



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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

Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023

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

Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORES:**

Flores Cristobal, Lesly Priscilla (orcid.org/0000-0002-2578-6674)

Ortega Reyes, Flavio Omar (orcid.org/0000-0002-8254-0072)

**ASESORA:**

Mg. Velásquez Viloche, Leli Violeta (orcid.org/0000-0001-9985-0344)

**LÍNEA DE INVESTIGACION:**

Gestión Turística

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

La presente investigación va dedicada con mucho cariño a mi familia, por todo ese apoyo incondicional que me brindaron en este proceso.

*Flores Cristobal Lesly*

A mi madre le dedico todo mi esfuerzo por apoyarme y cuidar de mí, a mi novia por siempre motivarme a seguir adelante y no rendirme.

*Ortega Reyes Omar*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios, por guiarme y acompañarme en cada paso de mi vida. A mi familia por ser mi principal fuente de motivación, no habría logrado nada de esto, sin ustedes. A mi novio por cuidar de mi salud y alimentación en este proceso, finalmente a mi asesora la Mg. Velásquez Viloche, Leli Violeta por toda su paciencia, comprensión, motivación y enseñanzas brindadas para el desarrollo del presente trabajo.

*Flores Cristobal Lesly*

Agradezco en primer lugar a Dios, por estar presente en cada paso de mi vida, a mi padre, que desde el cielo me brinda las fuerzas necesarias para seguir adelante, a mi madre y hermanos por su amor y apoyo incondicional. A mi novia y compañera Lesly Flores que me brindó su apoyo continuo y paciencia. A mi asesora por haberme brindado su apoyo académico y ser nuestra guía en este proceso.

*Ortega Reyes Omar*



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VELASQUEZ VILOCHE LELI VIOLETA, 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 Completa titulada: "Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023", cuyos autores son FLORES CRISTOBAL LESLY PRISCILLA, ORTEGA REYES FLAVIO OMAR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, 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 Completa 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, 04 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
VELASQUEZ VILOCHE LELI VIOLETA <b>DNI:</b> 18217577 <b>ORCID:</b> 0000-0001-9985-0344	Firmado electrónicamente por: LVVELASQUEZV el 11-07-2023 08:39:31

Código documento Trilce: TRI - 0571802



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, FLORES CRISTOBAL LESLY PRISCILLA, ORTEGA REYES FLAVIO OMAR estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
FLORES CRISTOBAL LESLY PRISCILLA <b>DNI:</b> 73713679 <b>ORCID:</b> 0000-0002-2578-6674	Firmado electrónicamente por: LFLORESC5 el 03-10-2023 20:19:54
ORTEGA REYES FLAVIO OMAR <b>DNI:</b> 48441655 <b>ORCID:</b> 0000-0002-8254-0072	Firmado electrónicamente por: FORTEGAR el 03-10-2023 20:21:01

Código documento Trilce: INV - 1313832



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis ...	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	14
3.5. Procedimientos.....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN .....	38
VI. CONCLUSIONES .....	42
VII. RECOMENDACIONES .....	44
REFERENCIAS .....	45
ANEXOS .....	50

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validación de expertos .....	15
---------------------------------------	----

## ÍNDICE DE GRAFICOS Y FIGURAS

Figura 1. Género del turista que viaja a Lurín .....	17
Figura 2. Edad del turista que viaja a Lurín .....	18
Figura 3. Estado civil del turista que viaja a Lurín .....	19
Figura 4. Grado de instrucción de los turistas que viajan a Lurín .....	20
Figura 5. Ocupación de los turistas que viajan a Lurín .....	21
Figura 6. Lugar de procedencia de los turistas que viajan a Lurín .....	22
Figura 7. Planificación del viaje de los turistas que viajan a Lurín .....	23
Figura 8. Elección de destino por parte de los turistas que visitan Lurín .....	24
Figura 9. Frecuencia de visita de los turistas a Lurín .....	25
Figura 10. Tipo de turismo que realizan los visitantes en Lurín .....	26
Figura 11. Tiempo de permanencia de los turistas que visitan Lurín .....	27
Figura 12. Aspecto principal para la toma de decisión para elegir Lurín como destino turístico .....	28
Figura 13. Motivo de viaje de los turistas que visitan Lurín .....	29
Figura 14. Nivel de ingresos de los turistas que visitan a Lurín .....	31
Figura 15. Financiamiento del viaje de los turistas que visitan a Lurín .....	32
Figura 16. Precios de los medios de transporte para llegar a Lurín .....	33
Figura 17. Precios de los hospedajes en Lurín .....	34
Figura 18. Precios de los restaurantes en Lurín .....	35
Figura 19. Precios de artesanías y recuerdos en Lurín .....	36

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023, en relación a la metodología es de tipo aplicada, ha tenido un alcance descriptivo, con enfoque cuantitativo y su diseño fue de carácter no experimental. La muestra estuvo representada por 271 turistas, la técnica utilizada fue el cuestionario y el instrumento la encuesta. Se concluyó que los turistas que visitan Lurín son hombres jóvenes y solteros, entre los 25 a 34 años, con estudios superiores concluidos y un trabajo estable, provienen de distritos limítrofes, tienden a planificar sus viajes, sin embargo, no usan ningún intermediario para escoger el destino ya que lo hacen por su cuenta, han visitado Lurín más de dos veces para realizar turismo cultural, siendo la variedad de sus recursos culturales el principal aspecto para elegirlo, permanecen en el destino solo por un día. En cuanto a sus características económicas, estos turistas tienen ingresos por encima del sueldo mínimo actual, utilizando sus propios fondos económicos para financiar sus viajes, finalmente con respecto a los precios en el destino mencionaron que son accesibles.

**Palabras clave:** demanda turística, análisis de la demanda turística, características económicas, motivación y turismo, segmentación de demanda turística.

## **ABSTRACT**

The present research work had as general objective to describe the characteristics of the tourist demand in the district of Lurin 2023, in relation to the methodology it is of an applied type, it has had a descriptive scope, with a quantitative approach and its design was non-experimental. The sample was represented by 271 tourists, the technique used was the questionnaire and the instrument the survey. It was concluded that the tourists who visit Lurin are young and single men, between the ages of 25 and 34, with completed higher education and a stable job, they come from neighboring districts, tend to plan their trips, however, they don't use any intermediary to choose the destination because do it on their own, they have visited Lurin more than twice for cultural tourism, the variety of its cultural resources being the main aspect to choose it, they stay in the destination for only one day. About their economic characteristics, these tourists have incomes above the current minimum wage, using their own economic funds to finance their trips, finally with respect to prices at the destination, they mentioned that they are accessible.

**Keywords:** tourism demand, analysis of tourism demand, economic characteristics, motivation and tourism, segmentation of tourism demand.

## I. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que causa el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual, ya sea de manera nacional o internacional, siendo en su mayoría por motivos de ocio y recreación. Así mismo dicha actividad contribuye a la economía de la zona visitada, mejora su calidad de vida, revaloriza su identidad cultural, conserva sus costumbres y tradiciones, entre otros beneficios. Por esta razón es importante contar con estadísticas confiables que otorguen un adecuado análisis para la correcta toma de decisiones y el planteamiento de nuevas políticas que permitan un mejor desarrollo del turismo (United Nations, 2010).

Es aquí donde el análisis de demanda cobra gran relevancia puesto que sin demanda no existe turismo, y sería absurdo planificar todo para poder desarrollar una actividad turística en un destino si no existe quien la visite. Es por esta razón que es importante conocer el tipo de turista, cuál es su gasto promedio, como seleccionan el destino a visitar, etc. (Shafiullah et al., 2019). Vale mencionar que conocer los rasgos de la demanda conlleva a mejorar la capacidad del destino para satisfacer las principales necesidades del turista (Fernández et al., 2019).

Es así que para la comunidad europea es fundamental la operación de la Eurostat, La Oficina Europea de Estadística, la cual le brinda datos importantes a instituciones públicas y privadas, información que también sirve para la industria turística puesto que brinda indicadores referentes al motivo de viaje, la cantidad de visitantes, su gasto promedio diario y en general por todo el periodo de viaje (Gómez y Rodríguez 2018). Por otro lado, Cruz et al. (2018), menciona que si bien es cierto existen variables explicativas comúnmente usadas también se debe tener en cuenta otros factores como crisis, recesiones económicas o cierre de fronteras.

De la misma manera Gouveia et al. (2022), menciona que, aunque el factor económico es transcendental al momento de hablar de demanda, existen situaciones en las que el factor dominante es la distancia, en otras palabras, para los turistas los países más alejados se vuelven menos atractivos y le restan importancia a variables como tipo de cambio o precios del destino.

Centrándose en Latinoamérica, específicamente en Ecuador se encontró que las razones que conducen a la elección del destino son el costo de transporte, el costo de vida en el destino, el tipo de cambio y el clima. Se pudo identificar además que la demanda turística varía en función a las características de los países de procedencia, ya que si son de países desarrollados lo que influye en su decisión de viaje son sus ingresos mientras que de los países menos desarrollados es la distancia al destino (Fernand y Pastás 2019).

En Perú, específicamente en el caso de turistas nacionales Promperú (2022) en su investigación del Perfil del potencial vacacionista 2022 menciona que el 44% de los peruanos afirma que viajará en los próximos meses, siendo Cusco y Lima las regiones con más intención de visita. Cabe destacar que esta intención de viaje es debido principalmente a la recuperación sanitaria del Covid-19.

Entonces sabiendo que Lima es una de las zonas más visitadas por los turistas y siendo mencionada por la demanda potencial como una de las principales regiones a visitar a futuro, ubicamos dentro de ella a Lurín como un destino turístico a pocos minutos de la capital y que tiene mucho que ofrecer al turista. Por el lado gastronómico tenemos el clásico pan con chicharrón y café pasado o una carapulcra lurinense, en el ámbito histórico cuenta con el Complejo Arqueológico de Pachacamac, lugar que fue el centro ceremonial más grande de la costa del Perú antes del dominio inca, también cuenta con áreas de naturaleza, ideal para gente que le gusta la aventura y el trekking. (Y tú qué planes?, 2020)

Incluso con todo lo antes mencionado, la demanda turística de Lurín no ha sido analizada y no se conoce cuáles son las características de esta última. Es por eso que esta investigación parte del problema general; ¿Cuáles son las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023?, de los cuales se plantean los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características relacionadas a las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023?, ¿Cuáles son las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023?

En la actualidad no hay estudios sobre la demanda turística de Lurín, y las investigaciones que existen se basan en otros temas turísticos más no en la demanda, por esta razón con este proyecto se pretende investigar acerca de las

características de la demanda turística de Lurín, lo cual podría servir como data importante para futuras investigaciones.

Es así que, Arias y Covinos (2021) indican que la justificación teórica se da cuando el tema que se ha abordado carece de bases o de teorías científicas. Por ello nuestra investigación tiene valor teórico puesto que podrá enriquecer el conocimiento acerca del tipo de turista, su gasto promedio, su motivo de viaje, entre otros relativos a la demanda, en un distrito que tiene mucho que ofrecer a sus visitantes.

De igual forma, Fernández (2020) afirma que la investigación tiene una base práctica si su desarrollo contribuye a la solución de un problema o al menos sugiere estrategias que ayuden a resolverlo en la práctica. Por lo tanto, este estudio tiene una base práctica, ya que brinda información importante que puede ser utilizada para implementar actividades para mejorar el turismo en el distrito de Lurín.

En ese sentido se planteó el siguiente objetivo general; describir las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023, del cual se plantearon los siguientes objetivos específicos; definir las características de las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023, determinar las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

En su investigación, Arriaga y Velásquez (2017) tuvo como objetivo identificar las condiciones que contribuyen al desarrollo del turismo cultural en Otuzco. Se analizaron cuatro variables: comunidad receptora, demanda turística e infraestructura vial. Se usaron métodos analíticos sintéticos y etnográficos. Se utilizaron encuestas a residentes y a turistas como instrumento. Se encuestó a 360 residentes y 101 turistas. El 53,33% de la población son mujeres y el 46,67% son hombres; El 91% pone en práctica valores, el 98% están listos para recibir turistas, también el 99% turistas dijeron estar interesados en el turismo cultural, el 57% consideran a Otuzco un lugar agradable y el 43% lo considera seguro, el 79% lo visita por venerar a la Virgen María, el 39,6% por la gastronomía, el 29,7% por descubrir nuevas formas de vida, el 21,7% por hacer turismo y el 6,9% por visitar a sus familiares.

Serrano et al. (2019), en su investigación se planteó como objetivo el desarrollo y análisis del sistema de indicadores turísticos en el Cantón Cuenca. La metodología utilizada es descriptiva-cuantitativa. A manera de resultado se muestran que Cuenca recibió turistas nacionales en los años 2015 y 2016, siendo en su mayoría de Guayaquil con un 36,25%, seguida de Quito con 28,51% visitantes. La mayoría de los turistas extranjeros que visitaron la ciudad de Cuenca en 2015 procedían de Estados Unidos con un 40%. En cuanto al 2016, el porcentaje se elevó a 51,59% turistas de Estados Unidos.

García et al. (2020), en su estudio tuvieron como objetivo caracterizar la demanda colombiana de productos y servicios turísticos de la provincia de Pichincha en Ecuador. La metodología se basa en un análisis factorial y exploratorio, se aplicó un cuestionario a 484 colombianos en el puente internacional de Rumichaca, principal punto de tránsito fronterizo entre los países de Ecuador y Colombia. Los resultados muestran que los turistas conocen el destino a través de familiares y amigos, son independientes, un mayor porcentaje de ellos viaja con su familia y entre los factores más importantes que motivan el viaje resaltan: disfrutar de la naturaleza, paisajes atractivos; actividades culturales y de ocio, posibilidad de ir a la playa, conocer Ecuador. Es importante resaltar que el medio de transporte más

utilizado es el bus; que la duración del viaje es en mayor porcentaje de 3 a 6 noches, que de la tipología de alojamiento destaca un hotel de 4 y 5 estrellas, que reservan directamente, que visitan todos los años o casi todos los años y cuyo costo de viaje diario por persona sin alojamiento es superior a \$101.

En su investigación, Carrera (2018) busco dar a conocer las tendencias de la demanda turística nacional e internacional de Napo. Donde se aplicaron métodos descriptivos a través de técnicas de investigación como revisiones bibliográficas y cuestionarios que recopilan información importante sobre las características de los turistas nacionales e internacionales, tomando en cuenta variables como edad, género, estado civil, lugar de origen y nivel de turismo, ingresos, etc. La encuesta reveló que los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia son viajeros solteros de 16 a 39 años y de 28 a 39 años, altamente educados y viajeros independientes que pasan un tiempo dentro de la provincia. Un recorrido por la naturaleza de dos días costará en promedio \$40.00 por día para viajeros nacionales y \$79.06 para viajeros extranjeros.

En su investigación, Carvache et al., (2018), se planteó como objetivo analizar la demanda turística en función de la satisfacción, actitudes y preferencias gastronómicas en Salitre. Metodológicamente se utilizó un enfoque cuantitativo de cobertura descriptiva por encuesta cerrada con muestreo no probabilístico en 119 alojamientos de un total de 223, de un total 2.000 turistas tanto nacionales como extranjeros. Los resultados mostraron que las preferencias de los visitantes incluyen la cazuela de camarones, el pato seco y la fritada. La satisfacción con la gastronomía es alta, siendo la variedad de platos y la rápida atención los atributos más importantes en cuanto a la satisfacción, y esto hace que esos sean los mejores aspectos para promocionar la gastronomía de Salitre como destino.

Serrano y Villafuerte (2018) en su investigación tuvieron como objetivo identificar los indicadores turísticos; oferta y demanda del cantón Cuenca. Metodológicamente es de enfoque cuantitativo y descriptivo, se realizaron encuestas a 119 hospedajes y a 2000 turistas. Respecto al hospedaje se obtuvo que los visitantes se alojan un promedio de 2 noches, se supo además que las necesidades más solicitadas en orden de importancia respecto a los servicios son: capacitación en servicio al cliente

y manejo de medios digitales. Además, se obtuvo que el 55.26% fueron de género masculino y el 44.24% femenino, su edad promedio oscila entre los 26 y 36 años; así mismo se autodenominan en su mayoría como turistas culturales y de experiencias, cabe recalcar que la procedencia principal de los turistas es en orden de mayor cantidad, de Estados Unidos, Colombia, Argentina y Alemania.

Muñoz et al. (2017), en su estudio tuvo como objetivo presentar un análisis de la situación del turismo en el área natural protegida, la isla Santay, localizada en el cantón Durán. Los resultados en cuanto a la variable de perfil sociodemográfico muestran que más de la tercera parte de los encuestados tienen menos de 40 años, según la procedencia, el 70,8% de los turistas encuestados son nacionales. En cuanto a la variable motivaciones se obtuvo como resultado que un 88,6% de los turistas consultados escogieron como principal motivo para visitar la isla Santay el deseo de conocer sitios nuevos, otra motivación fundamental sería pasar momentos agradables con amigos, familia o contactar con la naturaleza. Cabe destacar que la mayoría de los visitantes de Santay tienen un poder adquisitivo medio-bajo. Además, se encontró una muy baja motivación para realizar actividades que tengan relación directa en la comunidad, como la gastronomía y la artesanía.

Molina et al. (2018), en su artículo tuvo como propósito identificar las preferencias de los ciudadanos residentes en Quito con respecto a actividades relacionadas con el ocio y turismo. La investigación se realizó a través de un enfoque mixto. Para el planteamiento del cuestionario, se tomó en cuenta motivaciones, estilos de vida y variables socioeconómicas, todo resumido en 15 preguntas. Se realizaron 4432 encuestas. Esta encuesta está dirigida a los habitantes de la ciudad de Quito, teniendo en cuenta la edad mínima de 16 años. Como resultado, quedó claro que los habitantes de los municipios quiteños fueron identificados según diez tipos de actividades de ocio, entre sus principales motivaciones se encuentran las motivaciones naturales y culturales. Gran parte de la población se dedica a la recreación y al turismo con sus familias. Disfrutan de su tiempo libre visitando lugares cercanos, pero aprovechan su tiempo de vacaciones para visitar la costa ecuatoriana para realizar actividades de sol y playa y les fascina la comida playera. El mayor porcentaje de encuestados fueron estudiantes universitarios, por lo que su edad oscila entre los 16 y los 25 años. La seguridad, los servicios, la

infraestructura y la accesibilidad responden a las principales necesidades que buscan los quiteños a la hora de realizar actividades de ocio y turismo.

En su estudio, Salas y Villacís (2020) se plantearon como objetivo analizar las mejoras del turismo en Patate (Ecuador), a partir del diagnóstico de la demanda. Se utilizó un diseño de investigación exploratorio cualitativo y cuantitativo. Se utilizó también una investigación descriptiva para definir el proceso de estudio de los fenómenos. Para el trabajo de campo se determinó la muestra de la población que son los turistas que llegaron a Patate en el 2019 durante la celebración del Señor del Terremoto, se obtuvo un total de 22.620 visitantes durante los 3 días de la festividad, por lo que se puede considerar una población infinita. La muestra fue un total de 196 individuos. Los resultados mostraron que la ciudad de Patate recibió la mayor cantidad de turistas de Tungurahua (53%) y provincias cercanas: Pichincha (19%), Cotopaxi (7%), Chimborazo (6%). Se sabe que el 48% de los encuestados eran hombres. Cuando se trata de razones para venir a Patate, la mayoría lo hace para relajarse, entretenerse y vacacionar. Finalmente, con base en los resultados, es posible comprender el segmento de mercado de Patate entre hombres y mujeres de 30 a 60 años, principalmente descendientes de las provincias de Tungurahua y Pichincha, quienes manifestaron que el turismo de Patate está en auge. Sin embargo, todavía hay algunos factores urgentes que deben mejorarse, tales como: limpieza de la ciudad, tráfico, información turística, accesibilidad entre otros.

Muñoz et al. (2018), en su estudio para analizar el perfil sociodemográfico y las motivaciones de los turistas que visitan Quito, Ecuador, utilizaron métodos estadísticos descriptivos y análisis no paramétrico. En base a que deben ser turistas no ecuatorianos, se realizaron un total de 539 encuestas, de las cuales 516 fueron válidas. Los encuestados fueron seleccionados a través de un muestreo de conveniencia. Según los resultados del perfil sociodemográfico, el 61,9% son hombres y el resto mujeres, y entre los encuestados, el 43,3% dijo tener menos de 30 años. Los turistas tienen un alto nivel de educación, ya que el 82,4% de ellos tiene un título universitario y el 21% tiene un postgrado. De los viajeros encuestados sobre el transporte que tomaron para llegar a Quito, el 71,8% respondió en avión, frente al 25,5% que llegó en bus. La mayoría de los encuestados afirma conocer la ciudad a través de redes sociales como Facebook o Twitter. El 28,6 % de

encuestados informaron tener ingresos entre \$1500 y \$2500. El estudio confirma que el deseo de descubrir nuevos lugares y alejarse de la vida cotidiana son las dos principales motivaciones de los turistas. Los resultados de este estudio muestran que existen buenas razones para diferenciar el perfil de los turistas que visitan Quito por región geográfica y cultural, lo cual es un hallazgo interesante a la hora de gestionar la política de difusión de este destino turístico.

Para entender la base teórica de esta investigación, se presentó la teoría del comportamiento del consumidor de Solomon y Lowrey (2017), quienes lo define como el estudio del proceso que realiza una persona o un grupo de personas cuando escogen, adquieren y utilizan un producto o servicio, para finalmente satisfacer sus deseos y necesidades. Además, menciona que es importante este estudio debido a que gracias a él se puede segmentar el mercado de acuerdo con los aspectos demográficos, los cuales incluyen edad, género, lugar de origen entre otros, y aspectos psicográficos, los cuales se refieren a las características psicológicas y al estilo de vida. Es así que esta investigación se basa en esta teoría ya que está estrechamente relacionada con el estudio de las características de los consumidores, que en este caso serían los turistas de Lurín.

De esta manera también podemos mencionar la teoría de Maslow (1970) como se citó en Yousaf et al., (2018). quien nos menciona que las acciones de cada individuo nacen de una motivación la cual está orientada a cumplir sus necesidades, las mismas que se pueden ordenar de acuerdo con la importancia que tengan para lograr su bienestar. Para explicar mejor su teoría Maslow presentó las necesidades en una pirámide de cinco niveles, en donde ubico a las prioritarias en la base y en la parte superior la autorrealización, es así que cuando las necesidades más básicas se satisfacen pierden importancia y surgen unas nuevas hasta llegar a la cúspide. Por ello, base teórica se usa en la investigación ya que todos los turistas toman diferentes decisiones de viaje de acuerdo a su motivación, la cual también será estudiada en la presente.

En el marco conceptual de esta investigación se tomó definiciones de diferentes autores para analizar la variable demanda turística, Es así que Molina (2005), como se citó en Arriaga y Velásquez (2017), nos menciona que la demanda turística, es

uno de los elementos que, junto con la superestructura, atractivos, equipamiento, instalaciones, infraestructura y comunidad local, constituyen el sistema turístico.

Una vez definido de dónde nace la demanda turística, la podemos conceptualizar según Serrano et al. (2019), como el número total de turistas que visitan un atractivo o centro turístico. Desde otro punto de vista Kumar et al. (2020), menciona que la demanda turística hace referencia al uso de productos y/o servicios turísticos en un destino, y a todo aquel gasto complementario al viaje.

Por otro lado, Sancho (1998) menciona que la definición de demanda turística varía según el interés que tenga un investigador por estudiarla, puesto que, un economista lo verá desde la perspectiva del consumo, mientras que quizá un psicólogo lo vería desde el lado del comportamiento humano y la motivación, necesidad o deseo que tenga un individuo por realizar turismo. Sin embargo, ambos concuerdan con que la demanda está relacionada con el proceso mediante el cual las personas toman la decisión de viajar, la cual depende de múltiples factores.

Si bien es cierto existen múltiples formas de clasificar la demanda turística, por ejemplo, Forsyth y Dwyer (2010) como se citó en Camara et al. (2022), la divide en dos grandes grupos, económicos, dentro de esto se encuentra todo lo relacionado a costos y precios, y los no económicos, como factores sociológicos y demográficos.

De la misma manera, para Sancho (1998) los factores que determinan la demanda turística son los económicos y aquellos que están relacionados a la unidad demandante el cual engloba aspectos psicológicos y sociológicos. Los aspectos económicos hacen clara referencia al poder adquisitivo y a la capacidad de gasto dividiéndose en:

Nivel de ingresos: Para Fletcher et al. (2018), es la cantidad de dinero que tiene a su disposición un individuo para cubrir primero sus necesidades básicas y después las de ocio, como lo es el turismo, en esta misma línea Laurente y Machaca (2020), mencionan que el nivel de ingresos determina si los posibles visitantes podrán o no viajar a un destino turístico, en consecuencia, afirma que mientras los ingresos de

una persona son más altos existe un margen más amplio para que esta realice actividades turísticas.

**Nivel de precio:** Este indicador hace referencia al costo de los productos y servicios el cual es un determinante vital que puede ser un punto a favor para estimular el gasto de la demanda. Cabe recalcar que unos niveles altos de precios en el lugar de origen va generar un mayor gasto en bienes o servicios de primera necesidad, dando como resultado un menor gasto para la actividad turística (Dwyer et al. 2002).

**Financiación:** Para los turistas existen múltiples maneras de financiar su viaje, pero la posibilidad de hacerlo a largo plazo, mediante tarjetas de crédito o préstamos les permite realizar turismo con mayor frecuencia, y con un mayor presupuesto, en resumen, este indicador se refiere a la manera en que los visitantes pueden costear su viaje (Sancho, 1998). De acuerdo con esto Mordecki et al. (2019) da a conocer que la mayoría de turistas financian su viaje a un destino con el cual comparten límites geográficos,

Como dato importante Law et al. (2019), menciona que el nivel de desarrollo económico de una sociedad genera mayores niveles de emisión de turistas, es decir de demanda turística, afirman también que estudiar estos indicadores económicos son importantes puesto que brindan información necesaria para la toma de decisiones en beneficio de la industria turística.

Por otro lado, siguiendo con el aporte de Sancho (1998) menciona que además de los factores económicos existen otros que pueden generar un mayor desplazamiento de turistas y un mejor estudio de la demanda, refiriéndose a los indicadores de motivación, psicológicos, sociológicos, formas y estilos de vida, entre otros, resumiendo todos estos como factores relativos a las unidades demandantes, los cuales se detallan a continuación:

**Motivación:** Según Bayih y Singh (2020), la motivación es el detonante del comportamiento humano y el principal factor para explicar aspectos psicológicos relacionados al turista. Es así, que a través del estudio de la motivación podemos conocer las razones para realizar turismo, para escoger el destino y el nivel de satisfacción del visitante.

Condiciones socioculturales: Para Sancho (1998), el nivel educativo o la movilidad personal, como la ocupación, el empleo, tienen un impacto positivo en las personas que buscan más turismo. Debido a que es un fenómeno conocido como referencia grupal, el tipo de trabajo también influye en la forma de tomar una decisión para elegir un destino. Para sentirse incluidos en un grupo, las personas siguen patrones de comportamiento relacionados con los viajes y la demanda turística, y los miembros del grupo a quien pertenece

Formas y estilos de vida: Sancho (1998), indica que los estilos de vida y forma de ser de las personas, así como sus características individuales (actitudes, percepciones, personalidades, experiencias, motivaciones) son los rasgos principales de sus decisiones turísticas.

Tiempo de ocio: Sancho (1998), afirma que el tiempo libre también determina la capacidad de una persona para viajar. Más tiempo libre generalmente significa más disposición para viajar, pero esta relación solo es muy clara en el caso extremo

Como dato final cabe resaltar que es importante el estudio de la demanda para tener el conocimiento de cómo medirla, lamentablemente ante esto, Song et al. (2019). hace referencia a que debido a la complejidad de medir la demanda turística, no existe un método que funcione o se pueda usar en todas las situaciones, pero afirma que mientras los estudios acerca de este tema incrementen, será más fácil medirla de manera acertada.

### **III. METODOLOGÍA**

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

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

La presente tesis fue de tipo aplicada, porque, según Álvarez (2020), pretende adquirir nuevos conocimientos de forma sistemática con el único fin de incrementar el conocimiento sobre la realidad dada. También ha tenido un alcance descriptivo ya que representa una sola variable de aprendizaje que es la variable de interés, según Nardi (2018) tuvo un enfoque cuantitativo ya que se especializa en mediciones numéricas, usa la observación de procesos como una forma de recopilación de datos y los analiza para encontrar respuestas a las preguntas de investigación.

##### **3.1.2. Diseño de investigación**

El diseño de investigación ha sido de carácter no experimental, debido a que según Arias y Covinos (2021) no existen estímulos ni condiciones experimentales a las cuales se expondrán las variables de estudio, los sujetos de estudio serán evaluados en su contexto natural sin cambiar ninguna condición; de igual forma no se editarán las variables de estudio, pues según Álvarez (2020) las variables se miden una sola vez y con estos datos se hace el análisis y las propiedades de uno o más grupos de unidades. se mide en un momento determinado sin evaluar el desarrollo de estas unidades.

#### **3.2 Variables y operacionalización**

La variable de la presente tesis fue demanda turística, definido por Sancho (1998), como el número total de personas que visitan un atractivo o centro turístico y se puede determinar a través de las siguientes dimensiones:

Factores económicos, se referiría al poder adquisitivo o gasto real de esas personas, ya que la demanda en términos económicos es siempre una cantidad monetaria, no el número de consumidores.

Factores relativos a las unidades demandantes, se trata de factores motivacionales, sociológicos, psicológicos, de estilo de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, hábitos estacionales, creencias ideológicas y religiosas.

En el anexo 1 se mostrará la matriz de operacionalización de la variable, las dimensiones, los indicadores y la escala de medición.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

La población, según Arias et al. (2016), es un conjunto definido, restringido y accesible de casos que forman el punto de referencia para la selección de la muestra y satisfacen un conjunto de criterios predeterminados. Para el caso de la presente investigación, por lo antes mencionado la población fue desconocida, pero estuvo integrada por los siguientes criterios:

- Criterio de inclusión:  
Personas que visitan Lurín con fines turísticos.
  
- Criterios de exclusión:  
Personas menores de 18 años

Se utilizó para la determinación de la muestra la fórmula de población infinita puesto que no se conocen cuántos turistas visitan Lurín

#### **3.3.2. Muestra:**

Para determinar el tamaño de la muestra se realizó una fórmula de población infinita ya que no se cuenta con un marco muestral que permite identificar cuántos turistas llegan a Lurín, de esta manera se asignó un 50% de probabilidad de que visite Lurín para hacer turismo y un 50% que visite Lurín para realizar otra actividad, un nivel de confianza de 1.645 que es equivalente al 90% y se tomó un error muestral del 5%, obteniendo finalmente una muestra de 271 turistas. Según Hernández et al. (2018), una muestra es un subconjunto que se considera como una parte representativa de la población o universo, los datos recolectados se toman de la muestra, y la población se define por la situación del problema de investigación.

### **3.3.3. Muestreo:**

Según Valdivieso (2021) se usa un muestreo aleatorio simple, cuando se selecciona cada muestra con la misma probabilidad, lo que teóricamente corresponde al concepto de población es infinita, es así que para esta investigación basados en ese concepto se empleó dicho muestreo (anexo 3)

### **3.3.4. Unidad de análisis:**

La unidad de análisis es el objeto de estudio de quién se obtienen los datos o la información para dar respuesta al problema de investigación planteado (Arias y Covinos, 2021). De esta manera en la presente investigación la unidad de análisis fue el turista que visita Lurín.

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para la obtención de datos para este estudio se utilizó como método la encuesta, que según Yuni y Urbano (2014), se refiere a un procedimiento en el que los sujetos proporcionan directamente información al investigador con el fin de describir, analizar y establecer relaciones, generalmente hasta cierto punto, entre variables en poblaciones o grupos específicos.

El instrumento utilizado fue un cuestionario, que es una recopilación de datos que es común en la investigación científica y se utiliza más comúnmente para un enfoque cuantitativo. Consiste en una serie de preguntas presentadas en un cuadro y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe seleccionar. No hay respuestas validas o invalidas, todas las respuestas producen diferentes resultados y son aplicables a poblaciones humanas (Arias, 2020). El cuestionario estuvo conformado por 19 preguntas divididas en dos grupos de acuerdo a la dimensión, es así que para la dimensión de factores relativos a las unidades demandantes fueron 13 preguntas y para la dimensión factores económicos 6,

De la misma manera el instrumento fue validado por 3 expertos.

Tabla 1. Validación de expertos

<b>N°</b>	<b>Apellidos y nombres del experto</b>	<b>Grado académico</b>	<b>Institución universitaria</b>	<b>Promedio de valoración</b>
1	Reyes Castañeda, Pedro Efigenio	Magister	Universidad Cesar Vallejo	100%
2	Bazalar Paz, Miguel Angel	Doctor	Universidad Cesar Vallejo	100%
3	Hassinger Gonzales, Zulema Ynés	Doctor	Universidad San Martín de Porres	100%

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.5. Procedimientos**

Para la redacción de este informe de tesis se recolectó un conjunto de datos basados en investigaciones y estudios previos de varios autores sobre la variable de investigación y sus dimensiones, lo que permitió implementar una matriz de operacionalización y un marco conceptual. Se usó un muestreo aleatorio simple, de esta manera se obtuvo una muestra de 271 turistas. Por lo tanto, para lograr los objetivos de esta tesis se aplicó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario sobre la demanda turística. Después la información fue transferida a una base de datos en Microsoft Excel y luego analizada de acuerdo con la dimensión de la variable para lograr los objetivos específicos. Finalmente, se presentaron los resultados de todos los estudios, conclusiones y recomendaciones.

### **3.6. Métodos de análisis de datos**

El método que se utilizó para el análisis de datos fue Microsoft Excel versión 2011, un programa informático de estadísticas de Office, que permite gestionar los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, y esta nueva base de datos se gestiona de forma dinámica y rápida obteniendo informes detallados.

### **3.7 Aspectos Éticos**

La presente investigación está basada en datos recopilados de estudios previos, artículos científicos y libros, que son fuentes confiables para su desarrollo, por lo que todos los autores consultados en el estudio están debidamente citados y cumplen con los estándares de la Séptima Edición de la Norma APA.

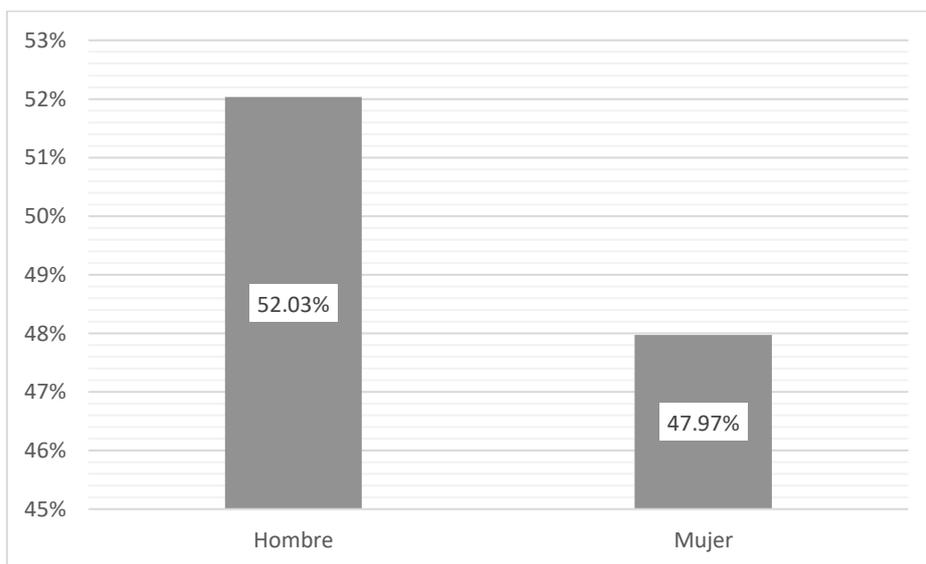
Para fomentar una mayor participación de los encuestados, no se solicitó sus nombres, pero se incluyó una autorización de consentimiento informado. La investigación fue procesada por la herramienta Turnitin para mantenerse dentro del límite de similitud (20%) establecido por las directivas de la Universidad César Vallejo.

#### IV. RESULTADOS

Los resultados se presentan teniendo en cuenta los objetivos de la presente investigación. El objetivo específico 1 planteado fue definir las características de las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023.

**Figura 1**

*Género del turista que viaja a Lurín*

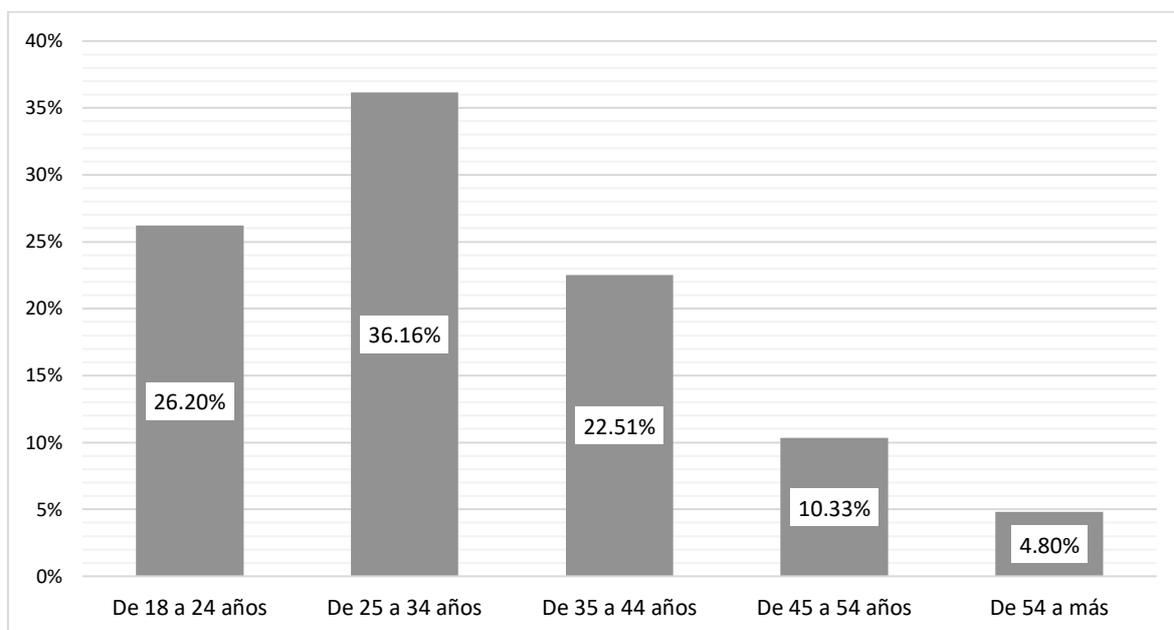


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Del total de encuestados que visitaron Lurín se pudo obtener que el 52.03% eran hombres mientras que el 47.97% fueron mujeres. Asimismo, se notó que muchos realizan sus viajes en pareja o en familia, por otro lado, se evidenció que los turistas viajan en grupo siendo estos del mismo género, cabe mencionar que estos grupos estaban conformados por compañeros de universidad, instituto o porque eran amigos de infancia.

**Figura 2**

*Edad del turista que viaja a Lurín*

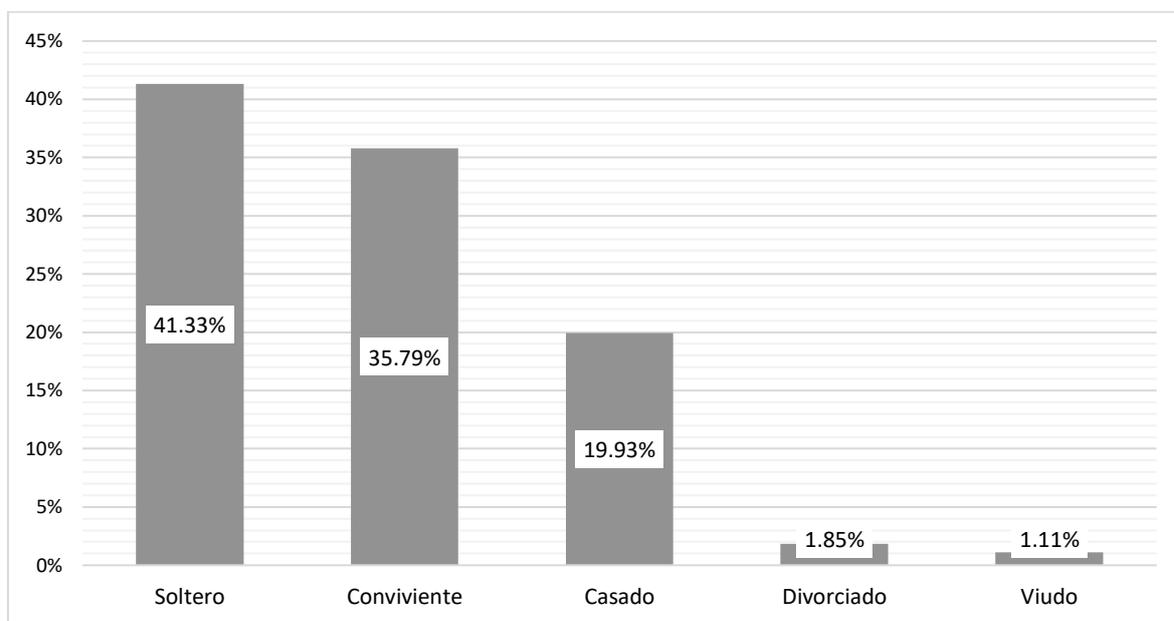


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: En base al total de turistas encuestados se pudo determinar que los que tenían entre 25 a 34 años de edad representaron el 36.16%, los que tenían entre 18 a 24 años representaban el 26.20%, además se obtuvo que aquellos que estaban en el grupo de edad de 35 a 44 años significaron el 22.51%, mientras que los turistas de entre 45 y 54 años representaron el 10.33%, finalmente se pudo observar un grupo reducido de turistas de 4.80% que manifestaron tener de 54 años a más. Se puede notar que los que más viajan a Lurín son jóvenes, los cuales actualmente prefieren invertir su dinero en realizar actividades turísticas, conocer su país, disfrutar de una buena gastronomía, pasear con amigos, entre otros. Por otro lado, se nota que una menor proporción de visitantes son adultos mayores; quienes hacían un turismo más urbano porque realizaban recorridos por las plazas y parques, de Lurín lo que significa menor desgaste físico.

**Figura 3**

*Estado civil del turista que viaja a Lurín*

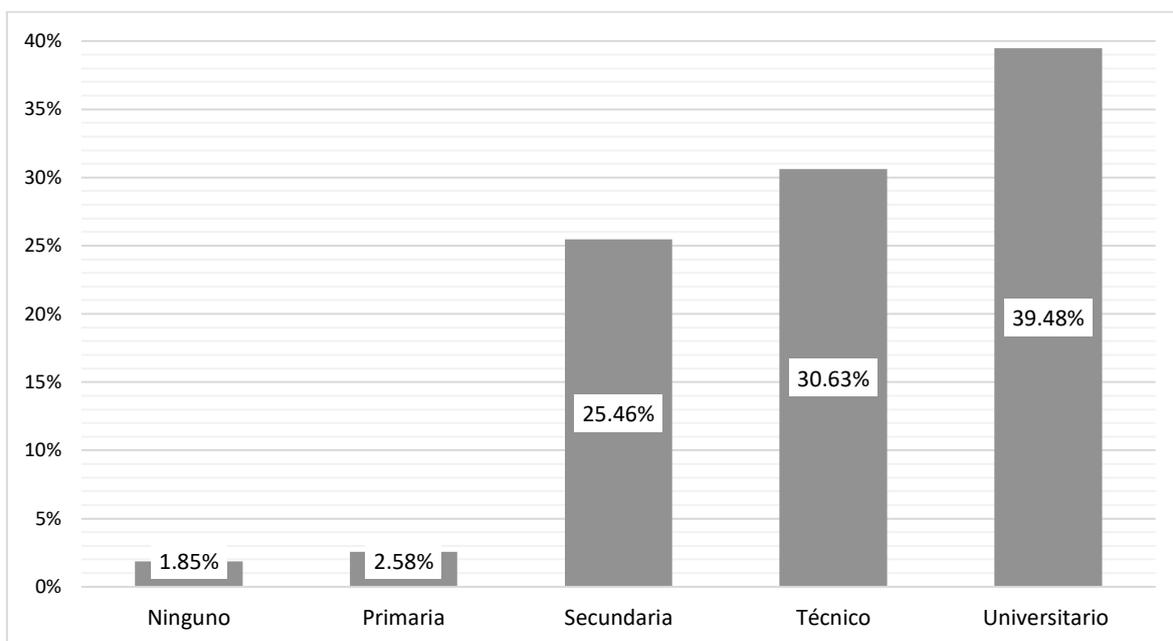


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los turistas, se encontró que el 41.33% de ellos son solteros, el 35.79% son convivientes, el 19.93% están casados, el 1.85% están divorciados y finalmente el 1.11% son viudos. Es importante destacar que, aunque muchos de ellos eran pareja, aún no habían contraído matrimonio ni convivían, debido a ello el alto porcentaje de solteros. Además, es relevante mencionar que la mayoría de los convivientes y parejas no casadas pero en una relación eran jóvenes. Esto indica que el matrimonio no es una prioridad para ellos, a diferencia de las personas mayores, ya que un gran porcentaje de estos últimos eran casados o viudos. Sin embargo, es importante resaltar que los jóvenes que afirmaron estar solteros mostraron preferencia por viajar y divertirse en lugar de estar en una relación.

**Figura 4**

*Grado de instrucción de los turistas que viajan a Lurín*

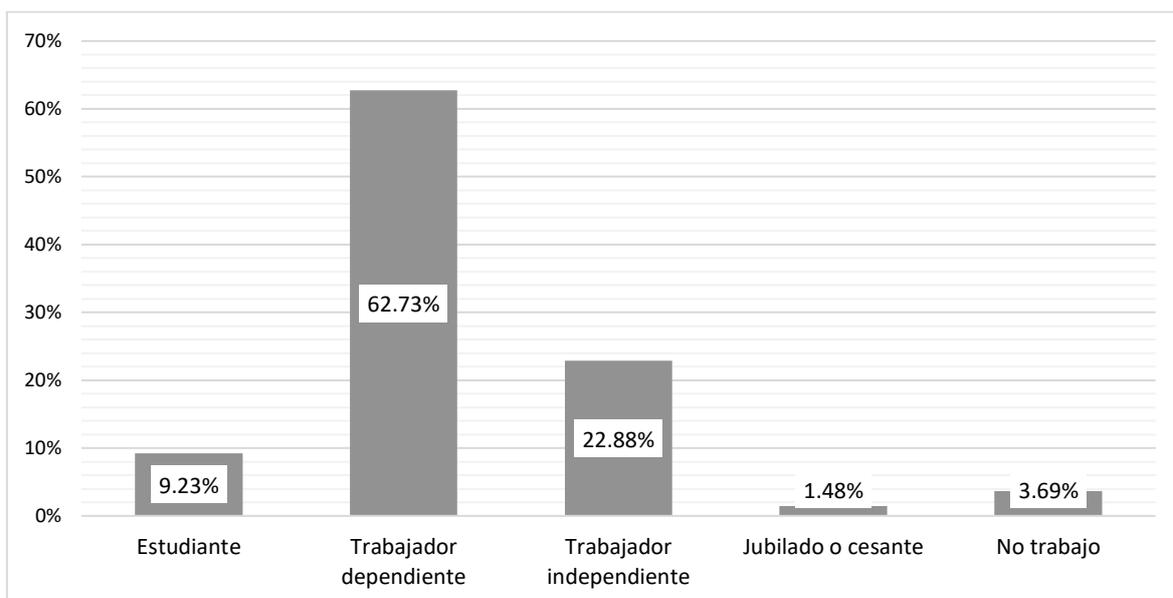


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Según el gráfico presentado, se puede observar que el 39.48% de los encuestados que visitaron Lurín son universitarios, el 30.63% posee un grado técnico, el 25.46% tiene educación secundaria, el 2.58% ha completado sólo la educación primaria y el 1.85% no tiene estudios. A partir de estos resultados, se puede deducir que más del 70% de los turistas que visitan Lurín tienen estudios superiores concluidos. Estas personas aprovechan su tiempo libre para explorar nuevos lugares, vivir nuevas experiencias, enriquecerse culturalmente y disfrutar de la gastronomía local, entre otros aspectos. Por otro lado, se observó que la mayoría de las personas que no tienen estudios o solo cuentan con educación primaria son personas de la tercera edad. Es relevante destacar que los encuestados con educación secundaria expresaron su intención de continuar con estudios superiores en el futuro.

**Figura 5**

*Ocupación de los turistas que viajan a Lurín*



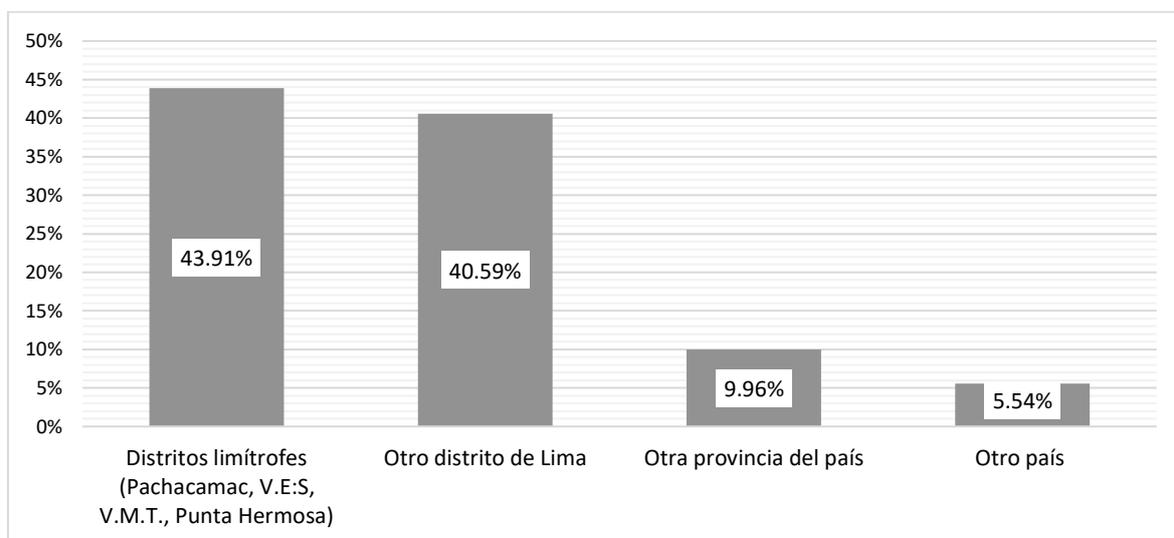
*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Se puede observar en la figura que el 62.73% de los turistas encuestados son trabajadores dependientes, el 22.88% son trabajadores independientes, el 9.23% son estudiantes, el 3.69% no trabajan y por último el 1.48% son jubilados o cesantes. Esto indica que aproximadamente el 85.61% de los encuestados tienen empleo, lo cual les proporciona los ingresos necesarios para sus viajes.

Es importante destacar que, dentro del grupo de trabajadores independientes, se encontraban muchos jóvenes que mencionaron tener su propio negocio o emprendimiento. Por otro lado, entre aquellos que no trabajaban se encontraban principalmente amas de casa y personas de la tercera edad. En relación al grupo de estudiantes, se observó que eran mayoritariamente jóvenes que asisten a universidades o institutos. En muchos casos, estos estudiantes viajaban acompañados por sus padres o, en su defecto, sus padres financiaban su viaje.

**Figura 6**

*Lugar de procedencia de los turistas que viajan a Lurín*

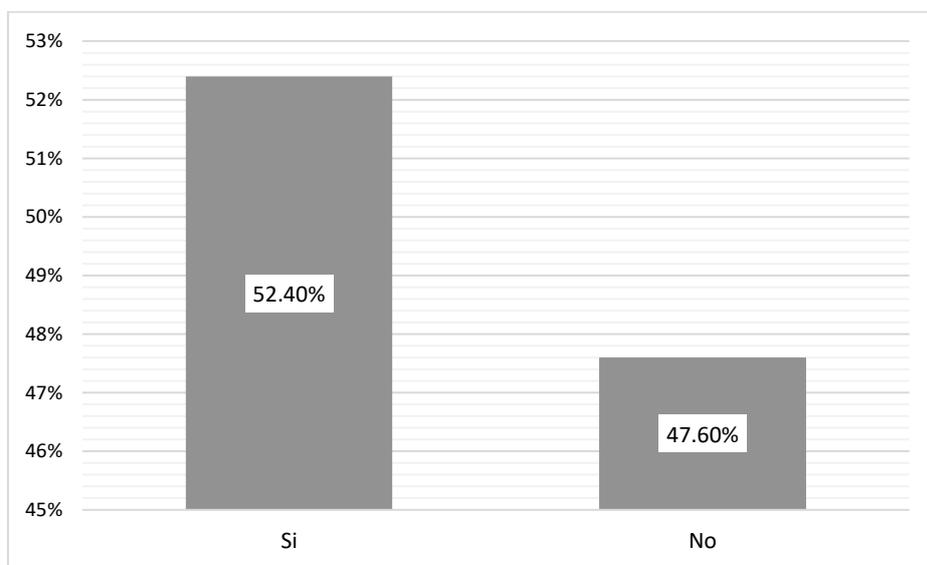


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: De acuerdo con los datos del gráfico, se puede observar que el lugar de procedencia de los turistas que llegan a Lurín es el siguiente; el 43.91% de los turistas provienen de distritos limítrofes como Pachacamac, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo y Punta Hermosa. Estos distritos al ubicarse en las cercanías de Lurín, lo que facilita su acceso y visita. El 40.59% de los turistas llegan desde otros distritos de Lima. Esto indica que una parte significativa de los visitantes proviene de diferentes partes de la misma ciudad, esto se debe a que los precios de transporte para llegar al destino son baratos, la distancia es corta, además mencionaron también que habían llegado a Lurín para visitar a familiares y a su vez realizar un poco de turismo en la zona. El 9.96% de los turistas llegan desde otras provincias del país, quienes en su mayoría llegaban a Lurín como parte de un circuito turístico por el sur de Lima. El 5.54% de los turistas son visitantes extranjeros, provenían principalmente de países como Corea, China, Alemania, Francia y Estados Unidos, mencionaron llegar a Lurín como parte de un recorrido internacional e interesados en la relevancia cultural e histórica que posee el distrito.

## Figura 7

### Planificación del viaje de los turistas que viajan a Lurín

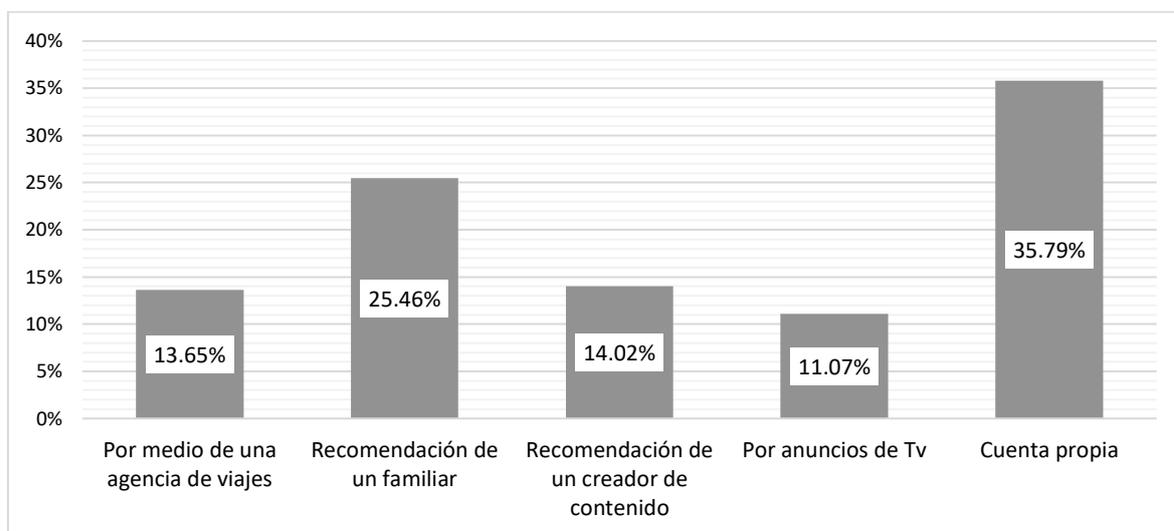


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: En relación a la pregunta sobre si los turistas planifican su viaje, se observó que el 52.40% sí lo hace, mientras que el 47.60% no. Es importante destacar que el mayor porcentaje de turistas que afirmaron no planificar su viaje fueron jóvenes. Estos jóvenes expresaron su preferencia por una experiencia de viaje más aventurera, donde puedan sorprenderse con lo que encuentren en el camino y descubrir nuevos atractivos de forma espontánea. Por otro lado, del porcentaje que sí planificaba su viaje, predominaban los adultos, adultos mayores, turistas de otras provincias del Perú y extranjeros, estos turistas valoran la organización previa para asegurarse de tener una experiencia satisfactoria durante su visita.

**Figura 8**

*Elección de destino por parte de los turistas que visitan Lurín*

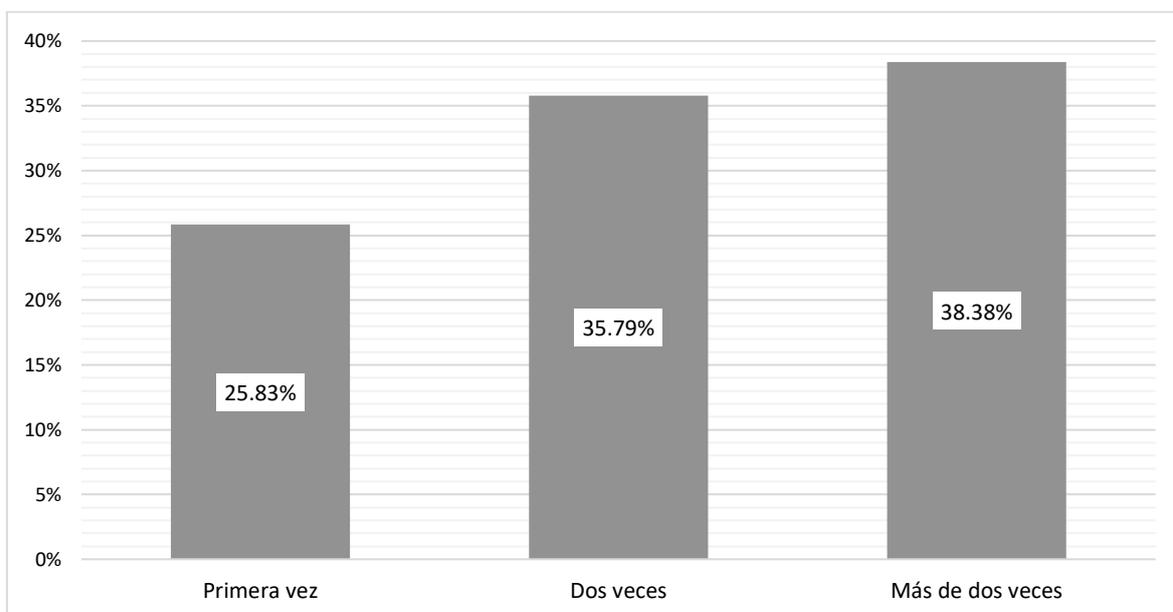


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: En relación a la pregunta sobre cómo los turistas escogieron el destino de Lurín, se obtuvo el siguiente resultado; el 35.79% lo hizo por cuenta propia, el 25.46% por recomendación de un familiar, el 14.02% por recomendación de un creador de contenido, el 13.65% a través de una agencia de viaje y el 11.07% por anuncios en la televisión. Es notable que la mayoría de los turistas encuestados optaron por organizar su viaje de forma independiente, esta elección les brinda la libertad de moverse a su propio ritmo y explorar el destino de acuerdo a sus preferencias personales. Por otro lado, la influencia familiar también desempeña un papel importante en la decisión de visitar Lurín, ya que las recomendaciones de familiares cercanos con experiencias previas pueden influir en la elección del destino. Además, es interesante observar que una proporción significativa de turistas tomó en cuenta las recomendaciones de creadores de contenido, lo que indica el impacto positivo de las opiniones y reseñas en línea en la toma de decisiones de viaje. Asimismo, una parte de los encuestados optó por utilizar los servicios de una agencia de viaje, lo que puede proporcionarles asesoramiento profesional y facilitar la planificación del viaje. En cuanto a los anuncios televisivos, aunque representan una menor proporción en la elección del destino, todavía juegan un papel relevante para un segmento de turistas en la toma de decisiones.

**Figura 9**

*Frecuencia de visita de los turistas a Lurín*

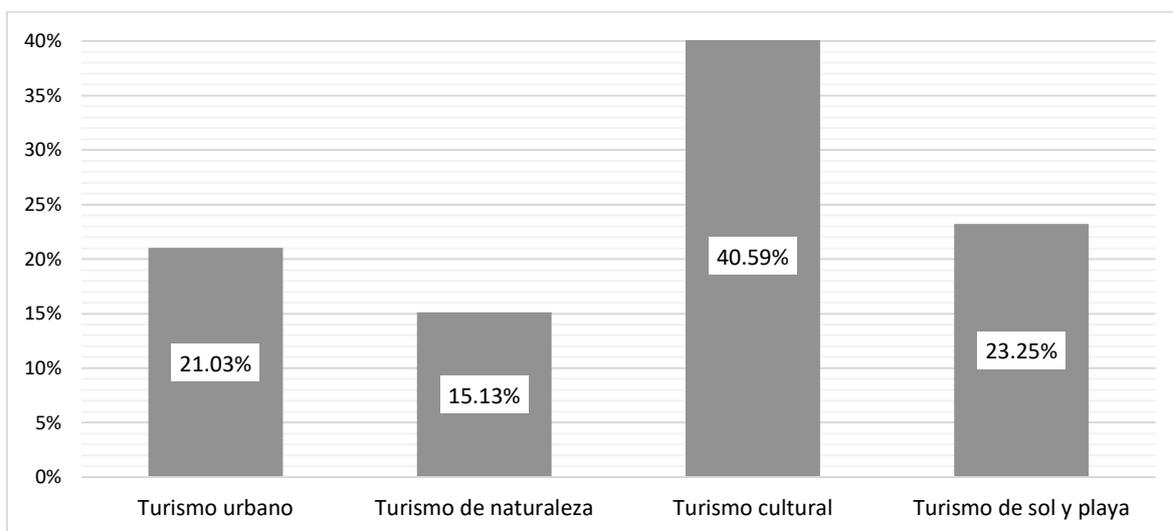


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: En relación a la pregunta sobre la frecuencia de visita de los turistas encuestados a Lurín, los resultados muestran que el 38.33% ha visitado el lugar más de dos veces, el 35.79% lo ha visitado dos veces y el 25.83% lo está visitando por primera vez. Es importante destacar que la mayoría de los turistas optan por volver a visitar Lurín debido a su cercanía geográfica o porque el lugar ofrece una amplia variedad de atracciones y actividades que no se pueden explorar en una sola visita. La belleza natural, los atractivos culturales y la diversidad de experiencias que ofrece Lurín motivan a los turistas a regresar en múltiples ocasiones para seguir disfrutando de todo lo que el destino tiene para ofrecer.

**Figura 10**

*Tipo de turismo que realizan los visitantes en Lurín*



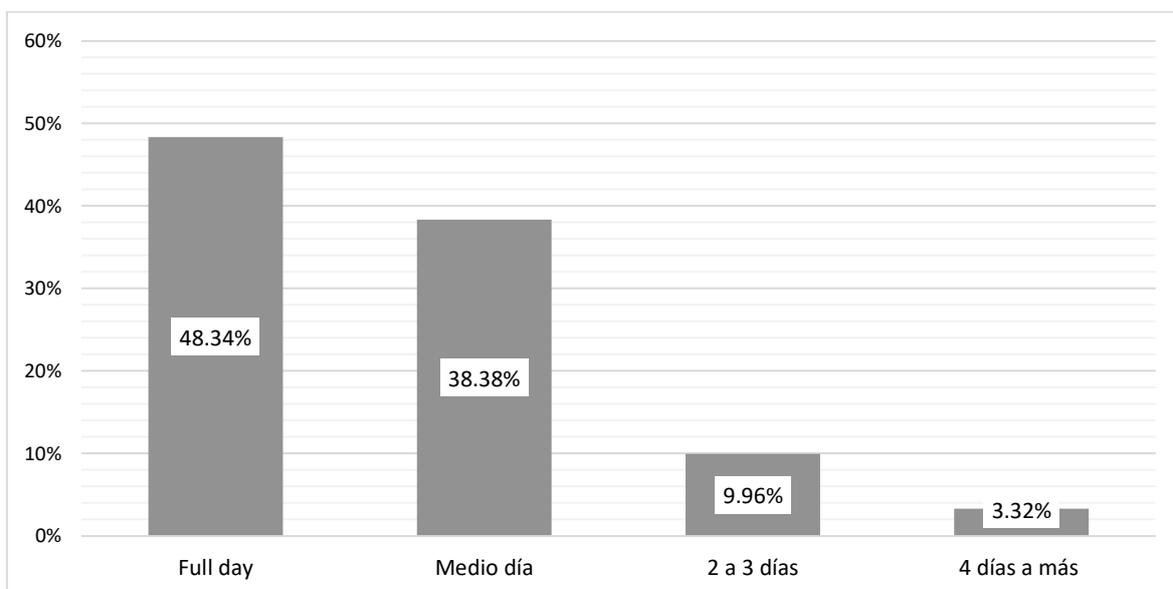
*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Según los datos proporcionados, se puede observar el tipo de turismo que realizan los visitantes que llegan a Lurín: El 40.59% de los turistas realizan turismo cultural. Esto implica que están interesados en explorar y conocer los recursos culturales y patrimoniales de Lurín, como sus tradiciones, festividades, sitios históricos y museos. El 23.25% de los turistas hacen turismo de sol y playa. Esto indica que buscan disfrutar de las playas y actividades relacionadas con el sol y el mar en Lurín. Este tipo de turismo puede estar relacionado con la ubicación geográfica de Lurín, que cuenta con hermosas playas en su entorno. El 21.03% de los visitantes realizan turismo urbano. Esto significa que disfrutan de la experiencia de explorar y conocer la vida urbana de Lurín, incluyendo su arquitectura, calles, plazas, restaurantes y tiendas, entre otros aspectos. El 15.13% de los turistas realizan turismo de naturaleza. Esto implica que se sienten atraídos por los recursos naturales de Lurín, como sus paisajes y posibles actividades al aire libre.

Estos datos muestran la diversidad de intereses de los turistas que llegan a Lurín, lo cual destaca la variedad de recursos turísticos que ofrece el distrito y la capacidad de atraer a diferentes tipos de viajeros.

**Figura 11**

*Tiempo de permanencia de los turistas que visitan Lurín*

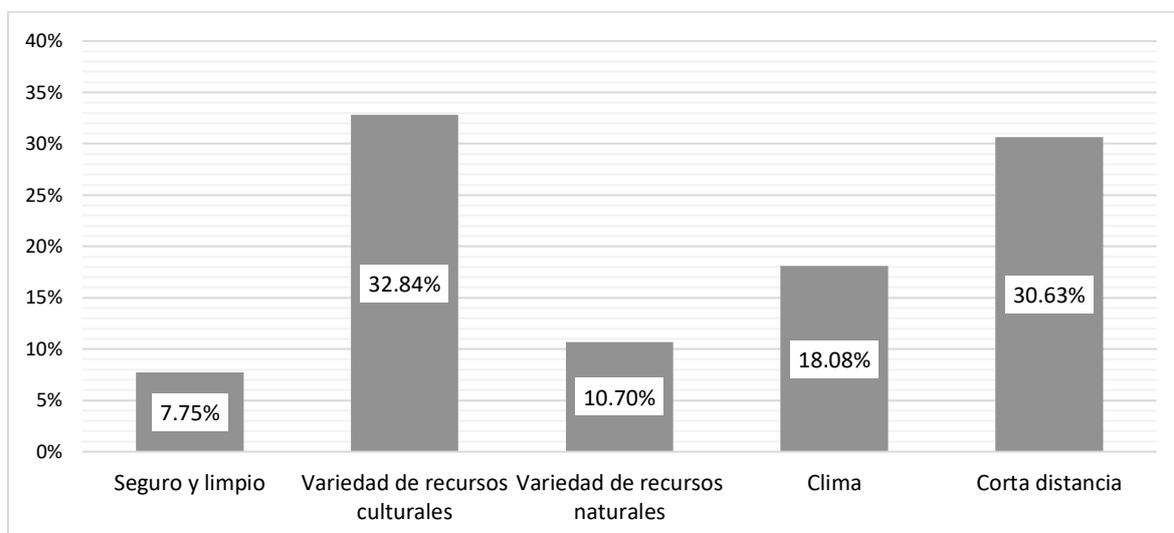


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: En cuanto al tiempo de permanencia en Lurín, los resultados indican que el 48.34% de los encuestados realizan un full day (día completo), el 38.38% se queda medio día, el 9.96% permanece de 2 a 3 días y el 3.32% se queda 4 días o más. Es común que la mayoría de los turistas visiten Lurín en un día, ya que generalmente es el tiempo que disponen para su visita. Dado que Lurín ofrece una variedad de actividades tanto culturales como naturales, los turistas pueden elegir las actividades de su preferencia y disfrutarlas durante su estancia en el lugar. Sin embargo, algunos turistas que visitan el Museo de Pachacamac optan por quedarse medio día, ya que esta visita suele formar parte de un recorrido turístico más amplio por toda la ciudad de Lima.

**Figura 12**

*Aspecto principal para la toma de decisión para elegir Lurín como destino turístico*

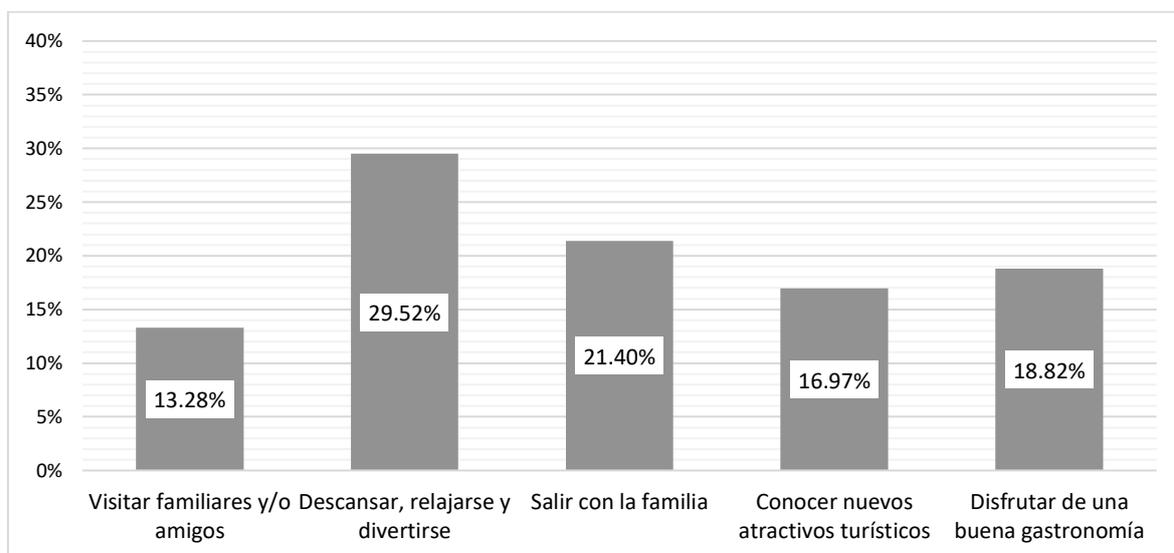


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Los principales aspectos que se consideraron al elegir a Lurín como destino turístico fueron los siguientes; el 32.84% de los encuestados tuvo en cuenta la variedad de recursos culturales. Lurín es un distrito que posee una rica historia y tradiciones antiguas que continúan siendo relevantes en la actualidad, esto atrae a muchos turistas interesados en explorar y sumergirse en la cultura local. El 30.63% valoró la corta distancia para llegar a Lurín, la ubicación estratégica del distrito, en las cercanías de Lima, lo convierte en una opción accesible para los turistas que desean realizar una visita sin tener que recorrer largas distancias. El 18.08% consideró el clima como un factor importante, mencionaron que el clima del distrito es agradable y crea un entorno propicio para disfrutar de actividades al aire libre y aprovechar al máximo la experiencia turística. El 10.70% se vio atraído por la variedad de recursos naturales que ofrece Lurín. Este distrito cuenta con hermosos paisajes y playas, lo que brinda a los turistas la oportunidad de conectarse con la naturaleza y disfrutar de actividades al aire libre. El 7.75% mencionó la seguridad y la limpieza como factores determinantes en su elección, ya que contribuye a una experiencia positiva durante su estancia. En conclusión, la diversidad cultural, la preservación de costumbres y tradiciones antiguas y la ubicación cercana, son los principales aspectos que atraen a los turistas hacia Lurín.

**Figura 13**

*Motivo de viaje de los turistas que visitan Lurín*



*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

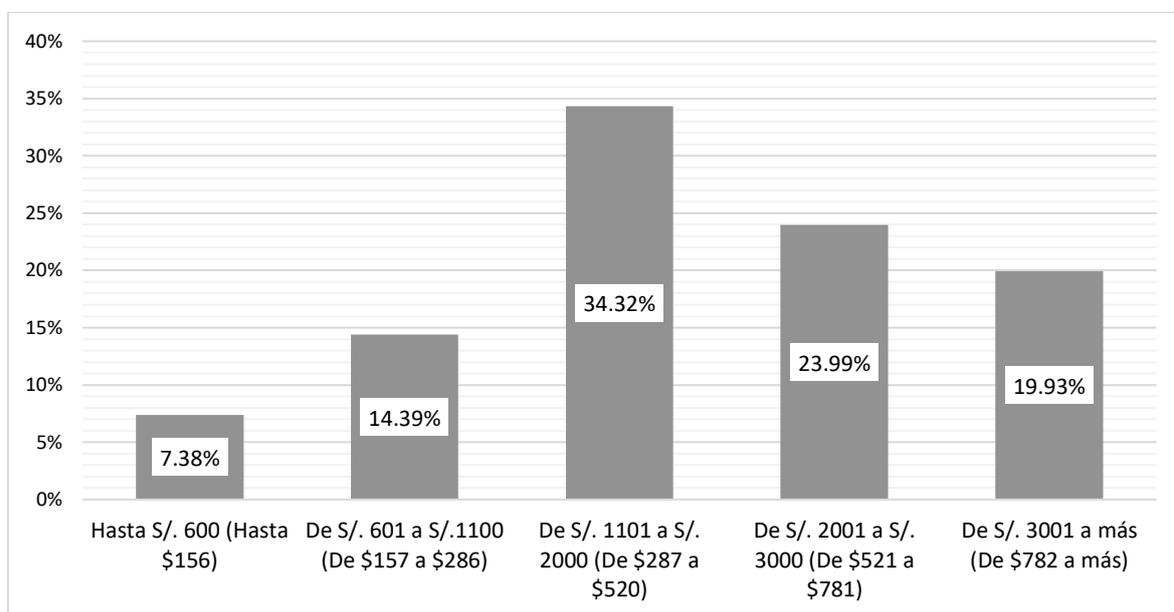
Interpretación: Las motivaciones principales para visitar Lurín, de acuerdo con los resultados de la encuesta, fueron las siguientes; el 29.52% de los encuestados manifestó que su motivo principal para visitar Lurín fue descansar, relajarse y divertirse, el 21.40% mencionó que salió con su familia como motivo principal para visitar Lurín, esto destaca que Lurín es un lugar atractivo para disfrutar en compañía de la familia, lo que incluye actividades y experiencias compartidas. El 18.82% de los encuestados valoró la posibilidad de disfrutar de una buena gastronomía como motivo para visitar Lurín. Esto indica que la oferta culinaria de Lurín es un atractivo para los turistas, quienes buscan deleitarse con los sabores y platos típicos de la zona. El 16.97% mencionó como motivo principal el deseo de conocer nuevos atractivos turísticos en Lurín. Esto demuestra que Lurín cuenta con lugares y puntos de interés que generan curiosidad y atraen a los visitantes en busca de nuevas experiencias. El 13.28% mencionó que su motivo principal para visitar Lurín fue visitar a familiares y/o amigos. Esto sugiere que Lurín también tiene un componente de reunión familiar o de encuentro con seres queridos, lo que motiva a las personas a visitar el lugar.

Respecto al objetivo específico 1 que fue; definir las características de las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023, se puede observar que el género que más prevalece es el masculino, siendo jóvenes entre los 25 a 34 años, con estudios superiores concluidos, y en su mayoría solteros quienes tienen un empleo estable o trabajos independientes- Se obtuvo además que tienden a no planificar su viaje, prefiriendo una experiencia más aventurera.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos con respecto al objetivo específico 2 el cual fue determinar las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023

**Figura 14**

*Nivel de ingresos de los turistas que visitan a Lurín*

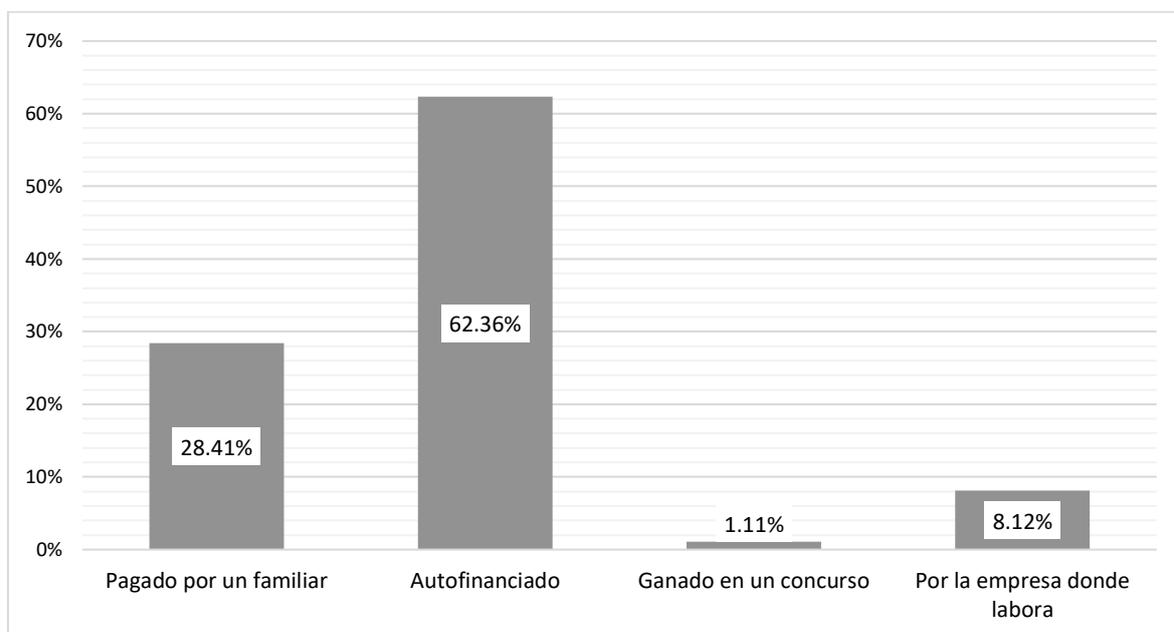


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Con respecto al aspecto económico, los resultados de la encuesta muestran el nivel de ingreso de las personas encuestadas de la siguiente manera; el 34.22% de los encuestados tiene un nivel de ingreso que oscila entre S/1101 y S/2000 (\$287 a \$520), el 23.99% tiene un nivel de ingreso que va desde S/2001 a S/3000 (\$521 a \$781), el 19.93% tiene un nivel de ingreso de S/3001 en adelante (\$782 en adelante), el 14.39% tiene un nivel de ingreso que va desde S/601 a S/1100 (\$157 a \$286), e 7.38% tiene un nivel de ingreso de hasta S/600 (\$156 o menos). Estos resultados indican que la mayoría de los turistas que visitan Lurín tienen un nivel de ingresos promedio, lo cual puede influir en sus decisiones de viaje y gasto en el destino. Es importante destacar que Lurín ofrece precios accesibles y lugares donde no se cobra entrada, lo que puede ser atractivo para turistas con diferentes niveles de ingresos. Esto contribuye a que Lurín sea un destino turístico asequible y atractivo para una amplia gama de visitantes.

**Figura 15**

*Financiamiento del viaje de los turistas que visitan a Lurín*

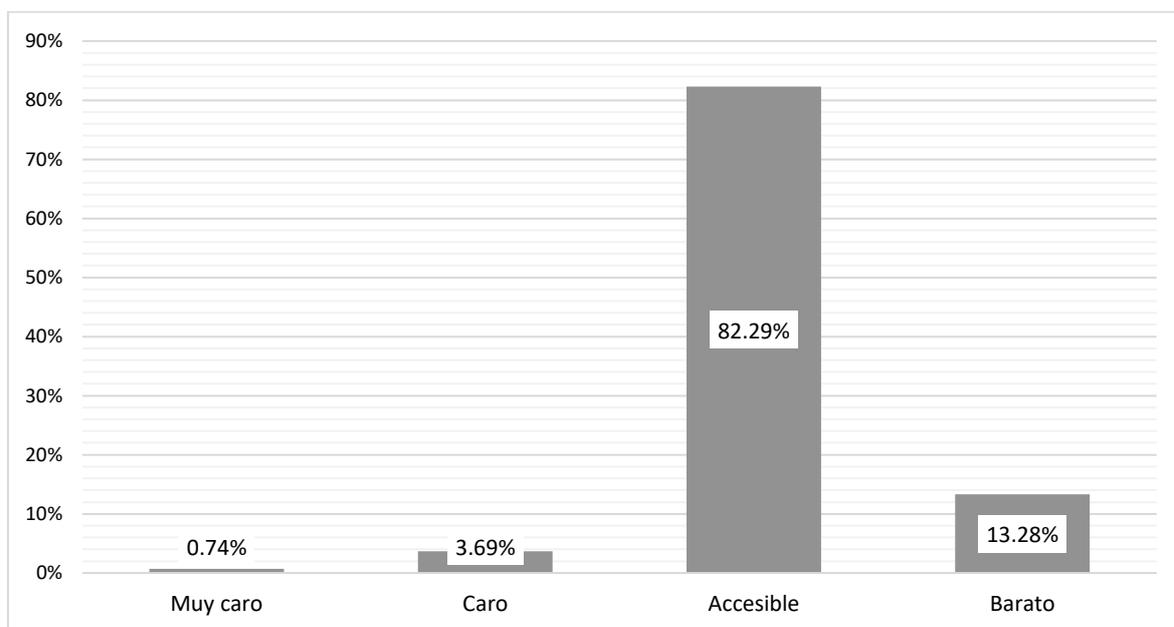


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: En cuanto a la financiación de los viajes de los turistas encuestados, los resultados muestran lo siguiente; el 62.36% financió su viaje de forma autónoma, es decir, utilizando sus propios recursos económicos, el 28.41% mencionó que su viaje fue costado por un familiar, el 8.12% indicó que su empresa se encargó de cubrir los gastos del viaje y por último, el 1.11% mencionó que ganó su viaje a Lurín a través de un concurso. Estos resultados revelan que la gran mayoría de turistas financiaron su viaje a Lurín con sus propios recursos económicos. Además, se observó que, en algunos casos, las parejas mujeres de los encuestados o los jóvenes que no tenían empleo mencionaron que su viaje fue costado por un familiar. También se encontró un pequeño porcentaje de personas cuyas empresas cubrieron los gastos de viaje, puesto que debían realizar parte de sus labores en este distrito y aprovechaban su tiempo libre o los fines de semana para realizar un poco de turismo. Por último, un número reducido de encuestados mencionó haber ganado su viaje en un concurso, ya sea organizado por una agencia de viajes o entre amigos como una especie de apuesta.

**Figura 16**

*Precios de los medios de transporte para llegar a Lurín*

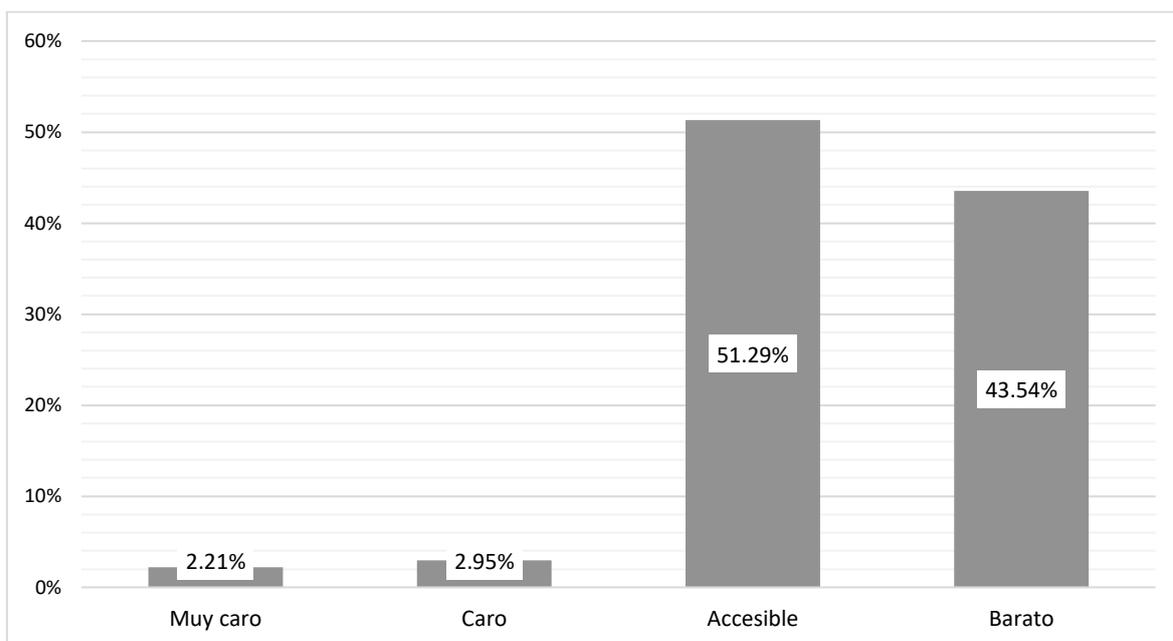


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Según los resultados de la encuesta, en relación a los precios de transporte en Lurín, se obtuvo que el 82.29% de los encuestados considera que los precios de transporte son accesibles, el 13.28% mencionó que los precios son baratos. el 3.69% opinó que los precios son caros y por último el 0.74% considera que los precios son muy caros. Estos resultados reflejan que la mayoría de los encuestados percibe los precios de transporte en Lurín como accesibles. Esto puede deberse a que las distancias entre los distintos lugares turísticos en Lurín son relativamente cercanas, lo cual facilita la movilidad y reduce los costos de transporte. Es importante destacar que una minoría de los encuestados considera los precios como caros o muy caros, lo cual puede estar relacionado con diferentes percepciones y niveles de ingreso. En general, la accesibilidad de los precios de transporte puede ser un factor positivo para los turistas al momento de planificar su visita a Lurín.

**Figura 17**

*Precios de los hospedajes en Lurín*

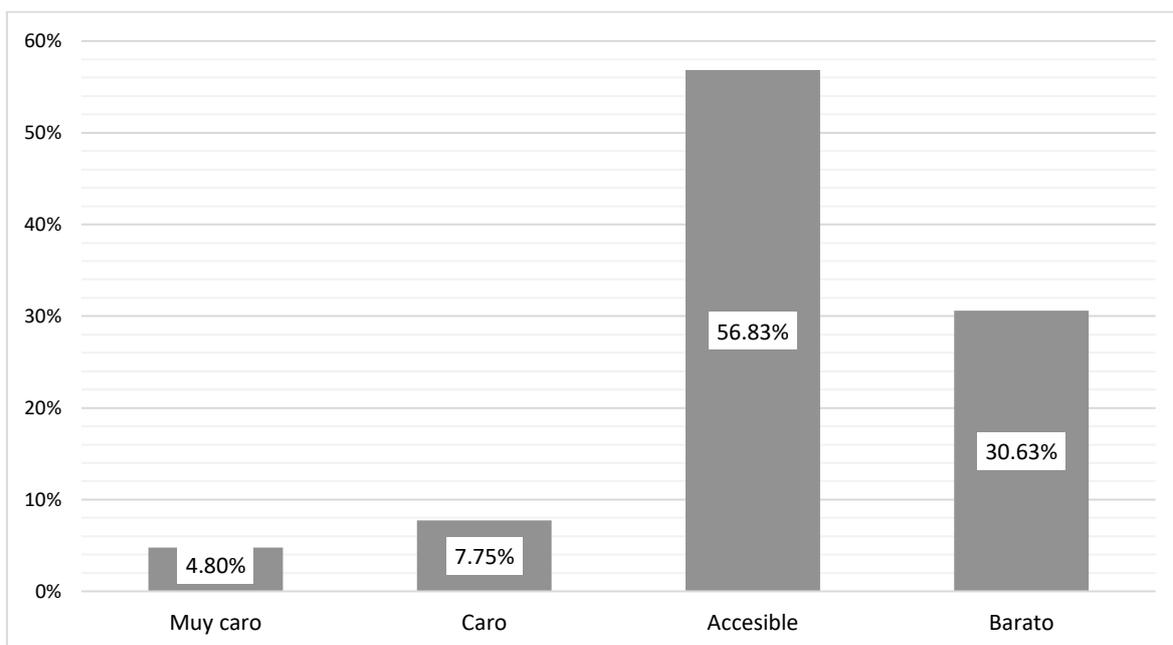


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Según los resultados de la encuesta, en relación a los precios de los hospedajes en Lurín, se evidenció que el 51.19% de los encuestados considera que los precios de hospedaje son accesibles, el 43.54% mencionó que los precios son baratos, el 2.95% opinó que los precios son caros y finalmente el 2.21% considera que los precios son muy caros. Es importante tener en cuenta que el sistema hotelero en Lurín no es amplio y hay una oferta limitada de hospedajes, lo que puede influir en la percepción de los precios. Sin embargo, se destaca que la gran mayoría de los encuestados considera que los precios son accesibles o baratos, lo cual puede ser un factor favorable para los turistas que deseen hospedarse en el distrito. Aunque muchos mencionaron que no es una prioridad hospedarse en Lurín ya que o solo lo visitan un día o los que vienen de mas lejos mencionaron que se hospedaban en hoteles del centro de Lima.

**Figura 18**

*Precios de los restaurantes en Lurín*

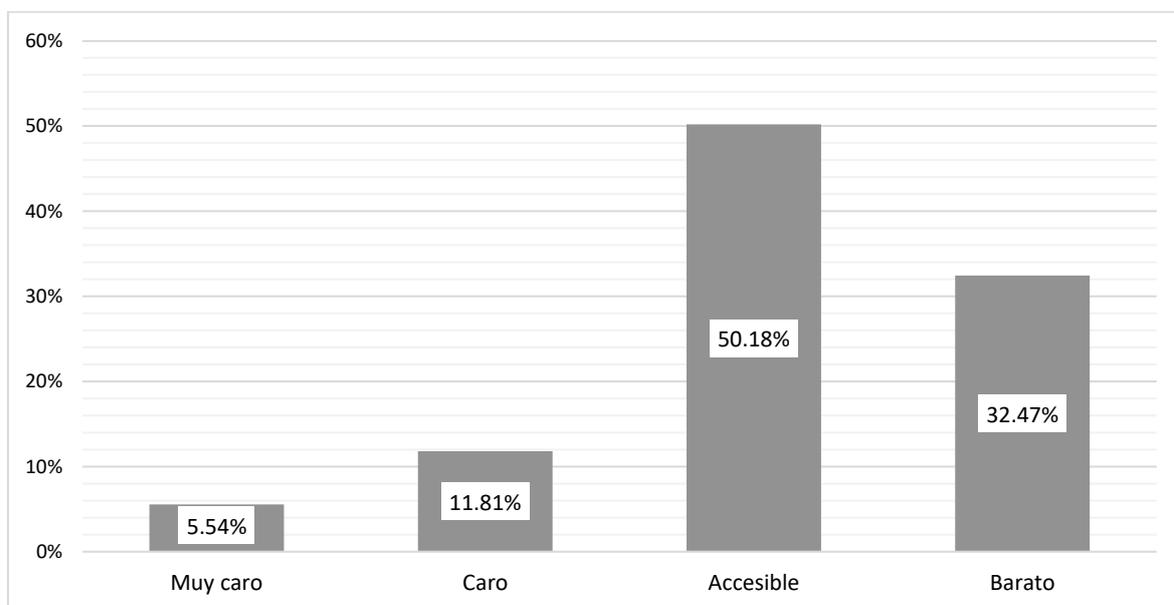


*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: De acuerdo con los resultados de la encuesta, en relación al ámbito gastronómico en Lurín, se obtuvo que el 56.83% de los encuestados considera que los restaurantes tienen precios accesibles, el 30.63% opinó que los precios son baratos, el 7.75% mencionó que los precios son caros, el 4.80% considera que los precios son muy caros. Esto indica que la mayoría de los encuestados percibe que los precios de los restaurantes en Lurín son accesibles o baratos. Esto puede ser un factor positivo para los turistas, ya que pueden disfrutar de la oferta gastronómica del distrito sin incurrir en gastos excesivos. Sin embargo, también se observa que una pequeña proporción de los encuestados considera que algunos restaurantes tienen precios caros o muy caros. Es importante tener en cuenta que la percepción de los precios puede variar según las expectativas y el presupuesto individual de cada persona.

**Figura 19**

*Precios de artesanías y recuerdos en Lurín*



*Nota.* Obtenido de la aplicación del cuestionario en el distrito de Lurín.

Interpretación: Según los resultados de la encuesta, en relación al precio de la artesanía y recuerdos en Lurín, se evidenció que el 50.18% de los encuestados considera que los precios son accesibles, el 32.47% opina que los precios son baratos, el 11.81% mencionó que los precios son caros y el 5.54% considera que los precios son muy caros. Estos resultados indican que la mayoría de los encuestados percibe que los precios de la artesanía y recuerdos en Lurín son accesibles o baratos. Esto puede ser un factor positivo para los turistas que desean adquirir souvenirs o productos artesanales como recuerdo de su visita. Sin embargo, también se observa que una proporción de los encuestados considera que algunos precios son caros o muy caros. Esto se debe principalmente a la zona en la que se desee adquirir los souvenirs puesto que en lugares más concurridos los productos son más caros mientras que en los que no era más barato poder adquirir artesanías o recuerdos.

En cuanto al objetivo específico 2, que fue, determinar las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023, la mayoría de los turistas encuestados que visitan Lurín tienen ingresos económicos por encima del sueldo mínimo actual utilizando sus propios recursos económicos para costear su visita a Lurín, en relación a los precios de transporte, hospedajes, restaurantes y artesanías o recuerdos en Lurín, la mayoría de los encuestados considera que son accesibles o baratos.

## V. DISCUSIÓN

En relación al objetivo general planteado, el cual fue describir las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023, para Sancho (1998) las características de la demanda turística son los económicos y aquellos que están relacionados a la unidad demandante, es decir aspectos psicológicos y sociológicos. Menciona además que el estudio de estas características depende del investigador, pero concluye que la demanda turística está relacionada con el proceso mediante el cual las personas toman la decisión de viajar, la cual depende de múltiples factores. Así mismo, Forsyth y Dwyer (2010) como se citó en Camara et al. (2022), coincide en que la demanda turística se basa en dos tipos de características, los económicos, dentro de esto se encuentra todo lo relacionado a costos y precios, y los no económicos.

En esa misma perspectiva, en relación al objetivo específico 1, el cual fue definir las características de las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023, según los aportes de García et al. (2020), es importante conocer estas características puesto que es un componente fundamental para el desarrollo de la industria turística, refiriéndose a indicadores como el motivo de viaje, como se organizan, cuanto tiempo de permanecía tienen en destino, entre otros. En suma a ello Solomon y Lowrey (2017) basados en su teoría del comportamiento del consumidor, menciona que este estudio de este tipo debe enfocarse en aspectos demográficos y psicográficos, haciendo referencia también a indicadores como el género, la edad, el nivel de formación, el país de origen, su actividad profesional, formas o estilos de vida y su motivación de viaje.

En cuanto al género de los turistas que visitan Lurín, en su mayoría son hombres solteros con una edad promedio de 25 a 34 años. Estos turistas suelen tener un nivel educativo universitario y son trabajadores dependientes. Mayormente provienen de distritos limítrofes como Pachacamac, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo y Punta Hermosa. Es interesante destacar que estos turistas planifican sus viajes por su cuenta, sin hacer uso de agencias de viaje u otros intermediarios. Además, el factor principal en la elección de destino es la variedad de recursos culturales que Lurín ofrece, siendo este el tipo de turismo que más se realiza,

visitándolo más de dos veces y dedicando un día completo a explorar los atractivos de su elección. Por último, el principal motivo de viaje para ellos es descansar, relajarse y divertirse.

Estos resultados coinciden con los de Serrano y Villafuerte (2018), quienes en su investigación de los turistas que visitan Cuenca la mayoría fueron hombres, jóvenes con preferencia para realizar turismo cultural y su principal motivo de viaje fue recreación y ocio. Sin embargo, estos autores difieren en relación a la estancia promedio en destino, ya que en su investigación la mayoría de encuestados afirmó pernoctar de 2 a 3 noches, esta diferencia puede explicarse debido a que para su investigación usaron un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Los resultados de esta investigación tienen similitud también con los de Arriaga y Velasquez (2017) quienes en su investigación en Otuzco identificaron que los turistas eligieron este destino debido a los recursos culturales específicamente para el culto a la virgen de la Puerta, esta coincidencia es debido a la similitud de este destino con Lurín, ya que ambos tienen significancia histórica, religiosa y cultural, siendo este el tipo de turismo que más se realiza en ambos destinos,

Por otro lado, Molina et al. (2018) quienes, en su investigación para identificar las preferencias de los ciudadanos residentes en Quito con respecto a actividades turísticas, encontraron que las principales motivaciones son naturales, siendo este también el tipo de turismo que más se realiza, esta diferencia se puede explicar en que se aplicó una metodología de agrupaciones propuesta por uno de sus autores.

Finalmente, Carrera (2018) coincide en relación a que los turistas que visitan la provincia de Napo son solteros, con grado de instrucción universitario, siendo su situación laboral trabajadores dependientes que eligieron el destino a visitar de manera independiente y provenientes de Quito y Ambato, esto se debe a la cercanía con el destino, sin embargo, difiere en que el género es en su mayoría femenino.

Respecto al objetivo específico 2 el cual fue determinar las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023 para Kumar et al. (2020), estas características hacen referencia al uso de productos o servicios y a

todo aquel gasto complementario hecho previo o durante el viaje, de la misma manera Laurente y Machaca (2020), mencionan que es importante también conocer el nivel de ingresos como una característica económica puesto que esto podría ser un determinante de viaje y en consecuencia mientras más alto sea este indicador hay mayor probabilidad que el turista realice más actividades lo cual generaría más ingresos al destino.

En relación a los turistas que visitan Lurín se pudo evidenciar que tienen un nivel de ingresos por encima del sueldo mínimo pero inferior a S/. 2000 esto significaría un rango de \$287 a \$520, sus viajes son autofinanciados, es decir usando sus propios recursos económicos, y para ellos los precios de los medios de transporte para llegar al destino de Lurín, los hospedajes, restaurantes y artesanía son accesibles.

Estos resultados coinciden con los de Muñoz et al. (2017) quienes en su investigación de los turistas que visitan la Isla Santay en Ecuador identificaron que la mayoría tenían un ingreso inferior a los 500 dólares mensuales, esta similitud se puede explicar debido a que para ambas investigaciones la mayoría de encuestados fueron turistas jóvenes y nacionales. Estos resultados difieren con los de Muñoz et al. (2018) quien en su estudio de los turistas que visitan Quito obtuvo que la mayoría tienen ingresos entre 1500 y 2000 dólares, esto se explica en el hecho de que su investigación tenía como criterio de exclusión a turistas nacionales.

Una debilidad identificada durante el desarrollo de la investigación fue que no se encontró un antecedente en el cual dentro de sus indicadores se considere los precios del destino, indicador que, si fue tratado en esta investigación, si bien es cierto no hubo con contrastar este punto, se considera que ello puede ser un aporte para futuras investigaciones y contribuir a un estudio más profundo de esta variable. Asimismo, es importante detallar que aun cuando esta investigación logro los objetivos planteados inicialmente, es posible realizar el análisis de la variable demanda turística desde un enfoque mixto, ya que permitirá un estudio más profundo y detallado, recabando mayor información.

Finalmente hay que destacar que el análisis de la demanda turística es esencial en la planificación de la gestión de destinos con el objetivo de ampliar la variedad de sus productos y servicios (Salas y Villacís, 2020), este análisis podría contribuir a diseñar estrategias de marketing orientadas a la segmentación de la demanda en el distrito de Lurín, lo cual lograra un mayor desarrollo del distrito a nivel turístico.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se describe a la demanda turística en el distrito de Lurín 2023 como hombres jóvenes y solteros, entre los 25 a 34 años, tienen estudios superiores concluidos y un trabajo estable, provienen de distritos limítrofes, tienden a planificar sus viajes, sin embargo, no usan ningún intermediario para escoger sus destinos puesto que lo hacen por su cuenta, han visitado Lurín más de dos veces para realizar turismo cultural, siendo la variedad de recursos culturales el principal aspecto para elegirlo, permaneciendo en el destino por un día y su motivación principal es de ocio, tienen ingresos por encima del sueldo mínimo actual, utilizando sus propios fondos económicos para financiar sus viajes, y con respecto a los precios en el destino mencionaron que son accesibles.
2. Se definió que las características de las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023 fueron que el 52.03% eran hombres, el 36.16% tenían entre 25 a 34 años de edad, el 41.33% de ellos eran solteros, el 39.48% tenían grado de instrucción universitaria, el 62.73% eran trabajadores dependientes de una empresa, el 43.91% de los turistas provienen de distritos limítrofes como Pachacamac, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo y Punta Hermosa, el 52.40% menciono que si planifican su viaje, en relación a la pregunta sobre cómo escogieron el destino de Lurín, se obtuvo que el 35.79% lo hizo por cuenta propia, el 38.33% ha visitado el lugar más de dos veces, el 40.59% de los turistas realizan turismo cultural, en cuanto al tiempo de permanencia en Lurín, los resultados indican que el 48.34% realizan un full day, para el 32.84% el principal aspecto que consideraron al elegir a Lurín como destino turístico fue la variedad de recursos culturales y por último el 29.52% manifestó que su motivo principal para visitar el destino fue descansar, relajarse y divertirse.
3. Se determinó que las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023 fueron que el 34.22% tiene un nivel de ingresos que oscila entre S/1101 y S/2000 (\$287 a \$520), el 62.36% financió su viaje de

forma autónoma, es decir, utilizando sus propios recursos económicos, además más de 50% de los encuestados los consideran que los precios de transporte, hospedaje, restaurantes y artesanías, son accesibles.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda la Municipalidad de Lurín, analizar de manera detallada las características de la demanda turística y obtener datos o conocimientos que respaldan la toma de decisiones informada. Además, permitirá a los responsables de la toma de decisiones entender las tendencias del mercado, identificar segmentos de mercado clave y evaluar el potencial de crecimiento. Asimismo, esto ayudará a tomar medidas para minimizar los impactos negativos del turismo y maximizar los beneficios a largo plazo.
2. Se recomienda a las agencias de viaje que ofrecen paquetes turísticos a Lurín, prestar mayor detalle a las preferencias, comportamientos y necesidades de los turistas, enfocado a los jóvenes residentes de los distritos limítrofes con intereses por realizar turismo cultural, para que puedan desarrollar productos y servicios que satisfagan sus expectativas y maximicen la rentabilidad de la agencia.
3. Se recomienda a los prestadores de servicios en destino; restaurantes, hospedajes, medios de transporte y vendedores de artesanías, brindar servicios más personalizados basados en las preferencias de los turistas y en medida de lo que su rentabilidad lo permita. Así mismo continuar con los precios actuales o incluso incrementarlos, puesto que los turistas ganan por encima del sueldo mínimo y afirmaron que los precios son muy accesibles y baratos, es decir tienen predisposición a gastar mas durante sus viajes turísticos a Lurín.

## REFERENCIAS

- 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>
- Arias, J & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. *Enfoques Consulting EIRL*. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2238>
- Arias, J., Villasís, M. & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergia*, 63(2), 201–206. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Arriaga, H., & Velásquez, O. (2017). Condiciones que favorecen el desarrollo del turismo cultural en Otuzco, La Libertad, Perú. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 13(1), 71–85. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/pgm/article/view/1847>
- Bayih, B., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- Camara, I., Monteiro, J. & Marques, O. (2022). Modelos e determinantes da demanda turística internacional: perspectivas a partir da revisão sistemática da literatura para o período de 2000-2020. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 16, 2478. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2478>
- Carrera, A. (2018). Estudio del comportamiento de la demanda turística nacional e internacional en la provincia de Napo. *Quito: UCE*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17508/1/T-UCE-0004-CAG-051.pdf>Turismo
- Carvache, M., Carvache, W., Molina, G., Arteaga, M., & Villagómez, C. (2018). La Demanda Turística Desde La Perspectiva De La Satisfacción, La Actitud

- Y Las Preferencias Respecto a Su Gastronomía: El Caso De Salitre (Ecuador) [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3179543](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3179543)
- Cruz, I., Flores, C., Lobo, O. & Quiroz, J. (2018), Factors that affect the demand of tourism in Mexico: competitive analysis. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, Vol. 25 No. 2, pp. 154-166. <https://doi.org/10.1108/JTA-03-2018-0009>
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2002). Destination Price Competitiveness: Exchange Rate Changes versus Domestic Inflation. *Journal of Travel Research*, 40,328–336. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287502040003010>
- Fernand, P. y Pastás, E. (2019). Determinantes de la demanda internacional de turismo en el Ecuador: un análisis de panel. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo* 12 (26). <https://www.eumed.net/rev/turydes/26/turismo-ecuador.html>
- Fernández, R., Vilalta, J. & Quintero, A. (2019). Una revisión crítica sobre modelos de predicción para la demanda turística. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 12 (27). <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/prediccion-demanda-turistica.html>
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65–76. <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2018). *Tourism Principles and Practice*. Pearson.
- García, N., García, D. & Quintero, Y. (2020). Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente Y Turismo*, 16(2), 136–152. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000200136>

- Gómez, S. & Rodríguez, K. (2018). Problemas y desafíos para la determinación de la demanda turística en México. *Investigaciones Turísticas* (16). <https://doi.org/10.14198/INTURI2018.16.05>
- Gouveia, B., Coelho, M., Silva Júnior, J. & Lacerda, M. (2022). Demanda turística internacional e taxa de câmbio: modelagem de dependência baseada no modelo copula-GARCH. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 16, 2263. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2263>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill. [http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506\\_6.pdf](http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf)
- Kumar, N., Kumar, R., Patel, A., Hussain, S., & Stauvermann, P. (2020). Modelling inbound international tourism demand in small pacific island countries. *Applied Economics*, 52, 1031–1047. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1170772>
- Laurente, L., & Machaca, R. (2020). Modelagem e previsão da procura por turismo internacional em Puno-Peru. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14(1), 34–55. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1606>
- Law, R., Li, G., Fong, D. & Han, X. (2019). Tourism demand forecasting: A deep learning approach. *Annals of Tourism Research*, 75, 410–423. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.014>
- Molina, E., Orozco, K., Pazmiño, J., & Tonato, L. (2018). La segmentación de los residentes de Quito, enfocado a las actividades de ocio y turismo (ociotipos). *Siembra*, 5(1), 132–147. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6724764>
- Mordecki, G., Leiva, A. & Puel, N. (2019). Mexico and Uruguay inbound tourism demand. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1582>

- Muñoz, G. Ortega, M., Díaz, S., & López, T. (2017). Turismo Comunitario Y Desarrollo Rural. Un Análisis de La Demanda Turística en La Isla Santay (Ecuador). *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(4), 409–426. <https://periodicos.uninove.br/podium/article/view/9487>
- Muñoz, G., Carvache, W., Torres, M. & López, T. (2018). Análisis del perfil sociodemográfico y de las motivaciones del turista que visita Quito, Ecuador. *Innovar*, 28 (68), 77-90. <https://www.redalyc.org/journal/818/81855411007/html/>
- Nardi, P.M. (2018). *Doing Survey Research: A Guide to Quantitative Methods* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315172231>
- PromPerú. (2022). *Perfil del potencial vacacionista nacional 2022*. Turismo in. <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIn/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20potencial%20vacacionista%20nacional%202022&url=Uploads/infografias/1113/Potencial%20Vacacionista%20Nacional-Enero2022.pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issu id=0>
- Salas, P. & Villacís, K. (2020). Mejora del turismo en un destino desde un diagnóstico de la demanda. Caso Patate – Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política Y Valores*. <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2147>
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Serrano, A., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca - Ecuador. *Siembra*, 6(1), 156-164. <https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1718>
- Serrano, L., & Villafuerte, E. (2018). Indicadores Turísticos: oferta y demanda de la ciudad patrimonial de Cuenca – Ecuador. *Revista Latino-Americana de*

*Turismología*, 3(1), 58–68.  
<https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/10027>

Shafiullah, M., Okafor, L., & Khalid, U. (2019). Determinants of international tourism demand: Evidence from Australian states and territories. *Tourism Economics*, 25(2), 274–296. <https://doi.org/10.1177/1354816618800642>

Solomon, M. & Lowrey, T. (2017). The Routledge companion to consumer behavior. *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781315526935>

Song, H., Qiu, R., & Park, J. (2019). A review of research on tourism demand forecasting: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on tourism demand forecasting. *Annals of Tourism Research*, 75, 338–362. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.001>

United Nations, (2010). International Recommendations for Tourism Statistics Department of Economic and Social Affairs. [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf)

Valdivieso, L. (2021). Notas de Técnicas de Muestreo. *PUCP. Departamento Académico de Ciencias*. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182371>

Y tú qué planes, (2020). *4 motivos por los que Lurín es el lugar ideal para viajar*. <https://www.ytuqueplanes.com/blog-viajero/lima/4-motivos-por-los-que-lurin-es-el-lugar-ideal-para-viajar>

Yousaf, A., Amin, I., & Santos, J. (2018). Tourists motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and hospitality management*, 24(1), 197–211. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.8>

Yuni, J., & Urbano, C. (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. (2014). Editorial Bruja. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO N° 1

*Tabla 2. Matriz de operacionalización*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Ítem	Escala de medición
La demanda turística es el número total de personas que visitan un atractivo o centro turístico. Esta definición varía según el interés que tenga un investigador por estudiarla, puesto que, un economista lo verá desde la perspectiva del consumo, mientras que quizá un psicólogo lo vería desde el lado del comportamiento humano y la motivación, necesidad o deseo que tenga un individuo por realizar turismo (Sancho, 1998)	Sancho, (1998) señala que la demanda turística se puede determinar a través de factores económicos, los cuales se refirieren al poder adquisitivo o gasto real de las personas, ya que la demanda en términos económicos es siempre una cantidad monetaria, no el número de consumidores, y por otro lado mediante factores relativos a las unidades demandantes, se trata de factores motivacionales, sociológicos, psicológicos, estilo de vida, tiempo de ocio, nivel cultural.	Factores relativos a las unidades demandantes	Condiciones socioculturales	1, 2, 3, 4, 5 y 6	Nominal
			Tiempo de ocio	7 y 8	
			Formas y estilos de vida	9, 10 y 11	
			Motivación	12 y 13	
		Factores Económicos	Nivel de ingresos	14	
			Financiación del viaje	15	
			Precio del destino	16, 17, 18 y 19	

*Fuente: Elaboración propia*

## ANEXO N° 2

Tabla 3. Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023	<p><b>Problema general:</b> ¿Cuáles son las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b>            P1: ¿Cuáles son las características relacionadas a las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023?            P2: ¿Cuáles son las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023?</p>	<p><b>Objetivo general:</b>            Describir las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b>            O1: Definir las características de las unidades de demanda turística en el distrito de Lurín 2023            O2: Determinar las características económicas de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023</p>	Demanda turística	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Diseño de Investigación: No experimental</p> <p>Alcance: Descriptivo</p> <p>Población: Turistas que visitan Lurín</p> <p>Muestra: 271 turistas</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Fuente: Elaboración propia

### ANEXO N° 3: MUESTREO PROBABILÍSTICO

Considerando una población infinita

Fórmula de cálculo:

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

Donde:

N: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

P: Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

Q: Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado

NOTA:

Al no conocerse con exactitud la población que realiza turismo en Lurín se asume 50% para p y 50% para q

E: Error de estimación máximo aceptado

Nivel de confianza	Alfa
99.7%	3
99%	2.58
98%	2.33
96%	2.05
95%	1.96
90%	1.645

Parámetro	Valores
Z	1.645
P	50%
Q	50%
E	5%

Por lo tanto, el tamaño de la muestra sería: N = 271.

## ANEXO 4: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE LURÍN 2023.

**Objetivo:** La presente investigación tiene como finalidad determinar las características de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023.

#### Consentimiento informado:

¿Desea participar y otorgar su consentimiento para hacer uso de los datos en la presente investigación y se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo? Por favor marque con una (X) su respuesta.	SI	NO
--	----	----

**Instrucciones:** A continuación, se le pide leer detenidamente las siguientes preguntas y marcar con un X la respuesta que mejor exprese su punto de vista. Por hecho se le pide responder con la mayor honestidad posible.

**DIMENSIÓN:** Factores relativos a las unidades demandantes

1. Género
  - a. Hombre
  - b. Mujer
  
2. ¿Cuál es su edad?
  - a. De 18 a 24 años
  - b. De 25 a 34 años
  - c. De 35 a 44 años
  - d. De 45 a 54 años
  - e. De 54 a más
  
3. ¿Cuál es su estado civil?
  - a. Soltero
  - b. Conviviente
  - c. Casado
  - d. Divorciado
  - e. Viudo
  
4. ¿Cuál es su grado de instrucción?
  - a. Ninguno
  - b. Primaria
  - c. Secundaria
  - d. Técnico
  - e. Universitario
  
5. ¿Cuál es su ocupación?
  - a. Estudiante
  - b. Trabajador dependiente
  - c. Trabajador independiente
  - d. Jubilado o cesante
  - e. No trabajo

6. ¿Cuál es su lugar de procedencia?
  - a. Distritos limítrofes (Pachacamac, V.E:S, V.M.T., Punta Hermosa)
  - b. Otro distrito de Lima
  - c. Otra provincia del país
  - d. Otro país \_\_\_\_\_
  
7. ¿Usted planifica su viaje?
  - a. Sí
  - b. No
  
8. ¿Cómo escogió el destino de Lurín?
  - a. Por medio de una agencia de viajes
  - b. Recomendación de un familiar
  - c. Recomendación de un creador de contenido
  - d. Por anuncios de Tv
  - e. Cuenta propia
  
9. ¿Cuántas veces has visitado Lurín?
  - a. Primera vez
  - b. Dos veces
  - c. Más de dos veces
  
10. Tipo de turismo que más realiza durante su viaje a Lurín
  - a. Turismo urbano (pasear por plazas, parques; visitar mercados de la localidad; realizar city tour guiado)
  - b. Turismo de naturaleza (pasear por ríos; visitar reservas naturales, pasear por el campo o por zonas naturales)
  - c. Turismo cultural (visitar sitios arqueológicos; museos, santuarios; visitar comunidades nativas).
  - d. Turismo de sol y playa (ir a la playa a pasar el día, acampar en la playa)
  
11. Tiempo de permanencia en Lurín
  - a. Full day
  - b. Medio día
  - c. 2 a 3 días
  - d. 4 días a más
  
12. ¿Cuál fue el aspecto principal que tomó en cuenta para elegir a Lurín como destino turístico?
  - a. Seguro y limpio
  - b. Variedad de recursos culturales
  - c. Variedad de recursos naturales
  - d. Clima
  - e. Corta distancia
  
13. ¿Cuál fue el motivo de su viaje a Lurín?
  - a. Visitar familiares y/o amigos
  - b. Descansar, relajarse y divertirse
  - c. Salir con la familia
  - d. Conocer nuevos atractivos turísticos
  - e. Disfrutar de una buena gastronomía

DIMENSIÓN: Factores Económicos

14. ¿Cuál es su nivel de ingresos económicos? (Según sueldos en el Perú)
- Hasta S/. 600 ( Hasta \$ 156 )
  - De S/. 601 a S/.1100 ( De \$ 157 a \$ 286)
  - De S/. 1101 a S/. 2000 ( De \$ 287 a \$ 520)
  - De S/. 2001 a S/. 3000 ( De \$ 521 a \$ 781)
  - De S/. 3001 a más ( De \$ 782 a más)
15. ¿Cómo financió su viaje?
- Pagado por un familiar
  - Autofinanciado
  - Ganado en un concurso
  - Por la empresa donde labora
16. Los precios de los medios de transporte para llegar a Lurín son:
- Muy caro
  - Caro
  - Accesible
  - Barato
17. Los precios de los hospedajes en Lurín son:
- Muy caro
  - Caro
  - Accesible
  - Barato
18. Los precios de los restaurantes de Lurín son:
- Muy caro
  - Caro
  - Accesible
  - Barato
19. Los precios de artesanía y recuerdos de Lurín son:
- Muy caro
  - Caro
  - Accesible
  - Barato

## ANEXO N° 5. VALIDACIÓN DE EXPERTOS

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

Lima, 10 de noviembre de 2022

Apellido y nombres del experto: REYES CASTAÑEDA PEDRO EFIGENIO

DNI: 19096422 Teléfono: 947297673

Título/grados: MAGISTER

Cargo e institución en que labora: UCV

#### “Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023”

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:

---

  
Mg. Pedro Reyes Castañeda.

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

Lima, 01 de diciembre del 2022.

Apellido y nombres del experto: **BAZALAR PAZ, MIGUEL ANGEL**

DNI: 25793885

Teléfono: 989193334

Título/grados: Economista / Doctor en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente – Universidad César Vallejo

**“Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023”**

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:

---



FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 12 de abril del 2023

Apellido y nombres del experto: HASSINGER GONZALES ZULEMA YNÉS

DNI: 10941667      Teléfono: 941363622

Título/grados: Doctor

Cargo e institución en que labora: Universidad San Martín de Porres

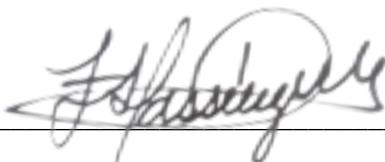
**“Análisis de la demanda turística en el distrito de Lurín 2023”**

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:

---



FIRMA DEL EXPERTO

**ANEXO N° 6. Fotos de la aplicación de encuestas a los turistas en el distrito de Lurín**



