



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Perfil del Turista que Practica el Turismo Místico en las Lagunas las
Huarinas, Huancabamba-Piura 2022.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería**

AUTORES:

Camacho Herrera, Angie Carlita (orcid.org/0000-0003-1339-7855)

Valdera Bances, Wilson Alexander (orcid.org/0000-0002-3418-1335)

ASESOR

Mg.Velasquez Viloche, Leli Violeta (orcid.org/00000-0001-9985-0344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a mi madre Mercedes que se encuentra descansando en paz y a mis abuelos Filomena y Patrocinio que me han encaminado siempre en el logro de mi carrera profesional.

Wilson

El presente trabajo va dedicado a mi padre Carlos y mi madre Yanet por siempre confiar en mí y por encaminarme en el logro de todas mis metas.

Angie

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por darme salud y fuerzas, a mi asesora Leli Velázquez por todo su apoyo, asimismo a mi padre Gilberto y hermanos por siempre darme apoyo por más lejos que estén. Por último a mi compañera Angie por el gran esfuerzo que hemos puesto.

Wilson

En primer lugar, agradecer a Dios por darme salud y fuerzas, a mi asesora Leli Velázquez por todo su apoyo, asimismo a mi hermana Cinthia quien me ha brindado soporte y confianza durante el desarrollo de mi carrera universitaria. Por último, a mi compañero Wilson por el gran esfuerzo y compromiso a lo largo del desarrollo de la tesis.

Angie

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES	42
VII. RECOMENDACIONES	44
REFERENCIAS	45
ANEXOS	51

RESUMEN

El trabajo de investigación buscó establecer el perfil del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, para ello se formuló el problema general ¿Cuál es el perfil del turista que practica turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba -Piura 2022?, cuyas dimensiones son características psicográficas, sociodemográficas y comportamentales. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada con un diseño no experimental - transversal y con un nivel descriptivo. Los resultados se obtuvieron mediante la técnica de la encuesta aplicada a 261 turistas, se concluyó que el perfil del turista místico está conformado por hombres y mujeres jóvenes con un rango de edad entre 18-39 años, solteros(as) con un ingreso mensual menor a S/6000, su forma de relacionarse es sociable, donde su principal actividad a realizar son los rituales por temas de salud. Estos turistas son de nacionalidad peruana provenientes de la región de Piura quienes viajan por cuenta propia con información obtenida por medio de amistades y con una planificación de viaje menor a un mes. La mayor parte de turistas se informan previo a su visita, optando así por los hoteles como medio de hospedaje con un gasto promedio de S/500 a S/900.

Palabras clave: Perfil del turista, turismo místico, características psicográficas, características sociodemográficas, características comportamentales.

ABSTRACT

The research work sought to establish the profile of the tourist who practices mystical tourism in the Huarinas lagoons, for which the general problem was formulated: What is the profile of the tourist who practices mystical tourism in the Huarinas lagoons, Huancabamba -Piura 2022, whose dimensions are psychographic, sociodemographic and behavioral characteristics. The research was of a quantitative approach, applied type with a non-experimental - cross-sectional design and with a descriptive level. The results were obtained through the survey technique applied to 261 tourists, it was concluded that the profile of the mystical tourist is made up of young men and women with an age range between 18-39 years, single with a lower monthly income at S/6000, their way of relating is sociable, where their main activity to perform is rituals for health issues. These tourists are Peruvian nationals from the Piura region who travel on their own with information obtained through friends and with less than a month's travel planning. Most tourists are informed prior to their visit, thus opting for hotels as a means of lodging with an average cost of S/500 to S/900.

Keywords: Tourist profile, mystical tourism, psychographic characteristics, sociodemographic characteristics, behavioral characteristics.

I. INTRODUCCIÓN

El sector turístico tiene una gran importancia en las economías de países a nivel mundial donde se desarrollan distintas actividades que las personas planifican para realizar en un periodo de tiempo ya sea por vacaciones, trabajos, estudios, salud, etc. Así mismo, esto ayuda que muchos de los atractivos sean conocidos por turistas tanto nacionales como extranjeros y que sean recomendados. La actividad turística en los últimos años ha tenido muchos cambios de mejora tanto para los turistas, empresarios, comunidades, gobiernos en las exigencias de mejores productos y servicios personalizados.

Las investigaciones que se han realizado en Ucrania para identificar oportunidades y perspectivas para el desarrollo del turismo místico en la ciudad de Lviv, se concluyó que se debe dar mayor oportunidad de promoción ya que los turistas encuestados si optaría por realizar este tipo de experiencias. Inglaterra (Isla Glastonbury) es otro destino que viene desarrollando este tipo de turismo que se basa en buscar conectarse con el lugar y el yo, donde el silencio y la meditación es lo principal. Entonces podemos afirmar que en Europa este tipo de turismo es muy limitado para su desarrollo ya que muchos turistas viajan muy lejos para poder realizar esta experiencia que brinda lo místico. (Kulyniak et al., 2020).

Ecuador promociona un tipo de turismo que presenta como principal protagonista al mundo indígena, una gran parte de Saraguros que se ubican en las provincias de Loja y Zamora Chinchipe, en donde mediante discursos con los “Yachaks” permiten que el turista pueda relacionarse a través de prácticas místicas entrando así a un mundo de pureza, virginal que no se encuentra corrompido, fomentando así una identidad étnica. (Del Campo, 2019).

México promociona un tipo de turismo enfocado a prácticas esotéricas con chamanes en uno de sus estados, en dicho estado se desarrollan dos tipos de rituales; la primera se enfoca con la salud o curación de personas y el segundo un ritual de las monedas. También en los complejos arquitectónicos de Teotihuacán, de Palenque, reciben visitas, pero no por sus valores históricos o ancestrales sino más bien por ser conocidos como “lugares mágicos” con energías capaces de sanar y transmitir una conexión con lo espiritual. (Alquicira, 2015).

Por otro lado, el desarrollo del turismo místico en Uruguay donde la principal motivación es la visita en propiedades energéticas (minas) en la ciudad de Lavalleja, se ha vuelto como referencia importante nacional en materia de turismo místico (Gamboa,2019).

Del Huerta (2019) detalla que el turismo místico es un viaje en el que el turista busca experimentar una cercanía con lo espiritual, en muchos casos individual, con la ayuda de personas consideradas como chamanes, curanderos y otro tipo de guías espirituales en donde el interés principal del visitante es recibir energías para sanar, tener conexión con planos ontológicos e incluso transportarse a lugares insondables.

El Perú es uno de los países que practica el turismo místico en base a conocimientos ancestrales y naturales, dichas prácticas se realizan en diversos lugares del país como lo es en Piura, Cusco, La Libertad, Ica. El turismo a nivel nacional en el año 2017 incrementó un 7% en la recepción de turistas internacionales a comparación del año 2016, así mismo informa que la recepción del turismo a nivel mundial logró 1322 millones de viajes. (PROMPERU, 2017).

Según CANATUR se esperó un incremento de 10% para el año 2019 considerando así un impacto positivo en el mercado ya que recepcionará mayor cantidad de turistas generando así un incremento económico en el sector. (Gestión, 2018).

El turismo místico en el departamento de Piura se desarrolla a mayor escala a diferencia de otros departamentos ya que en él se encuentra la provincia de Huancabamba que es el centro más importante de la medicina natural y tradicional dicha provincia se encuentra a tan solo 8 horas de la región, los turistas que recibe tanto nacional como extranjeros disfrutan de un clima templado y muy acogedor, contando con una gran variedad de hospedajes que permiten al visitante llevar una mejor estadía. En las cordilleras de la provincia se ubican los lagos sagrados o lagunas de las Huarinas, espacios ceremoniales donde se percibe la medicina tradicional con poder curativo.

Según MINCETUR (2020), detalla en el reporte de turismo regional Piura la llegada de un total de pasajeros al Aeropuerto Internacional Capitán FAP Guillermo Concha Iberico por 207 283 turistas tanto nacionales como extranjeros, en los cuales los principales arribos de mercados emisores extranjeros fueron

Ecuador(20.3%), Chile(15.8%), Argentina(7.3%), Estados Unidos(7.3%), Colombia(5.6%), España(3.6%), Canadá(3.3%), Francia(2.8%) y Brasil (2.1%).

Las lagunas de las Huarinas son muy visitadas porque se les atribuye un gran valor curativo y espiritual, es así como ante la llegada de visitantes tanto nacionales como extranjeros surge la necesidad de conocer en el turista sus principales actividades, características y hábitos. Actualmente no existe alguna investigación relacionada al perfil del turista que practica este tipo de turismo. Ante ello nuestra problemática abordará conocer ¿Cuál es el perfil del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba-2022? con los problemas específicos ¿Cuáles son las características psicográficas del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba - Piura 2022?, ¿Cuáles son las características sociodemográficas del turista que practica turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba - Piura 2022? y ¿Cuáles son las características comportamentales del turista que practica turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba - Piura 2022?.

La siguiente investigación se justifica de manera teórica y metodológica por la contribución de información sobre el perfil del turista que practica el turismo místico, ya que las investigaciones realizadas sobre el estudio de esta variable son muy limitadas en el sector. Así mismo mediante los resultados que se obtendrán permitirán aprovechar dicha actividad y sugerir servicios acordes a los gustos y necesidades del visitante. El instrumento que se utilizará nos permitirá dar confiabilidad y validez en la obtención de los datos sobre las características que permitan definir e identificar el perfil del turista que practica el turismo místico.

Por lo tanto, se presenta como objetivo general de la investigación: Establecer el perfil del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba-Piura 2022; considerando los siguientes objetivos específicos: describir las características psicográficas del turista , describir las características sociodemográficas del turista y describir las características comportamentales del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba-Piura 2022.

II. MARCO TEÓRICO.

Los antecedentes y trabajos previos de investigación se presentan a continuación:

Castillo y Hernandez (2017) cuyo artículo de investigación tuvo como objetivo analizar las características del perfil del turista religioso y sus motivaciones de viaje en Cartagena. La investigación fue de tipo cuanti-cualitativa con corte transversal mediante el uso del instrumento de la encuesta con un muestreo no probabilístico y de tipo casual, realizadas de forma casual a 480 personas y situándose en un punto de interés como el Centro Histórico de Cartagena. Se concluyó que en la estancia y motivación del viaje por parte del turista el turismo religioso no forma parte de la motivación inicial, así mismo, los factores culturales y sociales no son factores principales para medir este tipo de turismo ya que todo el resultado recae en las motivaciones de cada turista, es por ello que las categorizaciones no son suficientes al momento de identificar el perfil del turista. Además, existen múltiples matices que permiten encontrar diferentes perfiles que responden a una gran variedad de motivaciones en cada lugar que visitan.

Forteza, et al. (2017) en su investigación planteó describir la Motivaciones, satisfacción e intenciones del turista náutico en la ruta de Spondylus (Ecuador). La investigación fue de carácter empírico -descriptivo, cuantitativo donde se utilizó el instrumento de la encuesta con una muestra de 201 turistas náuticos tanto nacionales como extranjeros. Se concluyó que el turista náutico busca una estructuración de paquetes que tengan varios deportes, que se puedan disfrutar entre varias personas, así mismo, se refleja una alta satisfacción por parte del turista, se presentan resultados en cuanto a las mejoras de los productos y servicios para un mercado de turistas extranjeros, mientras que para los turistas nacionales su fidelidad se encuentra ligada a un carácter emocional o geográfico. Además, sugieren que se debe tener presente algunos aspectos, entre ellos la imagen afectiva y estudiar a detalle la valoración económica de atributos y los aspectos esenciales para lograr una fidelidad por parte del turista.

Kulinyak (2020) el objetivo principal de su investigación fue analizar el potencial del desarrollo del turismo místico en la región de Lviv. Se utilizó métodos de estadística descriptiva donde se formularon instrumentos de encuestas para

conocer el perfil del turista que visita la región y que se interesa por el turismo místico. Se concluyó que se deben desarrollar nuevos programas estratégicos para la promoción, publicidad y presentación a nivel internacional de esta actividad, ya que esta actividad es muy limitada en Europa.

Sartori (2021) buscó identificar el perfil de ciclistas y cicloturistas de Santa Catarina (Brasil), en sus aspectos socioeconómicos y motivaciones para el uso de la bicicleta. Esta investigación fue de enfoque cuantitativo-descriptivo, en donde se utilizó el diseño de la encuesta, cuya muestra fue de 285 turistas, los resultados obtenidos muestran que el rango de edad más predominante es de 21 a 40 años, así mismo el factor económico tiene una gran importancia al momento de practicar el cicloturismo, los resultados en relación con el rango salarial corresponden de 1 a 3 salarios y con una educación superior en un 60% de la totalidad de encuestados. Se concluyó un aumento en la presencia del género femenino para la práctica de dicha actividad, también una relación directa entre los factores de edad, ingresos y nivel de estudios. Finalmente, se obtuvo que la motivación principal en este tipo de turismo por parte del visitante es la actividad física, crear lazos de amistad y descubrir nuevos lugares.

Shankar (2020) su investigación plantea comprender si las atracciones espirituales emergentes crean un espacio potencial como destino espiritual. Se empleó un enfoque empírico, donde la unidad de muestreo estuvo conformada por turistas que visitaron el destino Coimbatore en Tamil Nadu, se recopilaron datos de 448 turistas a través de un cuestionario estructurado. Se empleó SPSS para analizar y derivar los hallazgos. Se concluye que el destino es percibido como un destino espiritual nacional, por sus aspectos de imagen. Además, se sugiere realizar estudios adicionales que ayudarán a comerciantes, gobierno y otros a tomar decisiones estratégicas sobre la marca de cada destino.

López, et al. (2019) el objetivo principal en su investigación fue mostrar la segmentación de los turistas en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Empleó una metodología con una técnica multivariante de asociación de variables y el uso de ANOVA variante *post-hoc*, la técnica utilizada fue la encuesta a una muestra válida

de 858 turistas, en los resultados obtenidos se muestra la aparición de tres dimensiones; motivacionales, dos vinculadas con la cultura y la una última característica relacionada al placer. Finalmente concluyó que los turistas realizan una evaluación entre sus experiencias y el motivo de su viaje, además la información obtenida sobre la segmentación ofrece detalles importantes para los entes turísticos que deben estudiar más a detalle lo que el turista espera obtener durante su visita.

Acha-Anyi (2018) su propósito de su investigación fue determinar el nexo entre el turismo religioso y el desarrollo económico local en el municipio de Atteridgeville por la creciente demanda del turismo. Esta investigación tuvo un enfoque exploratorio, se realizó cuestionarios a los visitantes en el destino, se realizaron un total de 93 encuestados, se analizó mediante el programa estadístico SPSS. Asimismo, analizó datos sobre los perfiles de los visitantes, características y motivaciones del viaje. El estudio concluye que estos dos factores son el motor para consolidar el nexo de desarrollo económico local del turismo religioso. Por lo tanto, la investigación sugiere aplicar estudios de planificación turística, desarrollo de productos y marketing turístico en la ciudad Metropolitana de Tshwane para aprovechar oportunidades de desarrollo.

Según De Almeida y Da Silva (2018) su investigación tuvo como objetivo mostrar los resultados de estudios sobre la tipología de Turismo Otaku. El tipo de metodología utilizada fue exploratorio, con aspectos cuantitativos y cualitativos, se utilizó la encuesta como una técnica para obtener el perfil, motivaciones, gustos y preferencias del turista. Se practicaron dos encuestas con una muestra inicial en el 2016 de 117 respuestas y el 2017 con 188 respuestas. Los resultados obtenidos muestran que la mayor parte de encuestados fueron hombres tanto en el 2016 como 2017 (54%) en donde los jóvenes obtuvieron una gran presencia, con un ingreso salarial mínimo en un 37%. Finalmente se concluyó que el Turismo Otaku es una motivación generalmente para los jóvenes que se encuentra en constante crecimiento, también se identifica la necesidad del turista en viajar y ser partícipes de eventos con este tipo de cultura.

Mangwane, et al. (2019) busca llenar el vacío sobre las motivaciones de los visitantes en los sitios turísticos. Tiene como propósito explorar qué motivaciones y variables demográficas pueden influir en los visitantes en Héctor Pieterse Memorial and Museum como sitio histórico de turismo oscuro en Sudáfrica. Se utilizó un enfoque exploratorio y cuantitativo, se realizó cuestionario estructurado con una muestra de 205 participantes, utilizando un muestreo aleatorio. Tuvo como resultado que las personas visitan estos lugares según las diferencias demográficas (sexo, edad, nivel educativo, estado civil, números de hijos, información sobre el museo y relación física con alguien que pudo vivir acontecimientos en el museo), así mismo principalmente por curiosidad, conocimientos, recordar, respetar a las víctimas. Por lo tanto, se concluye que se necesita considerar estrategias de marketing para atraer más al mercado Sudafricano.

Aragón, et al. (2021) presentaron como objetivo general en su investigación profundizar en la segmentación del turista de un gran evento deportivo. Se utilizó una muestra de 148 personas que asistieron al evento tanto nacional como extranjero, utilizando la técnica de la encuesta. Se Logró identificar la presencia de cuatro grupos, el primer grupo formado en base a sus emociones culturales (17,6%), el grupo que no presenta ninguna motivación pero con un buen nivel ingreso económico (17,5%), grupos con adrenalina y emociones (37,8%) y finalmente los conocedores de eventos deportivos (20%). Se concluyó que los turistas que asisten a un evento de deporte tienen rasgos diferentes y conductas de adquisición distintas por lo que los entes turísticos deben analizarlos para el ofrecimiento de productos.

Poncela (2018) busca identificar el perfil del turista, las imágenes y evaluación del destino turístico de San Sebastián Bernal (México). La investigación fue de tipo mixta donde se utilizó el instrumento la encuesta con una muestra de 252 turistas, los resultados obtenidos muestran que (50,4%) son hombres y (49,6%) mujeres con un rango de edad entre 17-34 años el (48,8%) y el (28,2%) son de 35-49 años, procedentes de su mismo estado (33%), del DF (21%), el Estado de México (11%), Guanajuato (9%) y Morelos (7%) , así mismo el nivel de ingresos declarado (83,7%) dijeron que tienen un ingreso económico medio, (9,7%)

un ingreso económico bajo y (6,7%) con un ingreso económico alto. Tienen una ocupación de empleado de empresa privada (28,6%), seguida de la de estudiante (14,3%), luego empleado del gobierno (13,5%) y profesional (12,7%). El medio de transporte más usual fue el auto particular (77,8%), así mismo viajan con en familia (48%), o pareja (33,7%). En su mayoría (76,6%), no pernocta o lo hace por pocas noches, debido fundamentalmente a la cercanía a otros destinos, para quienes sí lo hacen, el tipo de hospedaje más usual es el hotel (21%). Se concluye que los turistas viajan al destino para conocer, relajarse, por ser seguro, limpio y tranquilo con una imagen urbana de los lugares turísticos.

Chen & Huang (2018) tiene como objetivo buscar identificar el tipo y perfil de turistas culturales en China, la investigación fue de enfoque cuantitativo donde se empleó el cuestionario con una muestra de 656, el análisis de datos se realizó con SPSS 17.0 para análisis descriptivo, análisis de tabulación cruzada, pruebas t y pruebas de chi-cuadrado. Fueron tres atracciones culturales en Guangzhou en el museo de Guangdong, 216 (32,9%) en el Chen Clan Ancestral Hall, y 175 (26,7%) en el Museo del Mausoleo del Rey Nanyue, dando como resultados que el (51.9%) son masculinos y el (48.1 %) son femeninas, teniendo un rango de edad de 21-35 años con el (53.7%), tendiendo un estilo de viaje el 70.4% con familiares y/o amigos. Se concluye que el perfil de los visitantes se encuentra ligeras diferencias entre los excursionistas locales y los turistas de fuera de Guangzhou en términos de características de viaje, sociodemográficos.

Cabanilla, et al. (2021) su investigación tuvo como objetivo principal identificar las características de los turistas y los gastos que mantienen durante la visita al evento deportivo de Roger Federer, Quito. La investigación fue descriptiva, utilizando así una muestra de todos los turistas tanto nacionales como internacionales que llegaron al evento utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos indican que los turistas con mayor presencia son del mismo país Ecuador (96,77%), su rango de edad predominante fue de 31 a 40 años (35,04%), siendo así el público con mayor presencia del género masculino. Se concluyó que en éste tipo de eventos deportivos no tienen gran presencia de turistas extranjeros en la zona, puesto que la mayor parte son del mismo país de

Ecuador, también se destaca el perfil del turista con nivel altos en gastos durante su estadía.

Pérez, et al. (2018) su investigación tuvo como objetivo principal es presentar un análisis del perfil del turista que visita un WHS, la ciudad de Cuenca (Ecuador), esta investigación se aplicó un análisis descriptivo donde se empleó el cuestionario a una muestra de 723 turistas que visitan la ciudad de Cuenca. Los resultados obtenidos indican que el 54,0% de turistas son hombres y el 46,0% son mujeres, así mismo la mayor parte de visitantes encuestados son jóvenes que tienden a viajar en compañía de su pareja, amigos o compañeros de trabajo, se manifestó que el 71% de turistas contaban con un nivel de formación académica universitaria y también se muestra que la mayor parte de turistas son extranjeros con un 76%. Se concluyó que la promoción de un elemento inmaterial debe ser promocionado acorde a cada clase de visitante también implica desarrollar propuestas desde el punto de vista ambiental, económico y social.

Orden, et al. (2022) su investigación tuvo como objetivo identificar las preferencias, actitudes y expectativas de los turistas para visitar los destinos post-Covid-19 (Ecuador), se aplicó un análisis de estudio exploratorio con una muestra de 491, población infinita, se utilizó el programa SPSS 25. Los resultados obtenidos indican que el 59.5% son femeninas y el 38.3% son masculinos, los encuestados indicaron que son solteros con un 76.8%, así mismo el 63.7% de los visitantes tienen entre 41-60 años y el 83% tenían estudios de pregrado/postgrado. Por otro lado, el 41.2% tienen una actitud respetuosa con el medio ambiente y el 39.2% son cuidadosos con la desinfección e higiene en los destinos. Se concluyó que los turistas prefieren el turismo urbano, seguido del turismo cultural y rural ya que son lugares menos concurridos, así mismo se indica que les gusta visitar los destinos con sus parientes.

García, et al. (2017) su propósito de su investigación fue establecer el comparativo de las características de las prácticas ambientales, motivaciones y comportamiento de los visitantes Mexicanos y Ecuatorianos. La metodología aplicada fue de carácter cuantitativo, se realizó cuestionarios a los visitantes en cada sitio un total de 764 encuestados. Los resultados obtenidos muestran que para

APFFNT 39% tienen entre 21-30 años y el 25% entre 31-40 años, de sexo masculino el 63% procedentes del mismo país el 95%, su motivación principal es recreación y descanso el 38%, el 68% prefieren hacer caminatas. Mientras que para RECC los encuestados tienen entre 21-30 años el 32% y el 23% entre 31-40 años con una población masculina 51% y femenina el 49%, así mismo el 62% provienen de Quito y de la provincia de Pichincha, su motivación principal es la recreación y descanso con el 61%, el 62% prefieren hacer caminatas. Finalmente se concluyó que los visitantes guardan una relación con la naturaleza, donde comparten con ella y su cuidado ambiental, donde las estrategias para la conservación se deberían trabajar más en el desarrollo emocional a los visitantes con los elementos de la naturaleza para lograr una conexión, construcción y disfrute como una parte integral del ser humano mismo.

Mora-Jácome, et al. (2018) en su investigación realizada cuyo objetivo principal fue desarrollar un análisis de las motivaciones del turista religioso-peregrino y su satisfacción en el santuario El Cisne. La metodología aplicada se desarrolló a través de un análisis cuantitativo y cualitativo así como también un análisis estadístico descriptivo utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados obtenidos indican que el 85% de personas que realizan la visita lo hacen por motivos de peregrinación, el 79% de encuestados realizan la visita una vez al año con movilidad propia en un 58,9%, el 55% viajan en grupos de familia, así mismo se muestra que la mayoría de turistas no utiliza un servicio de alojamiento, realizando así su viaje por cuenta propia. Se concluyó que la mayor parte de turistas que realizan la visita son personas adultas de nacionalidad Ecuatoriana percibiendo así una menor afluencia de turistas extranjeros, demostrando así como su objetivo la peregrinación realizando su viaje de forma independiente.

La investigación consta de una variable que es perfil del turista, la cual se presenta con la siguiente base teórica.

Al respecto Quintero (2019) el siglo XX mantuvo como característica principal, la obtención de pensamientos sobre el comportamiento de la humanidad: el conductual, humanista y psicodinámico. Es así que Maslow propone la Teoría de

la Motivación Humana para dar a conocer desde el punto psicológico el comportamiento del ser humano (Reid 2008).

Mediante la teoría se identifican cinco categorías de orden jerárquico propuestas por Maslow (Colvin y Rutland 2008). Necesidades fisiológicas se encuentran relacionadas a la supervivencia de manera unánime desde el punto de vista biológico o propio del cuerpo humano. Necesidades de seguridad en este punto de la pirámide detalla que el ser humano necesita sentirse seguro en cada momento sin temor a que algo malo le pueda suceder, dentro de ello podemos referirnos a una seguridad (física, laboral, hogar). Necesidades de amor y permanencia, en esta jerarquía el ser humano busca ser amado, recibiendo cariño y afecto por parte de la familia, amigos, así también sentirse que pertenece a un grupo de la sociedad. Necesidades de estima, éstas se relacionan con la confianza, reputación de uno mismo, al cuidado y comportamientos, finalmente se presentan las Necesidades de autorrealización, en el que el ser humano busca cumplir sus metas, propósitos y así poder disfrutar de la satisfacción que implica poder lograrlas.

“Un perfil se conforma por una apariencia distintiva que se crea encima de la base de una característica predominante, en terminaciones distintivas como actitudes, conductas o comportamientos y variables demográficas” (Kotler, 1998). Es así que mediante la definición sobre perfil del turista se debe tener en cuenta todo lo relacionado a motivaciones, el comportamiento de los turistas en el desarrollo de la actividad turística y así finalmente lograr establecer un perfil detallado y concreto.

Kotler y Armstrong (1998) indican que para establecer el perfil se debe examinar distintos tipos de segmentación, en los cuales se presentan: Segmentación geográfica que detalla todo lo relacionado al lugar de residencia del turista como país, ciudades, zonas. Segmentación demográfica indican características como edad, sexo, grado de estudios, estado civil, religión. Segmentación Psicográfica donde se examinan las actitudes, personalidad, opiniones y finalmente se muestra la Segmentación comportamental relacionado con las características de comportamiento, conductas propias del turista.

Según Moreno, et al. (2012) el perfil del turista se define como una imagen de un destino, mostrando así una simplificación de una gran cantidad de asociaciones cognitivas y sentimientos hacia un lugar en específico, logrando así un producto que cumpla con las expectativas, deseos que el turista mantiene sobre algún ambiente.

La información de perfil por medio de oiotipo, proviene a variables psicosociales, en la época actual tienen una gran importancia, es así que surgen significados importantes, Araujo y De Sevilha (2017) como se citó en Proaño, et al. (2018, p.3), detalla conceptos indicados por Dann como anomia y exaltación, que permiten alejarse de la rutina y que así mismo se complementan con satisfacciones de sí mismos por medio de viajes.

Así mismo se presentan bases teóricas relacionadas a turismo místico.

El turismo místico lo define según Gamboa, M. (2019):

En este tipo de experiencia se encuentran registradas en convivencias y situaciones relacionadas por lo místico. Esta adaptación contiene una variedad de las formas y variantes en las que se vive y desarrolla dimensiones místicas. De ahí la práctica mística sea percibida generalmente como reservada y personal además de acaparar un modo profundo de experiencias. (p.1)

El turismo místico o también conocido como turismo espiritual, al respecto Martínez, (2009, p.13) (citado en Alquicira, 2015) define “como la búsqueda de viajes o de desplazamientos que además de tener aspectos de recreo, placer o cultura, conecta su mente y espíritu a través de la práctica de rituales con un carácter místico”. (p.16)

El turismo místico conocido también como turismo chamánico Rodrigo, M. (2017) lo puede definir como “práctica religiosa originaria del conocimiento del mundo cósmico y del más allá, una forma de pensamiento en la búsqueda de nuevos espacios vitales, de experiencias colectivas que le den sentido a la existencia”. (p.10)

El turismo místico, al respecto Carozzi (2000) (citado en Rodriguez, 2020) define como “prácticas místicas, sanación por el poder de las gemas, terapias corporales, astrología y peregrinaciones hacia lugares lejanos, entre otros, generando transformaciones positivas para acceder a un mayor bienestar, salud o evolución espiritual”. (p. 24)

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación realizada fue de tipo aplicada, según Álvarez (2020) “la investigación aplicada se orienta a conseguir un nuevo conocimiento destinado que permita soluciones de problemas prácticos”. (p. 3)

La investigación que se llevó a cabo fue de enfoque cuantitativo porque recogió y analizó datos de la variable perfil del turista. Al respecto Bilbao & Escobar (2020) “Son aquellas que se expresan en valores o datos numéricos”. (p.36)

Así mismo, tuvo un diseño no experimental- transversal debido a que la investigación se realizó sin manipular la variable mediante la observación, estudio y análisis en un punto central que permitió cubrir distintos conjuntos o momentos que abarcan diversos grupos. Hernández, & Mendoza (2019) “los diseños transeccionales o transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único”. (p. 176)

Finalmente, constituyó de un nivel descriptivo, según Martínez (citado en Guevara, et al. 2020) este tipo de nivel se realiza en base a conclusiones predominantes o sobre cómo el ser humano, conjunto o cosa se conduce u opera en el presente.

3.2. Variables y operacionalización

La investigación consta de una variable que es perfil del turista. “Un perfil se conforma por una apariencia distintiva que se crea encima de la base de una característica predominante, en terminaciones distintivas como actitudes, conductas o comportamientos y variables demográficas” (Kotler, 1998). El perfil del turista busca determinar las principales características psicográficas, sociodemográficas y comportamentales que presenta el turista al momento de visitar un destino.

Kotler y Armstrong (1998) indican que para establecer el perfil se debe examinar distintos tipos de segmentación, en los cuales se presentan: Segmentación geográfica que detalla todo lo relacionado al lugar de residencia del

turista como país, ciudades, zonas. Segmentación demográfica indican características como edad, sexo, grado de estudios, estado civil, religión. Segmentación Psicográfica donde se examinan las actitudes, personalidad, opiniones y finalmente se muestra la Segmentación comportamental relacionado con las características de comportamiento, conductas propias del turista. Ver anexo 1 matriz de operacionalización de variable.

3.3. Población, muestra y muestreo

Para la presente investigación la población estuvo conformada por los turistas que visitan las lagunas las Huarinas en la provincia de Huancabamba. Arias, et al. (2016) define “como un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados”. (p. 202)

Según Vázquez, et al. (2021) indican que “la muestra permite inferir conclusiones susceptibles de generalización a la población de estudio con cierto grado de certeza”. (p. 3). La determinación del tamaño de la muestra se realizó considerando una fórmula desconocida ya que no se existe un registro de turistas que practican este tipo de actividad en la provincia, así mismo se otorgó un porcentaje del 40% en la probabilidad de ocurrencia de un evento y el 60% de probabilidad de no ocurrir de un evento, también se tomó un error muestral del 5% y un nivel de confianza de 1.65 equivalente al 90%, obteniendo finalmente una muestra de 261 turistas. Se realizó un muestreo aleatorio, Otzen & Manterola (2017) sostienen “que el muestreo aleatorio simple garantiza que todos los individuos que componen la población blanca tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra”. (p. 228) Ver anexo 2 muestreo.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en nuestra investigación es la encuesta. Lopez y Fachelli (2015) detallan que es la parte inicial para la recolección de datos por medio de las preguntas de los sujetos cuyo objetivo es la de conseguir de forma sistemática conceptos que proceden de un problema de investigación previamente creado.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario. Según Naupas, et al. (2014) “el cuestionario es una modalidad de la técnica de la encuesta, la cual se elabora por un conjunto sistemático de preguntas escritas en una cédula”. (p.370). Ver anexo 3 cuestionario.

Así mismo, el instrumento del cuestionario fue validado por tres expertos en el área de turismo. Ver anexo 4 instrumento de validez.

Tabla de validación de expertos

N°	Apellidos y Nombres del experto	Títulos/Grados	Cargo e institución en que labora
1	Bazalar Paz, Miguel Angel	Doctor en administración.	Docente Universidad César Vallejo.
2	Arévalo Zea, Fretz	Licenciado en administración en turismo/ Maestro en gestión pública	Docente Universidad César Vallejo, campus Ate.
3	Ramos La Rosa, Patricia	Licenciado en administración en turismo	Docente Universidad César Vallejo.

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Procedimientos

El proyecto de investigación surgió de una problemática con gran interés para lo cual se plantearon objetivos y una recolección de información de trabajos previos relacionados a la variable. Seguidamente, se diseñó una metodología para la investigación obteniendo una muestra de 261 turistas. Para la obtención de los datos requeridos se aplicó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, posterior a ello se realizó la sistematización de información, recomendaciones, conclusiones y el diseño del informe, logrando finalmente determinar el perfil del turista que práctica el turismo místico en las lagunas las Huaringas -Piura 2022.

3.6. Método de análisis de datos

El método que se utilizó para el análisis de datos es el SPSS 23 un programa estadístico informático que permitió el procesamiento de los resultados obtenidos por las encuestas realizadas, en donde se analizó la información con una mayor rapidez para su posterior clasificación e interpretación.

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación se realizó con la contribución de información en investigaciones previas como artículos científicos, revistas, libros virtuales, tesis, siendo éstas fuentes confiables. Así mismo, en todo el proceso se ha mostrado respeto a las ideas de dichos autores citando de manera correcta con normas APA para el desarrollo del proyecto y planteamiento de características necesarias para el análisis de la variable.

Según American Psychological Association (2010) como se citó en Salazar, et al. (2018) para los procesos de redacción en las investigaciones existen múltiples normativas que ayudan a un buen comportamiento ético y al respeto de las ideas de otros autores que con anterioridad han abordado temas relacionados a las investigaciones actuales; es de suma importancia mostrar respeto tanto en las ideas como en los modelos de elaboración que han sido tomados por otros investigadores, para lo cual han sido creados estilos y modelos que ayudan a los investigadores en la correcta referencia y citación de éstos es sus artículos, entre ellos se visualiza el estilo APA.

IV. RESULTADOS

Dimensión 1: Características Psicográficas

Indicador: Extroversión

Tabla 1

Forma de visitar las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	16	6,1	6,1	6,1
	Grupo de amigos	119	45,6	45,6	51,7
	Familia	106	40,6	40,6	92,3
	Pareja	20	7,7	7,7	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: De acuerdo a los resultados mostrados en la tabla 1, el 45.6% de turistas les gusta realizar la visita a las Lagunas las Huaringas en grupos de amigos y tan solo el 6.1% les gusta realizar la visita solos, ello demuestra que los turistas tienen una preferencia por la compañía de amistades al momento de realizar las actividades turísticas.

Tabla 2

Forma de relacionarse en su visita a las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sociable	157	60,2	60,2	60,2
	Comunicativo	61	23,4	23,4	83,5
	Tímido	7	2,7	2,7	86,2
	Optimista	36	13,8	13,8	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En los resultados obtenidos de la tabla 2, se observa que el 60.2% de encuestados que visitan las lagunas las Huaringas tienen una manera sociable de relacionarse durante su visita, mientras que el 2.7% de turistas su forma de relacionarse es tímida, demostrando así que el turista que practica el turismo místico en la zona tiende a entablar una mejor relación.

Indicador: Actitud

Tabla 3

Actitud predominante al realizar la visita a las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Realizar la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar.	137	52,5	52,5	52,5
	Realizar la visita sin respetar las indicaciones otorgadas y tampoco cuidando el lugar.	1	,4	,4	52,9
	Realizar la visita esperando satisfacer sus deseos de conocimiento e interes propios.	70	26,8	26,8	79,7
	Realiza la visita respetando las indicaciones sobre el recorrido y cuidando el lugar.	53	20,3	20,3	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En la tabla 3, se identifica que en el 52.5% de turistas su actitud predominante es realizar la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar, así mismo, el 26,8% de turistas realiza la visita esperando satisfacer sus deseos de conocimientos e intereses propios a diferencia de un 0.4% que realiza la visita sin respetar las indicaciones otorgadas y tampoco cuidando el lugar, demostrando así que el turista tiene una buena actitud durante el desarrollo del turismo místico en las Lagunas las Huaringas.

Tabla 4

Proceder para desarrollar la visita en las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Complejo	148	56,7	56,7	56,7
	Impulsivo	15	5,7	5,7	62,5
	Habitual	85	32,6	32,6	95,0
	Comparativo	13	5,0	5,0	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En la tabla 4 se identifica que el 56.7% de turistas tiene un proceder complejo para desarrollar su visita, así mismo, el 32,6% ha realizado la visita al destino más de una vez y tan solo un 5.0% presenta un proceder comparativo ya que realizaron comparaciones con lugares similares al desarrollar su visita a las Lagunas las Huaringas, esto demuestra que el turista tiende inicialmente a informarse e investigar lo relacionado a su visita.

Indicador: Estilo de vida

Tabla 5

Tipo de alojamiento que utiliza durante su visita.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hotel de 3 a más estrellas	89	34,1	34,1	34,1
	Hostal	86	33,0	33,0	67,0
	Posadas	7	2,7	2,7	69,7
	Casa de familiar o amigos	79	30,3	30,3	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En los resultados obtenidos en la tabla 5, el 34.1% de turistas utilizan el Hotel de 3 a más estrellas como alojamiento durante su visita, así mismo, el 33,0% utiliza un hostal como alojamiento y el 2.7% utiliza posadas para alojarse, demostrando que el turista que visita a las Lagunas las Huriangas busca recibir una mejor comodidad durante su estadía.

Tabla 6

Actividades que prefiere desarrollar durante su visita a las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Recorrido del espacio sagrado de las Lagunas las Huaringas	77	29,5	29,5	29,5
	Rituales	137	52,5	52,5	82,0
	Observación de flora y fauna en el páramo de las Lagunas	47	18,0	18,0	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En la tabla 6 se identifica que el 52.5% de turistas prefiere realizar actividades de rituales durante su visita, mientras que el 18.2% prefiere realizar la actividad de observación de flora y fauna en el páramo de las Lagunas las Huaringas, esto conlleva a demostrar que la actividad predominante al realizar turismo místico es en relación al curanderismo y mesadas.

Dimensión 2: Sociodemográficas

Indicador: Edad

Tabla 7

Rango de edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 18-28 años	110	42,1	42,1	42,1
	Entre 29_39 años	115	44,1	44,1	86,2
	Entre 40_50 años	34	13,0	13,0	99,2
	Entre 51 a más	2	,8	,8	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 7, el 44.1% de turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huaringas tiene un rango de edad entre 29-39 años, así mismo, el 42,1% tiene un rango de edad de 18-28 y el 0.8% tiene un rango entre 51 a más, demostrando así que la gran mayoría de turistas que practican turismo místico son predominantes en la edad de 18 a 39 años.

Indicador: Género

Tabla 8

Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	130	49,8	49,8	49,8
	Masculino	131	50,2	50,2	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: Los resultados obtenidos en la tabla 8, muestran que el 50.2% de turistas que realizan la visita son de género masculino y el 49.8% son de género femenino, demostrando así que no hay una gran diferencia entre los géneros que visitan el lugar ya que tanto hombres como mujeres predominan al realizar turismo místico en las Lagunas las Huaringas.

Indicador: Estado civil

Tabla 9

Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero(a)	151	57,9	57,9	57,9
	Casado(a)	45	17,2	17,2	75,1
	Viudo(a)	1	,4	,4	75,5
	Conviviente	62	23,8	23,8	99,2
	Divorciado	2	,8	,8	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: Los resultados obtenidos en la tabla 9, indican que el 57,9% de turistas encuestados son solteros(as), así mismo, el 23,8% son convivientes y finalmente el 17,2% de turistas son casados(as), demostrando así que el estado civil predominante en los turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huarinas son solteros.

Indicador: Nivel socioeconómico

Tabla 10

Ingreso mensual.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de S/.6000	216	82,8	82,8	82,8
	De S/.6000 a S/.11000	34	13,0	13,0	95,8
	Más de S/.11000	11	4,2	4,2	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En los resultados obtenidos en la tabla 10, indican que el 82,8% de turistas encuestados perciben un ingreso mensual menor de S/.6000 mientras que el 4,2% tiene un ingreso mayor a S/.11000, demostrando así que el ingreso económico predominante en los turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huaringas es menor de S/.6000.

Tabla 11

Gasto promedio en su visita a las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menor de S/.500	92	35,2	35,2	35,2
	De S/.500 a S/.900	138	52,9	52,9	88,1
	Más de S/.900	31	11,9	11,9	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En los resultados obtenidos en la tabla 11, el 52,9% de turistas encuestados tienen un gasto promedio de S/.500 a S/.900 por persona durante su visita a las Lagunas las Huaringas y el 11,9% gasta más de S/.900 por persona, demostrando así que el gasto predominante en los turistas durante la visita a las Lagunas las Huaringas es no menor a S/.500 ni mayor a S/.900.

Indicador: Lugar de procedencia

Tabla 12

País de procedencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Perú	234	89,7	89,7	89,7
	Ecuador	17	6,5	6,5	96,2
	Colombia	7	2,7	2,7	98,9
	Venezuela	2	,8	,8	99,6
	Francia	1	,4	,4	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En los resultados obtenidos en la tabla 12, se identifica que el 89,7% de turistas que practican el Turismo místico en las Lagunas las Huarinas son de Perú mientras que el 10,3% son de procedencia extranjera, demostrando así que la mayor parte de turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huarinas son de procedencia peruana.

Tabla 13

Departamento a donde pertenecen en Perú.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	27	10,3	10,3	10,3
	Amazonas	3	1,1	1,1	11,5
	Arequipa	12	4,6	4,6	16,1
	Cajamarca	42	16,1	16,1	32,2
	Lima/Callao	26	10,0	10,0	42,1
	Lambayeque	33	12,6	12,6	54,8
	La Libertad	29	11,1	11,1	65,9
	Piura	52	19,9	19,9	85,8
	Tumbes	37	14,2	14,2	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: En los resultados obtenidos en la tabla 13, indican que el 19,9% de turistas peruanos que visitan las Lagunas son del departamento de Piura, así mismo, el 16,1% pertenecen al departamento de Cajamarca y el 14,2% pertenecen a Tumbes, demostrando así que la mayor parte de turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huarinas son del mismo departamento.

Indicador: Ocupación

Tabla 14

Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	41	15,7	15,7	15,7
	Trabajador	217	83,1	83,1	98,9
	Jubilado	3	1,1	1,1	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos en la tabla 14, el 83,1% de turistas encuestados se encuentran trabajando y en un menor porcentaje de 1,1% son jubilados, demostrando así que la ocupación predominante en los turistas que practican turismo místico en las Lagunas las Huarinas son de trabajadores activos.

Dimensión 3: Comportamentales

Indicador: Motivación

Tabla 15

Principal motivo de viaje para su visita a las Lagunas las Huaringas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Salud	139	53,3	53,3	53,3
	Estudio	9	3,4	3,4	56,7
	Interés por vivenciar la diversidad cultural	98	37,5	37,5	94,3
	Visita a familiares/amigos	15	5,7	5,7	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: De acuerdo a Los resultados obtenidos el 53,3% de turistas encuestados visita las Lagunas las Huaringas por motivo de salud, así mismo, el 37,5% tienden a tener interés por vivenciar la diversidad cultural y tan solo un 3,4% realiza la visita por motivo de estudio, demostrando así que el motivo predominante en los turistas que practican turismo místico es por temas de sanación y florecimientos.

Indicador: Organización de la visita

Tabla 16

Medios de búsqueda de información turística antes de su viaje.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Internet	53	20,3	20,3	20,3
	Amistades	195	74,7	74,7	95,0
	Agencias de viajes	13	5,0	5,0	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 16, indican que el 74,7% recibió información antes de realizar su visita por amistades y en un menor porcentaje de turistas con el 5,0% por agencias de viajes, demostrando así que el medio de búsqueda de información turística predominante en los turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huarinas es por medio de amigos(as) que ya han visitado y realizado actividades en dicho destino.

Tabla 17*Modalidad de viaje.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por cuenta propia	248	95,0	95,0	95,0
	Adquirió un paquete turístico	13	5,0	5,0	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: De acuerdo a Los resultados obtenidos en la tabla 17, indican que en el 95,0% su modalidad de viaje fue por cuenta propia y el 5,0% adquirió un paquete turístico, demostrando así que la modalidad de viaje predominante en los turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huaringas es de forma independiente y lo hacen por sus propios medios.

Tabla 18

Tiempo de planificación de visita a las Lagunas las Huaringas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menor a 1 mes	216	82,8	82,8	82,8
	De 1 a 4 meses	42	16,1	16,1	98,9
	Más de 5 meses	3	1,1	1,1	100,0
	Total	261	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia SPSS V-23

Interpretación: Los resultados obtenidos en la tabla 18, indican que el 82,8% planificó su visita con anticipación menor a 1 mes y en un menor porcentaje el 1,1% de turistas planificaron su viaje con más de 5 meses, demostrando así que la mayor cantidad de turistas que practican turismo místico en las Lagunas las Huaringas no necesitaron de mucho tiempo para organizar su visita y realizar dichas actividades.

Tabla 19*Perfil del turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huarinas.*

Características Psicográficas							
Extroversión		Actitudes		Estilo de vida			
Grupo de amigos	Sociable	Realizar la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar.	Complejo	Hotel de 3 a más estrellas.		Rituales	
Características Sociodemográficas							
Edad	Género	Estado civil	Nivel socioeconómico		Lugar de procedencia		Ocupación
Rango 18-39 años.	Hombres y mujeres.	Soltero	Menos de S/.6000	De S/.500 a S/.900	Perú	Piura	Trabajador
Características Comportamentales							
Motivación		Organización de la visita					
Salud		Amistades		Por Cuenta propia		Menos a 1 mes	

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos se logra identificar el perfil del turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huarinas, se identifica que la visita lo hacen por cuenta propia, informándose por medio de amistades y planificando su viaje con una anticipación menor a un mes. El turista prefiere realizar la visita con amigos y familiares, podemos identificarlos como turistas solteros, de un rango de edad entre 18 a 39 años con un ingreso mensual menor a S/. 6000, conformados tanto por hombres y mujeres siendo su forma de relacionarse de manera sociable, sana y disciplinada; donde su principal actividad a realizar el turismo místico son los rituales por temas de salud. La mayor parte de turistas son de nacionalidad peruana, provenientes de la región de Piura,

Cajamarca y Tumbes, este tipo de turista se informa e investiga previo a su visita, optando así por hospedarse en hoteles de 3 estrellas para su mejor comodidad realizando un gasto promedio durante su visita de S/500 a S/900.

V. DISCUSIÓN

El objetivo general de la investigación buscó establecer el perfil del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba-Piura 2022; según Kotler y Armstrong (1998) nos dice que para poder definir un perfil se debe tener en cuenta la segmentación psicográfica donde se examinan las actitudes, personalidad, opiniones de las personas, la segmentación demográfica que nos va a permitir conocer la edad, sexo, estado civil, grado de estudios, y la segmentación comportamental relacionado con las características de comportamiento, conductas propias del turista que visita un destino.

El primer objetivo buscó describir las características psicográficas en donde los indicadores evaluados son: extroversión, actitudes y estilo de vida. Al analizar el indicador Extroversión se identifica que este tipo de turista son más de viajar en grupo de amigos ya que tienden a tener una preferencia por la compañía de amistades para llevar a cabo todas estas actividades, así mismo tienen una forma de relacionarse de manera sociable. Los resultados pueden ser relacionados con lo obtenido en la investigación planteada por Chen & Huang (2018) donde nos indica que los turistas culturales tienen más preferencias a viajar en familia y/o grupos de amigos.

Con respecto a la actitud del turista al momento de realizar la actividad, se evidencia que la práctica de este tipo de turismo se realiza de manera responsable siguiendo con los protocolos del recorrido, ello es demostrado mediante el autor Kotler (1998) quien afirma que la elaboración del perfil es conformado por características predominantes como las conductas o los comportamientos. Es así que los resultados obtenidos en base a la actitud del turista son muy importantes ya que así podemos reafirmar la eficacia de la teoría propuesta por el autor y concordando con los datos obtenidos al culminar la elaboración de este tipo de perfil.

Sobre el tipo de alojamiento se logró evidenciar una mayor preferencia por los Hoteles ya que les brinda una mejor seguridad, comodidad por las temperaturas

bajas y servicios adicionales que pueden ofrecer este tipo de categoría de hospedajes. Es así que se puede relacionar con los resultados que nos plantea Poncela (2018) quien detalla que la mayoría prefiere no pernoctar en el destino, ya sea porque existen otros destinos cercanos y para los que sí lo hacen pueden optar por su estadía en hoteles.

El segundo objetivo busca describir las características sociodemográficas, los indicadores evaluados fueron edad, género, estado civil, nivel socioeconómico, lugar de procedencia, ocupación. Al analizar el indicador edad se estableció que tienen un rango entre 18-39 años, donde el género no es muy resaltante para definir el perfil, ya que es mínima la diferencia, esto se corrobora en la investigación de Poncela (2018) cuyos resultados sobre el género predominante de turistas se encuentra un mínimo porcentaje de diferencia entre hombre y mujeres con rango de edad de 17 a 34 años que visitan el destino turístico de San Sebastián (México).

Sobre el estado civil se concluyó que la mayor parte de turistas son solteros(as). Mangwane, et al.(2019) en su investigación realizada detallan que para conocer el perfil de las personas que realizan turismo oscuro en Sudáfrica se debe obtener información de acuerdo a las diferencias demográficas como es conocer su estado civil, dichos resultados concuerdan con lo obtenido en nuestra investigación ya que afirma que para definir el perfil del turista místico se debe conocer datos demográficos como estado civil ya que permitirán crear mejores estrategias de marketing para atraer mayor cantidad de turistas a la zona.

En relación a los ingresos económicos del turista que practica el turismo místico en la zona, se obtuvo que la mayor parte percibe un ingreso económico medio, en relación a ello, el autor Poncela (2018) nos informa en los resultados de su investigación que los turistas que realizan la visita al destino turístico San Sebastian en México tienen un ingreso económico medio, demostrando así que los datos concuerdan por lo obtenido con el autor ya que los turistas que practican el turismo místico en las Lagunas las Huarinas son peruanos con un sueldo medio no mayor a los S/6000.

Así mismo, sobre el lugar de procedencia se obtuvo que la mayor cantidad de turistas que visitan las Lagunas las Huarinas son peruanos que llegan de distintos departamentos del país, entre ellos del departamento de Piura. El autor Kulinyak (2020) en su investigación detalla que se deben desarrollar nuevos programas con estrategias, promoción, publicidad y presentaciones a nivel internacional que permita poder captar la atención de mayor cantidad de turistas extranjeros ya que la actividad de turismo místico es desarrollada por gran cantidad de turistas locales, es así que podemos concordar con el autor en mención ya que debido a la mala ejecución de las estrategias de promoción el turismo místico desarrollado en las Lagunas las Huarinas solo recibe turistas Nacionales.

Los resultados adquiridos en el indicador ocupación detallan que los turistas que visitan las Lagunas las Huarinas son en su gran mayoría trabajadores activos, dichos datos difieren con lo obtenido en la investigación del autor Orden, et al. (2022) ya que describe que los turistas que visitan los destinos post-Covid-19 en Ecuador son en su gran mayoría estudiantes activos de pregrado/postgrado que llevan a cabo estas actividades en lugares menos concurridos.

El tercer objetivo busca describir las características comportamentales, en donde los indicadores evaluados fueron motivaciones y organización de la visita. Al analizar el indicador motivaciones se estableció que su principal motivo de viaje es por temas de sanación y salud, lo cual difiere de los resultados obtenidos por Mora-Jácome, et al.(2018) en su investigación sobre el análisis de las motivaciones, afirman que los turistas realizan su visita a santuarios religiosos por motivos de peregrinación más no por temas curativos, demostrando así que la mayor parte de turistas que practican éste tipo de turismo en Huancabamba lo realizan con el propósito de percibir una sanación apoyada por la fe.

De acuerdo al indicador organización de la visita, se afirma que las amistades son los medios de información que utilizan los turistas antes de visitar las Lagunas las Huarinas, éstos datos difieren de lo obtenido por Santori (2021) ya que en su investigación sobre el perfil de los ciclistas en Catarina (Brasil), no consideró como aspecto necesario conocer los medios de búsqueda de información

turística para definir el perfil del turista ya que solo utilizó aspectos socioeconómicos y motivaciones.

Así mismo, en los resultados obtenidos sobre la modalidad de viaje del turista se concluyó que lo realizan por cuenta propia y no por medio de agencias de viajes, Al analizar lo detallado podemos diferir de lo obtenido por el autor Forteza, et al. (2017) quien en su investigación identificó que los turistas que practican el turismo náutico en la ruta Sapondylus (Ecuador) buscan la estructuración de paquetes que tengan varios deportes incluidos y así puedan ser disfrutados por varias personas.

De la misma manera se obtuvo que los turistas que visitan las Lagunas las Huaringas tienen un tiempo de anticipación de planificación menor de 1 mes. Kotler (1998) detalla que para definir al perfil del turista se debe conocer todo lo relacionado a los comportamientos del visitante antes y durante el desarrollo de la práctica turística, es así que podemos concordar con la teoría plasmada por el autor ya que si se desea establecer un perfil concreto y detallado se debe identificar el comportamiento de la planificación de su visita.

Con respecto a las investigaciones previas analizadas se ha podido identificar diferencias en lo que respecta a su metodología, debido a que en algunas se aplicaron enfoques mixtos para determinar los diferentes tipos de perfiles acorde a las actividades realizadas por el turista a diferencia de nuestra investigación que sólo se aplicó un enfoque cuantitativo, del mismo modo se mantuvo algunas similitudes, como el uso de técnicas de encuestas, tipos de diseños no experimentales y las características para determinar el perfil del turista. Los resultados obtenidos contribuyen a proporcionar información a las entidades turísticas correspondientes sobre el perfil del turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huaringas, permitiendo así aprovechar dicha actividad y sugerir servicios acordes a los gustos y necesidades del visitante con la confiabilidad y validez.

No obstante, se presentó algunas limitaciones en el proceso de la investigación, como la falta de colaboración de algunos turistas ya que no querían

brindar información por miedo a que esos datos sean utilizados para otras cosas o porque no habían recibido antes la visita de estudiantes de alguna universidad de Lima, provocando así que estuviéramos un tiempo más de lo previsto en Huancabamba para lograr completar el objetivo. Finalmente, se logró explicar sobre el proceso y la confiabilidad de la información brindada, es así que se obtuvo la cantidad de encuestas de los 261 turistas que sí aceptaron contribuir con nosotros durante todo el proceso de recolección.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye que las características psicográficas describen al turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huarinas como personas que les gusta viajar en compañía, como grupos de amigos o familia, así también es un turista sociable que realiza la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer más el lugar, previamente busca información e investiga optando así por los hoteles como su lugar preferido de alojamiento porque les brinda comodidad, seguridad para posterior a ello realizar actividades como los rituales en las Lagunas.
2. Las características sociodemográficas describen a éste tipo de turista como hombres y mujeres peruanos provenientes de la región de Piura siendo trabajadores activos con rango de edad entre 18 a 39 años, demostrando así que ambos géneros realizan éste tipo de actividades y sobre todo que son jóvenes quienes optan por visitar las Lagunas las Huarinas para posteriormente desarrollar éste tipo de turismo, dichos turistas cuentan con un nivel socioeconómico de ingresos menor a S/6.000, teniendo gastos promedios durante su visita de S/500 a S/900.
3. Las características comportamentales describen que el turista realiza este tipo de turismo por motivos de salud, considerando a las amistades como su medio de información más importante para concretar su visita, es por ello que no consideran necesario el uso de una agencia de viaje para la organización sino que lo hacen por cuenta propia con una planificación no menor de 1 mes.
4. Se establece el perfil del turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huarinas como hombres y mujeres jóvenes con un rango de edad entre 18-39 años, solteros(as) con un ingreso mensual menor a S/6000 cuya forma de relacionarse durante su visita es de manera sociable en donde su principal actividad a realizar son los rituales por temas de salud, éstos turistas son de nacionalidad peruana provenientes de la región de Piura

quienes realizan su visita por cuenta propia, obteniendo información por medio de la amistades y con una planificación de viaje menor a un mes. La mayor parte de turistas se informan e investigan previo a su visita, optando así por los hoteles como medio de hospedaje preferido para su mejor comodidad con un gasto promedio durante de S/500 a S/900.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las empresas que brindan el servicio de alojamiento turístico que puedan mejorar su equipamiento, servicios y condiciones solicitadas por los turistas que llegan a la provincia de Huancabamba, esto va a permitir mejorar el ingreso económico y dar oportunidades de trabajo para el sector.
2. Por otro lado, se recomienda que DIRCETUR trabaje articuladamente con MINCETUR y PROMPERÚ para así gestionar la elaboración del perfil del turista místico y que las empresas turísticas puedan utilizar esta información para promover, promocionar e implementar paquetes turísticos según las características predominantes que caracterizan los turistas para desarrollar el turismo místico.
3. Se recomienda a entidades como agencias de viajes u operadores turísticos del departamento de Piura poder analizar el perfil del turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huarinas para mejorar en la planificación y/o organización de paquetes llamativos, realizando actividades que permitan fomentar la visita a la zona no solo de turistas locales sino también poder llegar a los turistas de otros departamentos.
4. Se recomienda fomentar este tipo de investigación en universidades e institutos involucrados en el sector turismo, esto permitirá poder saber más sobre el perfil de estos turistas que practican el turismo místico, así mismo tener un perfil más definido. Por lo tanto, se debe conocer sobre los gustos, preferencias, edad, sexo, lugar de procedencia, etc., donde podremos identificarlos y promover esta actividad en las regiones del país donde se practica.

REFERENCIAS

- Acha-Anyi, P. (2018). Religious tourism – Local Economic Development nexus: Prospects for Atteridgeville Township. *EuroEconomica*, 37(2) <https://www.proquest.com/scholarly-journals/religious-tourism-local-economic-development/docview/2118387892/se-2?accountid=37408>.
- Albert, M. (2020). La Búsqueda Espiritual a Través Del Turismo. Su Articulación Desde El Lado De La Oferta. *Cuadernos de Turismo*, 45, 13–32. [10.6018/turismo.426021](https://doi.org/10.6018/turismo.426021)
- Alejo, O., Icaza, M. & Salazar, M. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-31 http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000100305&lng=es&tlng=es.
- Alquicira, L. (2015). *Motivaciones en el turismo esotérico* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Archivo digital. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/58763/Motivaciones+en+el+turismo+esot%C3%A9rico.+Alquicira++Oliveros+2015.pdf?sequence=1>
- Álvarez, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/10818>
- Aragónés, C., Küster, I., y Vila, N. (2021). Segmentación del turista deportivo: el caso del espectador de la Fórmula 1. *Investigaciones Turísticas*, 21, 182–204. [10.14198/INTURI2021.21.9](https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.9)
- Araujo, G & Sevilha, M. (2017). The travelers and their motivations. *Studies and perspectives of tourism*, (26). <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>

- Arias, J., Villasís, M., y Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011>
- Ashton, A. (2018). Spiritual retreat tourism development in the Asia Pacific region: investigating the impact of tourist satisfaction and intention to revisit: a Chiang Mai, Thailand case study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1098–1114. [10.1080/10941665.2018.1526198](https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1526198)
- Bilbao, J. y Escobar, P. (2020). *Investigación y educación superior* (2.^a ed.) . Lulu.<https://www.lulu.com/shop/piter-henry-escobar-callegas-and-jorge-luis-bilbao-ramirez/shop/piter-henry-escobar-callegas-and-jorge-luis-bilbao-ramirez/investigacion-y-educacion-superior/paperback/product-1qkg8mz7.html?page=1&pageSize=4>
- Cabanilla, E., Lastra-Bravo, X., Pazmiño, J., y Burbano, M. (2021). Análisis del perfil demográfico y consumo turístico en eventos deportivos en la ciudad de Quito. Caso de estudio: Roger Federer. *Retos: Nuevas Perspectivas de Educación Física, Deporte y Recreación*, 40, 27–40.
- Claudio, J., Torres, L., Muñoz, G., y López, T. (2018). El Turista Cultural en Ciudades Patrimonio De La Humanidad De Latinoamérica. El Caso De Cuenca (Ecuador). *Anuario Turismo y Sociedad*, 22, 105–124.[10.18601/01207555.n22.06](https://doi.org/10.18601/01207555.n22.06)
- Chen, G., & Huang, S. (2018). Understanding Chinese cultural tourists: typology and profile. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 162-177. [10.1080/10548408.2017.1350253](https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1350253).
- De Almeida Brazo, D., & da Silva Fonseca Filho, A. (2018). Otaku Tourism: imaginary and motivations of a new typology. *Turismo Em Análise*, 29(2), 273–291. [10.11606/issn.1984-4867.v29i2p273-291](https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i2p273-291).

- Del Campo Tejedor, A. (2019). El éxito de los nuevos chamanes: Turismo místico en los Andes ecuatorianos. *Latin American Research Review*, 54(1), 89–102. [10.25222/larr.151](https://doi.org/10.25222/larr.151)
- Forteza, J., Lam González, Y., y Ledesma, J. (2017). Motivación, Satisfacción E Intenciones Del Turista Náutico en La Ruta De Spondylus (Ecuador). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 26(2), 267–285.
- Gamboa, M. (2016). Turismo místico y Turismo religioso: Las diferencias conceptuales desde una mirada antropológica de la subjetividad. *Revista Uruguaya de Antropología y Etnografía*, 1(1), 4. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2393-68862016000100004&lng=es&tlng=es.
- Gamboa, M. (2019). Turismo místico y turismo religioso en el departamento de Lavalleja (Uruguay) *Una etnografía multi-situada de los atractivos turísticos. Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(1),21-37. 0327-5841. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180758568002>
- García, M., Serrano, R., Monje. L., y Cortés, I. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *Pasos*, 15(3), 713-729. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/perfil-del-visitante-de-naturaleza-en/docview/1988948372/se-2?accountid=37408>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. *recimundo*, 4(3). 163-17. [10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill Education.

https://www.academia.edu/43711980/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_Y_MIXTA?source=swp_share

Kotler, P., Armstrong, G. (2003). Marketing Principles. 9. ed. São Paulo, Prentice – Hall.

Kulyniak I., Zhygalo I., & Yarmola K. (2020). The Mystical Tourism: the Essence and Prospects for Development in Lviv Region. *Biznes Inform*, 3(506), 128–137. [10.32983/2222-4459-2020-3-128-137](https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-3-128-137)

Lopez,P.,& Fachelli,S.(2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Creative Commons,Pp 8. <http://ddd.uab.cat/record/129382>

López, T., Prada, J., Pérez, J., & Pesántez, S. (2019). Segmentation of tourists in the heritage site of Cuenca, Ecuador. *Contaduría y Administración*, 64(3), 1–18. [10.22201/fca.24488410e.2018.1649](https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1649).

Mangwane, J., Hermann, U., & Lenhard, A. (2019). Who visits the apartheid museum and why? An exploratory study of the motivations to visit a dark tourism site in South Africa. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(3), 273-287. [10.1108/IJCTHR-03-2018-0037](https://doi.org/10.1108/IJCTHR-03-2018-0037)

MINCETUR (2020). Reportes de Turismo - Reporte Regional de Turismo - Piura. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1212837-reportes-de-turismo-reportes-regional-de-turismo-piura-2020>

Mora-Jácome, V., Ludeña, A., Ochoa, T., & Sánchez, E. (2018). Motivaciones del turista religioso--peregrino y su satisfaccion/motivations of the religious tourist - pilgrim and his satisfaction. *International Journal of Professional Business Review*, 3(1), 50+. <https://link.gale.com/apps/doc/A597252876/AONE?u=univcv&sid=book-mark-AONE&xid=35c81546>

- Moreno, S.; Beerli, A. y De León, J. (2012). Entender la imagen de un destino turístico: Factores que la integran y la influencia de las motivaciones <https://www.researchgate.net/publication/254400150> Entender la imagen de un destino turístico factores que la integran y la influencia de las motivaciones.
- Orden, M., Carvache, M., Huertas, A., Carvache, W., Landeta, N., & Carvache, O. (2022). Post-COVID-19 Tourists' Preferences, Attitudes and Travel Expectations: A Study in Guayaquil, Ecuador. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(8), 4822.10.3390/ijerph19084822
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Sampling Techniques on a Study Population. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.
- Pinillos, W., & Hernández, C. (2017). ¿Movidos por la fe o la cultura? Apuntes metodológicos sobre el perfil y motivaciones del turista en Cartagena. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 7(2), 140–155. [10.2436/20.8070.01.59](https://doi.org/10.2436/20.8070.01.59)
- Poncela, F. (2018). Perfiles y evaluaciones del turismo en Peña de Bernal (México). *Gran Tour*, (17), 133-157.
- PROMPERU (2017). Perfil del turista extranjero. https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_40_Book_PTE_2017_FINAL.pdf
- Quintero, R. (2019). Teoría de las necesidades de Maslow. http://files.franklin-yagua.webnode.com.ve/200000092e266ae35e3/Teoria_Maslow_Jose_Quintero.pdf
- R., S. S. (2020). Coimbatore as a Spiritual Destination: An Empirical Analysis Based on Tourists' Insights. *IUP Journal of Brand Management*, 17(1), 7–16.

- Rodrigo, M. (2017). Neochamanismos en España. Retorno a las creencias ancestrales de la Madre Tierra. *'Ilu, Revista De Ciencias De Las Religiones*, 22, 9-27. [10.5209/ILUR.57406](https://doi.org/10.5209/ILUR.57406)
- Sartori, A. (2021). Profile of cyclists and bicycle tourist in Santa Catarina (Brazil): socioeconomic aspects and their motivations for using the bicycle for physical exercise, leisure and/or recreation. *Turismo Em Análise*, 32(1), 40–58. [10.11606/issn.1984-4867.v32i1p40-58](https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v32i1p40-58).
- Shankar, R. (2020). Coimbatore as a Spiritual Destination: An Empirical Analysis Based on Tourists' Insights. *IUP Journal of Brand Management*, 17(1), 7-16. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/coimbatore-as-spiritual-destination-empirical/docview/2>.
- Vázquez, J., Moreno, A., Herrera, C., & Sautto, J. (2021). Sobre el tamaño de muestra para un estudio de la prevalencia de enfermedades coronarias. Editorial universitaria de la UAGRO, p21-29. https://www.researchgate.net/profile/CarlosBouza/publication/351411529_SOBRE_EL_TAMANO_DE_MUESTRA_PARA_UN_ESTUDIO_DE_LA_PREVALENCIA_DE_ENFERMEDADES_CORONARIAS/links/609622ce458515d315043bfa/SOBRE-EL-TAMANO-DE-MUESTRA-PARA-UN-ESTUDIO-DE-LA-PREVALENCIA-DE-ENFERMEDADES-CORONARIAS.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de Operacionalización

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variable	Operacionalización				
			Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nivel de medición
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es el perfil del turista que practica turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba -Piura 2021?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>-Establecer el perfil del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, huancabamba-Piura 2021</p>	Perfil del turista	"Un perfil se conforma por una apariencia distintiva que se crea encima de la base de una característica predominante, en terminaciones distintivas como actitudes, conductas o comportamientos y variables demográficas" (Kotler, 1998)	El perfil del turista busca determinar las principales características psicográficas, sociodemográficas y comportamentales que presenta el turista al momento de visitar un destino.	Características psicográficas	Extroversión	Nominal
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cuáles son las características psicográficas del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba - Piura 2021?</p> <p>¿Cuáles son las características sociodemográficas del turista que practica turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba - Piura 2021?</p> <p>¿Cuáles son las características comportamentales del turista que practica turismo místico en las lagunas las Huarinas, Huancabamba - Piura 2021?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>-Describir las características psicográficas del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, huancabamba-Piura 2021</p> <p>-Describir las características sociodemográficas del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, huancabamba-Piura 2021</p> <p>-Describir las características comportamentales del turista que practica el turismo místico en las lagunas las Huarinas, huancabamba-Piura 2021</p>					Actitudes	
						Estilo de vida	
					Características sociodemográficas	Edad	
						Género	
						Estado civil	
						Nivel socioeconómico	
						Lugar de procedencia	
						Ocupación	
					Características comportamentales	Motivaciones	
Organización de la visita							

ANEXO 2: Muestreo

N= Número de la muestra

Z= Nivel de confianza 1.65 (90%)

p= Probabilidad de ocurrencia de un evento 40%

q= Probabilidad de no ocurrir de un evento 60%

E= error muestral 5%

$$N = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

N=261

ANEXO 3: CUESTIONARIO

Instrumento de recolección de datos

Mediante la presente encuesta se desea recolectar información sobre las características psicográficas, sociodemográficas y comportamentales del turista que practica el turismo místico en las Lagunas las Huarinas, Huancabamba-Piura. Se solicita completar la información y/o marcar la alternativa (X) que se requiere acorde a cada pregunta solicitada con toda transparencia. Agradecemos su participación en la presente investigación.

Consentimiento informado:

¿Desea participar y otorgar su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente investigación? Por favor marque con un (X) su respuesta correcta:	SI	NO
--	----	----

Dimensión: Psicográfica

Indicador: Extroversión

1-¿Cómo le gusta realizar la visita a las Lagunas las Huarinas?

- Solo
- Grupo de amigos
- Familia
- Pareja

2- ¿Cuál es su forma de relacionarse en su visita a las Lagunas las Huarinas?

- Sociable
- Comunicativo
- Tímido
- Optimista

Indicador: Actitud

3-¿Cuál es su actitud predominante cuando visita las Lagunas las Huarinas?

- Realizar la visita de manera sana y disciplinada con ganas de conocer el lugar.
- Realizar la visita sin respetar las indicaciones otorgadas y tampoco cuidando el lugar.
- Realiza la visita esperando satisfacer sus deseos de conocimientos e intereses propios.
- Realiza la visita respetando las indicaciones sobre el recorrido y cuidando el lugar.

4- ¿Cómo es su proceder para desarrollar su visita en las Lagunas de las Huarinas?

- Complejo (Se informa e investiga previo a la visita)
- Impulsivo (Realiza la visita de manera inesperada)
- Habitual (Ya realizó la visita anteriormente)
- Comparativo(Realiza comparaciones con otros lugares similares)

Indicador: Estilo de vida

5- ¿Qué tipo de alojamiento utiliza durante su visita?

- Hotel de 3 a más estrellas
- Hostal
- Posadas
- Casa de familiar o amigos

6-¿Qué actividades prefiere desarrollar durante su visita a las Lagunas las Huingas?

- Recorrido del espacio sagrado de las Lagunas las Huingas
- Rituales (curanderismo, mesada)
- Observación de flora y fauna en el páramo de las Lagunas
- Otros (especificar) _____

Dimensión: Sociodemográficas

Indicador: Edad

7-¿Cuál es su rango de edad?

- Entre 18-28 años
- Entre 29-39 años
- Entre 40-50 años
- Entre 51 a más

Indicador: Género

8- ¿Con qué género se identifica?

- Femenino
- Masculino

Indicador: Estado civil

9- ¿Cuál es su estado civil?

- Soltero(a)
- Casado(a)

- Viudo(a)
- Conviviente
- Divorciado(a)

Indicador: Nivel socioeconómico

10- ¿Cuál es su ingreso mensual?

- Menos de S/6 000
- De S/6 000 a S/11 000
- Más de S/ 11 000

11- ¿Cuál es su gasto promedio en su visita a las Lagunas las Huingas?

- Menor de S/500
- De S/500 a S/900
- Más de S/. 900

Indicador: Lugar de procedencia

12- ¿Cuál es su país de procedencia?

- Perú
- Ecuador
- Colombia
- Otros (especificar)_____

13- En caso de haber marcado país Perú, ¿A qué departamento pertenece?

- Amazonas
- Ancash
- Apurímac
- Otros (especificar)_____

Indicador: Ocupación

14- ¿Cuál es su ocupación?

- Estudiante
- Trabajador
- Jubilado

Dimensión: Comportamentales

Indicador: Motivación

15- ¿Cuál fue su principal motivo de viaje para la visita a las lagunas Las Huaringas?

- Salud
- Estudio
- Interés por vivenciar la diversidad cultural
- Visita a familiares /amigos.
- Otros (especificar)_____

Indicador: Organización de la visita

16 ¿Qué medios de búsqueda de información turística utilizó antes de su visita?

- Internet
- Amistades
- Agencias de viajes
- Otros (especificar)_____

17- ¿Cuál fue su modalidad de viaje?

- Por cuenta propia
- Adquirió un paquete turístico

18- ¿Con cuánto de anticipación planificó su visita a las Lagunas las Huaringas?

- Menor a 1 mes
- De 1 a 4 meses
- Más de 5 meses

Gracias por su participación.

ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR LOS EXPERTOS.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 15 de noviembre de 2021

Apellido y nombres del experto: Bazalar Paz, Miguel Angel

DNI: 25793885 Teléfono: 989193334

Título/grados: Doctor en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS: _____

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 12 de noviembre de 2021

Apellido y nombres del experto: Arévalo Zea Fretz

DNI: 43458900 Teléfono: 952607149

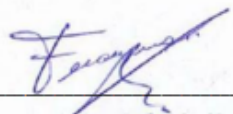
Título/grados: Licenciado en Administración en Turismo / Maestro en Gestión Pública

Cargo e institución en que labora: Docente en la Universidad Cesar Vallejo, Campus Ate.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		-
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		-
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		-
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		-
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		-
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		-
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		-
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		-
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		-

SUGERENCIAS: El instrumento de recolección de datos es aplicable.



FIRMA DEL EXPERTO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 11 de noviembre de 2021

Apellido y nombres del experto: Ramos La Rosa Patricia

DNI: 42929056 Teléfono: 991352092

Título/grados: Licenciado en Administración en Turismo

Cargo e institución en que labora: Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS: _____


 UCV Patricia Ramos La Rosa
 FIRMA DEL EXPERTO

ANEXO 5: PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	EXTROV_R...	Númérico	8	0	¿Cómo le gust...	{1, Solo}...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
2	EXTROV_F...	Númérico	8	0	¿Cuál es su for...	{1, Sociable...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
3	ACTIT_PRE...	Númérico	8	0	¿Cuál es su a...	{1, Realizar...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
4	ACTIT_DES...	Númérico	8	0	¿Cómo es su p...	{1, Complej...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
5	ESTIL_VID...	Númérico	8	0	¿Qué tipo de a...	{1, Hotel de ...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
6	ESTIL_VID...	Númérico	8	0	¿Qué actividad...	{1, Recorrid...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
7	EDAD	Númérico	8	0	¿Cuál es su ra...	{1, Entre 18...	Ninguno	8	Izquierda	Escala	Entrada
8	GENERO	Númérico	8	0	¿Con qué géne...	{1, Femenin...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	ESTADO_C...	Númérico	8	0	¿Cuál es su es...	{1, Soltero(a...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
10	NIVEL_SO...	Númérico	8	0	¿Cuál es su ing...	{1, Menos d...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
11	NIVEL_SO...	Númérico	8	0	¿Cuál es su ga...	{1, Menor d...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
12	LUG_PROCE...	Númérico	8	0	¿Cuál es su paí...	{1, Perú}...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
13	LUG_PROCE...	Númérico	8	0	En caso de hab...	{1, Amazon...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
14	OCUPACIÓN	Númérico	8	0	¿Cuál es su oc...	{1, Estudian...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
15	MOTIVAC...	Númérico	8	0	¿Cuál fue su pri...	{1, Salud}...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
16	ORGANIZ...	Númérico	8	0	¿Qué medios d...	{1, Internet}	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
17	ORGANIZ...	Númérico	8	0	¿Cuál fue su m...	{1, Por propi...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
18	ORGANIZ...	Númérico	8	0	¿Con cuánto d...	{1, Menor a ...	Ninguno	8	Izquierda	Nominal	Entrada
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE...	EXTROV_FO...	ACTIT_PRED...	ACTIT_DESA...	ESTIL_VID_A...	ESTIL_VID_A...	EDAD	GENERO	ESTADO_C...	NIVEL_SOCIO...	NIVEL_SOCIO...	LUG_PROCE...	LUG_PROCE...	OCUPACIÓN	MOTIVAC...	MOTIVAC...
1	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000 ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
2	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
3	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Comparativo	Posadas	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Interes por ...	Intern
4	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Hostal	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
5	Pareja	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
6	Solo	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Salud	Amis
7	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	De S/ 6000...	Menor de ...	Ecuador	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
8	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Posadas	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Amis
9	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 40_5...	Masculino	Divorciado	Más de S/...	Más de S/...	Francia	0	Jubilado	Interes por ...	Intern
10	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Estudiante	Interes por ...	Intern
11	Grupo de a...	Tímido	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Amis
12	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Impulsivo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
13	Familia	Sociable	Realiza la ...	Comparativo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Estudiante	Interes por ...	Agen
14	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Comparativo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Amis
15	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agen
16	Pareja	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Venezuela	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
17	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Posadas	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agen
18	Solo	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agen
19	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Amis
20	Familia	Optimista	Realiza la ...	Comparativo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agen
21	Pareja	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Posadas	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agen

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.ON

Perfil turista Mistico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC AJE	ORG S
20	Familia	Optimista	Realiza la ...	Comparativo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agenc
21	Pareja	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Posadas	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agenc
22	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Estudio	Agenc
23	Solo	Optimista	Realiza la ...	Comparativo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Estudiante	Interes por ...	Intern
24	Grupo de a...	Tímido	Realiza la ...	Impulsivo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agenc
25	Familia	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Agenc
26	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Impulsivo	Hostal	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Interes por ...	Amis
27	Familia	Optimista	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por ...	Amis
28	Pareja	Optimista	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Intern
29	Pareja	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Intern
30	Familia	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Recordido ...	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Amis
31	Familia	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recordido ...	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Amis
32	Solo	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Recordido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Interes por ...	Amis
33	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
34	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
35	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Más de S/...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
36	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recordido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Estudio	Intern
37	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Amis
38	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recordido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
39	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Recordido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Estudio	Amis
40	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Intern

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Perfil turista Mistico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC AJE	ORG S
40	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Intern
41	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
42	Familia	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Intern
43	Pareja	Optimista	Realiza la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Intern
44	Familia	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Recordido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Ecuador	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
45	Solo	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recordido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Intern
46	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Casa de fa...	Recordido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
47	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Complejo	Casa de fa...	Recordido ...	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
48	Grupo de a...	Tímido	Realiza la ...	Comparativo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
49	Familia	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
50	Familia	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
51	Familia	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
52	Familia	Optimista	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Amis
53	Familia	Optimista	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
54	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Recordido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
55	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recordido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Interes por ...	Intern
56	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recordido ...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Interes por ...	Intern
57	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recordido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Intern
58	Grupo de a...	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Recordido ...	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
59	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Comparativo	Hostal	Recordido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Intern
60	Pareja	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recordido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	De S/ 6000...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Agenc

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
59	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Comparativo	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Intern
60	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	De S/ 6000...	Más de S/ ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Agen
61	Pareja	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Más de S/ ...	Más de S/ ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Agen
62	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Agen
63	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Agen
64	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Agen
65	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Comparativo	Hostal	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Intern
66	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Intern
67	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Intern
68	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
69	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
70	Grupo de a...	Tímido	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
71	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
72	Familia	Optimista	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
73	Familia	Sociable	Realiza la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
74	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
75	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
76	Pareja	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por ...	Intern
77	Pareja	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por ...	Intern
78	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	La Libertad	Jubilado	Salud	Amis
79	Familia	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
80	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
80	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
81	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
82	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
83	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
84	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
85	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
86	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Intern
87	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Intern
88	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Intern
89	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Intern
90	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Intern
91	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
92	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Salud	Amis
93	Pareja	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
94	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
95	Grupo de a...	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
96	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
97	Grupo de a...	Comunicativo	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
98	Grupo de a...	Optimista	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 18_2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
99	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Intern
100	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18_2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_CI VIL	NIVEL_SOCIO OECON	NIVEL_SOCIO OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
99	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
100	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por ...	Amis
101	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Amis
102	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Más de S/...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Amis
103	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Venezuela	0	Trabajador	Interes por ...	Intern
104	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	De S/ 6000...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Salud	Amis
105	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	De S/ 6000...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Salud	Amis
106	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Más de S/...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
107	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	De S/ 6000...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Salud	Amis
108	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Más de S/...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Salud	Intern
109	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Más de S/...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
110	Familia	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Más de S/...	Más de S/...	Colombia	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
111	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
112	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
113	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Interes por ...	Intern
114	Familia	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
115	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Visita a fa...	Amis
116	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Salud	Amis
117	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Salud	Amis
118	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
119	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
120	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_CI VIL	NIVEL_SOCIO OECON	NIVEL_SOCIO OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
120	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
121	Familia	Optimista	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
122	Solo	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
123	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Estudiante	Estudio	Amis
124	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Visita a fa...	Amis
125	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
126	Familia	Optimista	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
127	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Salud	Amis
128	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Visita a fa...	Amis
129	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Visita a fa...	Amis
130	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Estudiante	Visita a fa...	Amis
131	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Amazonas	Trabajador	Salud	Amis
132	Familia	Optimista	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
133	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Amazonas	Trabajador	Salud	Amis
134	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por ...	Amis
135	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por ...	Amis
136	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Visita a fa...	Amis
137	Familia	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Visita a fa...	Amis
138	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Amazonas	Trabajador	Salud	Amis
139	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
140	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Estudiante	Salud	Amis
141	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
140	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Estudiante	Salud	Amis
141	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
142	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Estudiante	Salud	Amis
143	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
144	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Más de S/...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Intern
145	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Más de S/...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Intern
146	Grupo de a...	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Más de S/...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Salud	Intern
147	Solo	Optimista	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
148	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Interes por...	Amis
149	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por...	Amis
150	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Estudiante	Salud	Amis
151	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
152	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
153	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	La Libertad	Trabajador	Interes por...	Amis
154	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por...	Amis
155	Grupo de a...	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	La Libertad	Trabajador	Interes por...	Amis
156	Solo	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Más de S/...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
157	Pareja	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	La Libertad	Trabajador	Interes por...	Amis
158	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	La Libertad	Trabajador	Interes por...	Amis
159	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
160	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
160	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
161	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Salud	Amis
162	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por...	Amis
163	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por...	Amis
164	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
165	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
166	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Estudiante	Salud	Amis
167	Solo	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por...	Amis
168	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Estudiante	Salud	Amis
169	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
170	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Interes por...	Amis
171	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Visita a fa...	Amis
172	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
173	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
174	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Salud	Amis
175	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
176	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Interes por...	Amis
177	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Interes por...	Amis
178	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
179	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
180	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
179	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
180	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
181	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
182	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
183	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Comparativo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
184	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
185	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Visita a fa...	Amis
186	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Visita a fa...	Amis
187	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Visita a fa...	Amis
188	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
189	Pareja	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Salud	Amis
190	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Estudiante	Interes por ...	Amis
191	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Amis
192	Solo	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
193	Solo	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Salud	Amis
194	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
195	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Estudiante	Salud	Amis
196	Familia	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
197	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
198	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Trabajador	Salud	Amis
199	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Estudiante	Interes por ...	Amis
200	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Estudiante	Interes por ...	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_C VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
200	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Arequipa	Estudiante	Interes por ...	Amis
201	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Estudiante	Interes por ...	Amis
202	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	Menor de ...	Ecuador	0	Trabajador	Interes por ...	Amis
203	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Femenino	Divorciado	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Intern
204	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Visita a fa...	Amis
205	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Intern
206	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Comparativo	Posadas	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Interes por ...	Amis
207	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Interes por ...	Amis
208	Familia	Optimista	Realizar la ...	Impulsivo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Interes por ...	Intern
209	Familia	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Posadas	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Estudiante	Salud	Amis
210	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
211	Familia	Tímido	Realizar la ...	Comparativo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Salud	Amis
212	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
213	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
214	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Conviviente	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
215	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Casado(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
216	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Casado(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
217	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Conviviente	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
218	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Intern
219	Solo	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Estudiante	Estudio	Intern
220	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Salud	Intern
221	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_CI VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
220	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Salud	Intern
221	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
222	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Estudiante	Visita a fa...	Amis
223	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
224	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
225	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
226	Grupo de a...	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Visita a fa...	Amis
227	Solo	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
228	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
229	Familia	Optimista	Realizar la ...	Impulsivo	Hostal	Recorrido ...	Entre 51 a ...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Intern
230	Grupo de a...	Tímido	Realizar la ...	Impulsivo	Hostal	Observació...	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	De S/ 6000...	Más de S/...	Ecuador	0	Trabajador	Interes por ...	Intern
231	Grupo de a...	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Casado(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Estudio	Intern
232	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lima/Callao	Estudiante	Estudio	Amis
233	Pareja	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Intern
234	Pareja	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Interes por ...	Intern
235	Solo	Optimista	Realiza la ...	Comparativo	Hostal	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	La Libertad	Trabajador	Interes por ...	Intern
236	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
237	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
238	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
239	Familia	Sociable	Realiza la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
240	Familia	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
241	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Estudiante	Interes por ...	Amis

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RRROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_CI VIL	NIVEL_SOC OECON	NIVEL_SOC OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
240	Familia	Optimista	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
241	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Estudiante	Interes por ...	Amis
242	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Femenino	Casado(a)	De S/ 6000...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Interes por ...	Amis
243	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 40_5...	Femenino	Viudo(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Jubilado	Salud	Amis
244	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Recorrido ...	Entre 29_3...	Femenino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
245	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Recorrido ...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Lambayeque	Trabajador	Estudio	Intern
246	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 51 a ...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Interes por ...	Amis
247	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
248	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
249	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
250	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
251	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
252	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
253	Familia	Sociable	Realizar la ...	Comparativo	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
254	Familia	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Casa de fa...	Observació...	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Tumbes	Trabajador	Visita a fa...	Amis
255	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
256	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Impulsivo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
257	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
258	Solo	Tímido	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Amis
259	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
260	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Posadas	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Intern

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode: ON

Perfil turista Místico final.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

16: EDAD 1 Visible: 18 de 18 variables

	EXTROV_RE AL_VISIT	EXTROV_FO RM_RELAC	ACTIT_PRED OMIN	ACTIT_DESA RROLL_VISIT	ESTIL_VID_A LOJAMI	ESTIL_VID_A CTI_DESARR	EDAD	GENERO	ESTADO_CI VIL	NIVEL_SOCI OECON	NIVEL_SOCI OEC_GAST	LUG_PROCE DENC	LUG_PROCE DENC_PER	OCUPACIÓN	MOTIVAC_VI AJE	ORG S
250	Familia	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
251	Grupo de a...	Comunicativo	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Femenino	Casado(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
252	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Complejo	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Femenino	Soltero(a)	De S/ 6000...	De S/ 500 ...	Perú	Cajamarca	Trabajador	Salud	Amis
253	Familia	Sociable	Realizar la ...	Comparativo	Hostal	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
254	Familia	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Casa de fa...	Observació...	Entre 40_5...	Masculino	Casado(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Tumbes	Trabajador	Visita a fa...	Amis
255	Familia	Sociable	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
256	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Impulsivo	Casa de fa...	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
257	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Hostal	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Amis
258	Solo	Tímido	Realizar la ...	Complejo	Hotel de 3 ...	Rituales	Entre 29_3...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Más de S/...	Perú	Lima/Callao	Trabajador	Interes por ...	Amis
259	Grupo de a...	Sociable	Realizar la ...	Impulsivo	Hotel de 3 ...	Observació...	Entre 40_5...	Femenino	Conviviente	Menos de ...	De S/ 500 ...	Perú	Tumbes	Trabajador	Salud	Amis
260	Familia	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Posadas	Observació...	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Intern
261	Solo	Comunicativo	Realizar la ...	Habitual	Casa de fa...	Rituales	Entre 18-2...	Masculino	Soltero(a)	Menos de ...	Menor de ...	Perú	Piura	Trabajador	Salud	Intern
262																
263																
264																
265																
266																
267																
268																
269																
270																
271																

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

ANEXO 6: EVIDENCIAS FOTOS



Imagen 1: Casona en la comunidad de Huancabamba



Imagen 2: Turistas en las Lagunas las Huaringas.



Foto 3: Camino hacia las Lagunas



Imagen 4: Aplicación de las encuestas



Imagen 5: Plaza de la provincia de Huancabamba



Imagen 6: Mesada realizada a orillas de la Laguna



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LELI VIOLETA VELASQUEZ VILOCHE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Perfil del Turista que Practica el Turismo Místico en las Lagunas las Huarinas, Huancabamba-Piura 2022", cuyos autores son VALDERA BANCES WILSON ALEXANDER, CAMACHO HERRERA ANGIE CARLITA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, 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 en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 08 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LELI VIOLETA VELASQUEZ VILOCHE DNI: 18217577 ORCID: 0000-0001-9985-0344	Firmado electrónicamente por: LVVELASQUEZV el 21-07-2022 17:08:53

Código documento Trilce: TRI - 0330381