temperatura varía de 9 °C a 21 °C y rara vez baja a menos a 7 °C o sube a más de 23 °C. En cuanto a su geografía tiene una extensión de 4 254,14 km<sup>2</sup>. La provincia cuenta con 8 distritos: Huancabamba, Canchaque, El Carmen de la Frontera, Huarmaca, Lalaquiz, San Miguel de El Faique, Sondor y Sondorillo. Huancabamba cuenta con atractivos turísticos la mayoría de ellos son naturales, entre ellos destacan: Laguna Las Huaringas, Chorro Blanco y Santa Ana, Valle de los Infiernillos, Peroles de Mishahuaca, el Mirador Cerro Huayanay, Peroles de Cascapampa, entre otros; estos atractivos hacen llamar el interés de los turistas ya sean locales, regionales, nacionales y también internacionales, por querer conocer estos lugares y llevarse una experiencia hermosa, porque además que son lugares naturales, las condiciones del entorno, la hospitalidad de los lugareños y la planta e infraestructura que posee el centro soporte, son los que complementan a que Huancabamba sea conocida a nivel nacional y se ha evidenciado un porcentaje de visitantes extranjeros, sin embargo no es tanta su afluencia. Además, se puede visitar durante todo el año, pero se recomienda viajar en los meses que no hay lluvias. El medio de transporte para ir hacia los recursos turísticos, es a través de un automóvil particular o en una camioneta de doble tracción que te dejan hasta cierto punto y después se tiene que ingresar a pie o a caballo; las vías de acceso son asfaltadas y trocha carrozable.</p>						
				<p>Fuente: Fotografía tomada por Juan Fernando Huamán Valverde (Municipalidad de Huancabamba).</p>		
Actividades del lugar		Descripción				

**Medicina Tradicional  
O  
Turismo Místico**

Es una práctica tradicional, ancestral y ecológica que identifica mucho a la provincia de Huancabamba, desde el tiempo de los incas. Es un determinante motivacional porque aquí, habitan una infinidad de “Chamanes” o “Maestros”, quienes esperan a los visitantes tanto regionales, nacionales o pequeños grupos de visitantes extranjeros para ofrecerles el baño de florecimiento con diversos rituales para sanar algunas dolencias o alejar enfermedades del cuerpo, del alma y romper hechizos. Las personas tendrán que sumergirse en las aguas heladas hasta que el Chaman te lo indique, con el fin de limpiar todo el mal que llevas dentro. Esta experiencia que se vive se le denomina turismo esotérico, ya que las personas enfocan su atención hacia estos tipos de rituales.





**Gastronomía**

Su gastronomía es muy importante y además es un determinante motivacional, ya que posee una variedad de platos típicos del lugar y entre ellos se encuentra uno de los platos bandera de la provincia de Huancabamba como lo es, el Cuy con papa guisada, ya que las familias crían cuyes al igual que las aves de corral. Otros platos típicos se encuentra el chancho con mote y camote, y trigo con gallina hornada, el queso y tortillas; bebidas como el Rompopo y diamantina; en donde los mismos turistas afirman que dichos platos son muy ricos.




Fuente: Fotografías tomadas por Juan Fernando Huamán Valverde

<p><b>Artesanías</b></p>	<p>Estas manifestaciones son muy importantes ya que contribuyen al desarrollo del turismo en el destino y funciona como un claro determinante motivacional.</p> <p>Además, la Provincia de Huancabamba posee una diversidad de manifestaciones artesanales. Tienes alfarería (ollas y tiestos de barro), tejidos como lana de oveja y merino teñida con plantas tintóreas locales (jergas, alforjas, mantas, ponchos, bolsos y otros artículos) y también tiene sogas de cabuya.</p>	 <p>Fuente: Fotografías tomadas por Juan Fernando Huamán Valverde</p>
<p><b>Agricultura, Ganadería</b></p>	<p>La economía de la provincia se basa en la agricultura y ganadería, por lo tanto, es un importante determinante motivacional que mueve al flujo turístico.</p> <p>En Huancabamba se cultiva principalmente la papa, los agricultores primero preparan el terreno arándolo con dos toros y con todos los cuidados para que tengan una buena cosecha, también cultivan la arveja, maíz, trigo, cebada, frijol, camote, yuca, sambumba, naranja, palta, entre otros.</p> <p>En el distrito de Canchaque cultivan el café, que ha sido premiado como el mejor café orgánico de la región.</p> <p>En cuanto a la ganadería, los lugareños cuentan con ganado vacuno, ovino, caprino y piara.</p>	


Festividades	Descripción:	
<p><b>Virgen del Carmen</b></p>	<p>Las costumbres y tradiciones de un lugar turístico se toman como un determinante motivacional para el turista. Es por ello, que la festividad de la Virgen del Carmen, se celebra todos los años entre los días 07 al 19 de julio, la cual es la celebración religiosa más importante de la provincia, en donde llegan turistas locales, regionales, nacionales y algunos extranjeros, para apreciar de esta gran fiesta.</p> <p>La sagrada imagen recorre las calles principales en donde el aporte de la misma población es impresionante ya que son creyentes, además en la procesión la acompaña la banda de músicos en la cual toca para la “Danza de los Diablicos”.</p> <p>El día central es el 16 de julio.</p>	 <p style="text-align: right; font-size: small;">J. FERNANDO HUAMÁN FOTOGRAFÍA</p> <p><b>Fuente: Fotografías tomadas por Juan Fernando Huamán Valverde</b></p>
<p><b>Danza de los Diablicos</b></p>	<p>Es una de las danzas más tradicionales que tiene la provincia de Huancabamba, cuyo significado es “lucha entre el bien y mal”.</p> <p>Entre los miembros se encuentra un Ángel, un Capataz, 15 o 20 Diablicos y 2 a 3 burrofa. La música se caracteriza por ser alegre, emocionante y atrayente.</p> <p>Esta danza suele presentarse en la festividad de la Virgen del Carmen ante la presencia de cientos de devotos y turistas, la cual motiva a los turistas en viajar por esa fecha.</p>	 <p style="text-align: right; font-size: small;">J. FERNANDO HUAMÁN FOTOGRAFÍA</p>

**Tabla 8.** Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba

Recurso Turístico		Estado de Conservación		Vías de acceso		Asfaltado / trocha carrozable	Calidad de los servicios turísticos
Ubicación Geográfica			Época para visitar el recurso turístico		Todo el año	Reglamentación turística de las EPST	Seguridad
Distrito	Provincia	Región	Tipo de visitante				
Canchaque	Huancabamba	Piura	Local / Regional/ Nacional/Extranjero				
<p><b>Descripción:</b> Mirador Cerro Huayanay, es un atractivo turístico natural que pertenece al distrito de Canchaque en el pueblo de Villa de Palambla. Se encuentra a 15 minutos de Canchaque, en donde las minivans te llevan hasta el recurso turístico y te esperan el tiempo que demores en el lugar, la vía de acceso se encuentra asfaltada hasta cierto punto, ya en el lugar se tiene que emprender una caminata hasta llegar a la cima del cerro, desde donde se puede observar el hermoso paisaje que posee el lugar. El estado de conservación es bueno, ya que el recurso cuenta con botes de basura en el cual los turistas que han visitado el lugar han respetado y se han sumado a la conservación y cuidado del medio ambiente; además, el turista solo puede realizar caminata, toma fotografías y contemplar el paisaje natural. La seguridad en el lugar es buena porque cuenta con barandas para que las personas puedan subir sin peligro alguno y también cuenta con zonas de descanso. La calidad de los servicios turísticos en el centro soporte (Canchaque) y de la capital de la provincia (Huancabamba) es buena, ya que cuenta con buenos servicios básicos, la infraestructura no está tan desarrollada pero cuenta con lo necesario para que el turismo se pueda desarrollar, en cuanto a la planta turística cuenta con establecimientos de hospedaje no todos se encuentran debidamente reglamentados, sin embargo, se encuentra el Hotel El Cafetal, es muy conocido ya que trabaja de la mano de la responsabilidad social con el cuidado del medio ambiente y utilizan papel ecológico. La gastronomía en Canchaque es muy agradable para todos los turistas, es importante recalcar que el distrito ha sido considerado como el mejor producto de café orgánico de la región lo cual le atribuye una motivación adicional para conocerle.</p>							
							
						<p><b>Fuente:</b> Fotografía tomada por Juan Fernando Huamán Valverde (Municipalidad de Huancabamba).</p>	



**Nota:** Este recurso turístico en los últimos tiempos se ha convertido en el más visitado, ya que reúne ciertos componentes que motivan al turista en conocerlo, entre ellos está la naturaleza, accesibilidad, estado de conservación de los recursos, gastronomía, seguridad, actividades turísticas, planta turística y otros.

**Tabla 9.** Determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba.

Expectativas del lugar	Tiempo de estadía	Viajar en compañía
<p><b>Descripción:</b> La provincia de Huancabamba gracias a la naturaleza que posee y su ubicación geográfica le permite tener recursos turísticos naturales que a los visitantes les motiva visitar y sobre todo conocer sus costumbres y/o tradiciones. Si bien es cierto que Huancabamba es muy conocida por las lagunas de las Huaringas por las propiedades curativas que posee y que ayudan alejar enfermedades de nuestro cuerpo, sin embargo, los mismos turistas han optado por conocer más lugares en donde les permita respirar aire puro y observar el entorno natural como por ejemplo, las cataratas el Citán, catarata Santa Ana, peroles, entre otros, es por ello que Huancabamba cumple con las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros porque pueden realizar varias actividades turísticas como el turismo esotérico y turismo de aventura como, caminatas, escalada de montaña, acampar, etc. Muchos visitantes prefieren ir acompañados de algún familiar o con toda la familia y amigos, pero también prefieren ir solos o con sus parejas. El tiempo de estadía no es mayor a una semana, pero en algunos casos los visitantes llegan por motivos de estudios para realizar alguna investigación en donde pueden estar una semana a más, al igual de las personas que llegan de otros lugares del país para realizar algún trabajo, sin embargo, en sus días libres realizan turismo y se pueden estar hasta 3 meses.</p>		
 <p>Fuente: Fotografía tomada por Juan Fernando Huamán Valverde (Municipalidad de Huancabamba).</p>		



**Tabla 10.** Determinantes Del Flujo Turístico Nacional E Internacional Que Fomenta La Actividad Turística En La Provincia De Huancabamba.

Flujo turístico Determinantes	Económico	Motivacional
	<p>En cuanto al aspecto económico, el flujo turístico que visita la provincia de Huancabamba, se destaca visitantes regionales, nacionales y extranjeros, para ello, el 46% sus ingresos son desde S/.930.00 a más y su promedio de gasto es desde los S/.150.00 a más, siempre y cuando dependiendo de los días que ha destinado para visitarla en donde el 55% ha considerado estar desde 3 días a más.</p>	<p>Desde el punto económico y motivacional, el 59% de la demanda turística considera como determinante la relación de los precios de los productos y servicios turísticos, en ello también hacen mención a que se deben mejorar las alternativas de compra. También, el 49% considera que también es un factor la temporada para realizar un viaje, considerando que la provincia pertenece en la parte sierra de la región y su clima no es el mismo al que estamos acostumbrados.</p>
	<p>En el aspecto motivacional, la demanda turística considera que su principal motivación para conocer Huancabamba es para realizar un turismo esotérico (53%) pero que, además, el 35% de los turistas han indicado que también van para realizar el turismo de aventura. Es importante también las condiciones del entorno que posee el lugar, en este caso el 64% ha indicado que es la naturaleza, los servicios básicos y los recursos turísticos más cercanos son una de las partes más importantes para que el turismo se desarrolle. La planta y la infraestructura turística van de la mano. Sin embargo, el 73% de los turistas han indicado que se deben mejorar los caminos y que haya una correcta reglamentación de las EPST para seguir disfrutando de los hermosos recursos turísticos que posee la provincia.</p>	<p>Una de las motivaciones que presenta el flujo turístico es la compañía de viaje en donde el 44% indica que decidió viajar con los amigos y con sus mismos familiares. Además, los recursos turísticos que posee el lugar, son naturales en donde se pueden fusionar esoterismo, aventura y naturaleza, entre ellos, el más visitado es la Laguna de las Huaringas con el 47%, el estado de conservación es muy buena de cada uno de los recursos. Otra de las motivaciones, es la información que reciben del lugar el 70% indicaron que las recomendaciones de los amigos son muy importantes para viajar. El 57% los turistas consideran que Huancabamba si han superado sus expectativas debido a que se puede complementar varios tipos de turismo.</p>

**Fuente:** la primera fotografía fue tomada por Juan Fernando Huamán Valverde. La segunda fotografía es tomada por el investigador

**Objetivo Propuesta: Ruta turística de los lugares más representativos de la provincia de Huancabamba.**

LA CIUDAD QUE  
CAMINA...



HUANCABAMBA



RUTA  
TURÍSTICA



AVENTURA MÍSTICA

# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA



## I. INTRODUCCIÓN

Para la elaboración y diseño de la Ruta Turística “Aventura Mística”, primero se debe definir qué es una ruta turística y cuál es el objetivo de la ruta. Según Chan (1996), citado por la Universidad Austral de Chile (2005), indica que la Ruta Turística es el recorrido de lugares turísticos y actividades que se van a realizar en destino, en donde existen tiempos y duración de las visitas hacia los lugares; además facilita la orientación del pasajero en el destino, esto se le conoce como el itinerario. Entonces, la ruta turística, es el recorrido que se realiza a través de un itinerario establecido, en el cual el visitante se orienta y hay una serie de actividades de las cuales el turista las va a realizar, la conforman los atractivos turísticos que están alrededor del destino turístico, planta e infraestructura turística. Dicho esto, Fernández y Guzmán (2003), mencionan que la ruta debe elaborarse a base de actividades específicas en la que se pueda distinguir y diferenciar del resto, esto quiere decir, que los turistas se sientan atraídos con el tipo de turismo y con las actividades que se van a realizar. También, es importante que el itinerario turístico se debe desarrollarse bajo una red o vía de comunicación, debido a que se considera como un elemento indispensable para el traslado de los visitantes.



# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## II. Justificación:

La ruta turística: Aventura Mística, tiene como fin lograr el desarrollo de un nuevo segmento turístico para fortalecer el turismo en la provincia de Huancabamba y aumentar su flujo turístico. Para ello se necesita el apoyo de las instituciones públicas y privadas, entes encargados, para la promoción y comercialización de la misma, y el apoyo de la misma población, para cuidar y proteger los recursos turístico y ellos mismos se involucren en esta actividad. Además, en la ruta se fusionan dos tipos de turismo que se pueden realizar, como el turismo de aventura, el turismo esotérico y sobre todo el turismo cultural, ya que la provincia tiene mucha historia, el cual llama más la atención de los turistas, por lo tanto, aumentaría el flujo turístico.



# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## III. Objetivos:

### Objetivo General:

Lograr aumentar el flujo turístico en la provincia de Huancabamba, fortaleciendo el Turismo Esotérico y de Aventura, realizando actividades en coordinación con la Municipalidad provincial de Huancabamba.

### Objetivos Específicos:

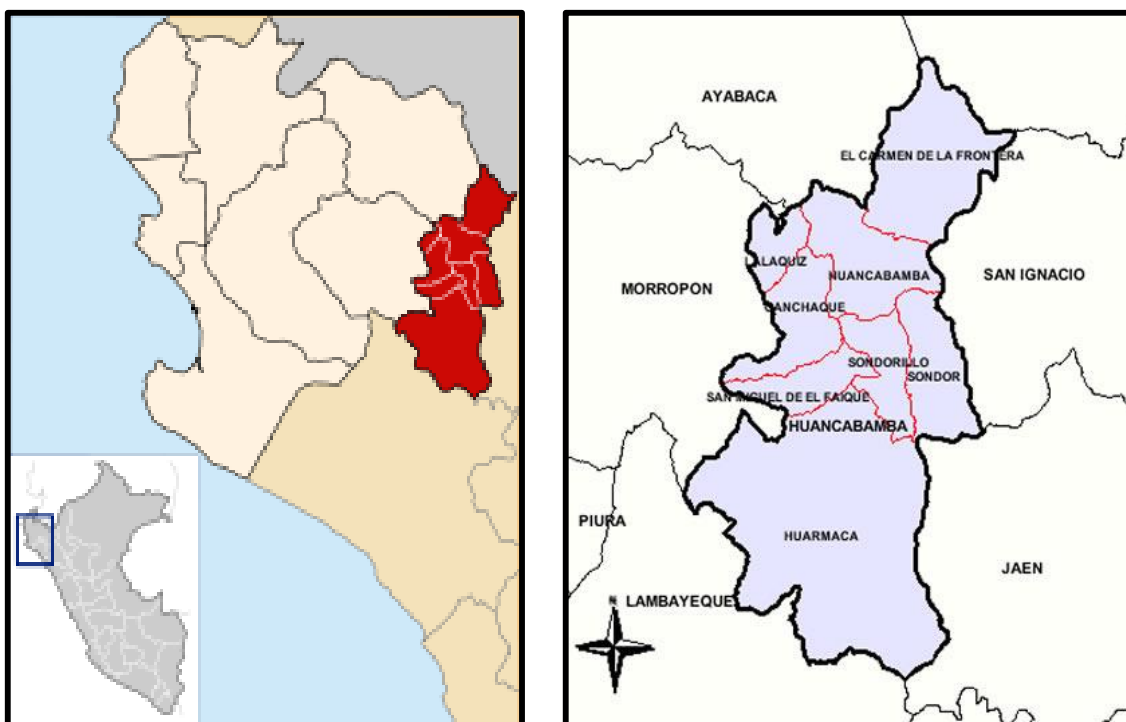
- ✓ Ayudar al desarrollo de la actividad turística en la provincia de Huancabamba de manera sostenible.
- ✓ Fomentar el Turismo de Aventura y Turismo Esotérico, valorando las costumbres del pueblo.
- ✓ Contribuir con el desarrollo económico y generación de empleo.



# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## IV. Datos Generales del lugar:

### Ubicación de la Provincia de Huancabamba



*Fuente: Municipalidad Provincial de Huancabamba*

La provincia de Huancabamba es una de las 8 provincias que conforman al departamento de Piura. Limita por el norte con el país del Ecuador, por el este con el departamento de Cajamarca, por el sur con el departamento de Lambayeque y por el oeste con la provincia de Morropón y la provincia de Ayabaca. Tiene una superficie de 4,254.14 km<sup>2</sup>, y está a 1957 m.s.n.m. Fue creada mediante Ley el 14 de enero de 1865, con los distritos de Huancabamba, Huarmaca y Sándor; actualmente, la comprenden 8 distritos: Canchaque, San Miguel de El Faique, El Carmen de la Frontera, Laquiza, Sándorillo, Huarmaca, Sándor y Huancabamba. Su población total es de 30 564 habitantes según INEI 2017, también cuenta con 418 caseríos donde se concentra el 89% de la población rural y solo

el 11% le corresponde a la población de las capitales distritales y provinciales. La población huancabambina basa su economía en la agricultura, en la parte ambiental que posee la provincia y que le dan soporte a su economía, está relacionada con los recursos naturales que presenta, la producción de la tierra, el turismo y también los recursos mineros, que en la actualidad ninguna minera se encuentra en funcionamiento.

**Clima:** En la serranía piurana, el verano suele ser largo, cómodo y nublado, mientras que los inviernos son cortos, secos, frescos y despejados. La temperatura durante todo el año varía de 9 °C a 21 °C, aunque rara vez baja a menos de 7 °C o sube a más de 23 °C. La mejor época del año para visitar la provincia es a partir del mes de abril hasta mediados de junio y también a principios de agosto hasta finales de octubre, que son los meses en tiempo de calor (la información meteorológica del lugar pertenece Weather Spark).

**Flora y Fauna:** La flora, se debe señalar que esta zona está cubierta por un bosque húmedo de montaña, en donde hay abundante y variada yerbas medicinales, plantas que tienen troncos frondosos que son utilizados para la construcción de casas, tales como el Cedro, Álamo, Chonta y otros. Además, Huancabamba cuenta con áreas que se encuentran deforestadas para luego ser utilizadas para el cultivo de café, cítricos, papaya, palta, lúcuma, plátano y otros. Existen una gran variedad de plantas, tales como: Plantas Tintoreras (para fijar el color a las telas), por otro lado, hay zonas en las que está cubierta de matorrales y hay zonas angostas en donde se cosecha papa, oca maíz, trigo y otros. Por la parte sur oeste, está cubierta por bosques secos en donde se cultiva la paja toquilla.

En cuanto a la fauna que posee la provincia de Huancabamba, es variada ya que se considera la crianza del ganado vacuno y caballar, y de menor cría se encuentra el ovino, caprino y porcino; y abundantes aves de corral y de cuyes. Por otro lado, se encuentran animales de caza (venados, ardilla, conejo de monte, sajino, vizcacha, entre otros), fieras (puma, tigrillo, añaz, oso hormiguero, oso pardo, oso negro fortino, zorro ovejero), aves de Rapiña y otros (cóndor, cuervo, gallinazo, buitres, halcón, entre otros), aves de campo, aves de caza y aves nocturnas (lechuza y otros).



**Red Vial:** La provincia Huancabamba se encuentra a 214 km desde la capital de la región, la une la carretera nacional N° 02N, que pasa por la provincia de Morropón, y los distritos de Canchaque y Sondorillo, y otros caseríos hasta llegar a la capital Huancabamba. Por el sur la provincia, se encuentra la ruta nacional N° 04A que une la costa norte con el nororiente del país, en la que cruza el distrito de Huarmaca por sus caseríos Limón Porcuya y Hualapampa bajo, este último sirve como puerto a la población de Huarmaca, donde culmina la carretera vecinal que viene desde Huancabamba pasando por los distritos de Sónдор, Sondorillo y Huarmaca. Esta vía es el medio de comunicación vial con los departamentos de Lambayeque, Cajamarca, Amazonas y San Martín. La provincia también cuenta con la comunicación vial del departamento de Cajamarca en donde se encuentra la ruta Tabaconas – San Ignacio – Jaén, por el distrito de Sónдор. En el distrito del Carmen de la Frontera existen varias vías carrozables en la que unen la capital Huancabamba con el pueblo de Sapalache (capital del distrito de Carmen de la Frontera) y la zona turística de las Lagunas de las Huaringas, también hay carreteras que se pueden ampliar y proyectarse hasta el caserío Hormigueras ubicado en la frontera con el país del Ecuador (Plan Vial de Huancabamba: 2003).





# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## V. Recursos Turísticos:

La provincia de Huancabamba, es muy beneficiada por los recursos naturales y culturales, el paisaje geográfico, para desarrollar una gran oferta turística, en la cual, si se gestionan y administran adecuadamente, le va a permitir un importante ingreso económico. Los principales atractivos turísticos, son los siguientes:

*Tabla 11.*

<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>		<b>DISTRITO</b>
<b>Plaza la Samaritana</b>		Huancabamba
<b>Iglesia San Pedro</b>		Huancabamba
<b>Museo Religioso Virgen del Carmen</b>		Huancabamba
<b>Complejo de Lagunas Las Huaringas</b>	Laguna Shimbe Laguna Negra Laguna del Rey Laguna las Arrebiatadas	El Carmen de la Frontera
<b>Cascada Chorro Blanco</b>		El Carmen de la Frontera
<b>Cascada El Citán</b>		Sóndor
<b>Valle de los Infiernillo</b>		Sóndor
<b>Cementerio Pre Inca</b>		Sóndor
<b>Templo de los Jaguares La Esmeralda</b>		Sondorillo
<b>Peroles de Cascapampa</b>		Sondorillo
<b>Catarata y Peroles en Sambe</b>		Lalaquiz
<b>Baños de Inca</b>		Lalaquiz (Caxas)
<b>Catarata Santa Ana</b>		San Miguel de El Faique
<b>Mirador Cerro Huayanay</b>		Canchaque
<b>Peroles de Mishahuaca</b>		Canchaque
<b>Cerro Campana</b>		Canchaque

Recursos turísticos que se tomarán en cuenta para la elaboración de la ruta turística “Aventura Mística”, son los siguientes:

*Tabla 12.*

<b>N°</b>	<b>RECURSOS TURÍSTICOS</b>	<b>ACTIVIDADES A REALIZAR</b>
<b>1</b>	Valle de los Infiernillos	Trekking Tomar fotografías y filmaciones Observación del paisaje
<b>2</b>	Cascada Chorro Blanco	Trekking, observación del paisaje, tomar fotografías y filmaciones, bañarse
<b>3</b>	Catarata El Citán	Caminata de 15min Tomar fotografías y filmaciones Observación del paisaje y bañarse
<b>4</b>	Laguna las Huaringas	Paseo a caballo, caminata, avistamiento de flora y fauna, tomar fotografías, rituales místicos o tradicionales
<b>5</b>	Catarata Santa Ana	Caminata 20min Observación del paisaje Tomar fotografías y filmaciones Bañarse
<b>6</b>	Mirador Cerro Huayanay	Observación del paisaje Tomar fotografías y filmaciones
<b>7</b>	Cerro Campana	Caminata, observación del paisaje, tomar fotografías y filmaciones
<b>8</b>	Peroles de Mishahuaca	Caminata, observación de la naturaleza, bañarse



# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## VI. Planta Turística:

### Hospedajes:

- ✓ Centro Recreacional Villa del Auca (Palambra)
- ✓ Hotel El Cafetal (Canchaque)
- ✓ Hotel Suite Canchaque (Canchaque)
- ✓ Hostal Virgen del Carmen (Huancabamba)
- ✓ Hotel Panorámico (Huancabamba, 20440)

### Restaurantes:

- ✓ Restaurante La Piuranita (Canchaque)
- ✓ Restaurante Turístico Rosita (Palambra)
- ✓ Cafetería Restaurante Boscafé de los Cafeteros (Canchaque)
- ✓ Restaurant El Tiburón (Huancabamba)
- ✓ La Ushpa Restaurant (Huancabamba)
- ✓ El Cóndor Pasa (Huancabamba)
- ✓ Picantería La Chapita (Palambra)

### Transporte:

- ✓ CIVA
- ✓ San Pedro
- ✓ Turismo Express
- ✓ Virgen del Carmen
- ✓ Virgen de la Asunción
- ✓ Transportes Chile, Moreto y Cavero (Minivans)

# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## VII. Actores Involucrados:

- La Municipalidad Provincial de Huancabamba y los municipios distritales, son los principales involucrados, ya que ellos tienen el interés de mejorar la calidad de vida de la población y promover el turismo en la localidad, promocionando los recursos y/o atractivos turísticos que poseen bajo su jurisdicción; para ello, la misma población tiene que ser partícipe de esta actividad en la que se generan empleos y en donde sus mismas actividades tradicionales es un plus para impulsar dicha actividad.
- El Gobierno Regional de Piura, es también uno de los principales actores involucrados debido a que ellos realizan planes estratégicos o proyectos en donde ayudan a mejorar las vías de acceso, estimula la participación de la inversión privada, entre otros; que son muy importantes para el fortalecimiento del turismo en la región.
- La DIRCETUR, un importante actor involucrado, ya que ellos califican y supervisan las empresas prestadoras de servicios turísticos, para que la estadía de los turistas sea muy placentera y atractiva. Además, promocionan el turismo en la región Piura.
- Las Empresas Prestadoras de Servicios Turísticos, son muy importantes para la realización del turismo en la provincia de Huancabamba, porque al turista le permiten tener mejor servicio a precios cómodos y de buena calidad durante su estadía; además, estas generan empleo para la misma población.



Tabla 13.

ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

RECORRIDO	TRAMO	ACCESO	MEDIO DE TRANSPORTE	VÍA DE ACCESO	ESTADO DE CONSERVACIÓN	DISTANCIA KM/TIEMPO	URBANIZACIÓN CIRCUNDANTE
1	PIURA-HUANCABAMBA	Terrestre	Camioneta de Doble Cabina/ Ómnibus/ Minivans	Asfaltado/ Trocha Carrozable	Bueno/ Regular	214.7 km/ 5h 14 min	Rural
2	HUANCABAMBA - SÓNDOR	Terrestre	Camioneta de Doble Cabina / Minivans	Asfaltado / Trocha Carrozable	Bueno / Regular	23.1 km/ 40 min	Rural
3	HUANCABAMBA – EL CARMEN DE LA FRONTERA	Terrestre	Camioneta de Doble Cabina / Minivans	Asfaltado/Trocha Carrozable	Bueno / Regular	62 km/ 2h 30 min	Rural
4	HUANCABAMBA - CANCHAQUE	Terrestre	Camioneta de Doble Cabina/ Ómnibus/ Minivans	Trocha Carrozable / Asfaltado	Regular	69.1 km/ 2h 35 min	Rural
5	CANCHAQUE – SAN MIGUEL DE EL FAIQUE	Terrestre	Camioneta de Doble Cabina/ Omnibus/ Minivans	Trocha/ Asfaltado	Regular	5.1 km/ 16 min	Rural
6	CANCHAQUE - PIURA	Terrestre	Camioneta de Doble Cabina/ Ómnibus/ Minivans	Trocha Carrozable / Asfaltado	Regular	145.5 km / 2h 35 min	Rural

**Nota:** Las vías de acceso son terrestres, el recorrido puede ser en ómnibus, camioneta de doble cabina u otros, la distancia desde Piura hasta Huancabamba es de 214 km que normalmente se hacen en 5 u 8 horas. Todos los distritos se encuentran conectados a través de vías carrozables; existe servicio de combis y camionetas.



# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## VIII. Descripción de Actividades y puntos de interés a visitar:

El punto inicial de la ruta para el visitante, es en el distrito de Sónдор que se encuentra a 13.3 km de Huancabamba. Cuyos atractivos principales es el Valle de los Infiernillos y la Catarata del Citán. En el Valle de los Infiernillos, se pueden realizar las siguientes actividades turísticas: esparcimiento en el atractivo turístico, en donde el paisaje posee un paraje casi desértico (no apto para la agricultura), en el cual era transitado en la ruta del camino real de Sónдор a Tabaconas en aquellos tiempos en donde no había carretera; los cúmulos de tierra y de minerales que tiene dan impresión de Colpa (conformaciones que se comparan a torretas de castillos y de catedrales). La catarata del Citán, se encuentra a 2 600 metros de altura, para llegar al lugar se realiza una caminata de aproximadamente media hora, se pueden realizar las siguientes actividades turísticas como disfrutar del paisaje, tomar fotografías y conectarte de la naturaleza que posee. Se puede almorzar en el distrito de Sónдор, en el lugar una variedad de platos típicos de nuestra sierra piurana como el mote con arroz y chanco frito, sopa de pata de res, mondonguito, entre otros.



Luego a 78.9 km (2h 10min), se encuentra el Complejo de Lagunas de Las Huaringas, esta zona alberga más de 14 lagunas en las cuales se practica el esoterismo, ya que estos cuerpos de agua poseen fuentes de energía en la cual los Chamanes hacen rituales para curar diversas enfermedades del cuerpo y alma, por lo que lo hace más atractivo y ha ayudado a la provincia de Huancabamba a promover el turismo. Las actividades turísticas que se pueden realizar es paseo a caballo o una caminata de aproximadamente 1h., avistamiento de flora y fauna, toma de fotografías. En el caserío El Porvenir se puede degustar algunos platos del lugar como caldo de gallina, mote con chanco, café o algunas infusiones, entre otras.

A 21 km desde Huancabamba se encuentra el caserío de Sapalache, que es la capital del distrito de El Carmen de la Frontera, tiene como atractivo turístico la Catarata del Chorro Blanco. Para llegar, se tiene que emplear una caminata de aproximadamente una hora. Esta catarata tiene una hermosa caída de agua de 50m, lo que la hace muy atractiva para el turismo ecológico y el turismo de aventura. El ingreso al recurso turístico es libre y la infraestructura turística más próxima se encuentra en Huancabamba (1hora aprox.).

El distrito de Canchaque se encuentra a 69 km de Huancabamba, esta población se dedica a la agricultura, los principales cultivos destacan el café, cacao, mango y naranjo. La gastronomía del lugar destaca la sopa de arvejas y los chicharrones con mote. Sus principales atractivos turísticos son: Los Peroles de Mishahuaca, Cerro Campana y Mirador Cerro Huayanay, en ellas se puede realizar trekking, observación del paisaje, tomar fotos y filmar.

A 16 minutos (5.1 km) de Chanchaque entre impresionantes paisajes se encuentra el distrito de San Miguel de El Faique, que posee diversos atractivos turísticos, entre ellos están: Plaza de la Cultura y Museo Cosme Chinguel, en donde existe mucha historia y costumbres de los pobladores de El Faique; también, se encuentran Los Petroglifos y la Catarata Santa Ana, que se ubica a 20 minutos del caserío Santa Ana, se puede disfrutar de la naturaleza paisajística del lugar, darse un baño y disfrutar de su impresionante caída de agua.



# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## IX. Temática:

La Ruta Turística tiene la temática de ser natural por los recursos que presenta, en los cuales se pueden realizar actividades de turismo de aventura y turismo esotérico. El logotipo tiene los colores de la bandera de Huancabamba (rojo, amarillo y azul) y el color verde representa la naturaleza de la provincia, en cada uno de los rombos se encuentran los recursos naturales que posee, los cuales van a ser tomados en la ruta (montañas, peroles, lagunas) y recursos en la cual ha intervenido la mano del hombre como son los petroglifos; el fondo, representa lo místico de la zona.

*Figura N°1.*



*Fuente: Logotipo elaborado por Anthony Moscoso Tinoco*





# RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA

## *X. Promoción y Comercialización De La Ruta:*

La presente ruta turística será presentada y evaluada por la Municipalidad de Huancabamba para la ejecución y promoción de la misma. También será presentado a diferentes Agencias de Viaje y Turismo, para que se puedan ofrecer a diferentes segmentos de turistas y puedan vender a turistas nacionales e internacionales.

La promoción se llevará en conjunto con la municipalidad, a través de una página web en las redes sociales, entregando folletos con las actividades y el mapeo que se desarrollarán en la ruta turística, dándoles una imagen más visible a los turistas que desean conocer estos atractivos turísticos, para que se animen a realizar esta ruta.

La elaboración de la ruta también tiene funcionamiento sostenible en el cual se involucra a la población, brindándoles charlas informativas para el cuidado de los recursos turísticos y los artesanos de las comunidades se involucren con las actividades turísticas, para que ellos puedan desarrollarse y tener mejores oportunidades de desarrollo económico. Además, las empresas prestadoras de servicios turísticos deben contribuir con el cuidado del medio ambiente y con el apoyo de la municipalidad, de instituciones públicas y privadas, se implementará la señalización y botes de basura.



# MAPA DE LA RUTA TURÍSTICA



## XI. ITINERARIO

### RUTA TURÍSTICA: AVENTURA MÍSTICA



#### Día 01:

- 04:00 AM. Partida a Huancabamba (Piura-Huancabamba)
- 09:20 AM. Llegada al hotel (desayuno)
- 10:00 AM. Partida a Sónдор (conocer la plaza de armas)
- 11:30 AM. Visita al Valle de los Infiernillos
- 01:15 PM. Almuerzo en Sónдор
- 02:15 PM. Partida a las Catarata El Citán (caminata de 15min)
- 04:30 PM. Regreso a Huancabamba
- 08:00 PM. Cena
- 08:30 PM. Plaza de Armas de Huancabamba

#### Día 02:

- 05:00 AM. Partida a Laguna de las Huaringas (Caminata, paseo a caballo, avistamiento de flora y fauna, fotografías)
- 11:00 AM. Partida a la Catarata Chorro Blanco
- 01:00 PM. Almuerzo (Caserío de Sapalache)
- 02:30 PM. Caminata hacia la catarata
- 03:00 PM. Llegada a la catarata
- 05:00 PM. Partida a Huancabamba

#### Día 03:

- 06:00 AM. Partida a Canchaque
- 09:00 AM. Llegada al hospedaje (desayuno)
- 10:00 AM. Partida al distrito de San Miguel El Faique (Plaza de la cultura, Museo Cosme Chingel y Petroglifos)
- 12:00 AM. Partida a la Catarata Santa Ana (Caminata de 20min)
- 12:30 PM. Llegada al caserío Santa Ana
- 12:45 PM. Almuerzo
- 01:30 PM. Caminata hacia la catarata
- 03:00 PM. Partida al Cerro Huayanay
- 05:00 PM. Regreso a Canchaque

#### Día 04:

- 07:00 AM. Desayuno
- 08:00 AM. Mirador Cerro Campana
- 01:00 PM. Almuerzo
- 02:00 PM. Peroles de Mishahuaca
- 05:30 PM. Regreso a Piura



## XII. COSTOS:

Son previstos para 4 personas (pareja). En la que se han costeado por 3 noches y 4 días, de acuerdo al itinerario establecido.

H. MATRIMONIALES	1 NOCHE	3 NOCHES	TOTAL
EL CAFETAL (CANCHAQUE)	S/. 140	S/. 420.00	<b>S/. 420.00</b>
HOSTAL VIRGEN DEL CARMEN (HUANCABAMBA)	S/. 100	S/. 300.00	<b>S/. 300.00</b>

Se han determinado estos dos hospedajes porque pueden brindar un buen servicio a los turistas. Hostal Virgen del Carmen, se encuentra en el centro de la ciudad de Huancabamba, lo que da al turista una mayor seguridad, además cuenta con amplias habitaciones. El Cafetal, se encuentra en Av. Principal Santa Rosa, distrito de Canchaque, cuenta con terraza, jardines con asientos y con vista a la montaña, es un lugar muy lindo para alojarse, además realiza prácticas sostenibles. Para este trabajo se ha tomado el precio del Hotel El Cafetal.

### COSTO FIJO

	TOTAL	C/U
TRANSPORTE	S/. 240.00	S/. 60.00
ALOJAMIENTO	S/. 340.00	S/. 85.00
RESTAURANTE	S/.160.00	S/. 40.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/.740.00</b>	<b>S/. 185.00</b>

### COSTOS VARIABLES

	C/U	4 PERSONAS
ORIENTADOR TURÍSTICO	S/. 12.50	S/. 50.00
TRANSPORTE PÚBLICO	S/. 37.50	S/. 150.00
ENTRADA A PEROLES	S/. 2.00	S/. 8.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 52.00</b>	<b>S/. 208.00</b>

### PRECIOS

	C/U	4 PERSONAS
ITINERARIO	S/. 657.00	S/. 1,440.00
<b>20%</b>	<b>S/. 788.40</b>	<b>S/. 1,728.00</b>



# RUTA TURÍSTICA AVENTURA MÍSTICA



Valle de los Infiernillos, se pueden realizar las siguientes actividades turísticas: esparcimiento en el atractivo turístico, en donde el paisaje posee un paraje casi desértico (no apto para la agricultura), en el cual era transitado en la ruta del camino real de Sónдор a Tabaconas en aquellos tiempos en donde no había carretera; los cúmulos de tierra y de minerales que tiene dan impresión de Colpa (conformaciones que se comparan a torretas de castillos y de catedrales).

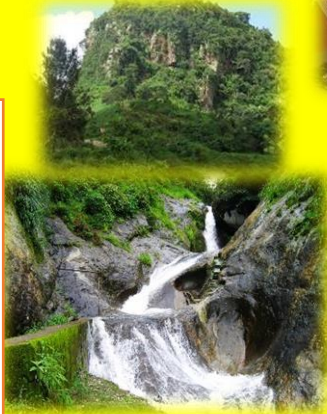
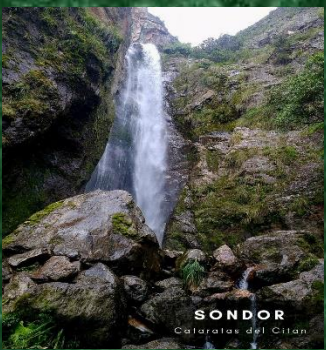
La catarata del Citán, se encuentra a 2 600 metros de altura, para llegar al lugar se realiza una caminata de aprox. media hora, se pueden realizar las siguientes actividades turísticas como disfrutar del paisaje, tomar fotografías y conectarte de la naturaleza que posee. Se puede almorzar en el distrito de Sónдор.

El Complejo de Lagunas de Las Huaringas, alberga más de 14 lagunas en las cuales se practica el esoterismo, Las actividades turísticas que se pueden realizar es paseo a caballo o una caminata de aproximadamente 1h., avistamiento de flora y fauna, toma de fotografías. En el caserío El Porvenir se puede degustar algunos platos del lugar.

En el distrito de Canchaque se encuentran: Los Peroles de Mishahuaca, Cerro Campana y Mirador Cerro Huayanay, en ellas se puede realizar trekking, observación del paisaje, tomar fotos y filmar.

La Catarata del Chorro Blanco, se emplea una caminata de aprox. una hora. Esta catarata tiene una hermosa caída de agua de 50m, lo que la hace muy atractiva para el turismo ecológico y el turismo de aventura.

En el distrito de San Miguel de El Faique, se encuentran Plaza de la Cultura y Museo Cosme Chinguel, en donde existe mucha historia y costumbres de los pobladores de El Faique; también, están Los Petroglifos y la Catarata Santa Ana, que se ubica a 20 minutos del caserío Santa Ana, se puede disfrutar de la naturaleza paisajística del lugar, darse un baño y disfrutar de su impresionante caída de agua.



#### **IV. DISCUSIÓN**

El primer objetivo específico referido a la identificación de los determinantes económicos que influyen en la demanda turística de la provincia de Huancabamba, se encontró la teoría de Figuerola (1992), en donde indica que los factores económicos se encuentran divididos en cinco niveles, el primero es el nivel de renta disponible; esto quiere decir, que es la suma de dinero que el turista dispone para gastarlo ya sea en productos o servicios turísticos, segundo, el nivel de precios, es muy importante debido a que si se elevan los precios provoca el aumento de los costos de los bienes necesarios para la vida, por lo que afectaría directamente el nivel de renta que posee cada visitante; tercero, la política fiscal y los controles de gasto en el turismo; cuarto, la financiación, es la probabilidad de financiar los viajes a futuro; y por último, el tipo de cambio. Para lo cual, se evidencia en la investigación de Guzmán, Garza, Rebollar, Hernández y García (2011) titulada “Factores determinantes de la demanda internacional del turismo en México”, en donde resalta que la crisis económica influye mucho en la economía de las personas y también indican que el factor clave para una buena promoción por parte de los turistas internacionales se debe a la estabilidad económica, social y política en la que se encuentre el destino. En relación a la presente investigación, tomando como referencia a los resultados del primer objetivo referente a los determinantes económicos, en donde se determina que, efectivamente el promedio de ingreso de los turistas que visitan Huancabamba el 46% de los encuestados respondieron que sus ingresos es entre S/.930.00 a S/.1 500.00, y en el cual el 56% de los encuestados indicó que están dispuestos a gastar desde S/.150.00 a S/.500.00, mientras que el 41% indicó que gastarían S/.500.00 a S/.930.00; el 51% de los turistas encuestados indicaron que las actividades turísticas-económicas del lugar son muy importantes porque mejoran la vida de la población; por otro lado, y en relación a los precios de los productos y servicios que se ofrecen en la provincia el 59% de los turistas señalaron que son los adecuados pero que necesitan ofrecer mejores alternativas de compra; el tiempo para conocer el lugar también es un factor muy importante como determinante económico ya que de eso depende el promedio de gasto de los turistas, en donde el 55% pernoctan entre 1 a 3 días para conocer Huancabamba y el 32% mencionó que les demandó 3 a 6 días; el 49% de los turistas indican que han viajado a la provincia de 2 a 6 veces y el 48% de ellos han viajado por primera vez, y el 49% de los turistas suelen viajar por vacaciones mientras que el 35% ha

vijado en días festivos, y por último el 35% de los turistas encuestados indicaron que gastan más dinero en el transporte, hospedaje y comida (22% respectivamente).

En relación al segundo objetivo relacionado al reconocimiento de los determinantes motivacionales que posee el flujo turístico en la provincia de Huancabamba, se identificó la teoría de Cooper et al. (1993), en la cual abarca las siguientes ideas de la motivación, el viajar da respuesta a la subsistencia de las necesidades que impulsen esta acción, también presenta raíces sociales y psicológicas, actitudes, percepciones, etc., el autor también indica que la publicidad o promoción del lugar es muy importante para que exista una motivación de viaje. Para ello, en la tesis de Benites (2012) titulada “Factores Determinantes del Desarrollo Turístico del Distrito de Yura, Arequipa”, se pone de conocimiento que los factores de desarrollo que permiten el fortalecimiento del turismo son los atractivos turísticos que posee el lugar, la cual la convierte en la principal motivación de viaje de los turistas, en donde también se relacionan los servicios de la planta turística que permiten al turista satisfacer sus necesidades. Por consiguiente, en el presente estudio se evidencia en los resultados del segundo objetivo lo siguiente: el 53% de los encuestados indicaron que viajaron a Huancabamba para realizar turismo esotérico fue su principal motivación y el 35% de ellos fueron para realizar turismo de aventura, del mismo modo, el 64% de los turistas señalaron que la naturaleza que posee la ciudad es una de las condiciones que favorecen el turismo, y el 47% de los visitantes les pareció más atractivo conocer las Lagunas de las Huaringas y el 28%, los Peroles de Mishahuaca; de acuerdo a las facilidades turísticas, el 40% de ellos consideran que los servicios básicos son los más importantes para el turismo, el 34% indicó que son los recursos turísticos más cercanos. Uno de los factores que influyen en la motivación de viaje, es sin lugar a duda el medio de transporte que se utiliza para llegar al lugar, en donde el 57% de ellos mencionaron que utilizaron un Bus de una Agencia de Viaje, y el 73% de los turistas consideran que la accesibilidad son los adecuados, sin embargo deberían mejorar algunas vías de acceso; otro punto muy importante, es la percepción del turista en donde el 65% señala que eligió la ciudad por sus costumbres y tradiciones que posee, el 57% de los encuestados consideran que el estado de conservación de los recursos turísticos de Huancabamba es buena y el 43% indica que es regular; el 70% de los turistas consideran que es buena la calidad de los servicios turísticos que ofrece la provincia y solo el 24% opinó lo contrario. En relación a la seguridad de los lugares turísticos, el 79% de los turistas respondió que son seguros pero que necesitan implementar más seguridad en

algunos puntos de los recursos, de esta manera el 57% de los visitantes señalan que las empresas prestadoras de servicios turísticos se encuentren bien reglamentadas porque de alguna forma ellos se podrían sentir más seguros en el lugar. El 70% de las personas encuestadas respondieron que recibieron información por parte de sus amigos para conocer Huancabamba y el 25% la recibieron de las páginas web o redes sociales; el 44% indicaron que decidieron viajar con sus amigos y el 43% de ellos viajaron con sus familiares, por último, 57% de los encuestados resaltaron que viajar a Huancabamba cumplió con sus expectativas ya que en el lugar se puede complementar o fusionar el esoterismo con la naturaleza y la aventura, esto permite que la ciudad sea un punto muy importante para el desarrollo del turismo y una motivación para que los turistas nacionales e internacionales la conozcan.



## V. CONCLUSIONES

1. Los determinantes económicos que presentan los turistas que visitan Huancabamba son los siguientes: nivel de ingreso entre S/.930.00 a S/.1 500.00 equivale el 46%, el nivel de gasto es de S/. 150.00 a S/.500.00 que corresponde al 56%, las actividades turísticas-económicas como lo es la ganadería y agricultura, son importantes porque mejora la calidad de vida de la comunidad (51%), los precios de productos y servicios turísticos representa el 59%, aunque se necesita ofrecer mejores alternativas de compra, tiempo o pernoctación del turista es de 1 a 3 días que equivale el 55%, el 49% de los turistas indicaron que han viajado 2 a 6 veces al mismo lugar, la temporalidad de visitas son durante las vacaciones (49%) y días festivos (35%) y, finalmente, el transporte es la principal modalidad de gasto con un 35%, también le sigue hospedaje (22%) y comida (22%).
2. Los determinantes motivacionales de los visitantes que viajan Huancabamba son: realizar un turismo Estérico (53%) y de Aventura (35%), la naturaleza del lugar representada como condiciones del entorno, equivale un 64%, los recursos turísticos más atractivos, la Laguna de las Huarinas representa el 47% como una de las más visitada, en cuanto a las facilidades turísticas el 40% mencionó que los servicios básicos es más importante para el turismo, el medio de transporte más utilizado es el Bus de una agencia de viaje con el 57%, la accesibilidad hacia los recursos el 73%, las costumbres y tradiciones del lugar fueron también uno de los principales motivos de viaje con el 65%, el estado de conservación de los recursos con el 57% y la calidad de los servicios turísticos con un 70%; seguridad en los lugares turísticos y que las EPST estén reglamentadas son predominantes para que el turista se quede más tiempo en el lugar equivale un 57%, el medios de información que los visitantes han utilizado ha sido a través de las recomendaciones de amigos con un 70% porque considera mejor la recomendación de un amigo de confianza que a la de un desconocido, y prefieren ir acompañados con amigos (44%) y familiares (43%); finalmente las expectativas que los turista reflejan son muy buenas ya que en el lugar se puede complementar el esoterismo con la naturaleza y la aventura (57%), que es la atracción principal de los turistas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Crear nuevas rutas turísticas y diversificar los productos y/o servicios para así segmentar el mercado, aumentando el flujo turístico de la provincia de Huancabamba.
- Realizar un plan de seguridad turística en los lugares turísticos para brindar mejor protección a los visitantes y evitar que los turistas se pierdan o se dirijan por zonas peligrosas.
- Mejorar la accesibilidad e infraestructura de los recursos turísticos para la comodidad de los turistas.
- Reglamentar a todos los establecimientos de hospedaje y restauración de la provincia de Huancabamba, esto debe ser un trabajo en conjunto con la Municipalidad y la DIRCETUR.
- Crear una Caseta Turística en el centro de la ciudad para brindar más información al turista y hacer que registren su llegada, con el motivo de su visita.

## REFERENCIAS

- Acerenza, M. (1986). *Promoción Turística: Un enfoque metodológico*. 4ª. Edición. México: Trillas.
- Acosta, E. y Timaná, X. (2017). *Análisis de la Afluencia Turística de Piura para el Periodo 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Piura, Perú. Extraído, de: <https://www.docsity.com/es/determinantes-del-turismo/2194544/>
- Alcantara, C. (2017). *El Turismo como Factor de Desarrollo: El Caso de Sergipe – Brasil*. (Tesis Doctoral). Universitat De Barcelona. España. Rescatado, desde: [https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS\\_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Altés, C. (1993). *Marketing y Turismo*. Madrid, España: Editorial Síntesis, p.35.
- Arias, G. (2016). *Factores Determinantes de la Demanda Turística y la Satisfacción del Consumidor en el Cantón Tena*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Extraído, desde: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23776/1/T3749e.pdf>
- Arruda, D. y Branco, M. (2012). *Oferta Turística Virtual*. (Estudio del Metaverso). Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 21, núm. 4, julio-agosto, 2012, pp.876-903. Argentina. Recuperado, desde: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056005.pdf>
- Benites, M. (2012). *Factores Determinantes del Desarrollo Turístico del Distrito de Yura*. En Revista De Investigación en Turismo y Desarrollo Local (TURyDES). Vol 5, N°12 (junio/2012). Universidad de Málaga. Extraído desde: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html>
- Butler, R. (1980). *The concept of tourist area cycle of evolution: implications for management of resources*. Revista Canadian Geographer. XXIV. N°1. p. 5-12.
- Butler, R. (2001). *The Resort Cycle Two Decades On*. Cap.15 del libro editado por Faulkner, Bill, Moscardo, Gianna & Laws, Eric. *Tourism in the 21<sup>st</sup> Century. Lessons from experience*. Continuum Publishers, London, UK.

- CEREN – PNUD (2000). *Huancabamba: Mapa de peligro, plan de usos del suelo y propuesta de medidas de mitigación de efectos de desastres naturales*. Convenio de Cooperación entre la UNP y el proyecto CEREN-PNUD. Disponible, en: [http://bvpad.indeci.gob.pe/doc/estudios\\_CS/Region\\_Piura/huancabamba/huancabamba.pdf](http://bvpad.indeci.gob.pe/doc/estudios_CS/Region_Piura/huancabamba/huancabamba.pdf)
- Chan, N. (2005). *Circuitos turísticos: programación y cotización*. 3a Edición – Buenos Aires: Ediciones Turísticas. Recuperado, de: [https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos-\\_programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos-_programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf)
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. y Wanhill, S. (1993). *Tourism Principles and Practice*. Pitman Publishing. Great Britain.
- Córdova, F. (2014). *Definiciones De Turismo, Diferentes Autores, Diferentes Puntos De Vista*. Blog in Slide Share. Consultado, en: <https://es.slideshare.net/fatimacordova/definiciones-de-turismo-diferentes-s-autores-diferente>
- Diario La República (2018) *Turismo en Perú generó ingresos por más de US\$ 8 mil millones*. (25/03/18). Rescatado, de: <https://larepublica.pe/economia/1216700-turismo-en-peru-genero-ingresos-por-mas-de-us-8-mil-millones>
- Diario Perú21 (2019). *Piura: pobladores marchan en Huancabamba en rechazo a la actividad minera*. Disponible en: <https://peru21.pe/peru/piura-pobladores-marchan-huancabamba-rechazo-actividad-minera-474072-noticia/>
- Ejarque, J. (2005). *Destinos Turísticos de Éxito*. Ediciones Pirámide. Madrid.
- Fajardo, A. (2017). *Análisis de la demanda turística del cantón naranjal- provincia de las guayas, para el diseño de un plan promocional Turístico*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado, desde: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22607/1/Tesis%20Analisis%20de%20la%20Demanda%20Turistica%20de%20Naranjal%202%20%28Reparado%29.pdf>
- Fernández y Guzmán (2003). *La creación de productos turísticos utilizando rutas ecológicas*. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos. Disponible en: Página Web: <http://www.pasosonline.org>.

- Figuerola, M. (1990). *Teoría Económica del Turismo*. Madrid: Alianza Editorial. p. 16.
- Figuerola, M. (1992). *Manual para el Estudio de la Economía Turística en el Ámbito Macroeconómico*. OMT, Madrid.
- García, A. (2012). *Algunas consideraciones sobre la Actividad Turística. Conceptos y Definiciones de Turismo*. En *Notas en Turismo y Economía*. Año III. N° IV. 2012. ISSN 1853-1504. Universidad de La Plata. Rescatado desde: <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=F1520164906E1C66FA24ABB983354784?sequence=1>
- García, M., Peña, A., & Ruiz, J. (2017). *La demanda turística internacional: recuperación de la crisis y turismo de lujo, una primera aproximación al caso español*. *Investigaciones Regionales*, 38 (1), 46 – 66. Recuperado, desde: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6194962.pdf>
- García, R. (2019). *El Turismo Mundial sigue creciendo a buen ritmo*. Recuperado, desde: <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>
- Gobierno Regional de Piura & Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2003). *Plan Vial de la Provincia de Huancabamba*. Rescatado, desde: [http://www.proviasdes.gob.pe/planes/piura/pvpp/pvpp\\_huancabamba.pdf](http://www.proviasdes.gob.pe/planes/piura/pvpp/pvpp_huancabamba.pdf)
- Gobierno Regional de Piura (2008). *Estudio de diagnóstico y zonificación de la Provincia Huancabamba*. Resolución Jefatural N° 004-2008-PCM/DNTDT, Presidencia Del Consejo de Ministros. Extraído de: <http://sdot.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/huancabamba.pdf>
- Guzmán-Soria, E., Garza-Carranza, M., Rebollar-Rebollar, S., Hernández-Martínez, J. y García-Salazar, J. (2011) *Factores Determinantes de la Demanda Internacional del Turismo en México*. *Revista Journal*, pág. 30-49. Universidad Autónoma del Estado de México e Instituto Tecnológico de Celaya. DOI: 10.3232/GCG.2011.V5.N3.02 Extraído, desde: <https://gcg.universia.net/article/view/410/factores-determinantes-la-demanda-internacional-turismo-mexico->

- Hermida, M. y Pérez, S. (s.f.). *Oferta Turística: Elementos y Estructuras*. Recuperado, desde: <https://es.slideshare.net/mobile/alojamientos/oferta-turstica-32288800>
- INEI (2017) *Piura, Compendio Estadístico 2017*. Recuperado, desde: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1505/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1505/libro.pdf)
- Ibáñez, R. y Rodríguez, I. (s.f.). *Tipología y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Recuperado, desde: <https://micrositios.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf&ved=2ahUKEwjxn5D5kfThAhXJxFkKHU63A8kQFjAPegQIChAB&usg=AOvVaw3vuZy7qgcPJziM44vkLK69>
- Ibarra (2004). *Turismo Místico, atracción para los visitantes*. Diario La Hora. Recuperado, de: <https://lahora.com.ec/noticia/1000273351/turismo-mstico-atraccin-para-los-visitantes>
- Jiménez, M., Peña, A. y Ruiz, J. (2017). *La Demanda Turística Internacional: Recuperación de la Crisis y Turismo de Lujo, una primera aproximación al caso español*. Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research, (38), pág. 47 – 66. Universidad de Cádiz. Recuperado, desde: <file:///D:/Users/MRE/Downloads/Dialnet-LaDemandaTuristicaInternacional-6194962.pdf>
- Lamboggia, J. (2014) *Análisis del Turismo y su Importancia en el Crecimiento Económico en América Latina: El Caso de Ecuador*. (Tesis de Maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador. Recuperado, desde: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>
- López, L. y Cabieses, Y. (2018). *Estudio del turismo místico en la Provincia de Tarma, posibilidades para su desarrollo como producto turístico*. Universidad Nacional del Centro del Perú (UNCP). Facultad de Ciencias Aplicadas. Extraído desde: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4886/Cabieses%20Pech%20C3%BA%20-%20Lopez%20Arrieta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martín, R. (2005). *Cuestiones actuales de la teoría del turismo*. Monografía del CETUR – UH. Diciembre.

- Martín, R. (2008-2009). *Los Modelos Turísticos y los Determinantes Principales de los Flujos Turísticos Internacionales*. Universidad de la Habana. Recuperado, desde: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/MC4.2.pdf>
- Mauriola, M. (2015). *Análisis de la Calidad del Servicio de Empresas Turísticas y la Satisfacción del Cliente para Diseñar una Propuesta de Mejora. Caso: Canchaque, Huancabamba, Piura-Perú*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Piura. Recuperado, desde: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/312/ADM-MAV-CAM-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINCETUR (2018). *Arribos de Turistas. Indicadores mensuales de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje colectivo, 2018 (Ene-Dic) Piura – Huancabamba - Huancabamba*. Recuperado, desde: <http://consultasonline.mincetur.gob.pe/estaTurismo/IndexWeb.aspx>
- MINTUR. (2018). *Arribo de turistas a Ecuador en el 2017*. Recuperado, desde: <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- Organización Mundial del Turismo (1995). *Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (1996). *Implications of the UN / WTO Tourism Definitions for the U.S. Tourism Statistical System*. (1994): Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al Turismo*. Recuperado, desde: <https://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011>
- Organización Mundial del Turismo (1998). *Cuenta Satélite del Turismo (CST) Marco Conceptual*. Madrid, España: OMT, 1998. p. 20.
- Organización Mundial del Turismo (2010). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Recuperado, desde: <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights10sphr.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2018). *Resultados del Turismo Internacional en 2017: los más altos en siete años*. Rescatado, desde:

<http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>

Portal de Educación Financiera (2005). *¿Cuáles son los componentes de la demanda agregada?* Extraído, de:

<https://www.edufinet.com/inicio/indicadores/economicos/cuales-son-los-componentes-de-la-demanda-agregada>

Plog, S. (1991). *Leisure Travel: Making it a growth...again!* John Wiley & Sons, Inc. New York. 244p. Cap. 5. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. p. 77-84.

Promperú. (2017). “Conociendo al turista que visita Arequipa”. Rescatado en: [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20turista%20que%20visita%20Arequipa&url=~/Uploads/conociendoAlTurista/43/Turista\\_de\\_festividades\\_Arequipa\\_2017\\_interno.PDF&nombObjeto=conociendoAlTurista&back=/TurismoIN/sitio/ConociendoAlTuristaQueVisita?region=Arequipa&tab=tab1](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20turista%20que%20visita%20Arequipa&url=~/Uploads/conociendoAlTurista/43/Turista_de_festividades_Arequipa_2017_interno.PDF&nombObjeto=conociendoAlTurista&back=/TurismoIN/sitio/ConociendoAlTuristaQueVisita?region=Arequipa&tab=tab1)

Real Academia Española (RAE). Página web. Consultado, en: <https://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>

Rentería, C. (2013). *Elementos que favorecen al desarrollo del turismo como actividad económica alterna. En el distrito de Ayabaca - Provincia de Ayabaca departamento de Piura.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo, Perú. Recuperado. Desde: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8380>

Romero, S. (2017). *Factores de Desarrollo Turístico en la Provincia del Huallaga Región San Martín.* (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado, desde: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/10021>

RPP Noticias (2016). *En 30% creció el turismo en la Sierra de Piura.* (13/10/16) Piura. Recuperado, desde: <https://rpp.pe/peru/piura/en-30-crecio-el-turismo-en-la-sierra-de-piura-noticia-1002050>

Ruíz, D. (2015) *La Actividad Turística y la Generación de Empleo en Hoteles y Restaurantes en los Distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el periodo 2005 – 2013.* (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima. Extraído, desde:



[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2479/1/RUIZ\\_YD.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2479/1/RUIZ_YD.pdf)

Salén, H. (1994). *Los secretos del Merchandising activo o cómo ser el número 1 en el punto de venta*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Sancho, A. y Pérez, J. (1995). *Tourism demand in Spain: A panel Data Analysis. Tourism and Travel Econometric*. XLV Internacional Conference of Applied Econometrics, Suiza.

Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo. Recuperado, desde: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Santana, M. (2003). *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas*. (Tesis Doctoral, elaborada por Martín, A.) Universidad Autónoma de Barcelona.

Secretaría De Turismo (1992). *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*. Madrid.

Secretaría General de Turismo (1993). *Las vacaciones de los españoles en 1993*. Madrid.

Segittur (s.f.) *Turismo*. Gobierno Español. Recuperado, desde: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>

Servicio Nacional de Aprendizaje (s.f). *Diseño de Rutas Turísticas*. Extraído de: [https://www.academia.edu/32072888/Diseño\\_de\\_Rutas\\_turísticas](https://www.academia.edu/32072888/Diseño_de_Rutas_turísticas)

Tamayo, T. y Tamayo, M. (1997). *Población y Muestra*. Blog Internet. Venezuela.

Turismo en Perú (2013) *Atractivos en Huancabamba – Piura*. Rescatado en: <http://peruturismototal.blogspot.com/2013/10/atractivos-en-huancabamba-piura.html>

Underhill, P. (2002). *Por qué compramos: la ciencia del shopping*. (Edición Española). Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.

United Kingdom (s.f.). *Gasto Turístico*. Recuperado, en: <https://ukmmp.wordpress.com/analisis-turistico/datos-2/gastos-turisticos/>

Universidad Austral de Chile (2005). *Gestión turística*. Escuela Administración Escuela de Turismo. Extraído, desde: [http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR\\_cuerpo.pdf](http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/pregrado/uach/doc/AR_cuerpo.pdf)

Valverde, R. (2017). *Plan de Promoción Turística para el Incremento de la Afluencia de Turistas en el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero – Septiembre 2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada Juan Mejía Baca. Rescatado, desde: <http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/87/1/Valverde%20Sanchez%20Rosa%20Yessenia%20Tesis.pdf>

Van Povedskaya, E. (s.f.). *Flujos Turísticos y Accesibilidad Universal: Análisis y Reflexiones*. (Artículo). Universidad Liber Quaré. Extraído, de: [https://www.liberquare.com/blog/content/Flujosturisticos\\_accesibilidad-PDF.pdf](https://www.liberquare.com/blog/content/Flujosturisticos_accesibilidad-PDF.pdf)

Weather Spark (s.f.). *El clima promedio en Huancabamba*. Disponible en: <https://es.weatherspark.com/y/19315/Clima-promedio-en-Huancabamba-Per%C3%BA-durante-todo-el-a%C3%B1o>

**ANEXOS**

**Anexo 1: Matriz de Consistencia**

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
<b>¿Cuáles son los determinantes que fomenta el flujo turístico nacional e internacional en la provincia de Huancabamba, Piura 2019.</b>	<b>Objetivo General</b>		<b>Económico</b>	Ingreso económico de los turistas. Promedio de gasto de los turistas. Actividades económicas del lugar. Precio de productos y servicios que posee el lugar Consumo turístico.	Modelo Descriptivo – Aplicativo.  Diseño no experimental.  El enfoque utilizado es mixto.	Fichas de Observación.  Cuestionario.
	<b>Objetivos Específicos</b>			Actividades turísticas a realizar.		

<p><b>internacional en la provincia de Huancabamba, Piura 2019?</b></p>	<p>Identificar los determinantes económicos que influyen en la demanda turística en la provincia de Huancabamba, Piura 2019. Reconocer los determinantes motivacionales que poseen el flujo turístico en la provincia de Huancabamba, Piura 2019.</p>	<p><b>Flujo Turístico</b></p>	<p><b>Motivacional</b></p>	<p>Condiciones del entorno. Números de recursos turísticos. Facilidades turísticas. Planta e Infraestructura Turística. Gastronomía. Costumbres y Tradiciones turísticas. Medio de Transporte. Accesibilidad turística. Estado de Conservación de los Recursos Turísticos. Calidad de los Servicios Turísticos. Seguridad en los lugares turísticos. Reglamentación turística para las empresas prestadoras de servicios turísticos.</p>		
---	---	-------------------------------	----------------------------	--	--	--

				Desarrollo de las comunicaciones del entorno. Viajar en Compañía. Expectativas del lugar		
--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Propia.

Anexo 2: Ficha de Observación

Flujo Turístico	Forma de llegar: Auto ( ) Bus ( )		Recursos Turísticos	
	Accesibilidad	Infraestructura	Planta turística	Estado de Conservación
Participación con los pobladores: Sí ( ) No ( )	Actividades Turísticas que realizan		Tiempo de estadía	
Análisis:			<div style="border: 1px solid black; padding: 20px; text-align: center;">                     Evidencia Fotográfica                 </div>	

Anexo 3: Cuestionario

**CUESTIONARIO APLICADO A TURISTAS EN LA PROVINCIA DE  
HUANCABAMBA, DEPARTAMENTO DE PIURA**

El cuestionario está dividido en dos dimensiones. Consta de 22 preguntas, cada una de ellas deben ser respondidas en su totalidad. Se debe marcar en aspa (X) o círculo, en las opciones OTROS de debe especificar su respuesta. Gracias.

**EDAD:** \_\_\_\_\_  
**PROCEDENCIA:** \_\_\_\_\_

**GÉNERO:** \_\_\_\_\_

**DIMENSION ECONOMICA**

**1. ¿Cuál es su promedio de ingreso económico mensual?**

- A. 0 a S/. 930.00
- B. S/. 930.00 a S/. 1 500.00
- C. S/. 1 500.00 a S/. 3 000.00
- D. S/. 3 000.00 a más.

**2. ¿Cuánto cree que es su promedio de gasto al visitar Huancabamba?**

- A. 0 a S/. 150.00
- B. S/. 150.00 a S/. 500.00
- C. S/. 500.00 a S/. 930.00
- D. S/. 930.00 a más.

**3. ¿Cree usted que las actividades turísticas-económicas del lugar son muy importantes en la provincia de Huancabamba?**

- A. Sí, porque mejora la calidad de vida de la población
- B. Sí, porque puede que sea su única fuente de ingreso
- C. No, porque no ayudan en su calidad de vida
- D. No es importante

**4. Considera que los precios de los productos y servicios de Huancabamba son los adecuados:**

- A. Totalmente de acuerdo porque son muy cómodos.
- B. Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra
- C. No, considero que los precios son demasiados altos.

D. Definitivamente no son los adecuados.

**5. ¿Cuánto tiempo tomó para conocer Huancabamba?**

- A. Menos de 24 horas
- B. 1 a 3 días
- C. 3 a 6 días
- D. Una semana a más

**6. ¿Cuántas veces has viajado a Huancabamba?**

- A. Primera vez
- B. 2 a 6 veces
- C. 6 a 8 veces
- D. Ninguna

**7. ¿Cuándo suele viajar a Huancabamba?**

- A. Fines de semana
- B. Días festivos
- C. Vacaciones
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**8. ¿En qué gasta más su dinero cuando visita Huancabamba?**

- A. Hospedaje
- B. Transporte
- C. Comida
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**DIMENSIÓN MOTIVACIONAL**

**9. ¿Cuál fue su principal motivación para conocer Huancabamba?**

- A. Realizar un turismo de Aventura
- B. Realizar un turismo Esotérico
- C. Realizar Ecoturismo

D. Otros: \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué condiciones del entorno, crees que favorecen más el turismo en Huancabamba?**

- A. Clima
- B. Naturaleza
- C. Geografía
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**11. ¿Qué recurso turístico le pareció más atractivo?**

- A. Laguna de las Huarinas
- B. Valle de los Infiernillos
- C. Peroles de Mishahuaca
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuál de las siguientes facilidades cree usted que son más importantes para realizar turismo en Huancabamba?**

- A. Recursos Turísticos cercanos
- B. Buena infraestructura
- C. Servicios Básicos adecuados
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuál es el medio de transporte que ha utilizado para llegar al lugar?**

- A. Auto propio
- B. Transporte público
- C. Bus de una Agencia de Viaje
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**14. Considera que los accesos hacia los recursos turísticos son los adecuados.**

- A. Sí, además se encuentran bien señalizados
- B. Sí, pero deberían mejorar los caminos
- C. No, porque no se encuentran asfaltado ni señalizados.
- D. Definitivamente no porque sus caminos muy son peligrosos.

**15. Eligió Huancabamba por:**

- A. Gastronomía
- B. Lagunas de las Huarinas
- C. Costumbres y Tradiciones
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**16. ¿Cómo percibe el estado de conservación de los Recursos Turísticos de Huancabamba?**

- A. Buena
- B. Regular
- C. Malo

D. Muy malo

**17. ¿Cómo percibe la calidad de los servicios turísticos de Huancabamba?**

- A. Si, considero que son excelentes para mi estadía
- B. Considero que son buenos
- C. Considero que son deficientes
- D. Es pésima la calidad de los servicios

**18. Los lugares turísticos, ¿Cree usted que son seguros?**

- A. Totalmente, son seguros
- B. Sí, pero necesitan implementar más seguridad.
- C. No, volvería a visitarlos
- D. Definitivamente no son muy seguros

**19. Considera que es importante que las empresas prestadoras de servicios turísticos del lugar estén debidamente reglamentadas.**

- A. Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad
- B. Si, ya que podemos estar más seguros en el lugar.
- C. Si, aunque no es muy importante
- D. No porque es algo irrelevante

**20. ¿Por qué medios usted recibió información para visitar Huancabamba?**

- A. Páginas web y/o redes sociales
- B. Agencia de viajes
- C. Recomendaciones de amigos
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**21. Decidió viajar con:**

- A. Familia
- B. Amigos
- C. Solo
- D. Otros: \_\_\_\_\_

**22. Visitar Huancabamba, cumplió con tus expectativas**

- A. Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
- B. Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
- C. No, porque no se pueden realizar varias actividades turísticas
- D. Definitivamente no cumplió con mis expectativas



### Anexo 4: Validaciones



#### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Adem Píriz García con DNI N° 80397787 Magister en Maestro en Ciencias Económicas con mención en Gestión Empresarial N° ANR/COP 171 de profesión Lic. en Turismo desempeñándome actualmente como Docente Tiempo Completo en la Universidad César Vallejo Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Turistas en la Provincia de Huancabamba – Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. : Adem Píriz García  
 DNI : 80397787  
 Especialidad : Turismo  
 E-mail : adembar7@hotmail.com



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Adan Piza Garcia con DNI N° 80397787 Magister en Maestro en Ciencias Económicas con mención en Gestión Empresarial N° ANR/COP 171, de profesión lic. en turismo desempeñándome actualmente como Docente tiempo completo en la Universidad Cesar Vallejo filial Piura

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Ficha de Observación

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Ficha de Observación Para Turistas en la Provincia de Huancabamba - Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología			X		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 14 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. : Adan Piza Garcia  
 DNI : 80397787  
 Especialidad : Turismo  
 E-mail : adambaz7@hotmail.com



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Luis Bruno Castillo Chung, con DNI N° 03382056 Magister en Dirección y Consultoría Turística, N° ANR/COP ..... de profesión Lic. en Turismo, desempeñándome actualmente como Coordinador Escuela Turismo en Universidad César Vallejo SAC.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Turistas en la Provincia de Huancabamba – Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 11 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. : Luis B. Castillo Chung  
DNI : 03382056  
Especialidad : Lic. en Turismo  
E-mail : lcast80@gmail.com



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Luis Bruno Castillo Chung con DNI N° 03382056 Magister en Dirección y Consultoría Turística  
 N° ANR/COP \_\_\_\_\_, de profesión Licenciado en Turismo  
 desempeñándome actualmente como Coordinador de Asesoría Turística en Ministerio de Turismo César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Ficha de Observación

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Ficha de Observación Para Turistas en la Provincia de Huancabamba - Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 11 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgr. : Luis Castillo Chung  
 DNI : 03382056  
 Especialidad : Dic. en Turismo  
 E-mail : lcast50@gmail.com

(Firma)



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo Patricia Benito Rosal con DNI N° 47097771 Magister  
 en Biotecnología Pesquera y Gestión Sostenible  
 N° ANR/COP \_\_\_\_\_, de profesión Administrador Fin.  
 desempeñándome actualmente como Docente (Luzante) en  
UCV/USJ/UPN


Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Ficha de Observación

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Ficha de Observación Para Turistas en la Provincia de Huancabamba - Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia					✓
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 17 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. Patricia Benito Rosal  
 DNI 47097771  
 Especialidad: Docente - Metodólogo  
 E-mail: patriciabenoitrosal@gmail.com

  
 47097771



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Patricia Barinotto Ranzal con DNI N° 47097971 Magister  
 en Biodiversidad Paisajes y Gestión Sostenible  
 N° ANR/COP —, de profesión Administradora Turística  
 desempeñándome actualmente como Docente Universitario en  
UCV / USS / UPN

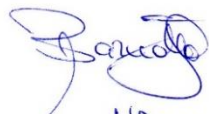
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento: Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario Para Turistas en la Provincia de Huancabamba – Piura	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización			✓		
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia			✓	✓	
8. Coherencia			✓		
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 17 días del mes de Junio de Dos mil diecinueve.

Mgtr. : Biodiversidad Paisajes y Gestión Sostenible  
 DNI : 47097971  
 Especialidad : Docente Metodológica  
 E-mail : Patricia.barinotto.91@gmail.com

  
47097971

### Anexo 5: Aplicación del Cuestionario



Fuente: Fotografía tomada por el investigador aplicando el instrumento del cuestionario en la Laguna Negra a las 10:47 am del 22-08-2019.

### Anexo 6: Accesibilidad



Fuente: Fotografía tomada por el investigador a las 02:57 pm del 21-08-2019.

## Anexo 7: Medio de Transporte



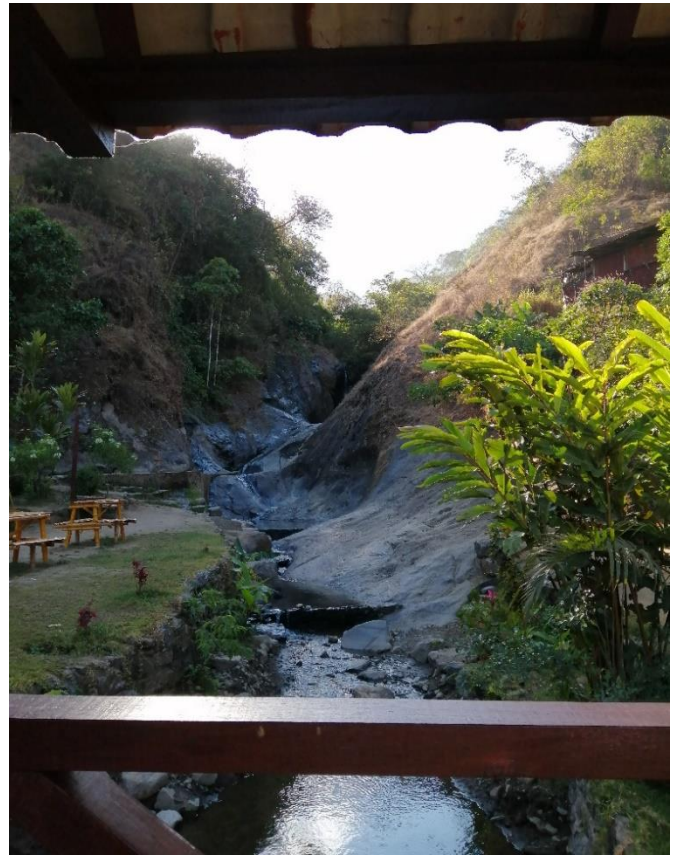
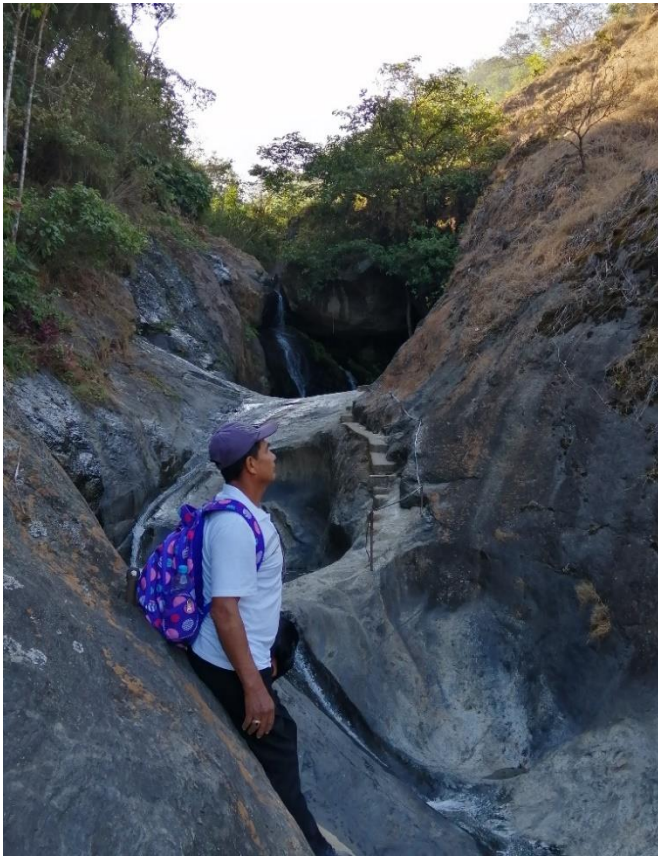
Fotografías tomadas por el investigador en el distrito de Canchaque a las 06:04 pm /  
07:09 pm del 22-08-2019.

## Anexo 8: Recursos Turísticos



Fotografías tomadas por el investigador visitando la Laguna Negra a las 08:29 am.  
/09:05 am. del 22-08-2019.





Fotografías tomadas por el investigador visitando los Peroles de Mishahuaca a las 08:26 am. del 23-08-2019.

## Anexo 9: Condiciones del Entorno



Fotografía tomada por el investigador a las 03:45 pm. del 22-08-2019.



Fotografía tomada por el investigador a las 09:04 am. del 21-08-2019.

## Anexo 10: Matriz de datos

N	GÉNERO	EDAD	PROCEDENCIA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	Masculino	36	Cajamarca	0 a S/. 930.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos
2	Femenino	18	Sullana	0 a S/. 930.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	Una semana a más	6 a 8 veces	Vacaciones
3	Masculino	40	Cajamarca	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	Una semana a más	Primera vez	Vacaciones
4	Masculino	24	Sullana	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	Totalmente de acuerdo porque son muy cómodos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones
5	Masculino	42	Cajamarca	0 a S/. 930.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Fines de semana
6	Femenino	38	Chiclayo	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Definitivamente no son los adecuados	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos
7	Masculino	31	Chiclayo	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones
8	Masculino	26	Chiclayo	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	Primera vez	Vacaciones
9	Masculino	58	Sullana	0 a S/. 930.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	Primera vez	Vacaciones
10	Masculino	47	Ecuador	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
11	Femenino	58	Lima	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 930.00 a más	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	Menos de 24 horas	Primera vez	Otros: todos los meses
12	Masculino	38	Cajamarca	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 930.00 a más	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	Una semana a más	2 a 6 veces	Días festivos
13	Masculino	40	Tingo María	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	Una semana a más	2 a 6 veces	Fines de semana
14	Masculino	25	Trujillo	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones
15	Masculino	23	Trujillo	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones
16	Femenino	27	Piura	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones
17	Masculino	28	Piura	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones
18	Masculino	23	Trujillo	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones
19	Femenino	47	Tacna	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
20	Masculino	32	Tacna	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
21	Masculino	64	Piura	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones
22	Femenino	60	Piura	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos
23	Masculino	39	Tumbes	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
24	Masculino	66	Piura	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones
25	Masculino	58	Piura	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Fines de semana
26	Femenino	24	Sullana	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos
27	Masculino	39	Trujillo	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
28	Femenino	25	Lima	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
29	Femenino	21	Lima	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos
30	Masculino	45	Chulucanas	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Sí, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de compra	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos
31	Femenino	38	Chulucanas	S/. 1500.00 a S/. 3 000.00	S/. 500.00 a S/. 930.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos
32	Femenino	27	Paíta	S/. 930.00 a S/. 1500.00	S/. 150.00 a S/. 500.00	Sí, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Totalmente de acuerdo porque son muy cómodos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones

N	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	Transporte	Realizar un turismo de aventura	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
2	Hospedaje	Realizar un turismo de aventura	Geografía	Laguna de las Huaringas	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
3	Comida	Realizar un turismo de aventura	Geografía	Laguna de las Huaringas	Servicios básicos adecuados	Auto propio	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
4	Hospedaje	Realizar ecoturismo	Naturaleza	Otros: Catarata Chorro Blanco	Buena infraestructura	Transporte público	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Otros: geografía y naturaleza
5	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
6	Comida	Realizar un turismo de aventura	Naturaleza	Peroles de Mishahuaca	Servicios básicos adecuados	Auto propio	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
7	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
8	Comida	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
9	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
10	Otros: todas las anteriores	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Servicios básicos adecuados	Auto propio	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
11	Comida	Realizar un turismo esotérico	Geografía	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Bus de una agencia de viaje	Sí, además se encuentra bien señalizados	Lagunas de las Huaringas
12	Hospedaje	Otros: trabajo	Naturaleza	Valle de los Infiernillos	Servicios básicos adecuados	Otros: transporte de la empresa	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Otros: trabajo
13	Comida	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Transporte público	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Otros: trabajo
14	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Laguna de las Huaringas	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
15	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Otros: Catarata Chorro Blanco	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
16	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Otros: Catarata Chorro Blanco	Servicios básicos adecuados	Transporte público	No, porque no se encuentran asfaltado ni señalizados	Costumbres y Tradiciones
17	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Otros: Catarata Chorro Blanco	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
18	Transporte	Realizar un turismo esotérico	Clima	Otros: Catarata Chorro Blanco	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones
19	Comida	Realizar un turismo esotérico	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
20	Comida	Realizar un turismo esotérico	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
21	Comida	Realizar un turismo esotérico	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
22	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Peroles de Mishahuaca	Buena infraestructura	Auto propio	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
23	Comida	Realizar un turismo esotérico	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Bus de una agencia de viaje	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
24	Comida	Realizar un turismo esotérico	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
25	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Peroles de Mishahuaca	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
26	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Peroles de Mishahuaca	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
27	Comida	Realizar un turismo de aventura	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
28	Comida	Realizar ecoturismo	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
29	Hospedaje	Realizar ecoturismo	Naturaleza	Peroles de Mishahuaca	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
30	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico	Naturaleza	Peroles de Mishahuaca	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huaringas
31	Comida	Realizar un turismo esotérico	Clima	Laguna de las Huaringas	Recursos turísticos cercanos	Auto propio	Definitivamente no porque sus caminos son muy peligrosos	Costumbres y Tradiciones
32	Otros: todas las anteriores	Realizar un turismo de aventura	Geografía	Peroles de Mishahuaca	Recursos turísticos cercanos	Transporte público	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Gastronomía



N	GÉNERO	EDAD	PROCEDENC	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
33	Femenino	32	Chilayo	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	No, porque no ayudan en su calidad de vida	No, considero que los precios son demasiados altos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Comida	Realizar un turismo esotérico
34	Masculino	35	Chilayo	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones	Otros: todas las anteriores	Realizar un turismo esotérico
35	Masculino	47	Tumbes	\$/1500.00 a \$/3000.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos	Transporte	Realizar un turismo esotérico
36	Masculino	36	Trujillo	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo de aventura
37	Masculino	34	Trujillo	\$/1500.00 a \$/3000.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo de aventura
38	Femenino	29	Chilayo	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo de aventura
39	Masculino	26	Arequipa	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
40	Masculino	37	Piura	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos	Transporte	Realizar un turismo de aventura
41	Femenino	52	Sullana	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	Definitivamente no son los adecuados	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
42	Femenino	22	Sechura	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	Definitivamente no son los adecuados	1 a 3 días	2 a 6 veces	Otros: viaje de estudio	Transporte	Otros: estudios
43	Femenino	21	Sullana	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Vacaciones	Transporte	Otros: estudios
44	Masculino	42	Tumbes	0 a \$/930.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	Totalmente de acuerdo porque son muy cómodos	Menos de 24 horas	Primera vez	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo de aventura
45	Femenino	21	Piura	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
46	Masculino	20	Cajamarca	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	Una semana a más	Primera vez	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo de aventura
47	Femenino	30	Piura	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos	Transporte	Realizar un turismo esotérico
48	Masculino	35	Paita	\$/1500.00 a \$/3000.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	1 a 3 días	Primera vez	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo esotérico
49	Femenino	38	Cajamarca	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	Una semana a más	Primera vez	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
50	Femenino	26	Lima	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Otros: souvenirs	Realizar un turismo de aventura
51	Femenino	26	Lima	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Vacaciones	Otros: souvenirs	Realizar un turismo esotérico
52	Femenino	48	Ica	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo esotérico
53	Masculino	42	Ica	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
54	Masculino	39	Tumbes	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	6 a 8 veces	Fines de semana	Transporte	Otros: negocio
55	Masculino	36	Chilayo	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo de aventura
56	Femenino	21	Piura	0 a \$/930.00	0 a \$/150.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	Menos de 24 horas	2 a 6 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo de aventura
57	Masculino	20	Chilayo	0 a \$/930.00	0 a \$/150.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Comida	Realizar un turismo de aventura
58	Femenino	48	Chilayo	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	3 a 6 días	2 a 6 veces	Días festivos	Transporte	Realizar un turismo esotérico
59	Masculino	33	Sechura	\$/1500.00 a \$/3000.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos	Otros: souvenirs	Realizar un turismo de aventura
60	Masculino	30	Piura	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
61	Femenino	25	Piura	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos	Comida	Realizar un turismo esotérico
62	Femenino	26	Sullana	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos	Otros: souvenirs	Realizar un turismo de aventura
63	Masculino	72	Cajamarca	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos	Comida	Realizar un turismo esotérico
64	Femenino	32	Piura	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	Primera vez	Días festivos	Otros: souvenirs	Realizar un turismo de aventura
65	Masculino	24	Piura	0 a \$/930.00	0 a \$/150.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Otros: souvenirs	Realizar un turismo de aventura
66	Femenino	32	Ecuador	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos	Hospedaje	Realizar un turismo esotérico
67	Femenino	76	Sullana	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque mejora la calidad de vida de la población	No, considero que los precios son demasiados altos	3 a 6 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Otros: souvenirs	Realizar un turismo esotérico
68	Masculino	32	Chilayo	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/500.00 a \$/930.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	Una semana a más	Primera vez	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo esotérico
69	Masculino	49	Yurimagua	\$/930.00 a \$/1500.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	pero necesitan ofrecer mejores alternativas de com	3 a 6 días	Primera vez	Días festivos	Transporte	Realizar un turismo esotérico
70	Masculino	22	Piura	0 a \$/930.00	\$/150.00 a \$/500.00	Si, porque puede que sea su única fuente de ingresos	No, considero que los precios son demasiados altos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo de aventura



















N	P18	P19	P20	P21	P22
223	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
224	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
225	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Páginas web y/o redes sociales	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
226	Totalmente, son seguros	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Otros: pareja	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
227	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
228	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
229	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
230	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
231	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Páginas web y/o redes sociales	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
232	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Páginas web y/o redes sociales	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
233	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
234	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Otros: pareja	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
235	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Otros: pareja	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
236	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
237	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
238	Totalmente, son seguros	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
239	Totalmente, son seguros	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
240	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
241	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
242	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
243	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, aunque no es muy importante	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
244	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
245	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
246	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
247	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
248	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
249	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
250	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
251	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
252	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
253	Totalmente, son seguros	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
254	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Otros: pareja	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
255	Totalmente, son seguros	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Otros: pareja	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
256	Totalmente, son seguros	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
257	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Páginas web y/o redes sociales	Amigos	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
258	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
259	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
260	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura

259	Masculino	33	Lima	S/1500.00 a S/3000.00	S/500.00 a S/330.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de comp	3 a 6 días	Primera vez	Vacaciones	Comida	Realizar un turismo de aventura
260	Femenino	28	Piura	S/930.00 a S/1500.00	S/500.00 a S/330.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población, Totalmente de acuerdo porque son muy cómodos	1 a 3 días	2 a 6 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo de aventura
261	Masculino	48	Piura	S/930.00 a S/1500.00	S/500.00 a S/330.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de comp	1 a 3 días	6 a 8 veces	Vacaciones	Transporte	Realizar un turismo de aventura
262	Femenino	44	Piura	S/930.00 a S/1500.00	S/500.00 a S/330.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de comp	1 a 3 días	2 a 6 veces	Días festivos	Otros: souvenirs	Realizar un turismo esotérico
263	Femenino	21	Piura	0 a S/930.00	S/150.00 a S/500.00	Sí, porque mejora la calidad de vida de la población, pero necesitan ofrecer mejores alternativas de comp	1 a 3 días	Primera vez	Vacaciones	Otros: souvenirs	Realizar un turismo de aventura

259	Naturaleza	Laguna de las Huarinas	Buena infraestructura	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones	Regular	Considero que son buenos	Sí, pero necesitan implementar más segur
260	Naturaleza	Laguna de las Huarinas	Recursos turísticos cercanos	Bus de una agencia de viaje	Sí, además se encuentra bien señalizados	Costumbres y Tradiciones	Buena	Considero que son buenos	Sí, pero necesitan implementar más segur
261	Clima	Laguna de las Huarinas	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huarinas	Regular	Considero que son buenos	Sí, pero necesitan implementar más segur
262	Naturaleza	Laguna de las Huarinas	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Lagunas de las Huarinas	Buena	Considero que son buenos	Sí, pero necesitan implementar más segur
263	Clima	Peroles de Mishahuaca	Servicios básicos adecuados	Bus de una agencia de viaje	Sí, pero deberían mejorar los caminos	Costumbres y Tradiciones	Buena	Considero que son deficientes	Sí, pero necesitan implementar más segur

259	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Amigos	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
260	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura
261	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, porque así pueden brindar un servicio de calidad	Páginas web y/o redes sociales	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
262	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque tiene hermosos lugares para conocer
263	Sí, pero necesitan implementar más seguridad	Sí, ya que podemos estar más seguros en el lugar	Recomendaciones de amigos	Familia	Sí, porque se puede complementar el esoterismo con naturaleza y la aventura

Anexo 11: Arribos a Huancabamba



**PIURA - HUANCABAMBA - HUANCABAMBA: INDICADORES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2018 (Ene-Dic)**

Dpto: PIURA Prov: HUANCABAMBA Dist: HUANCABAMBA

Categoría : TODAS CONSOLIDADAS

Clase : TODAS CONSOLIDADAS

EXPORTAR EXPORTAR

<i>Meses</i>	<i>Ene</i>	<i>Feb</i>	<i>Mar</i>	<i>Abr</i>	<i>May</i>	<i>Jun</i>	<i>Jul</i>	<i>Ago</i>	<i>Sep</i>	<i>Oct</i>	<i>Nov</i>	<i>Dic</i>
<b>OFERTA</b>												
Número de establecimiento	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Número de habitaciones	184	184	182	182	182	182	182	183	183	165	165	165
Número de plazas-cama	350	353	351	351	351	351	345	350	350	315	315	315
<b>INDICADORES</b>												
TNOH en el mes(%)	32,63	32,34	25,20	22,45	22,30	26,72	29,05	28,05	31,37	43,38	29,11	39,80
TNOC en el mes(%)	21,82	23,44	15,79	13,98	14,41	19,67	18,77	18,21	22,03	25,53	21,48	28,11
Promedio de permanencia(días)	1,15	1,31	1,19	1,21	1,20	1,45	1,26	1,24	1,38	1,16	1,27	1,18
Nacionales(días)	1,15	1,30	1,18	1,20	1,18	1,36	1,25	1,22	1,32	1,15	1,26	1,15
Extranjeros(días)	1,33	1,44	1,45	1,39	1,60	1,93	1,47	1,48	1,88	1,66	1,74	1,99
Total de arribos en el mes	2 050	1 774	1 443	1 217	1 312	1 432	1 592	1 600	1 677	2 141	1 597	2 326
Nacionales	1 965	1 659	1 374	1 155	1 257	1 218	1 530	1 520	1 508	2 085	1 555	2 253
Extranjeros	85	115	69	62	55	214	62	80	169	56	42	73
Total pernoctaciones mes	2 367	2 317	1 718	1 472	1 568	2 071	2 007	1 976	2 313	2 493	2 030	2 745
Nacionales	2 254	2 151	1 618	1 386	1 480	1 658	1 916	1 858	1 995	2 400	1 957	2 600
Extranjeros	113	166	100	86	88	413	91	118	318	93	73	145
Total empleo en el mes	25	31	26	26	26	30	26	26	31	28	28	27
<b>COBERTURA DE INFORMANTE</b>												
En N° de establecimientos(%)	30,77	30,77	38,46	38,46	38,46	30,77	38,46	38,46	30,77	30,77	30,77	23,08
En N° de habitaciones(%)	42,39	26,63	47,80	47,80	47,80	26,92	47,80	48,09	26,78	29,70	29,70	23,03

Fuente: Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-Sistema de Información Estadística de Turismo (SET) y DIRCETUR