

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
E.A.P. ECONOMIA**



---

**“EFECTO DEL TURISMO EN EL NIVEL DE INGRESOS DEL  
ÁREA URBANA DEL DISTRITO RUPA RUPA TINGO MARÍA -  
2014”**

---

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA**

**TESISTAS**

**BACH.: ALCEDO GUILLERMO FLOR DE MARÍA**

**BACH.: DIAZ ALEJO LUIS ALBERTO**

**BACH.: PICOTA HILARIO LEYVIS FRANCK**

**HUÁNUCO – PERÚ  
2015**

# **INDICE**

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**INTRODUCCION**

**RESUMEN**

**SUMMARY**

## **CAPITULO I**

### **ASPECTO METODOLOGICO**

<b>1.1</b>	<b>EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION</b>	<b>11</b>
<b>1.2</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>16</b>
<b>1.3</b>	<b>HIPOTESIS</b>	<b>17</b>
<b>1.4</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>18</b>

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

<b>2.1</b>	<b>EL TURISMO</b>	<b>23</b>
<b>2.2</b>	<b>FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO</b>	<b>31</b>

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS**

<b>3.1</b>	<b>ASPECTO PROSPECTIVO</b>	<b>44</b>
<b>3.2</b>	<b>RECURSOS TURÍSTICOS</b>	<b>48</b>

<b>3.3</b>	<b>RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>	<b>58</b>
<b>3.4</b>	<b>EVOLUCIÓN DE LAS VARIABLES EN ESTUDIO</b>	<b>70</b>

## **CAPITULO IV**

### **PRUEBA DE HIPÓTESIS**

<b>4.1</b>	<b>PRUEBA DE HIPÓTESIS SEGÚN OPINIÓN DE LOS ENCUESTADOS</b>	<b>103</b>
<b>4.2</b>	<b>PRUEBA DE HIPÓTESIS CONSIDERANDO LA EVOLUCIÓN DE LAS VARIABLES</b>	<b>105</b>

	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>113</b>
--	---------------------	------------

	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>114</b>
--	------------------------	------------

	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>115</b>
--	---------------------	------------

	<b>ANEXOS</b>	<b>117</b>
--	---------------	------------

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres, a toda nuestra familia, y  
a quienes nos apoyaron en todo momento  
de los logros que obtenemos como  
personas

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos Dios, a los docentes y nuestros compañeros de estudio, quienes colaboraron en el desarrollo de la investigación y que día a día logran hacernos crecer como profesionales.

## INTRODUCCIÓN

En el Perú el turismo se realiza por iniciativa privada externa, cuyo objetivo principal fue el fomento y servicio del turismo, automovilismo y actividades conexas para el beneficio del país, de la colectividad y en particular de sus asociados.

Posteriormente, el Estado peruano toma interés en esta actividad y promulga una serie de leyes y decretos, mediante los cuales se promueve e incentiva el turismo en el Perú, en la que se autoriza al Ministerio de Fomento y Obras Públicas atender las corrientes turísticas que vienen al Perú y en especial al Cuzco. Más adelante, se crea la Corporación Nacional del Turismo, cuyo objetivo era desarrollar y fomentar el turismo.

La Evaluación Turística efectuada y la distribución espacial sobre lo que circunscriben los lineamientos de política del gobierno para el Desarrollo Turístico de Huánuco, se ha establecido dos ejes turísticos importantes por la variedad de recursos y/o atractivos físico-recreacionales, arqueológicos y humanos. Además teniendo en cuenta que en estos ejes se cuenta con infraestructura muy pobre, crea la necesidad de incentivar a la empresa privada para la inversión en estructura de servicios turísticos adecuados, así como sensibilizar a la población en actividades educativas de conciencia turística y atención al cliente.

Siendo en el Perú un país que crece cada vez más en el aspecto turístico a nivel mundial se inicia a análisis el impacto de ingreso en el distrito de Rupa Rupa Tingo María.

## RESUMEN

En la Provincia de Leoncio Prado la actividad turística se encuentra postergada, y como tal su repercusión en el desarrollo de su población; no obstante que existieron instituciones que se dedicaron a ello que muy poco hicieron por incentivar y darle auge a esta importante actividad. El departamento cuenta con suficientes atractivos turísticos que no se han explotado nunca como lo hacen en otras ciudades del país y del exterior.

En los alrededores (en otras provincias) se tienen recursos turísticos que se pueden explotar a través del foco Provincial del Huánuco; entre los cuáles se tienen: 11 Las ruinas de Huánuco Pampa son tan comparables con las ruinas de Macchu Picchu en el Cuzco, ambas son ciudadelas incaicas y así como Macchu Picchu era una ciudadela estratégica en el Sur, la de Huánuco Pampa o Huánuco Marca lo fue en el Centro del Imperio Inca; se afirma que fue un gran núcleo de administración incaica en el Siglo XV, cuenta con 4,000 edificaciones, baños termales, etc.; 21 En Tantamayo existen monumentos importantes en un conjunto arqueológico de ciudadelas entre las principales Susupillo, Piruro, Selmín y Japallán, se necesita de 4 días como mínimo para poder conocerlas, puesto que ellas están ubicadas en la parte circundante del pueblo; todos estos edificios que llegan en varios casos a tener 6 pisos superpuestos, pertenecieron al poderoso Imperio de los Yaros o Yarovilcas que floreció entre los siglos XI al XIV. Así mismo nuestra cultura se encuentra presente en todos los estadíos y etapas por la que pasó la historia del hombre hasta las actuales civilizaciones, desde los 10,000 años A.C. hasta la actualidad; además de ser capaz de mostrar hermosos paisajes selváticos y serranos de una belleza incomparable, que complementan

los atractivos de la historia antigua del hombre y 31 Tenemos la belleza natural de Tingo María, en la cual se puede observar hermosos paisajes turísticos, parajes fascinantes.

De esta manera identificando los principales atractivos turísticos dentro del distrito Rupa Rupa lograremos mediante un sistema de recopilación de datos analizar el impacto significativo que repercute al distrito Rupa Rupa.



## SUMMARY

In the province of Leoncio Prado tourism is delayed, and as such its impact on the development of its population; however, that there were institutions that were dedicated to it did very little for encouraging and give rise to this important activity. The department has enough attractions turísti-cos that have never been exploited as they do in other cities around the country and abroad.

Around (in other provinces) will have tourist resources that can be exploited through the Provincial focus of Huanuco; among which there are: 11 The ruins of Huanuco Pampa are so comparable with the ruins of Macchu Picchu in Cuzco, both are incaicas ciuda-delas and as Macchu Picchu was a strategic stronghold in the South, or Huanuco Pampa Huanuco mark it was in the center of the Inca Empire; stated it was a great nucleus of Inca administration in the fifteenth century, it has 4,000 buildings, thermal baths, etc .; 21 In Tantomayo there are important monuments in a set of citadels ar-queológico among major Susu-pillo, Piruro, Selmin and Japallán, you need at least 4 days to know them, since they are located in the surrounding part of the people; all these buildings come in several cases to be 6 superimposed floors, they belonged to the powerful Empire of the Yaros or Yarovilcas that flourished between the eleventh and fourteenth centuries. Also our culture is present in all stages and stages where he spent the history of man to today's civilizations, from 10.000 years B.C. to actuali-dad; besides being able to show beautiful jungle and mountain landscapes of incomparable beauty, which complement the attractions of the ancient history of man and the natural beauty 31 We Tingo Maria, where you can see beautiful tourist landscapes, fascinating places.

Thus identifying the main attractions in the district Rupa Rupa succeed through a data collection system to analyze the significant impact that affects the Rupa Rupa district.

# **CAPITULO I**

## **ASPECTO METODOLÓGICO**

### **1.1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION**

#### **1.1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

El Turismo se inicia en el Perú por iniciativa privada, siendo la entidad pionera del desarrollo del turismo el Touring del Automóvil Club del Perú (TACP) en el año 1974; cuyo objetivo principal fue el fomento y servicio del turismo, automovilismo y actividades conexas para el beneficio del país, de la colectividad y en particular de sus asociados.

Posteriormente, el Estado peruano toma interés en esta actividad y promulga una serie de leyes y decretos, mediante los cuales se promueve e incentiva el turismo en el Perú. Tal iniciativa Estatal lleva a promulgar la Ley 7663 del 31-11-32, en la que se autoriza al Ministerio de Fomento y Obras Públicas atender las corrientes turísticas que vienen al Perú y en especial al Cuzco. Más adelante, se crea la Corporación Nacional del Turismo, cuyo objetivo era desarrollar y fomentar el turismo. Cuatro años después retorna la Dirección a TACP, quienes por decisión propia devuelve al Estado peruano dicha responsabilidad el 06-03-64; en esta misma fecha se crea la Corporación de Turismo en el Perú, COTUR PERU, como un organismo autónomo que disponía de fondos

propios y relación funcional con el Ministerio de Fomento y Obras Públicas, por lo cual pudo llevar a cabo una labor fructífera.

Mediante D.L. N1 17271 del 03-12-68 se reorganiza la estructura del aparato estatal creando nuevas denominaciones ministeriales, es así que se designa al flamante Ministerio de Industria y Comercio la conducción oficial del turismo. Desde entonces, y hasta la fecha, la administración actual del sector se mantiene en dicho ministerio denominado actualmente Ministerio de Industria Comercio Turismo e Integración, cuyo Vice ministerio de Turismo tiene la responsabilidad de formular y dirigir la política turística. A partir de allí, mediante el D.L. N1 17525 del 21-03-69 se crea ENTUR PERU (Empresa Nacional de Turismo del Perú), como organismo público descentralizado, que asume las funciones de la antigua COTUR PERU.

En el año de 1977, el 04 de Octubre, mediante el D.L. N124948, se crea el Fondo de Promoción Turística FOPTUR, cuyas principales funciones entre otras son: financiar y ejecutar la promoción oficial del turismo receptivo e interno y desarrollar actividades de facilitación y comercialización de servicios turísticos, este organismo estuvo operando en nuestra ciudad hasta 1992.

La Evaluación Turística efectuada y la distribución

espacial sobre lo que circunscriben los lineamientos de política del gobierno para el Desarrollo Turístico de Huánuco, se ha establecido dos ejes turísticos importantes por la variedad de recursos y/o atractivos físico-recreacionales, arqueológicos y humanos. Además teniendo en cuenta que en estos ejes se cuenta con infraestructura muy pobre, crea la necesidad de incentivar a la empresa privada para la inversión en estructura de servicios turísticos adecuados, así como sensibilizar a la población en actividades educativas de conciencia turística y atención al cliente.

Se cuenta con el Inventario y Evaluación del Patrimonio Turístico del Departamento de Huánuco del MITINCI 1983-1997; el Diagnóstico Económico Social del Departamento de Huánuco realizado por la Sub Región Huánuco, el Estudio de la Arqueóloga Denesy Palacios sobre la "Reseña Histórica de Kotosh", realizado entre el MICTI, INC y FOPTUR; además se tiene el Proyecto "Puesta en Valor de Kotosh" realizado por el MICTI, entre otros.

### **1.1.2 FUNDAMENTACION DEL PROBLEMA**

La actividad turística en la Provincia de Leoncio Prado, se encuentra postergada, y como tal su repercusión en el desarrollo de su población; no obstante que existieron instituciones que se dedicaron a ello que muy poco hicieron por incentivar y darle auge a esta importante actividad. El departamento cuenta con suficientes atractivos turísticos que no se han explotado nunca como lo hacen en otras ciudades del país y del exterior.

En los alrededores (en otras provincias) se tienen recursos turísticos que se pueden explotar a través del foco Provincial del Huánuco; entre los cuáles se tienen: 11 Las ruinas de Huánuco Pampa son tan comparables con las ruinas de Macchu Picchu en el Cuzco, ambas son ciudadelas incaicas y así como Macchu Picchu era una ciudadela estratégica en el Sur, la de Huánuco Pampa o Huánuco Marca lo fue en el Centro del Imperio Inca; se afirma que fue un gran núcleo de administración incaica en el Siglo XV, cuenta con 4,000 edificaciones, baños termales, etc.; 21 En Tantamayo existen monumentos importantes en un conjunto arqueológico de ciudadelas entre las principales Susupillo, Piruro, Selmín y Japallán, se necesita de 4 días como mínimo para poder conocerlas, puesto

que ellas están ubicadas en la parte circundante del pueblo; todos estos edificios que llegan en varios casos a tener 6 pisos superpuestos, pertenecieron al poderoso Imperio de los Yaros o Yarovilcas que floreció entre los siglos XI al XIV. Así mismo nuestra cultura se encuentra presente en todos los estratos y etapas por la que pasó la historia del hombre hasta las actuales civilizaciones, desde los 10,000 años A.C. hasta la actualidad; además de ser capaz de mostrar hermosos paisajes selváticos y serranos de una belleza incomparable, que complementan los atractivos de la historia antigua del hombre y 31 Tenemos la belleza natural de Tingo María, en la cual se puede observar hermosos paisajes turísticos, parajes fascinantes, cuevas de lechuzas y pavas, la bella durmiente, etc.

Es inconcebible que no se explote adecuadamente todo este potencial turístico, a la vez que se permite que todos estos monumentos históricos sigan olvidados, pese a que esta actividad es de gran importancia para el desarrollo de los pueblos; la idea de esta investigación es determinar el potencial del desarrollo turístico y su efectos en el nivel de ingresos del Distrito de Rupa Rupa – Ciudad de Tingo María, lo que permitirá generar mayor desarrollo económico social a nivel distrital.

### **1.1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA**

#### **1.1.3.1 PROBLEMA GENERAL**

¿EXISTE RELACION ENTRE EL TURISMO Y EL NIVEL DE INGRESOS DEL AREA URBANA DEL DISTRITO RUPA RUPA - TINGO MARIA. 2014?

#### **1.1.3.2 PROBLEMAS ESPECIFICOS**

- ✓ ¿Qué relación existe entre el Turismo interno y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014?
- ✓ ¿Qué relación existe entre el Turismo externo y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014?

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación entre el turismo y el nivel de ingresos del área urbana del distrito Rupa Rupa - Tingo María. 2014

### **1.2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ✓ Identificar la relación que existe entre el Turismo interno y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014



- ✓ Establecer la relación que existe entre el Turismo externo y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014

### **1.3 HIPOTESIS**

#### **1.3.1 HIPOTESIS GENERAL**

Existe relación directa significativa entre el turismo y el nivel de ingresos del área urbana del distrito Rupa Rupa - Tingo María. 2014.

#### **1.3.1 HIPOTESIS ESPECÍFICAS**

- ✓ Existe relación directa significativa entre el Turismo interno y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014
- ✓ Existe relación directa poco significativa entre el Turismo externo y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014

### **SISTEMA DE VARIABLES**

Las variables de nuestro estudio son de dos tipos:

- **VARIABLE DEPENDIENTE**

Nivel de Ingresos del Distrito de Rupa Rupa

- **VARIABLES INDEPENDIENTE**

Turismo

## **1.4 METODOLOGIA**

### **1.4.1 TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACION**

La presente investigación es del tipo de investigación aplicada; es decir, está interesada en la aplicación de los conocimientos para dar una alternativa de solución a nuestro problema.

De acuerdo a la rigurosidad de la investigación se pueden distinguir dos niveles de investigación: exploratoria y descriptiva. La primera parte del trabajo corresponde a una investigación exploratoria o de sondeo, que han tenido como objetivos: formular el problema, deducir y desarrollar hipótesis previas, sugerir algunas investigaciones preliminares, familiarizarnos con nuestra realidad, aclarar conceptos y referencias y establecer prioridades en la ejecución de nuestro trabajo.

En la segunda parte pasaremos al nivel de investigación descriptiva, la cual tiene como objetivo determinar las características de nuestra realidad.

En base a estos dos niveles expuestos, se

desarrollarán procedimientos sistemáticos de operaciones y reglas para alcanzar el resultado propuesto.

#### 1.4.2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Considerando la forma como se tratará el problema, se usarán los distintos métodos que a continuación señalamos:

**Método Descriptivo:** Cuyo objetivo es describir analítica y sistemáticamente "lo que existe" con respecto a las variaciones o a las condiciones de una situación. Aquí se obtendrá información acerca de las características y comportamiento actual del turismo en la provincia.

**Método histórico:** Con el propósito de indagar sistemáticamente y evaluar de modo objetivo los hechos del pasado, desde una perspectiva que enfatiza el desarrollo social, económico, cultural, educativo e intelectual. Describiendo e interpretando lo que fue, proporcionando información para comprender el presente, a la luz de los sucesos y progresos del pasado.

### 1.4.3 COBERTURA DEL ESTUDIO

#### a. UNIVERSO DE POBLACION

El universo de nuestro estudio abarca geográficamente al área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María en su conjunto, conformado por 50,414 habitantes.

#### b. MUESTRA DEL ESTUDIO

La muestra de análisis se tomó en la ciudad de Tingo María, debido a que se posee mayor información confiable. A partir de esta ciudad se hará el seguimiento de la economía del distrito Rupa Rupa y su potencial turístico existente que se pueda explotar racionalmente.

Se considera que la muestra es representativa, ya que en la ciudad de Tingo María, se encuentran todos los estratos económicos descritos en el estudio.

La muestra representativa se determina a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{p \cdot q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{p \cdot q}{N}}$$

Dónde:

$n$  = Tamaño de la muestra

$p$  = probabilidad de ocurrencia 50%

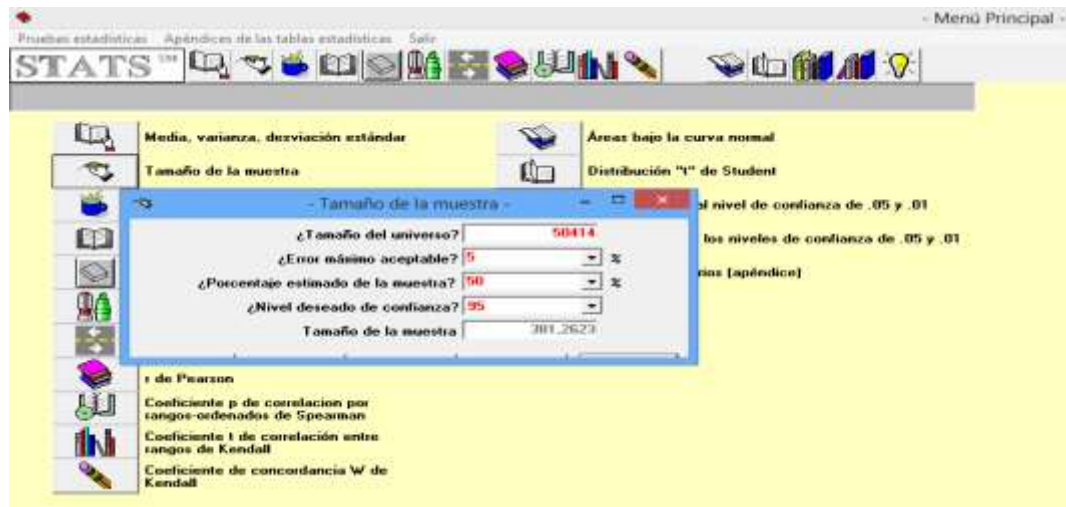
$q$  = probabilidad de no ocurrencia 50%

$Z$  = Intervalo de confianza 95%

$e$  = Error de estimación 5%

$N$  = Población (familias)

Reemplazando los datos tenemos:



Donde:

$n = 381$

#### **1.4.4 FUENTES TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS**

##### **a. FUENTES**

Los datos se recolectaron por fuentes primarias y secundarias.

##### **b. PROCESAMIENTO Y PRESENTACION DE DATOS**

La presentación de datos hizo en forma de cuadros estadísticos, diagramas, etc. El procesamiento y análisis de datos se realizó mediante sistemas informáticos.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 EL TURISMO**

##### **2.1.1 DEFINICION**

##### **SEGUN LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA**

Turismo es la acción de viajar por el gusto de recorrer un país y la organización de los medios conducentes para facilitar otros viajes.

##### **TURISMO COMO CORRIENTE DE VIAJEROS**

Turismo es un hecho primordialmente humano, motivado sólo por deseo de reposo, cambio de ambiente y necesidades espirituales o intelectuales.

##### **TURISMO COMO INDUSTRIA**

La industria del Turismo es la organización adecuada que existe en cada país para hacer posible el desplazamiento de quienes viven en él y se desplazan en forma temporal y sin finalidad de lucro.

El Turismo es industria porque:

- a. Necesita de servicios y elementos que hagan posible y faciliten las corrientes de viajeros hacia algún lugar.
- b. Se emplean los tres elementos indispensables de la producción que són:
  - **Naturaleza.**- Bienes naturales y culturales.
  - **Capital.**- Para poder explotar los bienes.
  - **Trabajo.**- Para prestar servicios.
- c. Proporciona al estado y a la economía nacional recursos a través de divisas y otros recursos fiscales.
- d. Se dan los fenómenos de la especialización y de la integración propia de las industrias progresistas.

### **TURISMO COMO MERCADO**

Turismo no es solamente un movimiento de personas sino que además, un conjunto de relaciones y hechos constituidos por el desplazamiento y la permanencia en un lugar fuera de su origen, mientras esta permanencia no sea motivada por actividades lucrativas.

En cada ocasión donde se presenta una oferta y una



demanda existe un mercado. En el Turismo se da la oferta de los servicios y bienes que son adquiridos por una demanda de viajeros compuesta por consumidores, turistas o usuarios. El mercado turístico está integrado por quienes compran y venden servicios turísticos.

## 2.1.2 CLASIFICACION DEL TURISMO

### A. POR SU MANIFESTACIÓN CUANTITATIVA

Ligada a la renta que percibe un trabajador dentro de sus distintos estratos sociales; es decir, medios económicos para practicar Turismo, tenemos:

- a. **Turismo de minorías.-** Está referido al Turismo interno o extranjero que llegan al país en número reducido.
- b. **Turismo de masas.-** Viajes de grupos organizados por agentes de viajes e instituciones creadas para fomento de un turismo al alcance de las mayorías.

Con desplazamientos limitados en cuanto a distancia y duración. El tipo de transporte es masivo (ferrocarril, autobús, etc.)

## **B. POR SU NACIONALIDAD**

Teniendo en cuenta la nacionalidad del turista en el país que visita son:

**a. Turismo Nacional.-** Que también se subdivide en Turismo Nacional Interno practicado por Nacionales dentro de su territorio. Proporciona ventajas y beneficios directos porque:

- ✓ Contribuye a que el nacional solidifique su formación cívica, afiance el patriotismo y toma conciencia turística; aprendiendo a valorar los que conoce, y comprende su realidad.
- ✓ Genera la circulación monetaria de una Economía originada en la zona y gastada en otra; dando lugar el efecto multiplicador del Turismo.
- ✓ Se fomentan los elementos necesarios para la creación y mejoramiento de la planta turística existente, preparando bases para una mayor promoción y desarrollo del turismo receptivo. También es conveniente porque contribuye a la elevación del nivel cultural y crea el hábito de viajar.

- b. **Turismo Internacional.-** Denominada así al desplazamiento de la corriente turística que circula por el mundo hasta otras direcciones (turismo receptivo y regresivo)

### C. POR SU COMPOSICION SOCIAL

- a. **Nivel Social Alto.-** Personas cuyas posibilidades económicas disponen de medios suficientes para desplazarse al exterior y ponerse en contacto con ambientes que su cultura les ha permitido conocer.
- b. **Nivel Social Medio.-** Set de profesiones liberales, funcionarios, empleados de cierta categoría, etc., gozan de cierta holgura económica y poseen un grado considerable de cultura.
- c. **Turismo juvenil.-** Integrado en su mayor parte por estudiantes.
- d. **Turismo popular y/o social.-** Practicado por los trabajadores; se ha ido extendiendo con rapidez.

### D. POR LA FINALIDAD PERSEGUIDA

**OBJETO DE VIAJE.-** Vinculada a las motivaciones o causas

que originan los desplazamientos de las corrientes de viajeros.

**a. Por causas o motivaciones objetivas**

- Turismo Terapéutico.
- Turismo Deportivo.
- Turismo Gastronómico.
- Turismo Recreativo.

**b. Por causas o motivaciones subjetivas**

- Turismo religioso.
- Cultural.
- Turismo Profesional.

### **2.1.3 CONSECUENCIAS POSITIVAS DEL TURISMO**

**a. Consecuencias culturales.-** Sirve como elemento que contribuye al enriquecimiento cultural del Individuo.

**b. Consecuencias Económicas.-** Con doble prioridad en los aspectos políticos e históricos, dentro de lo político están las ventajas económicas en los diferentes niveles:

- **A nivel local.-** Eleva el nivel económico de la

población lugareña, el turismo implica la llegada de capitales que aumentan el área de la producción de la localidad.

- **A nivel Nacional.-** Repercuten en todos los sectores de la economía de la nación, multiplicando los hechos generadores de producción, circulación, consumo y por tanto el enriquecimiento que no sólo llega al sector privado sino al sector público a través de los impuestos, tasas que gravan los hechos de producción, circulación y consumo.

#### **2.1.4 EL TURISMO COMO IMPACTO DEL DESARROLLO**

Importantes países del mundo, reconocen al Turismo como la Industria sin chimeneas. Su correcta explotación determina significativos ingresos para su presupuesto y una buena imagen para el mundo.

La presencia de turistas en Huánuco, significa captación de divisas para el Tesoro Público de la nación; además de un aporte valioso para nuestra economía.

Todos los negocios y empresas de servicios, algún beneficio obtienen con el turismo; **alentemos su Desarrollo.**

El trabajo se desarrollará pensando en lo importante y protagónico que es la actividad turística dentro del proceso de desarrollo de los pueblos.

### **2.1.5 CONCIENCIA TURISTICA**

Si se quiere hacer que el Turismo sea una verdadera actividad rentable, se requiere que el servicio turístico responda a una demanda, a un mercado y a una clientela que desee comprarlo, o sea, que hay que conocer simplemente que debemos saber que ofrecemos, a quienes debemos ofrecer, cuanto debemos ofrecer y cómo debemos ofrecer.

### **2.1.6 EFECTO MULTIPLICADOR DEL TURISMO**

En términos económicos las divisas que ingresan a una región por turismo es un artículo de exportación que aportará dinero nuevo. La parte de este dinero que se queda podrá ahorrar, gastar, prestar, invertir, etc.

Mientras que este dinero se gaste una y otra vez, se estimula la economía provocando posteriores desembolsos; a esto se llama la reduplicación de ingresos turísticos. Cuanto más permanezca en la economía y cuanto más rápidamente circule, mayor será su efecto "activador" de la economía de una zona. Esto se ve reflejado en la Balanza de Pagos.

## **2.2 FORMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO**

### **2.2.1. DESARROLLO TURÍSTICO COMO FENÓMENO URBANÍSTICO-GEOGRÁFICO.**

Si el turismo es una determinada manera de mirar el territorio, de estar en él, estudiar el desarrollo turístico desde una perspectiva urbanístico- geográfica es estudiar qué lugares se van configurando en distintas épocas como espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas, qué características tienen estos espacios y, sobre todo, cuáles son las distintas maneras en que la actividad turística se implanta en el territorio y qué transformaciones ocasiona en ellos. La evolución de los distintos lugares que han acogido el fenómeno turístico ha sido ampliamente tratada, por ejemplo, por Fernández Fuster, 1991, 1991<sup>a</sup>. Respecto

a la forma en que en turismo se implanta en un determinado territorio, podemos considerar distintos tipos y tipologías. Barbaza (1970), a partir de las experiencias en el Mediterráneo y el mar Negro, considera tres modelos de desarrollo turístico, el desarrollo espontáneo, el desarrollo planificado y localizado y el desarrollo extensivo, definidos en función de tres factores, a) el tamaño y extensión de la población local existente b) la naturaleza espontánea o planificada de las instalaciones existentes c) la naturaleza localizada o extensiva del área turística. El desarrollo espontáneo surge espontáneamente por la demanda de costas soleadas y al preceder la demanda a la oferta, se produce una construcción anárquica que degrada el entorno, pero permite la continuidad de algunas labores tradicionales. El desarrollo planificado y localizado lo identifica con lo sucedido en los países del Mar Negro, mientras que el desarrollo extensivo, que identifica con el Roussillon francés, se da a partir de pequeños núcleos locales con iniciativa privada.

Peck y Lepie (1992) consideran también tres modelos de desarrollo turístico, de crecimiento rápido, crecimiento lento y



desarrollo transitorio. El crecimiento rápido se da “cuando las corporaciones adquieren grandes terrenos, y a continuación operan la subdivisión de los mismos para iniciar la construcción”, y la población se mantiene alejada de los beneficios del turismo. En el crecimiento lento “la promoción de los terrenos es controlada por los terratenientes locales y el desarrollo, ajeno a toda planificación, incluye a los integrantes de la población local, y los recién llegados se integran en las estructuras de poder tradicionales”. El desarrollo transitorio estaría orientado hacia el turismo de fin de semana. Por último, Pearce (1986), sintetizando las tipologías anteriores propone una división entre desarrollo integrado, y desarrollo catalítico. El desarrollo integrado, que integra a un solo promotor con exclusión de otros actores, deja al resto de la sociedad al margen y es rápido, planificado y coordinado, “teniendo como resultado complejos turísticos funcionalmente especializados, aislados y dirigidos a turistas de clase alta”. En el desarrollo catalítico, a partir de un promotor inicial las actividades van implicando a otras compañías e individuos locales y foráneos, y la actividad turística hace de catalizador de un desarrollo complementario simultáneo. En definitiva, de los estudios existentes en distintos lugares del mundo podemos extraer la idea de que los factores que influyen en la

forma que adopta el desarrollo turístico en una localidad son por un lado, los relacionados con la población y las actividades pre-existentes, por otro, los agentes que promueven el desarrollo turístico y por último, el tiempo del desarrollo. El cuadro siguiente presenta de manera sintética todos estos tipos y factores de desarrollo.

### **2.2.2. DESARROLLO TURÍSTICO COMO FENÓMENO SOCIO-ANTROPOLÓGICO.**

Si el turismo es un agregado de cinco consumos intermedios, la demanda turística, como cualquier otro consumo, es un conjunto articulado y estructurado de preferencias. Desde la perspectiva socio- antropológica las formas de desarrollo turístico estarían relacionadas con los factores que articulan estas preferencias. Los factores que hacen que lugares diferentes puedan ser destinos turísticos constituyen los modelos de desarrollo turístico desde una perspectiva socio- antropológica.

¿Qué es lo que hace que un lugar sea concebido como un destino turístico o no? Tradicionalmente los lugares turísticos han sido sobre todo localidades costeras con buenas playas y un clima cálido, al menos durante el tiempo que dura la temporada turística.

Si a estas localidades añadimos algunas otras situadas en la montaña y con buenas instalaciones para la práctica de deportes invernales, y los centros históricos de las ciudades monumentales, tendremos un mapa de los lugares turísticos tradicionales (ver por ejemplo Montaner Montejano, 1998: 234-235). Los factores que hacen que un lugar pueda constituirse en un destino turístico son básicamente de tres tipos: su localización y características físicas, su localización temporal, es decir, la distancia a los centros emisores y el clima existente durante la temporada turística, y el tipo de actividades que se pueden desarrollar en él. Ahora bien, la distribución de estos factores ha variado con el paso del tiempo. En los últimos años, diversos autores han aplicado el marco conceptual del paso de una sociedad fordista a otra postfordista para entender los cambios acaecidos en el turismo, que se entienden como el paso de un turismo fordista a formas postfordistas de ocio turístico.

En el turismo fordista los lugares turísticos se caracterizaban por su relativa cercanía física a los centros emisores y por su distancia simbólica de la sociedad industrial de la cual el turismo es una manifestación periférica. Como señala Savelli (1990:26), el turismo fordista es una “compensación por las condiciones agobiantes y los conflictos y fracturas que se derivan de los

procesos de inserción y de ascenso social”. El lugar turístico es un lugar en el que demostrar la posición lograda en la producción: “el turista se mueve para identificarse a sí mismo, y también su posición y su valor en la sociedad, y utiliza para tal fin la línea graduada de su capacidad de gasto” (Savelli, 1990:28). Por todo ello, el lugar turístico fordista es un espacio localizado en la periferia de las sociedades industrializadas, concebido simbólicamente como un espacio sacralizado, abstraído de su contexto, de características (al menos simbólicas) contrapuestas a los lugares industriales que crean los flujos turísticos, y caracterizado por sus condiciones para llevar a cabo actividades que podríamos considerar de integración.

En contraposición a lo anterior, el turismo postfordista constituye tanto un lugar social en que demostrar la propia posición social adquirida en la producción como un espacio en que construirla a través del consumo. Los lugares turísticos no se construyen ya simbólicamente como contrapuestos a la sociedad industrial de la que originariamente constituían un escape, una reparación, sino que llegan a entremezclarse con los lugares no turísticos. Por ello, y porque se multiplican los lugares turísticos

tradicionales, se multiplican los lugares turísticos, que consecuentemente dejan de estar tan claramente diferenciados de los no turísticos. Esta desconcentración espacial del turismo, junto con su desconcentración temporal y la de- diferenciación entre el turismo y otras actividades de ocio constituyen los cambios más importantes acaecidos en el turismo en los últimos años.

La desconcentración temporal hace referencia al hecho de que el turismo ha pasado de ser una actividad que se llevaba a cabo en épocas muy concretas del año a desarrollarse a lo largo de un período de tiempo muy amplio. Las causas de esto son diversas. Por un lado encontramos los factores demográficos, que hacen que actualmente capas relativamente amplias de la población no se vean constreñidas por el calendario laboral en su consumo turístico. Junto a esto, la desregulación de las condiciones de trabajo cambia el escenario laboral, desde un marco fordista en que los trabajadores se veían presionados para tomar sus vacaciones durante el mes de agosto a otro en que muchas empresas incentivan a los trabajadores que no toman sus vacaciones en verano.

La concentración espacial hace referencia a la multiplicación de lugares turísticos. El turismo fordista era una actividad que se llevaba a cabo en un tiempo y espacio muy concreto. Hacer turismo y estar en determinadas localidades era prácticamente sinónimos. Esta delimitación tan estricta de los espacios turísticos dejaba también muy claro los lugares que nunca podrían considerarse turísticos. Por el contrario, en los últimos veinte años se ha vuelto imposible establecer de manera tajante lo que es un lugar turístico y lo que nunca podrá serlo, tanto porque se han multiplicado de manera casi exponencial los destinos turísticos tradicionales como porque han aparecido multitud de nuevos destinos turísticos. Aún es más, con el auge de fórmulas como el turismo de aventura, turismo ecológico, turismo deportivo, o incluso el turismo solidario, se puede afirmar que “cualquier lugar, si sabe promocionarse adecuadamente, puede convertirse en un destino turístico” (Donaire, 1999).

Por último, y en relación con lo anterior, la difuminación entre el turismo y otras actividades está relacionada con la aparición de los turismos temáticos y la cada vez mayor dificultad para distinguir el turismo de otras actividades. Como señala Savelli (1990) el

turismo fordista cumple básicamente una función de integración social<sup>13</sup>. El turismo es una reparación por los esfuerzos realizados en la producción. Por tanto abarca básicamente dos tipos de actividades: las relacionadas con el descanso (la playa) y las que tienen que ver con una manera determinada de relacionarse con la cultura legítima. Sin embargo, el turismo postfordista cumple una importante función de diferenciación social, mediante la cual los sujetos construyen su posición social a través del consumo. Especialmente aquellos que aspiran a incrementar su capital cultural eligen sus vacaciones para diferenciarse de los vulgares turistas, que disponen de dinero para gastar pero no de gusto para elegir<sup>14</sup>. Dado que se trata de diferenciarse más que de integrarse se multiplican las actividades que pueden considerarse turísticas. En la actualidad casi cualquier actividad que permita diferenciarse puede convertirse en turística<sup>15</sup>. Del turismo, sin adjetivos, hemos pasado a Unas reales y otras potenciales. (...) En todos los casos estos espacios pueden ser objeto de una reconversión en la dirección de ser experimentados turísticamente: sólo basta con que se introduzcan elementos turísticos mercadotécnicos para la búsqueda de la rentabilidad económica (Brunet Icart y Belzunegui Eraso, 2003:159).

### **2.2.3. DESARROLLO TURÍSTICO COMO FENÓMENO SOCIO-ECONÓMICO.**

Como ya señalamos anteriormente, una tercera manera de entender el concepto de “formas de desarrollo turístico” es como el desarrollo de una oferta turística, es decir, la creación de una infraestructura de empresas dedicada a atender las necesidades de los turistas. Desde que un territorio se convierte en objetivo de la mirada turística es necesario que concurren en él capitales y trabajo para prestar los servicios que la presencia de los turistas requiere. Las distintas maneras en que puede darse esta concurrencia de capitales y trabajo (empresarialidad) para prestar servicios turísticos serían las distintas formas de desarrollo turístico entendidas en un sentido socio- económico.

Si recordamos que el turismo es un agregado de cinco consumos comprenderemos que las posibilidades de organización del sector son casi infinitas, y contemplan todas las diferentes maneras de agrupar estos consumos. En un extremo podría darse la posibilidad de que los cinco fueran facilitados por una misma empresa. Aunque esto es un poco difícil por el carácter



transnacional de la actividad, el hecho es que en la actualidad ésta es una posibilidad real. Los procesos de integración entre compañías y el desarrollo de la fórmula del todo incluido (TI) hacen posible que en la actualidad un turista pueda acudir a reservar sus vacaciones a una agencia que pertenece a un gran consorcio; se desplace en un avión perteneciente a una línea aérea participada por ese mismo consorcio; se aloje en un hotel de una cadena que en realidad pertenece a la misma empresa; y por último, que realice todas sus comidas, espectáculos, etc. prácticamente en el mismo hotel. En el extremo contrario, cada uno de estos consumos sería atendido por una o más empresas.

Por tanto, a la hora de hablar de las formas de desarrollo turístico en un sentido socio- económico hemos de hacer también referencia a la polémica sobre el fordismo y el postfordismo, entendidos en este caso como formas de organización de la producción. Marchena (1994) plantea que el fordismo en el turismo está representado por el "paquete turístico" (viaje y alojamiento) que integra los servicios básicos que necesita el turista.

Para Ioannides y Debbage (1997) las innovaciones

tecnológicas permiten sustituir el turismo tradicional "empaquetado" por formas más flexibles de viajar que enfatizan la individualidad, de manera que podrían diferenciarse diferentes formas de organización de la actividad turística. La industria turística pre- fordista se da en los inicios del turismo de masas y está representada por el gran número de pequeñas empresas (bares, pequeños restaurantes, tiendas de souvenirs) de propiedad familiar y explotado por la misma familia. El número de trabajadores y los niveles de tecnología empleados son muy bajos, con una pequeña inversión en capital. La industria turística fordista se desarrolla a partir de los sesenta.

En la búsqueda de nuevos mercados, las grandes compañías se esfuerzan por alcanzar una mayor cuota de mercado y una mayor concentración, lo que acaba configurando un sector oligopolístico en el que se pueden manipular los flujos origen destino. Estas compañías funcionan con economías de escala y productos homogéneos. Por último, la industria turística postfordista, siempre según la perspectiva de Ioannides y Debbage (1997), no constituiría una ruptura clara con lo anterior, sino una evolución de la misma.

En términos generales vendría marcada por la desintegración vertical y la externalización de actividades periféricas mediante la subcontratación. Otro aspecto destacable de la industria turística postfordista es el establecimiento de alianzas estratégicas entre empresas. Aunque Ioannides y Debbage no tratan el tema, algunas de las principales formas que adopta la organización postfordista del trabajo son las denominadas “especialización flexible”, “empresa red” y “distritos industriales”. El siguiente cuadro resume algunas características de estas formas de desarrollo turístico.

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS**

#### **3.1 ASPECTO PROSPECTIVO**

##### **3.1.1 UBICACIÓN POLÍTICA**

Distrito	:	Rupa Rupa
Ciudad	:	Tingo María
Provincia	:	Leoncio Prado
Región	:	Huánuco

##### **3.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

La Ciudad de Tingo María se ubica en el Distrito de Rupa Rupa se encuentra en la Provincia de Leoncio Prado, se encuentra ubicada en la Región Huánuco, localizándose en la parte central del país, entre la cordillera oriental, comprendiendo su territorio selva alta y selva baja. Su Capital, el distrito de Rupa Rupa se encuentra ubicada entre la unión de los ríos Monzón y Huallaga, a una altitud aproximada de 660 m.s.n.m., a la altura del kilómetro 528 de la Carretera Central y sus coordenadas geodésicas son 09°18'00" de latitud sur y 76°91'00" de longitud oeste en el meridiano de Greenwich. Su Capital es la Ciudad de Tingo María.

**Cuadro 01**  
**Provincia de Leoncio Prado; Ubicación geográfica por Capital Distrital**

DISTRITO	CAPITAL	COORDENADAS		RANGO ALTITUDINAL		CATEGORÍA
		LATITUD	LONGITUD	M.S.N.M.	REGION	
Rupa Rupa	Tingo Maria	09°17'18"	75°59'52"	649	Selva	Ciudad
José Crespo y Castillo	Aucayacu	08°56'00" Sur	76°02'30" Oeste	540	Selva	Ciudad
Mariano Dámaso Beraún	Las Palmas	09°21'45" Sur	57°58'15" Oeste	719	Selva	Pueblo
Padre Felipe Luyando	Naranjillo	09°14'00" Sur	75°59'30" Oeste	700	Selva	Pueblo
Daniel Alomía Robles	Pumahuasi	09°10'00" Sur	75°54'30" Oeste	1000	Selva	Pueblo
Hermilio Valdizán	Hermilio Valdizán	09°06'15" Sur	75°51'00" Oeste	1250	Selva	Pueblo

**FUENTE:** Compendio Estadístico Departamental INEI

**ELABORACION:** Propia

### 3.1.3 SUPERFICIE TERRITORIAL

El Distrito de Rupa Rupa tiene una superficie territorial de 428.58 Km<sup>2</sup> (Ver Cuadro N° 02) constituyendo el 8.65% de la superficie total de la Provincia de Leoncio Prado.

**Cuadro 02**  
**Extensión Territorial de la Provincia de Leoncio Prado; Según Distritos**

DISTRITO	SUPERFICIE KM <sup>2</sup>	SUPERFICIE HAS.	SUPERFICIE %
Rupa Rupa	428.58	42,858.00	8.7%
José Crespo y Castillo	2829.67	282,967.00	57.1%
Mariano Dámaso Beraún	766.30	76,630.00	15.5%
Padre Felipe Luyando	100.32	10,032.00	2.0%
Daniel Alomía Robles	710.91	71,091.00	14.4%
Hermilio Valdizán	117.24	11,724.00	2.4%
<b>PROVINCIA</b>	<b>4,953.02</b>	<b>495,302.00</b>	<b>100.0%</b>

**FUENTE:** Compendio Estadístico Departamental INEI

**ELABORACION:** Propia

### **3.1.4 DISTRIBUCION ESPACIAL**

Tingo María, como capital de la Provincia de Leoncio Prado y por su ubicación estratégica, considerada como puerta de entrada a esta parte de la Amazonia, ha permitido que se convierta en el principal centro administrativo y comercial de la provincia, y en un eje importante, como zona de influencia de los pueblos contiguos a las carreteras Central, Federico Basadre y Fernando Belaúnde. Siendo considerada por ello, en una ciudad de tercer orden a nivel nacional.

El ámbito territorial donde se desenvuelve la dinámica socioeconómica y poblacional de la Provincia forma parte del espacio conocido como Valle del Alto Huallaga, determinado por el curso del río del mismo nombre.

### **3.1.5 CAPITAL HUMANO**

En el caso de las tasas de densidad poblacional apreciamos que Rupa Rupa tiene la tasa más elevada, equivalente a 131.6 H/Km<sup>2</sup>, seguida por Padre Felipe Luyando, con una tasa de 85.7 H/Km<sup>2</sup>, mientras que la menos ocupada es Daniel Alomía Robles con una tasa de 9.3 H/Km<sup>2</sup>.

**CUADRO N° 03**

DISTRIBUCION Y DENSIDAD POBLACIONAL PROVINCIAL Y POR DISTRITO 2007				
PROVINCIAS / DISTRITOS	POBLACION		EXTENSION (Km <sup>2</sup> )	DENSIDAD (H/Km <sup>2</sup> )
	TOTAL	%		
<b>PROVINCIA LEONCIO PRADO</b>	<b>116.965</b>	<b>100,10%</b>	<b>4.952,99</b>	<b>23.6</b>
Rupa-Rupa	56.389	48.2%	428,58	131.6
Daniel Alomía Robles	6.597	5.6%	710,91	9,3
Hermilio Valdizán	3.793	3.2%	117,24	32.3
José Crespo Y Castillo	32.255	27,6%	2.829,67	11,4
Padre Felipe Luyando	8.599	7.3%	100,32	85.7
Mariano Dámaso Beraún	9.332	7.9%	766,27	12.2

FUENTE: Compendio Estadístico Departamental INEI

ELABORACION: Propia

### 3.1.6 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN URBANA Y RURAL

Los distritos que espacialmente concentran más población en el área urbana son Rupa Rupa y José Crespo y Castillo; mientras que los que concentran menos población el área rural son Hermilio Valdizán y Daniel Alomía Robles.

**CUADRO N° 04**

POBLACION URBANA Y RURAL POR DISTRITO 2007			
PROVINCIAS/DISTRITOS	POBLACION		
	TOTAL	URBANA	RURAL
<b>PROVINCIA LEONCIO PRADO</b>	<b>116.965</b>	<b>68,747</b>	<b>48,218</b>
Rupa-Rupa	55.150	50,414	5,975
Daniel Alomía Robles	6.597	336	6,261
Hermilio Valdizán	3.793	272	3,793
José Crespo Y Castillo	32.255	14,028	18,227
Padre Felipe Luyando	8.599	1,755	6,844
Mariano Dámaso Beraún	9.332	1,942	7,390

Fuente: INEI 2007

ELABORACIÓN: Propia

## 3.2. RECURSOS TURISTICOS

Los Turísticos de la Ciudad de Tingo María son variados entre los cuáles tenemos:

### 3.2.1 Ciudad de Tingo María

Capital de la provincia de Leoncio Prado que se encuentra ubicada a 139 kilómetros de la ciudad de Huánuco, sobre los 680 metros m.s.n.m. Se encuentra a orillas del río Huallaga, rodeada de la cadena montañosa "La Bella Durmiente". Se trata de la segunda ciudad de mayor importancia en la región debido a su ubicación geográfica, al ubicarse como punto de interconexión entre Lima y las regiones de Ucayali (Pucallpa) y San Martín (Tocahe).

IMAGEN 01





### 3.2.2. La Bella Durmiente

Son cerros que se asemeja al perfil del cuerpo de una mujer recostada de espalda y es uno de los atractivos turísticos más notorios de la ciudad de Tingo María, que se puede apreciar desde la plaza de armas de la ciudad.

IMAGEN 02



### 3.2.3 Parque Nacional de Tingo María

Ubicado a un kilómetro al suroeste de la ciudad de Tingo María, está conformado por la cadena montañosa de La Bella Durmiente. En el parque se puede encontrar una rica variedad de fauna silvestre de hasta 104 especies de animales entre peces, batracios y reptiles, aves y mamíferos. Cuenta con diversos atractivos como la Cueva de las Lechuzas, la Cueva de las Pavas y las aguas sulfurosas de Jacintillo.

IMAGEN 03



#### 3.2.4 La cueva de las lechuzas

Ubicada en las faldas de la "Bella Durmiente", a 11 kilómetros de Tingo María, se trata de una gigantesca gruta de piedra.

Caliza que alberga en su interior una importante colonia de aves, conocidas como guacharos o santanas, muy similares a las lechuzas.

IMAGEN 04



### 3.2.5 La cueva de las pavas

Ubicada a 15 kilómetros de Tingo María, se encuentra el tramo final de profunda y estrecha quebrada por donde discurre un riachuelo, formando pequeñas playas y pozos rodeados de una exuberante vegetación.

IMAGEN 05



### 3.2.6 Las Aguas Sulfurosas de Jacintillo

Se trata de una piscina medicinal debajo del cerro llamado Cotomono, el cual posee bastante azufre, de allí el motivo del nombre. Esta fuente medicinal cuenta con una dimensión de 30 metros aproximadamente y tiene una forma semicircular que nace bajo del cerro. Según los habitantes del lugar, en las tardes se observan un bello paisaje gracias a la presencia de los guacharos

que llegan para bañarse, como también de los monos que salen a beber el agua de la fuente. El carácter medicinal del agua por el contenido de azufre que posee sirve para curar enfermedades de la piel y relacionados al estómago.

IMAGEN 06



### 3.2.7 Cataratas de Cayumba

Se encuentra ubicado el caserío de Cayumba, a 22 Km. de Tingo María, en la quebrada del río derrepente, donde se halla la majestuosa "Catarata" de más de 70 metros de caída.

IMAGEN 07



### **3.2.8 Cueva Castillo Grande**

Se localiza a 5 kilómetros al norte de la ciudad de Tingo María. Es una caverna de piedra caliza, donde habita una colonia de guacharos (*Steatornis Caripensis*) y animales silvestres como picuros, loros, puerco espines, etc. Aunque no es muy grande en profundidad, es atractiva por la gran bóveda que forma en la entrada, y por su acceso, ya que se arriba al lugar por un camino que atraviesa la selva a pesar de la ausencia de escalinatas y estalagmitas, además que las erupciones de ciertas rocas le dan un aspecto interesante.

### **3.2.9 Catarata y Cueva de Santa Carmen**

La cueva de Santa Carmen consta de dos pequeños salones con un aproximado de 6 a 8 metros, y como en toda caverna está habitada por muchas especies animales como el guacharo, golondrinas, murciélagos, y diversos insectos, etc. Para llegar a la cueva de Santa Carmen se aprecia un magnifico paisaje siguiendo el cauce de una quebrada, la que forman cascadas, cataratas y pozas que llevan el mismo nombre. La Catarata ubicada cerca de la cueva, tiene una caída de 30 metros aprox. formando una piscina natural.

### 3.2.10 La Catarata San Miguel

Se encuentra ubicado al sur de la ciudad de Tingo María, a 25 kilómetros, en el distrito de Mariano Dámaso Beraun. Se trata del atractivo más impresionante de la región central del país en su género. Para llegar a esta zona se atraviesa las localidades de Chinchavito y San Miguel, punto donde se inicia una caminata atravesando quebradas, riachuelos, cerros y montañas, para luego de dos horas y media, aproximadamente, llegar a la catarata. La caída de las aguas es de 200 metros y con 50 metros de ancho. En los días soleados se forma un hermoso arco iris en su base.

IMAGEN 08



### **3.2.11 Laguna de los Milagros**

En Tingo María, el visitante tiene para conocer una importante cantidad de recursos turísticos, entre los cuales se hallan sitios como la Laguna de los Milagros. La Laguna de los Milagros se encuentra en el caserío que le da el nombre: Los Milagros, un pueblo que se sitúa en la provincia de Leoncio Prado.

La Laguna se origina por los flujos de agua que brotan del cerro Belén. A causa del origen que tiene esta laguna es que se dan las características de sus aguas. Las aguas de la laguna se encuentran por lo general cargadas de desechos botánicos que coge a su paso, además, producto de su origen tampoco presenta la claridad típica de estos espejos de agua.

Físicamente, la Laguna de los Milagros ocupa un área de 40 mil metros cuadrados y alcanza profundidades de hasta 8 metros. La laguna es un interesante lugar para visitar, en especial, si se tiene interés en actividades como la navegación, los paseos en botes pedales, la observación de flora y fauna, las excursiones, el trekking, e incluso el camping, ya que cuenta con áreas para poder montar campamentos.

Las visitas a la Laguna de los Milagros también resultan

interesantes, para las personas que tienen inclinación por el turismo, esto a causa de los puestos que se han instalado alrededor de ella producto de su popularidad. En el contorno de la laguna, el visitante va a poder encontrar distintos puestos de venta de comida donde se puede conocer y disfrutar de la gastronomía de esta zona del país, además, existen también puestos de bebidas exóticas donde más de un trago podrá llevarlo a otros niveles del gusto.

Además, quien visite este encantador balneario de Huánuco, puede estar más cerca del pueblo, aprovechando las inmediaciones de aquel para compartir con la gente la recolecta de huairuros, unas semillas conocidas como las “semillas de la buena suerte”, que son utilizadas para espantar energías negativas.

Entre otros atractivos que el visitante puede encontrar en los alrededores de la laguna se hallan también sitios como el mirador del Cerro Belén, desde el cual se puede tener una estupenda vista del valle. Otro punto de interés próximo es el Árbol de Lupuna, una joya ecológica de más de trescientos años de antigüedad que tiene una altura de aproximadamente 60 metros.



Para poder llegar a este encantador paraje de Huánuco, el visitante tiene que ir hacia el Caserío de los Milagros, el viaje a este caserío se puede realizar en auto particular o en alguna mototaxi del sitio. Este primer recorrido puede durar entre veinte minutos y media hora, dependiendo del medio de transporte que se elija. Ya en el Caserío, solo hace falta caminar por aproximadamente 7 minutos hasta la laguna.

IMAGEN 09



Se recomiendan que las visitas a la Laguna de los Milagros se den entre las 7 de la mañana y las 5 de la tarde. Hay que tener presente que la laguna no cuenta más que con servicios básicos en sus alrededores y que recursos turísticos como alojamientos,

discotecas, pubs, bancos, etc., solo pueden encontrarse en la ciudad de Tingo María.

### **3.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS OCUPACIONES MÁS DEMANDADAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

#### **3.3.1 LAS OCUPACIONES EN LA ACTIVIDAD HOTELERA**

Para efectos del presente estudio se consideró el comportamiento de los arribos nacionales y llegadas extranjeras para definir los meses de temporada baja y de temporada alta. El 39,3% de los trabajadores se desempeña en ocupaciones específicas, es decir, realiza labores vinculadas directamente a los procesos de la actividad hotelera, el 25,5% labora en ocupaciones transversales<sup>76</sup> y en el 35,2% de los trabajadores no se registra una ocupación determinada, esto debido a que en la PE (Es un registro administrado por la SUNAT donde las empresas formales declaran mensualmente a los trabajadores con los que mantiene algún vínculo laboral que devengue en un desembolso a favor de la persona - convenios de modalidades formativas laborales, prestador de servicios –

locador, los pensionistas y los derecho habientes de los trabajadores) no existe obligación de que el empleador reporte la ocupación para los trabajadores bajo la modalidad de prestador de servicios.

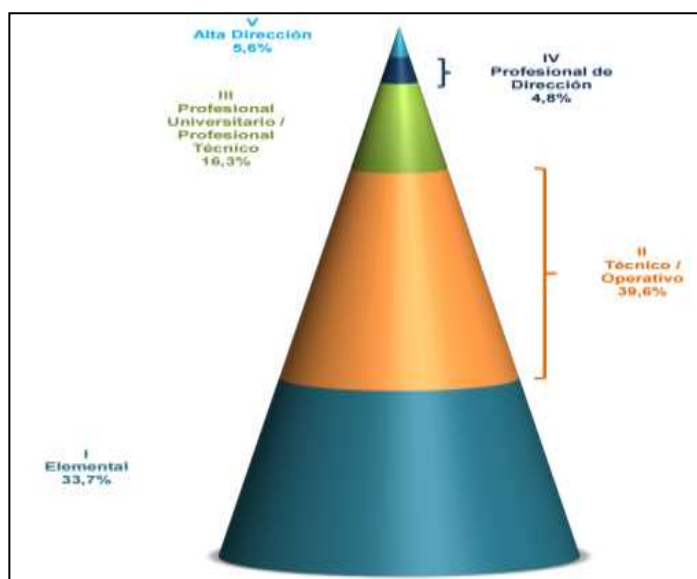
Es decir, la identificación de las ocupaciones que se presenta a continuación sólo considera al 64,8% de los trabajadores de las empresas hoteleras registradas en la PE, por lo tanto, la cuantificación de trabajadores por ocupación debe ser considerada como referencial.

La Figura 1 muestra la distribución de los trabajadores de la actividad hotelera según niveles de responsabilidad. El 33,7% de los trabajadores se encuentra en el nivel de responsabilidad I, es decir, son trabajadores que desempeñan trabajos predeterminados y sencillos que demandan un conocimiento básico del proceso (obreros y aprendices). El 39,6% de los trabajadores se ubican en el nivel de responsabilidad II, es decir, corresponde a aquellos puestos de trabajo donde se realizan trabajos predeterminados que involucran un conocimiento

especializado del proceso (empleado, técnico y operario especializado). Cabe precisar que las ocupaciones correspondientes a los niveles de responsabilidad I y II constituyen la población objetivo de la Certificación de Competencias Laborales de la DNCCL. En el otro extremo de la pirámide se encuentran las ocupaciones vinculadas a los más altos niveles de responsabilidad (IV y V), las que representan al 10,4% de los trabajadores.

**FIGURA 1:**

TINGO MARIA: DISTRIBUCIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA ACTIVIDAD HOTELERA SEGÚN NIVELES DE RESPONSABILIDAD, MES DE TEMPORADA ALTA – 2011 (%)



**FUENTE:** MTPE - Planilla Electrónica, julio 2011

**ELABORACIÓN:** MTPE-DISEL

El área que más demanda trabajadores es la de Reservas y Recepción. Esta área es la primera con la que se vincula el cliente del hotel y comprende las actividades

relacionadas a reservar una habitación, recibir y dar la bienvenida al cliente y asignarle una habitación. Algunas de las ocupaciones de los niveles de responsabilidad I y II correspondientes a esta área son la Recepcionista, el Botones y el Conserje.

La segunda área demandante de mano de obra es la de Habitación, que comprende las actividades relacionadas a la limpieza de la habitación. Los trabajadores que se desempeñan en esta área no suelen tener trato directo con el cliente del hotel. Algunas de las ocupaciones de los niveles de responsabilidad I y II correspondientes a esta área son el Camarero, la Mucama y el Ama de llaves.

El área de Administración es la tercera demandante de mano de obra en un hotel, comprende las actividades relacionadas a la Contabilidad, el Abastecimiento, los Recursos Humanos y la Tesorería. Los trabajadores de esta área no suelen tener trato directo con el cliente del hotel y se desempeñan en ocupaciones consideradas transversales a la actividad hotelera.

El área de la Gerencia es la cuarta demandante de

mano de obra, comprende todas las actividades relacionadas a la gestión de la organización hotelera. En quinto, sexto y séptimo lugar figuran las áreas de Mantenimiento en General (Lavandería, Jardinería, entre otros), Seguridad y Servicios Generales (Servicios de masajes, Sauna, Tienda, Organización de eventos, entre otros), respectivamente.

### CUADRO Nº 05

#### HOTELES: OCUPACIONES ESPECÍFICAS MÁS DEMANDADAS VS. OFERTA FORMATIVA EXISTENTE

Nivel de responsabilidad	OCUPACIÓN	¿Existe oferta formativa?	Nivel de la oferta formativa existente
II	Recepcionista, hotel	NO	
I	Camarero/Mucama	NO	
I	Encargado, local de aseo	NO	
V	Gerente general, empresa/hotelería	SI	CENFOTUR, IEST y UNIV.
I	Lavadero, a mano/lavandería	NO	
I	Botones/Maletero, hotel	NO	
III	Profesional en hotelería	SI	CENFOTUR, IEST y UNIV.
I	Vigilante/Conserje, hotel	NO	
I	Arma de llaves	NO	
III	Jefe de camareros	NO	
III	Mayordomo, excepto hogar particular	NO	

Fuentes: Planilla Electrónica, Abril (temporada baja) y Julio (temporada alta) 2011 / MINEDU / Guía Nacional de la Oferta Formativa de Capacitación para el Trabajo – Tomo I – MTPE (2009) / ANR, Universidad Perú, SENAJU 2009.  
Elaboración: MTPE - DGFPC - Área de Estudios.

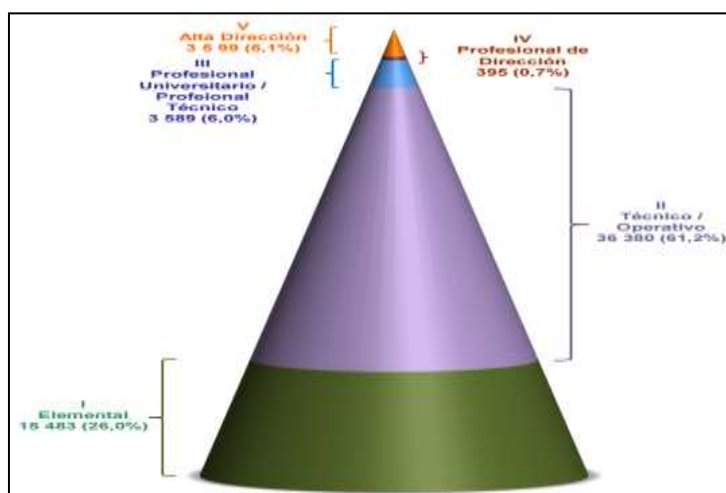
Según CENFOTUR, el recurso humano en Hoteles de la actividad turística en el país se caracteriza por la insuficiente mano de obra calificada, la falta de especialización del personal y el desarrollo de programas educativos de baja calidad divorciados del sector productivo

### 3.3.2 LAS OCUPACIONES EN LA ACTIVIDAD DE RESTAURANTES

El 64,0% de los trabajadores se desempeña en ocupaciones específicas, el 12,9% labora en ocupaciones transversales y en el 23,1% de trabajadores no se registra una ocupación determinada, esto debido a que en la PE no existe obligación de que el empleador reporte la ocupación para los trabajadores bajo la modalidad de prestador de servicios<sup>81</sup>. Es decir, la identificación de las ocupaciones que se presenta a continuación solo considera al 76,9% de los trabajadores de los restaurantes registrados en la PE, por lo tanto, la cuantificación de trabajadores por ocupación debe ser considerada como referencial.

**FIGURA 2:**

TINGO MARIA:  
DISTRIBUCIÓN DE LOS  
TRABAJADORES DE LA  
ACTIVIDAD DE  
RESTAURANTES SEGÚN  
NIVELES DE  
RESPONSABILIDAD, MES  
DE TEMPORADA ALTA –  
2011 (%)



**FUENTE:** MTPE - Planilla Electrónica, julio 2011 **ELABORACIÓN:** MTPE-DISEL

La Figura 2 indica la distribución de los trabajadores de la actividad restaurantes según niveles de responsabilidad. El 26% de los trabajadores se encuentra en el nivel de responsabilidad I y el 61,2% en el nivel de responsabilidad II. En el otro extremo de la pirámide se encuentran las ocupaciones vinculadas a los más altos niveles de responsabilidad (IV y V), las que representan al 6,8% de los trabajadores.

Según CENFOTUR, el recurso humano en Restaurantes de la actividad turística en el país se caracteriza por la insuficiente mano de obra calificada, la falta de especialización del personal y el desarrollo de programas educativos de baja calidad divorciados del sector productivo.

### CUADRO Nº 06

#### RESTAURANTES: OCUPACIONES ESPECÍFICAS MÁS DEMANDADAS VS. OFERTA FORMATIVA EXISTENTE

Nivel de responsabilidad	OCUPACIÓN	¿Existe oferta formativa?	Nivel de la oferta formativa existente
II	Mozo / Azafata	SI	A nivel de CETPROs se ofrece la carrera de Servicio de mesa <sup>1</sup>
II	Cocinero, chef	SI	CETPRO, CENFOTUR y IEST
II	Barman	SI	CETPRO <sup>1/2</sup> y IEST
II	Anfitrión	NO	
V	Gerente de cafetería / restaurante / bar / discoteca y snack bar	SI	CENFOTUR, IEST y UNIV.
I	Limpiador en seco / a mano de: hoteles, oficinas etc. / local de aseo	NO	
II	Empleado, abastecimiento / almacenaje y aprovisionamiento	NO	
I	Lavaplatos de: cantina, hotel, restaurante	NO	
II	Pastelero, elaboración de pasteles en general	SI	CETPRO e IEST
II	Técnico de alimentos	SI	CETPRO, CENFOTUR y IEST
III	Maitre / Jefe de camareros	NO	
II	Hornero de pan	SI	CETPRO, CENFOTUR y IEST
II	Preparador pastas pastelería en moldes a máquina	SI	CETPRO e IEST
II	Catador de vinos y licores	NO	

1/ Consultoría para el estudio de la dinámica ocupacional en la ciudad de Arequipa. Julia Velazco. 2011. DISEL – MTPE (Mimeo).

Fuente: Planilla Electrónica, Abril (temporada baja) y Julio (temporada alta) 2011 / MINEDU / Guía Nacional de la Oferta Formativa de Capacitación para el Trabajo – Tomo I – MTPE (2009) / ANR, Universidad Perú, SENAJU 2009.

Elaboración: MTPE - DGFPC - Área de Estudios.



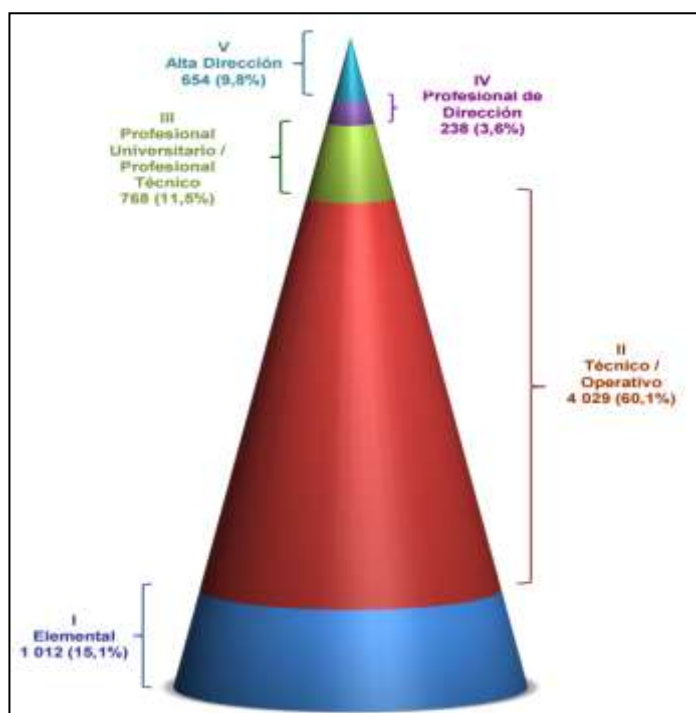
### **3.3.3 LAS OCUPACIONES EN LA ACTIVIDAD DE AGENCIAS DE VIAJES**

El 15,5% de los trabajadores se desempeña en ocupaciones específicas, el 27,5% labora en ocupaciones transversales y en el 57,0% de los trabajadores no registra una ocupación determinada, esto debido a que en la PE no existe obligación de que el empleador reporte la ocupación para los trabajadores bajo la modalidad de prestador de servicios<sup>84</sup>. Es decir, la identificación de las ocupaciones que se presenta a continuación solo considera al 43,0% de los trabajadores de las agencias de viajes registradas en la PE, por lo tanto, la cuantificación de trabajadores por ocupación debe ser considerada como referencial.

La Figura 3 muestra la distribución de los trabajadores de la actividad de agencia de viajes según niveles de responsabilidad. El 15,1% de los trabajadores se encuentra en el nivel de responsabilidad I y el 60,1% en el nivel de responsabilidad II. En el otro extremo de la pirámide se encuentran las ocupaciones vinculadas a los más altos niveles de responsabilidad (IV y V), las que representan al 13,4% de los trabajadores.

**FIGURA 3:**

TINGO MARIA: DISTRIBUCIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA ACTIVIDAD DE AGENCIA DE VIAJES SEGÚN NIVELES DE RESPONSABILIDAD, MES DE TEMPORADA ALTA – 2011 (%)



**FUENTE:** MTPE - Planilla Electrónica, julio 2011

**ELABORACIÓN:** MTPE-DISEL

El área que más demanda trabajadores es la de Administración y Recursos Humanos. Algunas de las ocupaciones del nivel de responsabilidad II correspondiente a esta área son Empleado de oficina, Auxiliar de oficina y Secretaria.

La segunda área demandante de mano de obra es la de Venta y Marketing, la cual comprende actividades relacionadas a la venta de los paquetes turísticos. Los

trabajadores que se desempeñan en esta área suelen tener trato directo con el cliente de la agencia de viaje. Algunas de las ocupaciones del nivel de responsabilidad II correspondiente a esta área son Agentes de venta, Empleados de agencias de viaje y Recepcionista.

El área de servicios de orientación turística es la tercera demandante de mano de obra, comprende las ocupaciones de Guía de turismo – excursiones, Agente de viajes y Organizador de viajes. Los trabajadores de esta área tienen trato directo con el cliente de la agencia de viaje y se desempeñan en ocupaciones consideradas específicas a la actividad.

El área de la Gerencia es la cuarta demandante de mano de obra, comprende todas las actividades relacionadas a la gestión y organización de la agencia de viaje. Finalmente, se encuentra el área de Otros servicios, que comprende a las ocupaciones de Mensajero, Vigilante, entre otras.

El área que más demanda trabajadores es la de Salón. Esta área es la primera que se relaciona con el cliente

del restaurante y comprende las actividades relacionadas a recibir y dar la bienvenida al cliente y brindarle el servicio de mesa. Algunas de las ocupaciones de los niveles de responsabilidad I y II correspondientes a esta área son el Mesero, el Mozo-Azafata y el Cajero.

La segunda área demandante de mano de obra es la de Cocina, los trabajadores que se desempeñan en esta área no suelen tener trato directo con el cliente del restaurante. Algunas de las ocupaciones de los niveles de responsabilidad I y II correspondientes al área de cocina son el Cocinero, la Nutricionista y el Lavaplatos.

El área de Administración es la tercera demandante de mano de obra en un restaurante, comprende las actividades relacionadas a la Contabilidad, el Abastecimiento, los Recursos Humanos y la Tesorería. Los trabajadores de esta área no suelen tener trato directo con el cliente del restaurante y se desempeñan en ocupaciones consideradas transversales a la actividad de restaurantes.

El área de la Gerencia es la cuarta demandante de mano de obra, comprende todas las actividades relacionadas a la gestión y a la organización del restaurante.

Según CENFOTUR, el recurso humano en las Agencias de Viaje, de la actividad turística en el país se caracteriza por la insuficiente mano de obra calificada, la falta de especialización del personal y el desarrollo de programas educativos de baja calidad divorciados del sector productivo

### CUADRO Nº 07

#### AGENCIA DE VIAJE: OCUPACIONES ESPECÍFICAS MÁS DEMANDADAS VS. OFERTA FORMATIVA EXISTENTE

Nivel de responsabilidad	OCUPACIÓN	¿Existe oferta formativa?	Nivel de la oferta formativa existente
II	Agente / Organizador de viajes de turismo	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)
V	Gerente / Director general, empresa / agencia de viajes	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)
II	Empleado de agencia de viajes/ventas de billetes	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)
II	Guía de turismo	SI	CETPRO, CENFOTUR y IEST
IV	Gerente adm., agencia de turismo / excursiones	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)
IV	Gerente de ventas	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)
II	Técnicos administradores	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)
II	Empleado de viajes	SI	CETPRO, CENFOTUR, IEST y UNIV (Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros)

**Fuente:** Planilla Electrónica, Abril (temporada baja) y Julio (temporada alta) 2011 / MINEDU / Guía Nacional de la Oferta Formativa de Capacitación para el Trabajo – Tomo I – MTPE (2009) / ANR, Universidad Perú, SENAJU 2009.

**Elaboración:** MTPE - DGFPCL - Área de Estudios.

### 3.4 INGRESOS DE LAS OCUPACIONES MÁS DEMANDADAS EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (IMPACTO DIRECTO)

Como los ingresos de los trabajadores del Sector Turismo son generados por este sector el impacto en su nivel de ingresos es el 100%, o el que le genera mayor ingreso (respecto al total) en el caso de tener otras fuentes de ingresos.

El 50% de los trabajadores de la actividad turística gana menos de S/. 629. Comparado con otros sectores de la economía, estos trabajadores sólo ganan por encima de los trabajadores de la agricultura y de la pesca (Ver Cuadro N° 08). La baja productividad de la mano de obra en el turismo puede ser uno de los factores que explique este resultado.

Se aprecian diferencias salariales por estructura de mercado, género, nivel de educación y categoría ocupacional. Existe una relación directa entre tamaño de empresa (medida por el número de trabajadores) y el ingreso alcanzado. Por género, los hombres ganan más que las mujeres según estructura de mercado, nivel de educación y categoría ocupacional. Se observa una relación directa entre nivel de educación e ingreso obtenido.

**CUADRO Nº 08**

**TINGO MARIA: ESTADÍSTICAS GENERALES DE INGRESOS LABORALES  
MENSUALES DE TRABAJADORES DEL TURISMO POR NIVEL EDUCATIVO  
SEGÚN SEXO, 2011**

**(Nuevos Soles por trabajador)**

<b>NIVELES DE EDUCACION</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TOTAL</b>	<b>961.3</b>	<b>533.4</b>	<b>629.0</b>
<b>HASTA PRIMARIA</b>	853.3	431.8	471.5
<b>SECUNDARIA</b>	915.9	555.1	645.3
<b>SUPERIOR NO UNIVERSITARIA</b>	997.1	635.3	805.7
<b>SUPERIOR UNIVERSITARIA</b>	1338.3	589.7	817.7

**Nota:** Excluye a TFNR y ocupados que declararon obtener ingresos nulos. Las bases de datos han sido actualizadas con proyección de la población en base a los resultados del Censo de Población y Vivienda del 2007.

**FUENTE:** INEI - ENAHO, 2011. Metodología actualizada.

**ELABORACIÓN:** MTPE-DGFPCL - Área de Estudios

En promedio, los trabajadores de la actividad turística trabajan 46 horas por semana con una desviación promedio respecto a la media de 22 horas. Si bien no se encuentra diferencias en el número de horas trabajadas respecto al resto de sectores de la economía.



**CUADRO N° 09**

**TINGO MARIA: ESTADÍSTICAS GENERALES DE INGRESOS LABORALES**

**MENSUALES DE TRABAJADORES DEL TURISMO POR CATEGORÍA**

**OCUPACIONAL SEGÚN SEXO, 2011**

**(Nuevos Soles por trabajador)**

Categoría Ocupacional	Hombre		Mujer		Total	
	Mediana	N° trabajadores	Mediana	N° trabajadores	Mediana	N° trabajadores
<b>Total</b>	<b>961,3</b>	<b>205 525</b>	<b>533,4</b>	<b>681 119</b>	<b>629,0</b>	<b>886 644</b>
Empleador	1 315,7	22 484	1 296,7	65 356	1 315,7	87 840
Empleado privado	1 029,8	83 084	660,0	132 536	799,6	215 620
Obrero privado	838,1	62 513	471,1	119 824	602,5	182 337
Independiente	917,7	37 228	421,9	361 865	452,7	399 094

**Nota:** Excluye TFNR y ocupados que no reportan ingresos. Las bases de datos han sido actualizadas con proyección de la población en base a los resultados del Censo de Población y Vivienda del 2007.

**FUENTE:** INEI - ENAHO, 2011. Metodología actualizada.

**ELABORACIÓN:** MTPE-DGFPCL - Área de Estudios

El 53% de los trabajadores de la actividad turística está afiliado a algún seguro de salud. Sólo el 19,2% de los trabajadores está afiliado a un sistema de pensiones. Es decir, la mayor parte de los trabajadores de la actividad turística no cuenta con planes de protección para su vejez. El 74% de los trabajadores asalariados no cuenta con contrato de trabajo.

### 3.4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA (EFECTO INDIRECTO)

#### 3.4.1 ASPECTOS GENERALES DEL POBLADOR ENCUESTADO DEL DISTRITO DE RUPA – TINGO MARÍA

##### CUADRO N° 10

##### CIUDAD DE TINGO MARIA: SEXO DEL ENCUESTADO

SEXO	N°	%
VARON	240	63%
MUJER	141	37%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 10 se puede apreciar que de 381 encuestados el 63% son varones y el 37% son mujeres, teniendo mayor participación de la población masculina.

En el Cuadro N° 11, se aprecia que la edad del Encuestado varía entre 18 y 72 años, siendo la mayor cantidad de participantes los que tienen una edad entre 38-48 años representando un 35%, seguido de los que tienen una edad que fluctúa entre 48 y 58 años con una participación del 25% del total, luego los de la edad de 28-38 años con un 19% de representatividad, mientras que sólo el

15% y el 5% tienen una edad entre 18-28 años y entre 58 años respectivamente. Se puede notar con ello que la mayoría están en la edad adecuada de brindar información verídica y garantice el buen desarrollo de la investigación.

### CUADRO Nº 11

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: EDAD DEL ENCUESTADO

EDAD	Nº	%
18 - 28	57	15%
28 - 38	72	19%
38 - 48	133	35%
48 - 58	96	25%
58 - +	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

### CUADRO Nº 12

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ESTADO DEL ENCUESTADO

ESTADO CIVIL	Nº	%
Soltero	76	20%
Casado	141	37%
Viudo	19	5%
Divorciado	38	10%
Conviviente	95	25%
Separado	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 12 se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados son casados o convivientes, representando un 37% y 25% respectivamente, teniendo menor participación las demás categorías. El estado civil permite también de alguna manera garantizar que se ha tratado con personas responsables dado que para mantener un hogar es muy difícil en estos días.

Respecto al Grado de Instrucción, en el Cuadro N° 13 se puede apreciar que la mayor parte de encuestados tienen educación universitaria y superior no universitaria representando un 50% y 30% respecto al total; el 15% tiene educación secundaria y sólo el 5% tiene educación primaria. El nivel educativo que muestran los encuestados también garantiza la fidelidad de sus respuestas en la encuesta.

**CUADRO N° 13****CIUDAD DE TINGO MARIA: GRADO DE INSTRUCCION DEL ENCUESTADO**

<b>GRADO DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Primaria</b>	19	5%
<b>Secundaria</b>	57	15%
<b>Superior No Universitaria</b>	114	30%
<b>Superior Universitaria</b>	191	50%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

**CUADRO N°14****CIUDAD DE TINGO MARIA: NIVEL DE INGRESOS DEL ENCUESTADO**

<b>NIVEL DE INGRESOS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Promedio</b>
<b>0 - 800</b>	38	10%	400
<b>800 - 1600</b>	130	34%	1200
<b>1600 - 2400</b>	110	29%	2000
<b>2400 - 3200</b>	72	19%	2800
<b>3200 - +</b>	31	8%	3600
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>	<b>-.-</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

En el cuadro N° 14 se puede observar que el mayor rango de ingresos esta entre 800-1600 nuevos soles, seguido del rango entre 1600-2400 nuevos soles, representando el 34% y 29% del total respectivamente. Los rangos de ingresos entre 2400-3200 nuevos soles y el rango de 0-800 nuevos soles representan el 19% y 10% respectivamente, mientras que solo el 8% tienen un nivel de

ingresos de 3200- + nuevos soles. En esta categoría el ingreso promedio de los encuestados es 1848.82 nuevos soles.

### 3.4.2 BREVE DIAGNOSTICO DEL TURISMO EN EL DISTRITO DE RUPA – TINGO MARÍA

#### CUADRO N° 15

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿SEGÚN SU OPINIÓN COMO CALIFICA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

CALIFICACION	Nº	%
Muy buena	23	6%
Buena	95	25%
Regular	160	42%
Mala	76	20%
Muy mala	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 15 se observa que la mayoría de encuestados califican que la actividad turística de la Ciudad de Tingo María es regular, seguida del 25% que dice que es buena, mientras que el 20% dice que es mala, y sólo el 7% y 6% dicen que es buena y muy mala respectivamente. Es claro notar que los pobladores advierten que no se está

explotando racionalmente y óptimamente el recurso turístico en el ámbito de influencia del estudio.

### CUADRO N° 16

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿HA NOTADO ALGUNA MEJORA DEL TURISMO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS?

CALIFICACION	Nº	%
Si	274	72%
No	107	28%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

Respecto a la pregunta si ha notado alguna mejora del sector turismo en los 2 últimos años, en el Cuadro N° 16 se puede observar que la mayoría de encuestados dijeron que si representando un 72% del total, mientras que sólo el 28% dijo que no hubo mejora. Esto indica que si tienen expectativas positivas respecto a este sector.

**CUADRO N° 17**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA LAS VÍAS DE ACCESO A  
LOS LUGARES TURÍSTICOS EXISTENTES?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	23	11%
<b>Buena</b>	95	25%
<b>Regular</b>	160	35%
<b>Mala</b>	76	22%
<b>Muy mala</b>	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 17 se puede notar claramente que del total de encuestados el 35% opinan que las vías de acceso a los lugares turísticos son regulares, seguido del 25% que dicen que es buena, y el 22% que aseveran que es mala; sólo el 11% y el 7% afirman que es muy buena y muy mala respectivamente. Este resultado hace notar que es necesario tomar medidas urgentes para mejorar las vías de acceso a los lugares turísticos de la zona en estudio.



**CUADRO N° 18****CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA EL SOPORTE HOTELERO?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	19	5%
<b>Buena</b>	122	32%
<b>Regular</b>	191	50%
<b>Mala</b>	42	11%
<b>Muy mala</b>	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 18 se aprecia que del total de encuestados, el 50% dicen que el soporte hotelero es regular, seguido de un 32% que dicen que es buena, y un 11% que aseguran que es mala; mientras que sólo el 5% y 2% del total de encuestados manifestaron que es Muy buena y Muy mala respectivamente. El soporte hotelero es muy importante para los turistas por lo que afectará su nivel de satisfacción, desde ya se puede notar que este servicio adolece de calidad para los turistas extranjeros más que nada.

**CUADRO N° 19**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA EL SOPORTE**

**RESTAURANTES?.**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	15	4%
<b>Buena</b>	107	28%
<b>Regular</b>	214	56%
<b>Mala</b>	34	9%
<b>Muy mala</b>	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 19 se puede observar su opinión respecto a los restaurantes, la mayoría de encuestados afirmaron que es regular en un 56%; seguido del 28% que dicen que es buena; por otro lado sólo el 9%, 4% y 3% del total de encuestados aseguraron que es mala, muy buena y muy mala respectivamente. Definitivamente esto indica que también se deben tomar medidas urgentes para mejorar este servicio muy importante para el desarrollo turístico.

**CUADRO Nº 20**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA EL TRATO DE LOS  
HABITANTES A LOS TURISTAS?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	57	15%
<b>Buena</b>	107	28%
<b>Regular</b>	172	45%
<b>Mala</b>	30	8%
<b>Muy mala</b>	15	4%
<b>TOTAL</b>	381	100%

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En cuanto a la amabilidad de los habitantes a los turistas en el Cuadro Nº 20 se puede apreciar que el 45% de encuestados opinan que es regular, el 28% buena y el 15% muy buena; por otro lado sólo el 8% y 4% del total de encuestados manifestaron que son las y muy malas. Definitivamente los habitantes de la zona son muy asequibles a los turistas, por lo que es un elemento muy importante para el desarrollo de este sector, por lo que el gobierno central deberá invertir en potencializar al capital humano de la zona de investigación.

**CUADRO N° 21**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CONSIDERA NECESARIO MEJORAR A LA  
BREVEDAD POSIBLE LOS SERVICIOS DE TURISMO?**

<b>RESPUESTA</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	221	58%
<b>No</b>	160	42%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 21 se aprecia que el 58% de encuestados consideran necesario mejorar a la brevedad posible los servicios de turismo, mientras que sólo el 42% consideran que puede ser en un mediano plazo. Es fácil notar que la mayoría de los encuestados están poniendo empeño en el desarrollo de este sector porque de ello depende el crecimiento económico de la zona de estudio y por ende la mejora del nivel de ingresos.

**CUADRO N° 22**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO UD. CALIFICA EL EFECTO SECTOR  
TURISMO PERMITE EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS POBLADORES?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	23	7%
<b>Buena</b>	95	18%
<b>Regular</b>	160	51%
<b>Mala</b>	76	19%
<b>Muy mala</b>	27	5%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 22 se puede apreciar que la mayoría de encuestados asegura que el efecto del sector turismo en el nivel de ingresos del poblador de Tingo María es regular; seguido de un 19% que afirma que es mala y un 18% menciona que es buena; por otro lado solo un 7% y un 5% del total de encuestados aseguran que es Muy buena y Muy mala. Definitivamente se puede notar que la mayor parte de la población opina que el sector turismo si repercute positivamente en la mejora del nivel de ingresos de los pobladores de Tingo María.

### 3.4.3 EL TURISMO INTERNO Y EL NIVEL DE INGRESOS DEL ÁREA URBANA DEL DISTRITO DE RUPA RUPA – TINGO MARÍA

**CUADRO N° 23**

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. LA AFLUENCIA DE TURISTAS NACIONALES?

CALIFICACION	Nº	%
Muy buena	57	15%
Buena	133	35%
Regular	146	38%
Mala	30	8%
Muy mala	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 23 se puede apreciar que la mayoría de encuestados opinan que la afluencia de turistas nacionales es regular representando un 38% del total, seguido de un 35% que afirma que es buena y un 15% asegura que es muy buena; por otro lado sólo el 8% y el 4% aseveran que es mala y muy mala respectivamente. Aquí se puede apreciar que los pobladores del área de influencia de la investigación afirman en su mayoría que existe una afluencia positiva de los turistas nacionales.

**CUADRO N° 24**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. EL EFECTO DE LA  
AFLUENCIA DEL TURISMO NACIONAL EN EL INCREMENTO DEL NIVEL  
DE INGRESOS DEL POBLADOR?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	15	4%
<b>Buena</b>	96	25%
<b>Regular</b>	194	51%
<b>Mala</b>	46	12%
<b>Muy mala</b>	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 24 se puede observar que la mayoría de encuestados opinan que el efecto del turismo nacional en el incremento del nivel de ingresos es regular acumulando un 51% del total, seguido de un 25% que afirma que es buena, y un 12% que dice que es mala; y sólo un 8% y un 4% aseguran que es muy mala y muy buena respectivamente. Se puede apreciar que la mayoría de encuestados sostienen que es débil el efecto que causa la afluencia del turismo nacional en el mejoramiento del nivel de ingresos del poblador del área de investigación.

**CUADRO N° 25**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. EL GRADO DE  
SATISFACCIÓN DEL TURISTA NACIONAL?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	30	8%
<b>Buena</b>	95	25%
<b>Regular</b>	195	51%
<b>Mala</b>	42	11%
<b>Muy mala</b>	19	5%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 25 se aprecia que la mayoría de encuestados opinan que es regular concentrando un 51% del total, seguido de un 25% que afirma que es buena y un 11% que menciona que es mala; por otro lado sólo el 8% y el 5% aseguran que es muy buena y muy mala respectivamente. Estos resultados permiten afirmar que los turistas nacionales en su mayoría se sienten satisfechos por los servicios turísticos recibidos.



### 3.4.4 EL TURISMO EXTERNO Y EL NIVEL DE INGRESOS DEL ÁREA URBANA DE LA CIUDAD DE TINGO MARÍA

#### CUADRO Nº 26

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. LA AFLUENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS?

CALIFICACION	Nº	%
Muy buena	19	5%
Buena	57	15%
Regular	149	39%
Mala	114	30%
Muy mala	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

Respecto a la afluencia de turistas extranjeros, el 39% afirmó que es regular, el 30% mencionó que es mala, y un 15% mencionó que es buena, sólo un 11% y un 5% del total afirmaron que es muy mala y muy buena respectivamente. Es fácil notar que los encuestados hacen notar que hay poca afluencia de turistas extranjeros en comparación a la afluencia de turistas nacionales, por lo que esta realidad amerita realizar una promoción más agresiva en el extranjero.

**CUADRO Nº 27**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. EL EFECTO DE LA  
AFLUENCIA DEL TURISMO EXTRANJERO EN EL INCREMENTO DEL  
NIVEL DE INGRESOS DEL POBLADOR?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	42	11%
<b>Buena</b>	107	28%
<b>Regular</b>	179	47%
<b>Mala</b>	38	10%
<b>Muy mala</b>	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro Nº 27 se puede apreciar que, la mayor parte de los encuestados opinan que el efecto de la afluencia de turistas extranjeros en la mejora del nivel de ingresos es regular representado por un 47%, seguido de un 28% que opinan que es buena y un 11% que dicen que es muy buena; por otro lado sólo un 10% y un 4% aseguran que es mala y muy mala. Como se puede notar a pesar que existe poca afluencia de turistas extranjeros los pobladores encuestados ven con buenos ojos a este tipo de turistas dado que gastan mayores recursos en su visita que un turista nacional en el ámbito de influencia de la investigación

**CUADRO N° 28****CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA EXTRANJERO?**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Muy buena</b>	15	4%
<b>Buena</b>	46	12%
<b>Regular</b>	148	39%
<b>Mala</b>	122	32%
<b>Muy mala</b>	50	13%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 28 respecto al grado de satisfacción del turista extranjero, el 39% del total de encuestados opinaron que es regular, seguido del 32% que dicen que es mala, y un 13% que afirmaron que es muy mala; sólo el 12% y 4% afirmaron que es buena y muy buena respectivamente.

Esta insatisfacción de los turistas extranjeros es debido a lo que se analizó en los apartados anteriores, es decir en el ámbito de influencia el soporte para el desarrollo del turismo como vías de acceso, restaurantes y hoteles tiene deficiencias para cumplir las exigencias de los demandantes extranjeros.

### 3.5 IMPACTO DEL TURISMO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE TINGO MARÍA

Respecto a la pregunta sobre la calificación del nivel de ingresos del ámbito de influencia de la investigación, la mayor parte de los encuestados opinaron que es regular representando un 52% del total; seguido de un 22% que asegura que es mala, y un 125 que afirma es buena; por otro lado sólo el 8% y el 6% del total afirmaron que es muy buena y buena respectivamente. Es notorio que la mayor parte de los encuestados están descontentos con el nivel de ingresos de la población, debido fundamentalmente a la pérdida del poder adquisitivo del dinero.

#### CUADRO Nº 29

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿CÓMO CALIFICA UD. EL NIVEL DE INGRESOS EN SU ZONA?

CALIFICACION	Nº	%
Muy buena	30	8%
Buena	46	12%
Regular	198	52%
Mala	84	22%
Muy mala	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta diciembre 2014

ELABORACION: Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 14 se puede apreciar los niveles de ingresos de los encuestados, mediante el cual se ha procedido a calcular mediante el SPSS V 20.00 los estadísticos siendo los siguientes:

**Estadísticos**

**INGRESOS**

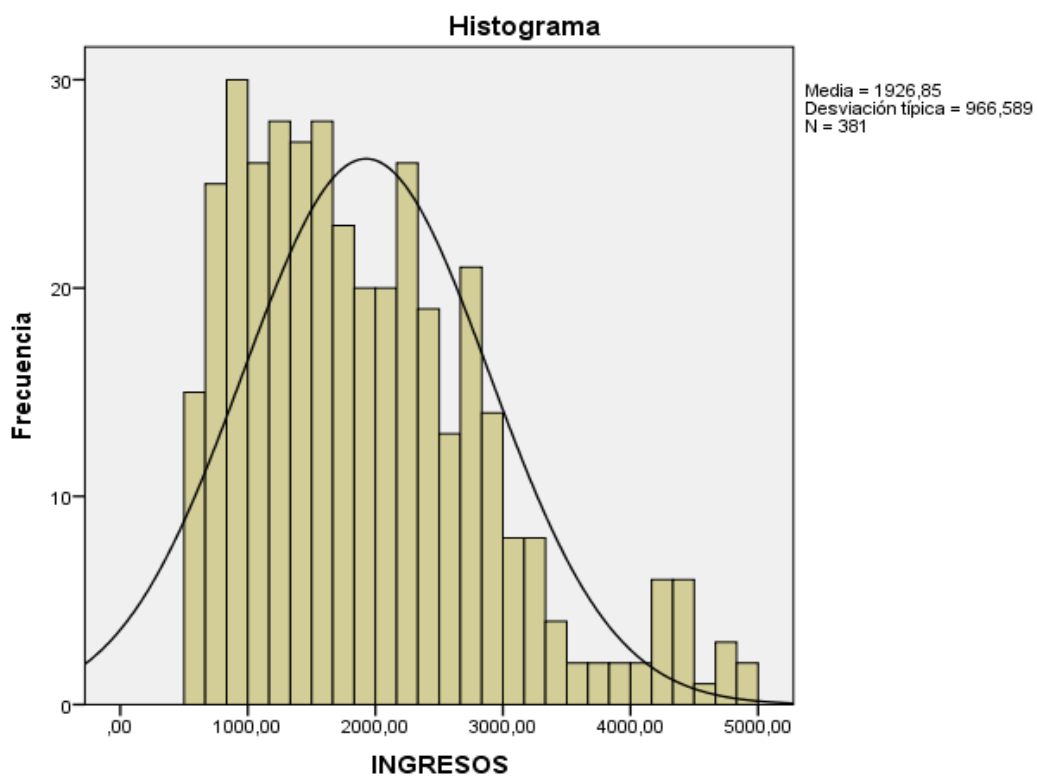
N	Válidos	381
	Perdidos	0
Media		1926,8504
Mediana		1744,0000
Moda		1970,00
Varianza		934294,170
Asimetría		,905
Error típ. de asimetría		,125
Curtosis		,511
Error típ. de curtosis		,249

**FUENTE:** Cuadro N° 14

**ELABORACION:** Equipo de Trabajo

El ingreso promedio del total de encuestados es 1926.85 Nuevos Soles, el 50% del total de encuestados no ganan por encima de 1744 Nuevos Soles; el nivel de ingresos más frecuente es 1970 Nuevos Soles. La Dispersión de los niveles de ingresos de los encuestados es de 934294.17 Nuevos Soles.

**GRAFICO Nº 01**  
**HISTOGRAMA DE FRECUENCIAS DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN NIVEL**  
**DE INGRESOS. 2015**



**FUENTE:** Cuadro Nº 14  
**ELABORACION:** Equipo de trabajo

El coeficiente de asimetría 0.905 nos indica que existe asimetría positiva, ya que como se puede apreciar en el gráfico hay mayor concentración de encuestados con ingresos inferiores, por lo que la cola se extiende a la derecha.

**CUADRO N° 30**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿EN CUANTO APROXIMADAMENTE SE  
INCREMENTO TU INGRESO POR LA AFLUENCIA DEL TURISMO  
NACIONAL?**

**(Nuevos Soles)**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>0 - 10</b>	30	7,87
<b>10 - 20</b>	110	28,87
<b>20 - 30</b>	155	40,68
<b>30 - 40</b>	80	21,00
<b>40 - +</b>	6	1,57
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

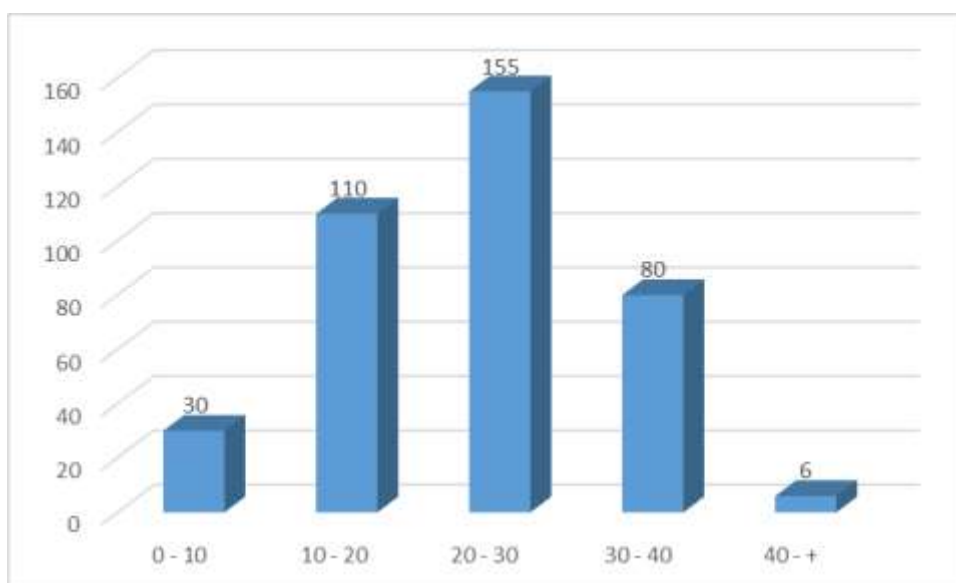
**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 30, se puede apreciar que el 40.68% de los encuestados afirmaron que el turismo nacional les incrementa sus ingresos entre 20 y 30 nuevos soles; el 28.87% entre 10 y 20 Nuevos soles, el 21% entre 30 y 40 Nuevos Soles; mientras que el 7.87% y el 1.57% aseguraron que su ingreso se incrementó entre 0 a 10 Nuevos soles y de 40 a más nuevos soles. El incremento en su Nivel de ingresos Promedio es de 22.95 Nuevos Soles. Esto se debe a que los turistas no hacen uso en su mayoría de las agencias de turismo por lo que el contacto con la población se incrementa.

**GRAFICO N° 02**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿EN CUANTO APROXIMADAMENTE SE  
INCREMENTO TU INGRESO POR LA AFLUENCIA DEL TURISMO  
NACIONAL?**

**(Nuevos Soles)**



**FUENTE:** CUADRO N° 30

**ELABORACION:** EQUIPO DE TRABAJO

En el Gráfico N° 02 se puede apreciar que el comportamiento del incremento en los ingresos como impacto del turismo en la Ciudad de Tingo María tiene un comportamiento casi normal. Por lo que se comprueba lo que los encuestados manifestaron en el Cuadro N° 24 es muy cierto.



**CUADRO N° 31**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿EN CUANTO APROXIMADAMENTE SE**

**INCREMENTO TU INGRESO POR LA AFLUENCIA DEL TURISMO**

**EXTRANJERO?**

**(Nuevos Soles)**

<b>CALIFICACION</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>0 - 10</b>	120	31,50
<b>10 - 20</b>	180	47,24
<b>20 - 30</b>	60	15,75
<b>30 - 40</b>	18	4,72
<b>40 - +</b>	3	0,79
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta diciembre 2014

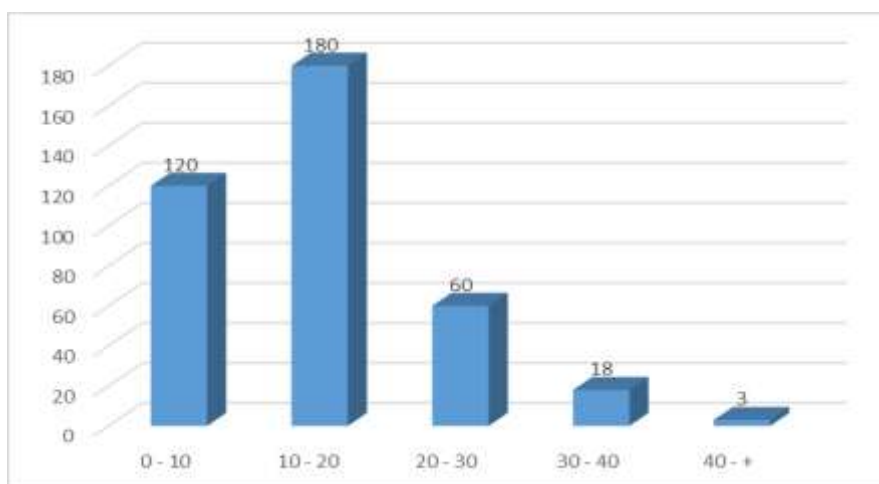
**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 31, se puede apreciar que el 15.75% de los encuestados afirmaron que el turismo nacional les incrementa sus ingresos entre 20 y 30 nuevos soles; el 47.24% entre 10 y 20 Nuevos soles, el 4.75% entre 30 y 40 Nuevos Soles; mientras que el 31.50% y el 0.79% aseguraron que su ingreso se incrementó entre 0 a 10 Nuevos soles y de 40 a más nuevos soles. El incremento en su Nivel de ingresos Promedio es de 14.61 Nuevos Soles. Esto se debe a que la mayoría de los turistas extranjeros hacen uso de las agencias de turismo por lo que el contacto con la población se reduce.

En el Gráfico N° 03 se puede apreciar que el comportamiento del incremento en los ingresos como impacto del turismo en la Ciudad de Tingo María tiene un comportamiento con asimetría positiva, por lo que la mayoría de encuestados tienen incrementos inferiores. Por lo que se comprueba lo que los encuestados manifestaron en el Cuadro N° 27 es muy cierto.

### GRAFICO N° 03

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: ¿EN CUANTO APROXIMADAMENTE SE INCREMENTO TU INGRESO POR LA AFLUENCIA DEL TURISMO EXTRANJERO?



**FUENTE:** CUADRO N° 31

**ELABORACION:** EQUIPO DE TRABAJO

### 3.6 EVOLUCION DE LAS VARIABLES EN ESTUDIO

#### 3.6.1 EVOLUCION DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA

**CUADRO N° 25**

**CIUDAD DE TINGO MARIA: LLEGADA DE VISITANTES. 2005-2014**

AÑO	TURISMO		
	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJERO
2005	19.475	18.746	729
2006	20.242	19.859	383
2007	24.952	24.587	365
2008	35.266	34.636	630
2009	31.847	31.219	628
2010	35.398	34.577	821
2011	42.354	41.559	795
2012	64.786	63.700	1.086
2013	72.555	71.530	1.025
2014	64.749	63.935	814

**FUENTE:** Servicio Nacional de Áreas Naturales por el Estado –SERNANP. MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales (Anexo N° 04)

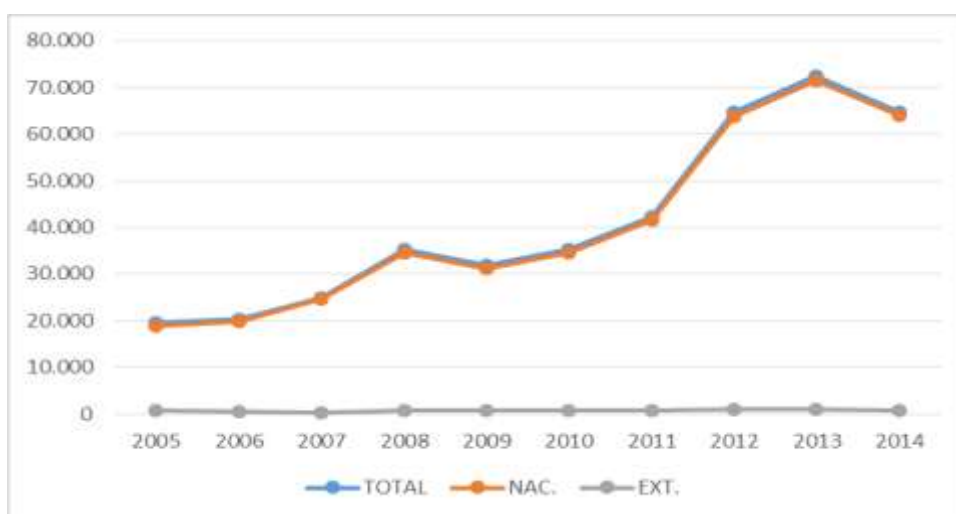
**LABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro N° 25 se puede observar que a lo largo del periodo 2005-2014, la afluencia de turistas nacionales ha sido mucho mayor a la afluencia de turistas extranjeros, por lo que desde nuestro punto de vista a priori afirmamos que existe mayor efecto del

turismo nacional en la mejora de los niveles de ingresos del poblador de Tingo María, que por la afluencia de turistas extranjeros.

### GRAFICO N° 01

#### CIUDAD DE TINGO MARIA: LLEGADA DE VISITANTES. 2005-2014



**FUENTE:** Cuadro N° 25

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

Por otro lado en el Gráfico N° 21 se puede apreciar que la evolución del flujo de turismo externo es casi insignificante frente a la evolución del flujo de turistas nacionales.

### 3.4.2 EVOLUCION DEL NIVEL DE INGRESOS EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA

**CUADRO Nº 26**

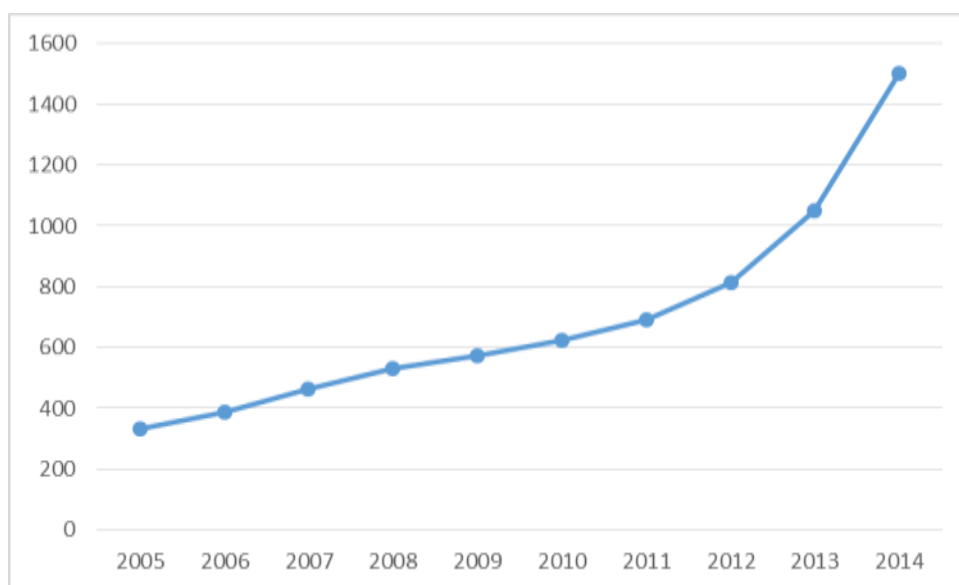
#### CIUDAD DE TINGO MARIA: NIVEL PROMEDIO DE INGRESOS DE LOS HABITANTES. 2005-2014

<b>AÑO</b>	<b>NIVEL DE INGRESO</b>
<b>2005</b>	334,1
<b>2006</b>	386,1
<b>2007</b>	462,5
<b>2008</b>	532,4
<b>2009</b>	572,4
<b>2010</b>	623,5
<b>2011</b>	692,6
<b>2012</b>	812,6
<b>2013</b>	1050,2
<b>2014</b>	1500,4

**FUENTE:** Instituto Nacional de Estadística e Informática -Encuesta Nacional de Hogares

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

En el Cuadro Nº 26 se puede apreciar que la evolución del nivel de ingresos en el período 2005-2014 ha sido creciente llegando a ser 1500.4 en el año 2014, partiendo de 334,1 en el año 2005.

**GRAFICO N° 02****CIUDAD DE TINGO MARIA: NIVEL PROMEDIO DE INGRESOS DE LOS  
HABITANTES DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA. 2005-2014**

**FUENTE:** Cuadro N° 26

**ELABORACION:** Equipo de trabajo

## **CAPITULO IV**

### **PRUEBA DE HIPOTESIS**

#### **4.1 PRUEBA DE HIPOTESIS SEGÚN OPINION DE LOS ENCUESTADOS**

##### **4.1.1 AFLUENCIA DE TURISTAS NACIONALES Y SU EFECTO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA**

###### **HIPOTESIS ESPECÍFICA 1:**

“Existe relación directa significativa entre el Turismo interno y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014”

###### **HIPOTESIS DE TRABAJO ESTADISTICO:**

###### **Hipótesis Nula:**

No existe relación directa significativa entre el Turismo interno y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014

TABLA DE CONTINGENCIA Nº 01: NIVING \* ATN

		ATN					Total
		Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	
NIVING	Muy bueno	23	7	0	0	0	30
	Bueno	28	16	2	0	0	46
	Regular	5	82	111	0	0	198
	Malo	1	21	28	30	4	84
	Muy malo	0	7	5	0	11	23
<b>Total</b>		57	133	146	30	15	381

FUENTE: CUADRO Nº 24 Y Nº 18

ELABORACION: Equipo de trabajo

**Datos:**

Prueba a dos colas

Nivel de significación:  $\alpha = 5\%$ 

Gl = 16

TABLA Nº 02: Prueba de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	455,100 <sup>a</sup>	16	,000
N de casos válidos	381		

a. 9 casillas (36,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.  
La frecuencia mínima esperada es ,91.



El valor  $\chi^2_c = 455.10$ ; y por regla si la significación asintótica bilateral es menor al nivel de significación se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo demostrado que: “Existe relación directa significativa entre el Turismo interno y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014”

#### **4.1.2 AFLUENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS Y SU EFECTO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA**

##### **HIPOTESIS ESPECÍFICA 1:**

“Existe relación directa poco significativa entre el Turismo externo y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014”

##### **HIPOTESIS DE TRABAJO ESTADISTICO:**

##### **Hipótesis Nula:**

No existe relación directa poco significativa entre el Turismo externo y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014

TABLA DE CONTINGENCIA N° 03: NIVING \* ATE

	ATE					Total
	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	
<b>Muy bueno</b>	9	21	0	0	0	30
<b>Bueno</b>	7	22	10	7	0	46
<b>Regular</b>	3	14	110	71	0	198
<b>Malo</b>	0	0	29	36	19	84
<b>Muy malo</b>	0	0	0	0	23	23
<b>Total</b>	19	57	149	114	42	381

FUENTE: CUADRO N° 24 Y N° 21

ELABORACION: Equipo de trabajo

**Datos:**

Prueba a dos colas

Nivel de significación:  $\alpha = 5\%$ 

Gl = 16

TABLA N° 04: Prueba de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	445,883 <sup>a</sup>	16	,000
N de casos válidos	381		

a. 8 casillas (32,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,15.

El valor  $\chi^2_c = 455.88$ ; y por regla si la significación asintótica bilateral es menor al nivel de significación se

rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, siendo demostrado que: “Existe relación directa poco significativa entre el Turismo externo y el nivel de ingresos del área urbana del Distrito de Rupa Rupa – Tingo María. 2014”

## **4.2 PRUEBA DE HIPOTESIS CONSIDERANDO LA EVOLUCION DE LAS VARIABLES**

### **4.2.1 AFLUENCIA DE TURISTAS NACIONALES Y SU EFECTO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA**

**Modelo:**

$$NE = B_0 + B_1 * ATN$$

**Donde:**

NE = Nivel de ingresos

$B_0$  y  $B_1$  = Parámetros del modelo

$B_0$  = Intercepto

$B_1$  = Pendiente

ATN = Afluencia de turistas nacionales

El modelo hallado es:

$$NE = 57.99 + 0.02 * ATN$$

Realizando la regresión se tiene:

<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,867047254
Coeficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,751770941
R <sup>2</sup> ajustado	0,720742309
Error típico	185,9982774
Observaciones	10

El coeficiente de correlación es  $r = 0.867$ , lo cual indica que el ajuste es bueno, por lo tanto la variable afluencia de los turistas nacionales tiene efectos positivos en el nivel de ingresos del poblador de la Ciudad de Tingo María.

#### **ANÁLISIS INDIVIDUAL DE LOS PARÁMETROS:**

	<b>Coeficientes</b>	<b>Estadístico t</b>	<b>Probabilidad</b>
<b>Intercepción</b>	57,99216574	0,407063957	0,69463486
<b>Variable ATN</b>	0,015795499	4,922224874	0,00116075

Por regla se tiene que si la probabilidad es menor al nivel de significación  $\alpha = 5\%$ , el parámetro es significativo en el modelo; considerando esta premisa el intercepto se puede obviar en este modelo dado que la probabilidad = 0.69 es mayor al 0.05 (Nivel de significación); por otro lado el coeficiente de la variable ATN es significativo dado que su probabilidad 0.0012 es menor al 0.05 (Nivel de significación).

#### ANÁLISIS GLOBAL DE LOS PARAMETROS:

ANÁLISIS DE VARIANZA			
	<i>Grados de libertad</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
<b>Regresión</b>	1	24,228297 7	0,001160753
<b>Residuos</b>	8		
<b>Total</b>	9		

Realizado el análisis de varianza se obtuvo un valor F calculado de 24.23, y por regla si el valor crítico de F es menor al nivel de significación (0.05%) los parámetros están explicando de manera significativa conjunta en el modelo.

#### 4.2.2 AFLUENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS Y SU EFECTO EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE TINGO MARIA

**Modelo:**

$$NE = B_0 + B_1 * ATE$$

**Dónde:**

NE = Nivel de ingresos

$B_0$  y  $B_1$  = Parámetros del modelo

$B_0$  = Intercepto

$B_1$  = Pendiente

ATE = Afluencia de turistas extranjeros

El modelo hallado es:

$$NE = 81.59 + 0.85 * ATN$$

Realizando la regresión se tiene:

Coefficiente de correlación múltiple	0,57023191
Coefficiente de determinación $R^2$	0,32516443
$R^2$ ajustado	0,24080998
Error típico	306,677275
Observaciones	10

El coeficiente de correlación es  $r = 0.57$ , lo cual indica que el ajuste es bajo, por lo tanto la variable afluencia de los turistas nacionales tiene efectos positivos poco significativos en el nivel de ingresos del poblador de la Ciudad de Tingo María.

#### ANALISIS INDIVIDUAL DE LOS PARAMETROS:

	<b>Coeficiente</b>	<b>Estadístico</b>	<b>Probabilidad</b>
	<b>s</b>	<b>t</b>	<b>d</b>
<b>Intercepción</b>	81,5916574	0,24879118	0,80979032
<b>Variable</b>	0,84536606	1,96334909	0,08521566
<b>ATE</b>			

Por regla se tiene que si la probabilidad es menor al nivel de significación  $\alpha = 5\%$ , el parámetro es significativo en el modelo; considerando esta premisa el intercepto se puede obviar en este modelo dado que la probabilidad = 0.81 es mayor al 0.05 (Nivel de significación); por otro lado el coeficiente de la variable ATN tampoco es significativo dado que su probabilidad 0.09 es mayor al 0.05 (Nivel de significación).

**ANÁLISIS GLOBAL DE LOS PARAMETROS:**

<b>ANÁLISIS DE VARIANZA</b>			
	<b><i>Grados de libertad</i></b>	<b><i>F</i></b>	<b><i>Valor crítico de F</i></b>
<b>Regresión</b>	1	3,85473964	0,085215664
<b>Residuos</b>	8		
<b>Total</b>	9		

Realizado el análisis de varianza se obtuvo un valor F calculado de 3.85 es muy bajo, y por regla si el valor crítico de F es mayor al nivel de significación (0.05%) los parámetros no están explicando de manera significativa conjunta en el modelo.

Con ello se corrobora que la afluencia de turistas extranjeros explica de manera poco significativa el incremento del nivel de ingresos de la población de la Ciudad de Tingo María.



## CONCLUSIONES

1. Según opinión de los pobladores de la Ciudad de Tingo María encuestados, existen ciertas debilidades en cuanto al soporte turístico en el ámbito de estudio como sistema vial, restaurantes y hoteles fundamentalmente.
2. Los encuestados afirmaron que existe buena afluencia de turistas nacionales mientras que existe poca afluencia de turistas extranjeros.
3. AL 5% de significación se ha demostrado que la afluencia de turistas nacionales tiene efectos positivos significativos en la mejora del nivel de ingresos de los pobladores de la Ciudad de Tingo María, mientras que la afluencia de turistas extranjeros tienen efectos positivos poco significativos en la mejora del nivel de ingresos.
4. El Análisis de regresión realizado ha permitido corroborar que la afluencia de turistas nacionales tiene mejores efectos en la mejora del nivel de ingresos de los pobladores de la Ciudad de Tingo María, que la afluencia de turistas extranjeros.

## RECOMENDACIONES

1. Se debe buscar la pronta intervención del gobierno local y regional para potencializar los soportes para el desarrollo turístico de Tingo María.
2. Se debe realizar mayor publicidad agresiva que brinden las bondades del potencial turístico de Tingo María en el extranjero.
3. Se hace necesario considerar otras variables como vías de acceso, restaurantes, alojamiento, que afectan al turismo y por ende al nivel de ingresos del poblador de Tingo María de tal manera que permita evaluar de la manera más real posible.

## BIBLIOGRAFÍA

1. ARRIBAS, Fernando (2007) La Idea de Desarrollo Sostenible. Edit. Universidad Rey Juan Carlos. España
2. RAMIREZ, L. (2006) El Turismo en Elche. Edit. Kiu Comunicación. España.
3. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).2005
4. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Desarrollo Económico, Financiación de Proyectos e Integración en América Latina.
5. PALACIOS, D. (2007) Calidad de Vida: Una Perspectiva Individual. México D. F. Edit. McGraw-Hill.
6. MINCETUR. Dirección Regional de Turismo. Las Rutas Turísticas de Ancash. 2007
7. AECI: La Cultura y el Turismo como Medios de Desarrollo Socioeconómico. Ponencia presentada en el Seminario Iberoamericano, 3 al 6 de Octubre de 2006. Cartagena de Indias, Colombia.
8. MEJÍA, Mario Hernán, Coord, Honduras y el Universo de su Patrimonio Inmaterial, 2004, UNESCO/SCAD, Tegucigalpa.
9. THROSBY, David, Economía y Cultura (2001), Madrid, Cambridge University Press
10. GARCÍA CANCLINI, Coord (1987) Las Políticas Culturales en América Latina. Edit. Grijalbo. México.

11. Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo, 2005.
12. CABEZAS, José. Ponencia El Programa de Patrimonio Cultural de la Española. Tegucigalpa, Honduras. 2002
13. MARTINEZ COLL, Juan. Ponencia, Encuentro Internacional: Desarrollo Sostenible y Población, celebrado del 7 al 12 de Julio del 2003. Málaga, España.
14. Organización de Estados Iberoamericanos, Cultura y Sostenibilidad en Iberoamerica, 2005, OEI, Madrid, España.
15. Asociación Cultural InCorpore. Políticas Culturales en Turismo.
16. ZANZ DOMÍNGUEZ, A. (2002) Económicas. Edit. Siglo XXI. Sevilla, España.
17. ENCICLOPEDIA WIKIPEDIA. La Enciclopedia Libre.htm.23/11/2207.
18. TABARA, David. (2003) Cultura de la Sostenibilidad. 4ª Edit. El Trébol. Barcelona, España.

# ANEXOS

**ANEXO Nº 01**

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

**ENCUESTA**

(A LOS PROBLADORES DEL DISTRITO DE RUPA RUPA – CIUDAD DE TINGO MARIA)

Se está realizando el trabajo de Tesis denominado: “EFECTO DEL TURISMO EN EL NIVEL DE INGRESOS DEL AREA URBANA DEL DISTRITO RUPA RUPA - TINGO MARIA. 2014”, con el objetivo de optar nuestro título profesional por lo que la información que brindará a continuación será estrictamente académica. Le suplicamos contestar con la mayor veracidad posible.

**I. ASPECTOS GENERALES DEL ENCUESTADO**

## 1. SEXO

1. Varón ( )                      2. Mujer ( )

2. EDAD: \_\_\_\_\_ años

## 3. ESTADO CIVIL

1. Soltero ( )                      2. Casado ( )                      3. Viudo ( )

4. Divorciado ( )                      5. Conviviente ( )                      6. Separado ( )

## 4. GRADO DE INSTRUCCIÓN

1. Inicial ( )                      2. Primaria ( )                      3. Secund. ( )

4. Sup. no universitaria ( )                      5. Sup. Universitaria ( )

5. NIVEL DE INGRESOS: \_\_\_\_\_ Nuevos Soles

**II. DIAGNOSTICO DEL TURISMO EN TINGO MARIA**

6. ¿Según su opinión como califica la actividad turística en Tingo María?

1. Muy Buena ( )                      2. Buena ( )                      3. Regular ( )

4. Mala ( )                      5. Muy mala ( )

7. ¿Ha notado alguna mejora del turismo en Tingo María en los últimos 2 años?

1. Si ( )

2. No ( )

8. ¿Cómo califica las vías de acceso a los lugares turísticos existentes en Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )
9. ¿Cómo califica el soporte hotelero en Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )
10. ¿Cómo califica el soporte restaurantes en Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )
11. ¿Cómo califica el trato de los habitantes de Tingo María a los turistas?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )
12. ¿Considera necesario mejorar a la brevedad posible los servicios de turismo?  
1. Si ( ) 2. No ( )
13. ¿Cómo Ud. califica el efecto sector turismo permite el nivel de ingresos de los pobladores de Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )

### III. ACERCA DEL TURISMO NACIONAL

14. ¿Cómo califica Ud. la afluencia de turistas nacionales a la Ciudad de Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )
15. ¿Cómo califica Ud. el efecto de la afluencia del turismo nacional en el incremento del nivel de ingresos del poblador de la Ciudad de Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )
16. ¿Cómo califica Ud. el grado de satisfacción del turista nacional que visitó Tingo María?  
1. Muy Buena ( ) 2. Buena ( ) 3. Regular ( )  
4. Mala ( ) 5. Muy mala ( )

#### IV. ACERCA DEL TURISMO EXTRANJERO

17. ¿Cómo califica Ud. la afluencia de turistas extranjeros a la Ciudad de Tingo María?
1. Muy Buena ( )    2. Buena ( )    3. Regular ( )  
4. Mala ( )    5. Muy mala ( )
18. ¿Cómo califica Ud. el efecto de la afluencia del turismo extranjero en el incremento del nivel de ingresos del poblador de la Ciudad de Tingo María?
1. Muy Buena ( )    2. Buena ( )    3. Regular ( )  
4. Mala ( )    5. Muy mala ( )
19. ¿Cómo califica Ud. el grado de satisfacción del turista extranjero que visitó Tingo María?
1. Muy Buena ( )    2. Buena ( )    3. Regular ( )  
4. Mala ( )    5. Muy mala ( )

#### V. ACERCA DEL NIVEL DE INGRESOS

20. ¿Cómo califica Ud. el nivel de ingresos del poblador de Tingo María?
1. Muy Buena ( )    2. Buena ( )    3. Regular ( )  
4. Mala ( )    5. Muy mala ( )
21. En cuánto ha mejorado su nivel de ingresos por efecto del turismo nacional?
1. 0 a 10 soles    2. 10 a 20 soles    3. 20 a 30 soles  
4. 30 a 40 soles    5. 40 a mas
22. En cuánto ha mejorado su nivel de ingresos por efecto del turismo internacional?
1. 0 a 10 soles    2. 10 a 20 soles    3. 20 a 30 soles  
4. 30 a 40 soles    5. 40 a mas

Muchas gracias por su colaboración

El equipo de trabajo



## ANEXO Nº 02

### PROMOCION DE LAS INVERSIONES EN LA PROMOCION DE LAS INVERSIONES EN LA MACROREGION CENTRO DESARROLLO DE DESTINOS TURISTICOS COMPETITIVOS

#### OBJETIVOS

Articulación de las inversiones respecto a los servicios básicos accesibilidad y facilitación de servicios básicos, accesibilidad y facilitación de servicios turísticos a fin de promover destinos turísticos sostenibles.

Promover incentivar la inversión privada para Promover, incentivar la inversión privada para complementar las intervenciones del sector público en la construcción de los destinos turísticos.

#### Circuitos y Corredores Turísticos



## Proyectos de Impacto Turístico en la Macroregión Centro



### III FORO DE INVERSIONES

Plan Multianual 2008 - 2013

MINCETUR

#### MAPEO DE INVERSIONES

##### PROYECTOS PUBLICOS

▲ Nivel de perfil - SNIP

##### PROYECTOS PRIVADOS

▲ Alojamiento Tarma

▲ Museo

▲ Puesta en Valor - Conchucos

##### PROYECTOS PUBLICO - PRIVADOS

■ IIRSA Centro

■ Eje Vial Ancash - Huánuco

■ Eje Vial Lima-Pasco Red 18

■ Proyecto Perú

■ Eje Vial Cañete - Huancayo

■ Infraestructura turística en Supe y Caral

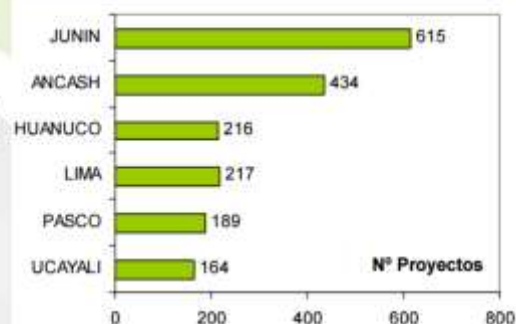
Tipo de Proyectos	Nº de Proyectos	Monto S/.	Monto US
proyectos públicos	25	198,522,605	68,456,071
proyectos privados	4	11,200,000	3,862,069
proyectos publico - privados	18	3,493,176,283	1,204,543,546
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>3,702,898,888</b>	<b>1,276,861,686</b>

## Proyectos identificados en la Macroregión Centro

### RECOPIACIÓN

1835 proyectos.

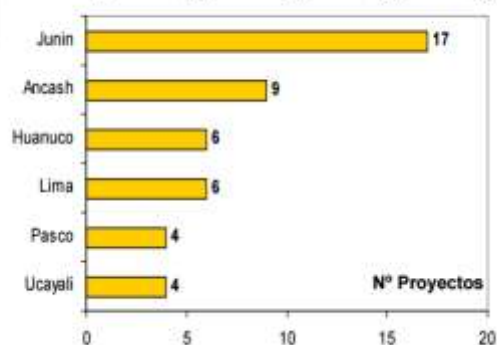
35 mil millones de soles



### DE IMPACTO DIRECTO

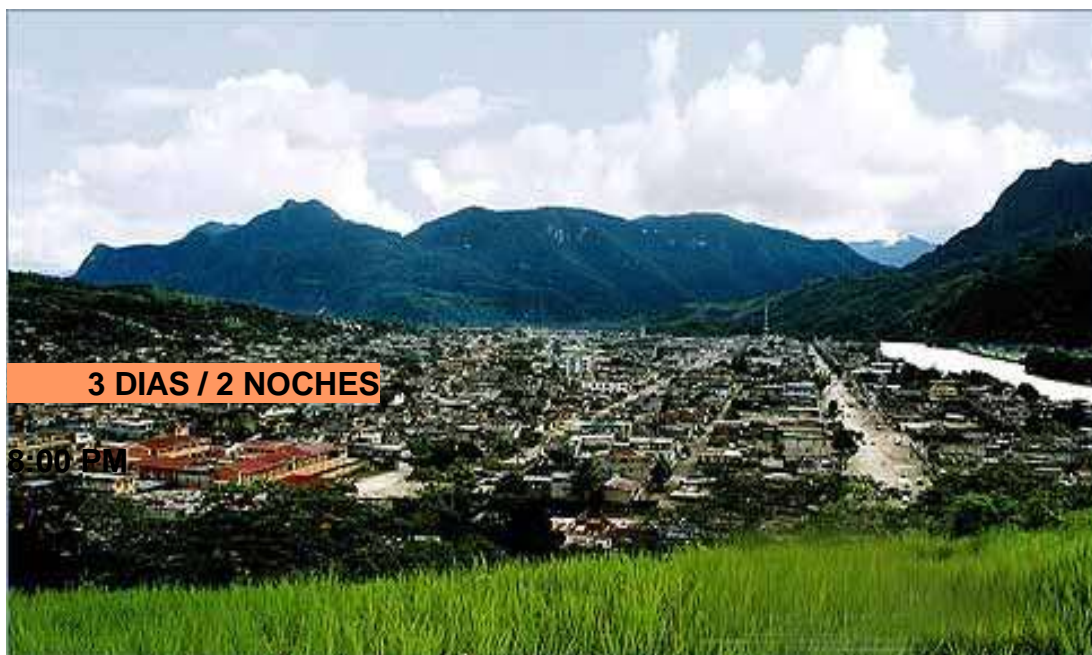
47 proyectos.

3,702 millones de soles



## Corredores Económicos



**ANEXO Nº 03****JADE TOURS (LIMA)****CIRCUITO TURISTICO TINGO MARIA**

Reunión en el punto acordado en la empresa Bahía Continental Av.28 de Julio 1562, La Victoria. Partida en bus hacia la ciudad de Tingo María (10 horas de Viaje)

**PRIMER DIA** Ecoturismo

6:30 AM Arribo a la ciudad de Tingo María. Acomodación en el Hotel Raimondi. Desayuno típico. Inicio del Tour Cueva de las Pavas. Almuerzo típico de la Región. Por la tarde iniciaremos una caminata hacia la Cueva de las Lechuzas. Noche Libre. (Pueden disfrutar de las discotecas, karaokes y/o casinos de la Ciudad)

**SEGUNDO DIA** Turismo de Aventura

Desayuno Típico. Inicio del Tour de Aventura rumbo a las Cataratas de las Ninfas en la localidad de Tambillo. Subida por la catarata en Cuerda. Caminata Por el arroyo. Almuerzo típico. En la tarde: Tiempo para realizar compras y souvenir. Noche Libre. (Pueden disfrutar de las discotecas, karaokes y/o Casinos de la ciudad)

**TERCER DIA** Ecoturismo

Desayuno Típico. Inicio del Tour hacia la UNAS. Almuerzo típico. Tarde Libre Para conocer la ciudad. En horas de la noche 7:30 PM partida rumbo a Lima.

**Nuestros Servicios incluyen:**

Bus Lima Tingo María Lima (Bahía Continental - la mejor empresa a Tingo María)

Dos Noches de Alojamiento en el Hotel Raimondi. "En base a habitaciones dobles

3 desayunos y 3 almuerzos típicos

Tour Cueva de las Pavas. (Ecoturismo) Para disfrutar de unas pozas de agua.

Tour Cueva de las Lechuzas. (Ecoturismo) Conocer a los guacharos, las estalactitas.

Tour Tambillo. (Turismo de Aventura) Catarata de las Ninfas

Tour UNAS (Ecoturismo) Zoo criadero

Entradas y Transporte Interno a los sitios turísticos.

Servicio de Guía.

**COSTO DEL PAQUETE: S/. 750.00**

**TINGO MARIA TRAVEL (TINGO MARIA)**

**EMPRESA** : TINGO MARIA TRAVEL.S.R.L

**DIRECCIÓN** : Av. SAN MARTIN N° 384, LOS LAURELES CASTILLO  
GRANDE

**R.U.C** : 20201261164

**TELEFONOS** : RPM 962992611

**TOURS:** NINFAS 3 DIAS 2 NOCHES

**DIA 1.** DESAYUNO 8:00 A 9:00 , ALMUERZO 1:30 A 2:30

- ✓ CUEVA DE LAS LECHUZAS
- ✓ AGUA SULFUROSA MEDICINAL
- ✓ CUEVAS DE LAS PAVAS
- ✓ CATARATA SANTA CARMEN
- ✓ MIRADOR SAN CRISTOBAL
- ✓ CENTRO ARTESANAL LAMAS
- ✓ SERPENTARIO

**DIA 2.**DESAYUNO 8:00 A 9:00 , ALMUERZO 1:30 A 2:30

- ✓ FULL AVENTURA DE ESCALADA
- ✓ 12 CATARATAS PARA ESCALAR
- ✓ BALBALNEARIO LAS PAVAS

**DIA 3.**DESAYUNO 8:00 A 9:00 , ALMUERZO 1:30 A 2:30

- ✓ ARBOL DE RENACO
- ✓ PUEBLO PUMAHUASI
- ✓ LAGUNA DE LOS MILAGROS
- ✓ PESCA Y NATACION
- ✓ ESTE TOURS INCLUYE:
- ✓ 3 DESAYUNOS 3 ALMUERZOS TIPICOS
- ✓ HOTEL 2 NOCHEZ 3 DIAS
- ✓ BOLETOS DE INGRESO A LOS LUGARES TURISTICOS
- ✓ GUIA PERMANENTE
- ✓ CUERDAS, ARNES, OTROS PARA EL TOUR DE AVENTURA
- ✓ MOVILIDAD PERMANENTE

**PRECIO:** DESDE 360 NUEVOS SOLES



**TOURS: AGUAYTIA 3 DIAS 2 NOCHES****DIA 1**

- ✓ Cueva de las lechuzas
- ✓ Parque nacional Tingo Maria
- ✓ Laguna Sulfurosa
- ✓ Mirador Jacintillo
- ✓ Mirador de la Bella Durmiente
- ✓ Zoológico de la Unas

**DIA 2**

- ✓ Gloria pata
- ✓ Puente colgante
- ✓ Catarata sol naciente
- ✓ Las Alcantarillas
- ✓ El balneario Cueva de las Pavas

**DIA 3**

- ✓ Laguna de los Milagros
- ✓ Paseo en botes
- ✓ Caminata al Arbol lupuma

- ✓ Criadero de paiche
- ✓ Comunidad nativa shipibo
- ✓ Arbol de Renaco

#### **DIA 4**

- ✓ Velo de la Novia
- ✓ Ducha del Diablo
- ✓ El Ovni
- ✓ Ciudad Aguaytia

#### **ESTE TOURS INCLUYE**

- ✓ 4 DESAYUNOS 4 ALMUERZOS TIPICOS
- ✓ HOTEL 3 NOCHEZ 4 DIAS
- ✓ BOLETOS DE INGRESO A LOS LUGARES TURISTICOS
- ✓ GUIA PERMANENTE
- ✓ CUERDAS,ARNES, OTROS PARA EL TOUR DE AVENTURA
- ✓ MOVILIDAD PERMANENTE

**PRECIO:** DESDE 440 NUEVOS SOLES

## TOURS: PAISAJES 3 DIAS 2 NOCHES

### 1. LAGUNA DE LOS MILAGROS

- ✓ Paseo en botes
- ✓ Caminata al Arbol lupuma
- ✓ Criadero de paiche
- ✓ Comunidad nativa shipibo
- ✓ Arbol de Renaco

### 2. CATARATA GLORIA PATA

- ✓ Puente colgante
- ✓ Catartata sol naciente
- ✓ Las Alcantarillas
- ✓ El balneario Cueva de las Pavas

### 3. CUEVA DE LAS LECHUZAS

- ✓ Parque nacional Tingo Maria
- ✓ Agua Sulfurosa
- ✓ Mirador Jacintillo
- ✓ Mirador de la Bella Durmiente
- ✓ Zoológico de la Unas

**ESTE TOURS INCLUYE**

- ✓ 3 DESAYUNOS 3 ALMUERZOS TIPICOS
- ✓ HOTEL 2 NOCHEZ 3 DIAS
- ✓ BOLETOS DE INGRESO A LOS LUGARES TURISTICOS
- ✓ GUIA PERMANENTE
- ✓ MOVILIDAD PERMANENTE

**PRECIO:** DESDE 365 NUEVOS SOLES

## **TOURS MECSA OSHA (TINGO MARIA)**

Mecsa Osha Tours es una empresa que promueve el turismo alternativo y responsable en el Perú, Les invitamos a descubrir Tingo María en un espíritu de intercambio con sus anfitriones.

Trabajamos para ofrecer a los visitantes no sólo los atractivos turísticos tradicionales, sino sobre todo, brindar a nuestros clientes un excelente servicio de asesoría en turismo. Desde ya, nos propusimos ser líderes, respetando principios, valores éticos y respeto.

### **Misión**

Somos una empresa social de turismo que promueve el desarrollo del turismo alternativo, a través de una variada oferta de circuitos turísticos, buscando la participación activa de sus socios y comunidades locales e impulsando su desarrollo socioeconómico.

### **Visión**

Mecsa Osha Tours es una empresa social, líder del turismo responsable y sostenible que brinda un excelente servicio, combinando el turismo convencional con experiencias de turismo rural comunitario.

**TOURS:** TINGO MARIA 4 DIAS 3 NOCHES

**TOURS:** TINGO MARIA 3 DIAS 2 NOCHES

**TOURS:** TINGO MARIA FULL DAY

MecsaOsha tours. Av. Alameda Perú N° 164. Telf. 062-563430.

Tours Coordinador :Jhon Estrada Ruiz.

Cel: Mov. 062-962525172 / RPM : \*414694 / Claro : 062-962796359

## ANEXO 4

**HUÁNUCO: LLEGADA DE VISITANTES AL PARQUE NACIONAL DE TINGO MARÍA (CUEVA DE LAS LECHUZAS), ENERO 2010 - DICIEMBRE 2014**

Mes	2011			2012		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	4,078	3,989	89	7,327	7,208	119
Febrero	2,340	2,284	56	4,722	4,629	93
Marzo	1,115	1,063	52	3,226	3,135	91
Abril	3,685	3,625	60	5,787	5,723	64
Mayo	1,933	1,860	73	2,724	2,653	71
Junio	2,862	2,803	59	5,295	5,228	67
Julio	5,969	5,875	94	7,327	7,193	134
Agosto	5,520	5,443	77	7,727	7,584	143
Setiembre	3,034	2,982	52	5,428	5,346	82
Octubre	5,036	4,980	56	5,816	5,754	62
Noviembre	3,902	3,852	50	5,645	5,565	80
Diciembre	2,880	2,803	77	3,762	3,682	80
<b>Total</b>	<b>42,354</b>	<b>41,559</b>	<b>795</b>	<b>64,786</b>	<b>63,700</b>	<b>1,086</b>
<b>promedio mensual</b>	<b>3,530</b>	<b>3,463</b>	<b>66</b>	<b>5,399</b>	<b>5,308</b>	<b>91</b>

Fuente: **servicio:** Servicio Nacional de Áreas Naturales por el estado SERNANP

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA

Mes	2013			2014		
	Total	Nacional		Total	Nacional	
Enero	9,898	9,807	<b>Enero</b>	9,898	9,807	<b>Enero</b>
Febrero	5,326	5,250	<b>Febrero</b>	5,326	5,250	<b>Febrero</b>
Marzo	5,088	4,995	<b>Marzo</b>	5,088	4,995	<b>Marzo</b>
Abril	2,632	2,584	<b>Abril</b>	2,632	2,584	<b>Abril</b>
Mayo	3,361	3,288	<b>Mayo</b>	3,361	3,288	<b>Mayo</b>
Junio	5,867	5,777	<b>Junio</b>	5,867	5,777	<b>Junio</b>
Julio	8,012	7,837	<b>Julio</b>	8,012	7,837	<b>Julio</b>
Agosto	8,676	8,622	<b>Agosto</b>	8,676	8,622	<b>Agosto</b>
Setiembre	5,606	5,505	<b>Setiembre</b>	5,606	5,505	<b>Setiembre</b>
Octubre	6,910	6,834	<b>Octubre</b>	6,910	6,834	<b>Octubre</b>
Noviembre	5,912	5,841	<b>Noviembre</b>	5,912	5,841	<b>Noviembre</b>
Diciembre	5,267	5,190	<b>Diciembre</b>	5,267	5,190	<b>Diciembre</b>
<b>Total</b>	<b>72,555</b>	<b>71,530</b>	<b>Total</b>	<b>72,555</b>	<b>71,530</b>	<b>Total</b>
<b>promedio mensual</b>	<b>6,046</b>	<b>5,961</b>	<b>promedio mensual</b>	<b>6,046</b>	<b>5,961</b>	<b>promedio mensual</b>

Fuente: **servicio:** Servicio Nacional de Áreas Naturales por el estado SERNANP

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA