

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
FACULTAD DE ECONOMÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA
CARRERA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**“LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU
INFLUENCIA CON LA DEMANDA DEL TURISMO
DE LA REGIÓN DE HUANUCO: 2010 - 2022”**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: CRECIMIENTO Y DESARROLLO
ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL**

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

**TESISTAS:
SEGURA FLORES DIANA KATERIN
MORALES VILLANERA RUTH MISHHELL**

**ASESOR:
DR. CASTRO Y CESPEDES ENRIQUE**

**HUANUCO – PERÚ
2023**

DEDICATORIA

A mis padres por haberme dado la vida e impartido sus enseñanzas. A mis docentes de la Facultad de Economía que compartieron sus enseñanzas en las aulas de la Facultad, que día a día nos daban lo mejor de sí para formarnos como excelentes profesionales.

SEGURA FLORES DIANA KATERIN

A mis padres, por impartirme siempre los valores y enseñanzas gracias a ellos quienes me motivaron siempre para alcanzar mis metas.

A mis hijos que con su existencia me impulsan a seguir superándome día a día.

MORALES VILLANERA RUTH MISHHELL

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios, el creador de la vida, agradecemos por la vida que nos da y por permitirnos elaborar esta investigación.

A los diferentes docentes de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, que, con sus enseñanzas y ejemplo, contribuyeron a nuestra formación como profesionales y seres humanos para la elaboración de este trabajo de investigación.

Un agradecimiento especial para nuestro asesor Dr. Enrique Castro y Céspedes, que con su enseñanza, experiencia y paciencia nos ayudó a desarrollar esta investigación.

INDICE

INTRODUCCIÓN	xii
CAPITULO I.....	14
I. MARCO TEORICO:.....	25
1.1 Revisión de estudios realizados.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2 HIPÓTESIS, VARIABLES, INDICADORES.	¡Error! Marcador no definido.
1.2.1 Hipótesis: General y Específicas	¡Error! Marcador no definido.
1.3 Sistema de Variables-Dimensiones e Indicadores.....	¡Error! Marcador no definido.
1.4 Definición Operacional de Variables, Dimensiones e Indicadores.	¡Error! Marcador no definido.
1.5 Objetivos: Generales y Específicos	¡Error! Marcador no definido.
1.6 Población	87
1.7 Selección de la muestra.....	90
CAPITULO II.....	¡Error! Marcador no definido.
II. MARCO METODOLÓGICO	¡Error! Marcador no definido.
2.1 Nivel y Tipo de Investigación.....	91
2.2 Diseño de la Investigación.....	92
2.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	94
2.4 Procesamiento y presentación de datos.	95
CAPITULO III.....	96
III. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
3.1 VARIABLE INDEPENDIENTE: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	96
3.2 VARIABLE DEPENDIENTE: DEMANDA TURÍSTICA	112
3.3 CONTRASTACIÓN CON OTRAS INVESTIGACIONES: ..	¡Error! Marcador no definido.
3.4 CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS	135
3.4.1 Contrastación de la Hipótesis General en base a la prueba de hipótesis	135
3.4.2 Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 01 en base a la prueba de hipótesis.....	138
3.4.3 Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 02 en base a la prueba de hipótesis.....	141
3.4.4 Contrastación de la Hipótesis Especifica N° 03 en base a la prueba de hipótesis.....	145
CONCLUSIONES	152
SUGERENCIAS	155
Bibliografía	

Anexos

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se titula “**La Infraestructura Turística y su Influencia con la Demanda del Turismo de la Región de Huánuco: 2010 – 2022.**”

El objetivo a investigar fue: Analizar la infraestructura turística y su influencia de la demanda turística en la Región de Huánuco: 2010 - 2022. En cuanto al nivel y tipo de estudio, fue descriptivo, correlacional, de diseño no experimental, longitudinal y el estudio tuvo un enfoque cuantitativo. El universo de este estudio fueron los visitantes internos y externos al parque nacional de Tingo María, quienes ascienden a 7414 visitantes en promedio mensual, con una muestra de 365 visitantes internos y externos fue esta probabilística aleatoria simple, la técnica utilizada fue una encuesta y su instrumento fue un cuestionario que contiene un conjunto de preguntas estandarizadas orientadas a medir las variables en estudio.

Los resultados a los que se llegó es que: “La deficiente infraestructura turística influye directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 – 2022”. Esto se corrobora con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significancia del 5% (0,05), la estimación de chi-cuadrado es ($X^2 = 89,980$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 3,84$, por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y menor 0.05 ($0.000 < 0.05$); por tanto, rechazamos la hipótesis nula (**H0**) y aceptamos la hipótesis alternativa (**H1**). Y las conclusiones: **1.** El Transporte, como: aéreo a 163 personas que representan el 44.7% indican que la ubicación del aeropuerto de la ciudad de Tingo María no está ubicada en un lugar adecuado para la afluencia de los turistas. 211 personas que representa el 57.8% dicen que es poco adecuado el flujo de ingresos y salidas de aviones del aeropuerto de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que no hay programas de vuelos que satisfagan la demanda de los turistas. En cuanto al terminal terrestre 238 personas que representan el 65.2% dicen que es medianamente adecuado el terminal terrestre de la ciudad de Tingo María. 196

personas que representan el 53.7% dicen que es medianamente adecuado el confort y seguridad de viajar en los buses y combis a la ciudad de Tingo María. 208 personas que representan el 57% dicen que es adecuado viajar en auto a la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que es confortable y seguro a diferencia de los otros medios de transporte que existe en la ciudad. 155 personas que representan el 42.5% dicen que es medianamente adecuado las condiciones de la carretera a la ciudad de Tingo María. 142 personas que representan el 38.9% dicen que es medianamente adecuado el número de moto taxis para llegar al Parque Nacional de Tingo María. 190 personas que representan el 52.1% dicen que es poco adecuado el servicio de alquiler de auto dentro de la ciudad de Tingo María. Se concluye entonces que el inadecuado acceso a los medios de transporte, influye directamente en la demanda turística de los visitantes internos y externos de la región de Huánuco, esto se contrasta con el intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia del 5% (0,05), el valor estimado de chi-cuadrado es ($X^2 = 17,47$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, la significancia asintótica del chi-cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1. **2.** Los servicios básicos, como las piletas de agua potable dicen 170 personas que representan el 46.6% que es poco adecuado, 160 personas que representan el 43.8% dicen que es poco adecuado el sistema de alcantarillado, 192 personas que representan el 52.6% dicen que es adecuado los contenedores para almacenar los residuos sólidos en el parque nacional de Tingo María. Se concluye entonces que la escasa dotación de los servicios básicos, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco, esto contrasta con un intervalo de confianza del 95% y un nivel de significancia del 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 26,154$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2. **3.** En referencia de los servicios de

comunicaciones, 201 personas que representan el 55.1% dicen que es nada adecuado los puntos donde se pueda cargar el celular u otros equipos eléctricos. 179 personas que representan el 49.0% dicen que es nada adecuado las cabinas de teléfono públicos. 181 personas que representan el 49.6% dicen que es poco adecuado la cobertura telefónica. 208 personas que representan el 57.0% dicen que es poco adecuado la señal de internet en el parque nacional de Tingo María. Se concluye entonces que el limitado uso de los medios de comunicación, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco, esto se contrasta con un intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 25,639$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi-cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3.

Palabras clave: Infraestructura turística, Demanda Turística, Influencia, servicios básicos, medios de comunicación.

SUMMARY

This research work is titled **“Tourism Infrastructure and its Influence on Tourism Demand in the Huánuco Region: 2010 – 2022.”**

The objective to investigate was: Analyze the tourist infrastructure and its influence on tourist demand in the Huánuco Region: 2010 - 2022. Regarding the level and type of study, it was descriptive, correlational, non-experimental in design, longitudinal in nature. the research had a quantitative approach. This study had as its universe internal and external visitors to the Tingo María National Park, who amount to 7,414 visitors on a monthly average, with a sample of 365 internal and external visitors. This simple random probabilistic approach was used, the technique to be used was the survey and its instrument is the questionnaire that includes a set of standardized questions with the purpose of measuring the variables under study.

The results reached are that: “The poor tourism infrastructure directly influences tourism demand in the Huánuco region: 2010 – 2022.” This is corroborated with a 95% confidence interval, and a significance level of 5% (0.05), the estimated value of chi square is ($\chi^2 = 89.980$), while the table value of $2=3.84$, so the estimated chi square is in the rejection zone as it is greater than in the table. On the other hand, when analyzing the asymptotic significance of Pearson's chi square, it is observed that it is 0.000 and is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$); Therefore, we reject the null hypothesis (H_0) and accept the alternative hypothesis (H_1). And the conclusions: 1. Transportation, such as: air to 163 people representing 44.7% indicate that the location of the airport in the city of Tingo María is not located in a suitable place for the influx of tourists. 211 people, representing 57.8%, say that the flow of income and aircraft departures from the airport in the city of Tingo María is inadequate. Which shows that there are no flight programs that satisfy the demand of tourists. Regarding the land terminal, 238 people representing 65.2% say that the land terminal in the city of Tingo

María is moderately adequate. 196 people, representing 53.7%, say that the comfort and safety of traveling on buses and minibuses to the city of Tingo María is moderately adequate. 208 people, representing 57%, say that it is appropriate to travel by car to the city of Tingo María. Which shows that it is comfortable and safe unlike the other means of transportation that exists in the city. 155 people representing 42.5% say that the conditions of the road to the city of Tingo María are moderately adequate. 142 people representing 38.9% say that the number of motorcycle taxis to reach the Tingo María National Park is moderately adequate. 190 people representing 52.1% say that the car rental service within the city of Tingo María is inadequate. It is then concluded that inadequate access to means of transportation directly influences the tourist demand of internal and external visitors to the Huánuco region. This is contrasted with the 95% confidence interval, and a significance level of 5. % (0.05), the estimated value of chi square is ($X^2 = 17.47$), while the table value of rejection as it is greater than the table. On the other hand, the asymptotic significance of Pearson's chi square is observed to be 0.000 and is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$); Therefore, specific hypothesis 1 is accepted.

2. Basic services, such as drinking water sinks, say 170 people representing 46.6% that it is not very adequate, 160 people representing 43.8% say that the system is not very adequate. of sewage, 192 people representing 52.6% say that containers are adequate to store solid waste in the Tingo María national park. It is then concluded that the poor provision of basic services directly influences tourism demand in the Huánuco region, this is contrasted with the 95% confidence interval, and a significance level of 5% (0.05). The estimated value of chi square is ($X^2 = 26.154$), while the table value of $X^2 = 9.49$, so the estimated chi square is in the rejection zone as it is greater than the table . On the other hand, when analyzing the asymptotic significance of Pearson's chi square, it is observed that it is 0.000 and is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$); Therefore, specific hypothesis 2 is accepted.

3. In reference to the services of communications, 201 people representing 55.1% say that points where you can charge your cell phone or other electrical equipment are not at all adequate. 179 people representing 49.0% say that public telephone booths are not at all appropriate. 181 people representing 49.6% say that telephone coverage is inadequate. 208 people, representing 57.0%, say that the internet signal in the

Tingo María national park is inadequate. It is then concluded that the limited use of the media directly influences the tourist demand in the Huánuco region, this is contrasted with a confidence interval of 95%, and a significance level of 5% (0.05). the estimated value of chi square is ($\chi^2 = 25.639$), while the value in the table of board. On the other hand, when analyzing the asymptotic significance of Pearson's chi square, it is observed that it is 0.000 and is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$); Therefore, specific hypothesis 3 is accepted.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “La infraestructura turística y su influencia con la demanda turística de la región Huánuco, 2010 - 2022”. Ha tenido como finalidad estudiar la infraestructura turística con que cuenta la región Huánuco para satisfacer o atraer a la demanda, ya que la industria del turismo se ha desarrollado de forma considerable en los últimos años en nuestra región, con diversos productos turísticos.

Por ello se desarrolló este estudio, cuya hipótesis es: “La deficiente infraestructura turística influye directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022”. Para lograr analizar esta hipótesis se planteó el objetivo que fue: “Analizar la infraestructura turística y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 – 2022”.

Según Bravo, G. L. (2022) En la conclusión de su investigación menciona que: “Existe una serie de deficiencias en cuanto a su infraestructura turística, según lo percibido esto se debe, al poco interés que tienen las autoridades municipales y entidades turísticas, es por ello, que se realizó una propuesta de mejoramiento sobre la infraestructura turística, en el cual se diseñaron estrategias de transporte, comunicaciones, sanidad y energía, con el fin de brindar una mejor calidad de servicios al visitante.”

Villanueva, E.F. (2021). En su investigación menciona, que: “Partiendo desde la problemática que el turista que posee discapacidad motriz y que visita el

Santuario, se encuentran insatisfechos en cuanto a los servicios brindados para ellos, debido a que las instalaciones poseen características para la visita, pero no las necesarias según sus necesidades”

Bajo esta realidad los visitantes internos y externos de la región Huánuco, también requieren de una adecuada infraestructura turística para hacer uso de los diferentes productos y servicios turísticos y que sus expectativas sean satisfechas.

Esta investigación está conformada por tres capítulos: El Primer Capítulo, contiene: El Marco Teórico, aquí se consideró los antecedentes de investigaciones semejantes, la hipótesis, las variables, los indicadores, los objetivos, la población y muestra. El Segundo Capítulo, contiene: Los métodos, las técnicas, los instrumentos empleados. Y El Tercer Capítulo, contiene: La Discusión de Resultados que se han obtenido de la investigación con otras investigaciones.

CAPITULO I

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION:

1.1 Fundamentación del problema de investigación

El Perú cuenta con variedad de recursos turísticos, que vienen a ser el insumo principal para el desarrollo de este sector. Sus numerosos monumentos arqueológicos, herencia colonial, mega biodiversidad, extenso litoral, importantes ríos y lagos, la existencia de culturas vivas y riquezas gastronómicas, evidencian que es posible brindar una diversidad de servicios turísticos a los diferentes demandantes.

Los turistas generan un movimiento económico importante, sin embargo, la adecuada atención de este grupo no sólo requiere de hoteles y agencias de viaje sino, también, generar adecuados servicios de transporte, servicios básicos (agua, energía eléctrica, alcantarillado, residuos sólidos), comunicaciones (cobertura de telefonía fija, móvil e internet) y seguridad. En ese marco, el rol del Estado consiste en invertir para el mejoramiento de la infraestructura turística, accesibilidad e instalaciones turísticas que promuevan la inversión privada en la planta turística y los servicios turísticos privados. De esta forma, actuando de manera conjunta y articulada, el sector público y privado pueden generar productos y destinos turísticos competitivos y de calidad.

La región cuenta con importantes atractivos turísticos, tanto culturales como naturales. Entre los primeros, Huánuco tiene un importantísimo legado precolombino, que va desde los glifos prehistóricos del hombre de Lauricocha, pasando por el Templo de las manos cruzadas de Kotosh, considerado como el recinto más antiguo de la sierra peruana, hasta construcciones como los complejos arqueológicos de Huánuco Pampa, que en la época incaica fuera la capital del Chinchaysuyo, Tantamayo y Garú.

Dentro de los recursos naturales se encuentra el Parque Nacional de Tingo María, la “Bella Durmiente”, así como diversas caídas de agua de gran belleza. Recientemente se viene promoviendo también el aviturismo, o avistamiento de aves.

Pero a pesar de lo señalado y de acuerdo, con el Plan Estratégico Regional de Huánuco (PERTUR, 2019-2025), se tiene como problemática a la **“Limitada competitividad turística en el departamento de Huánuco”** el mismo que se debe a cuatro causas básicas: la primera es debido a la Inadecuada identificación del público objetivo, los que se deben a una escasa investigación de mercados en turismo y análisis de la información, Insuficientes e inadecuados mecanismo para la promoción turística de la región e Inadecuadas estrategias de comercialización turística de la región; la segunda causa se debe a la deficiente operatividad y desarrollo de la oferta turística, todo ello porque se vienen dando limitados servicios turísticos públicos en la región, Insuficiente

inversión pública y pública-privada en los recursos y/o atractivos turísticos, limitado desarrollo de la formación y profesionalización del capital humano en turismo y una deficiente prestación de servicios turísticos y formalización; la tercera causa se relaciona con una deficiente conectividad y gestión de la información turística, dado por una deficiente conectividad e infraestructura de transporte terrestre, aérea y fluvial, debido a una deficiente atención y asistencia al turista en los puntos de ingreso, tránsito y salida del turista, por una Ineficiente gestión de la información turística regional en los puntos de ingreso, tránsito y salida del turista; como cuarta causa podemos indicar a la deficiente gestión turística, debido a unas Limitadas capacidades en turismo para la gestión pública y privada, bajo posicionamiento del Sector Turismo en la priorización del gasto e inversión pública, Insuficiente fomento de la cultura turística, Limitado fomento de la cultura ambiental, Deficiente gestión de la protección al turista y por la ausencia de alianzas estratégicas público-privadas para el Sector Turismo.

Como efectos podemos señalar el débil aprovechamiento de las capacidades comparativas, que tiene el departamento de Huánuco; dado que los recursos existentes se deterioran cada vez con más rapidez y el atraso económico viene generando una pobreza extrema en la población, tanto en la parte urbana, así como como la rural.

A modo de control del pronóstico, se hace necesario de estudios que determinen el estado actual del mercado turístico, donde la demanda y la Oferta turística son los protagonistas. Conociendo los factores determinantes de la Demanda, se podrán precisar los gustos y preferencias de los consumidores del producto turístico del departamento de Huánuco, solo así se diseñarán productos turísticos a la medida de los consumidores, el que generara ingresos que permitan el desarrollo social y económico en el departamento de Huánuco.

1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos

Después de describir la problemática formulamos la investigación en la siguiente pregunta general:

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la infraestructura turística influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

1.2.2 Problemas Específicos

1. ¿Cómo los medios de transporte de la infraestructura turística, influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?
2. ¿De qué forma los servicios básicos de la infraestructura turística, influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

3. ¿De qué manera los medios de comunicación de la infraestructura turística, influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

1.3 Formulación de Objetivos Generales y Específicos

1.3.1 Objetivo General:

Analizar la infraestructura turística y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

1.3.2 Objetivos Específicos:

1. Describir los medios de transporte de la infraestructura turística, y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

2. Determinar los servicios básicos de la infraestructura turística, y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

3. Detallar los medios de comunicación de la infraestructura turística, y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?

1.4 Justificación

La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

Justificación teórica: Para contextualizar el estudio de la infraestructura turística es necesario vincularlo a la investigación, la

enseñanza y el trabajo, debido a que estos factores funcionan como impulsores del conocimiento. La existencia de definiciones diferenciados sobre el Sistema Turístico a nivel global, nos hace mirar la interpretación que tiene la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre este tema, de allí la necesidad de verificar su aplicabilidad dentro de nuestro contexto, para comprender la demanda turística en la región de Huánuco.

Justificación metodológica: Se pretende utilizar una metodología cuantitativa, aplicada a las personas que visitan nuestra región tanto nacionales, así como internacionales, lográndose medir los gustos y preferencias que tienen estas personas, por haber preferido a nuestra región.

Justificación practica: A la falta de investigaciones serias sobre esta problemática, se hace necesario emprender estudios que sirvan como base para otros investigadores y de esta manera proponer soluciones más amplias sobre la infraestructura turística como actividad económica, que permita salir de la pobreza extrema a muchas familias en la región de Huánuco.

Importancia.

El presente proyecto de investigación es importante por ser un tema actual, que aqueja no solo al turismo interno sino al turismo externo y al país, nos permitirá conocer la situación y el estado en que se encuentran en temas de infraestructura turística para lograr

el incremento de la demanda turística, proponiendo alternativas de solución a esta problemática.

Se pretende generar más temas de investigación relacionado con esta problemática para así articular mejores propuestas que logren el fin común que es el incremento de la demanda turística de nuestra región.

1.5 Limitaciones.

Dentro de la limitación externa en el presente proyecto de investigación, es que se llevara a cabo sólo en la región de Huánuco, ya que se cuenta con escaso presupuesto para realizar la investigación en este nivel geográfico.

Dentro de la limitación interna en el presente proyecto de investigación es el tiempo con el que cuenta el equipo de investigación debido a múltiples factores personales y laborales.

1.6 Formulación de Hipótesis general y específicos

1.6.1 Hipótesis General:

La deficiente infraestructura turística influye directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022

1.6.2 Hipótesis Específicas:

1. El inadecuado acceso a los medios de transporte, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

2. La escasa dotación de los servicios básicos, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

3. El limitado uso de los medios de comunicación, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

1.7 Variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	ítems	Escala de puntualización	Instrumentos
Variable Independiente: La Infraestructura Turística	Transporte	X ¹ Aéreo	PREGUNTAS	Nada adecuado Poco adecuado Medianamente adecuado Adecuado Muy adecuado	Técnicas a Utilizar 1. Cuestionario 2. Entrevista 3. Análisis documental 4. SPSS 5. EXCEL 6. POWER POINT
		X ² Terrestre			
		X ³ Acuático			
	Servicios Básicos	X ⁴ Agua			
		X ⁵ Alcantarillado			
		X ⁶ Residuos sólidos			
		X ⁷ Energía			
	Comunicaciones	X ⁸ Telefonía fija			
		X ⁹ Móvil			
		X ¹⁰ Internet			
Variable Dependiente: Demanda Turística	Factores Internos o directos	Y ¹ Nivel de renta disponible	PREGUNTAS	Nada adecuado Poco adecuado Medianamente adecuado Adecuado Muy adecuado	Técnicas a Utilizar 1. Cuestionario 2. Entrevista 3. Análisis documental 4. SPSS 5. EXCEL 6. POWER POINT
		Y ² Financiación			
		Y ³ Motivación			
		Y ⁴ Condicionantes socioculturales			
		Y ⁵ Formas y estilos de vida			
		Y ⁶ Tiempo de ocio			
		Y ⁷ Creencias			

		ideológicas, religiosas y políticas			
	Factores Externos o indirectos	Y ⁸ Nivel de precios			
		Y ⁹ Política fiscal y controles del gasto en turis.			
		Y ¹⁰ Tipo de cambio			
		Y ¹¹ Costumbres estacionales			
		Y ¹² Factores políticos			
		Y ¹³ Factores demográficos			
		Y ¹⁴ Factores aleatorios			
		Y ¹⁵ Factores relativos a los sistemas de comercialización			
		Y ¹⁶ Factores relativos a los sistemas a la producción			

1.8 Definición teórica y operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Variable Independiente: La Infraestructura Turística	Según El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2011) en la Guía para la formulación de Proyectos de Inversión exitosos, señala que la Infraestructura Turística es: "Conjunto de elementos	Transporte	X ¹ Aéreo	1
			X ² Terrestre	2
			X ³ Acuático	3
		Servicios Básicos	X ⁴ Agua	4
			X ⁵ Alcantarillado	5
			X ⁶ Residuos sólidos	6
			X ⁷ Energía	7
		Comunicaciones	X ⁸ Telefonía fija	8
			X ⁹ Móvil	9
			X ¹⁰ Internet	10

	<p>básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre las más importantes tenemos:</p> <p>Transporte (Aéreo, terrestre y acuático), Servicios Básicos (Agua, alcantarillado, residuos sólidos y energía) y Comunicaciones (Telefonía fija, móvil, etc)” (p.20).</p>			
<p>Variable Dependiente: Demanda Turística</p>	<p>Según la OMT, citado por la Guía Metodológica: Turismo Cultural una oportunidad para el desarrollo local (2014): Conceptualiza que la Demanda Turística: Es el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al de residencia habitual. (p.30).</p>	Factores Internos directos	Y ¹ Nivel de renta disponible	1
			Y ² Financiación	2
			Y ³ Motivación	3
			Y ⁴ Condicionantes socioculturales	4
			Y ⁵ Formas y estilos de vida	5
			Y ⁶ Tiempo de ocio	6
			Y ⁷ Creencias ideológicas, religiosas y políticas	7
		Factores Externos indirectos	Y ⁸ Nivel de precios	8
			Y ⁹ Política fiscal y controles del gasto en turis.	9
			Y ¹⁰ Tipo de cambio	10
			Y ¹¹ Costumbres estacionales	11
			Y ¹² Factores políticos	12
			Y ¹³ Factores demográficos	13
			Y ¹⁴ Factores aleatorios	14

			Y ¹⁵ Factores relativos a los sistemas de comercialización	15
			Y ¹⁶ Factores relativos a los sistemas a la producción	16

CAPITULO II. MARCO TEORICO:

2.1. Antecedentes

Según el estudio se mencionan los estudios que estuvieron relacionados con el problema considerado.

Antecedentes internacionales

Yépez, A.E (Ibarra – Ecuador, 2019) Tesis titulada “ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA DE SALINAS, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

Perteneciente a Bach. Yépez Trujillo, Andrea Estefanía. Tesis presentada y sustentada en la Universidad Técnica del Norte Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Para optar el **título de INGENIERA EN TURISMO.**

El autor concluye:

La parroquia de Salinas actualmente es reconocida como uno de los sectores más visitados entre los turistas nacionales y extranjeros, el 89.23% de los encuestados considera al turismo como una de las oportunidades de desarrollo del municipio; El 98,15% de quienes respondieron la encuesta confirmaron su interés en implementar un hostel ecológico que pueda satisfacer la necesidad de alojamiento.

En la parroquia de Santa Catalina de Salinas existen dos residencias, una para 5 y otra para 12 personas, lo que cubre el

41% de la demanda actual de turistas que quieren alojarse en la zona. la necesidad de planificar e implementar un hostel ecológico que cumpla con los requisitos tanto de satisfacción del cliente como de compromiso con el medio ambiente.

El perfil de los turistas se ha desarrollado, la mayoría pertenece a la población económicamente activa, con edades entre 18 y 57 años, provienen principalmente de Imbabura, Pichincha y el norte de Colombia, en su mayoría se dedican a diversas actividades productivas, de las cuales obtienen ingresos superiores a los 500 dólares mensuales; Así, el 40% está dispuesto a pagar más de 50 dólares por actividades de ocio. Y suelen pasar la noche en la zona que visitan.

El hostel ecológico está diseñado para albergar a 28 personas, y sumando la capacidad de alojamiento de los otros dos albergues antes mencionados se obtiene un total de 45 plazas frente al 59% de turistas que quieren alojarse en este sector, lo que supone 59 personas de 100 son los turistas que necesitan alojamiento.

Vásquez, S.L. (2017) Tesis titulada **“PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD MOTRIZ EN LA RESERVA ORQUIDEOLÓGICA EL PAHUMA”**. Perteneciente a Bach. Stefany Lizeth Vásquez Villarreal. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Agrícolas Carrera de Turismo Ecológico de la Universidad Central del Ecuador. Para optar **el título de Licenciada en Turismo Ecológico.**

El autor concluye:

- ✓ A través de encuestas se logró asegurar que las personas con discapacidad motriz enfrentan un problema por los obstáculos de los espacios naturales, debido a que existe poco interés en su accesibilidad, por lo que con ayuda de la investigación se encontraron espacios adecuados para la instalación, dando como resultado un informe sobre instalaciones adecuadas para cumplir con la propuesta, permitiendo así la inclusión de personas con discapacidad en el Área Orquidológica El Pahuma, incrementando así los beneficios económicos y sociales.
- ✓ Una vez finalizados los estudios, se pudo conocer las adaptaciones e instalaciones necesarias para personas con discapacidad como rampas, señales, caminos y baños adecuados, los cuales podrían ser diseñados y rediseñados de acuerdo a los requerimientos del grupo seleccionado.
- ✓ Finalmente, se realizó un estudio de viabilidad multicriterio con el objetivo de identificar los efectos ambientales, económicos y sociales derivados de la creación de servicios turísticos, que permitió conocer qué medidas tienen mayor impacto y al mismo tiempo buscar la manera de disminuirlo, a su vez se realizó el cálculo del TIR y VAN el cual dio como resultado que la realización del proyecto si es factible con un tiempo de recuperación corto.

Gavilanes, M.E (2016). Tesis titulada **“LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA Y SU INCIDENCIA EN EL INCREMENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA FERIA PARROQUIAL DE SALASACA EN EL CANTÓN PELILEO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA”**. Perteneciente a Bach. Gavilanes Paredes Magaly Elizabeth. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Técnica de Ambato. Para optar **el título de Licenciada en Ciencias de la Educación.**

El autor concluye:

- ✓ Según el informe se pudo analizar los factores que provocan la falta de organización social, cabe señalar que existe unidad entre los comerciantes, pero no hay organización, por lo tanto existen vacíos en la venta del producto.
- ✓ Es importante mencionar que la demanda turística semanal se determinó en la feria parroquial debido a que los turistas que llegan allí no son monitoreados.
- ✓ Se encontraron soluciones a los problemas observados, que permiten solucionar los problemas observados en este estudio y con ello desarrollar mejor el turismo en las ferias eclesiásticas.
- ✓ Según el informe, los artesanos no están preparados para la atención al cliente en las ferias parroquiales porque su idioma es una barrera importante que dificulta la comunicación entre vendedor y cliente.

- ✓ Según el informe, se estableció que a las autoridades no les importa la promoción de ferias parroquiales en Salasaca, por lo que el turismo se ha detenido.
- ✓ Al momento de la observación se puede notar que los artesanos o vendedores no están presentes en sus locales todo el tiempo, por lo que los turistas no reciben un servicio de calidad, y lo peor de todo es que los artesanos pierden ventas.
- ✓ Es importante precisar que la ganancia obtenida en la feria parroquial no es muy significativa desde el punto de vista de la economía artesanal, por lo que, aparte de la venta de los productos, los artesanos también deben buscar otras fuentes de trabajo.
- ✓ Se advierte que la feria municipal de Salasaca no cuenta con el número exacto de turistas que llegan a la feria, y es muy importante obtener números precisos para hacer estadísticas veraces.
- ✓ Se puede decir que la feria parroquial es uno de los atractivos más importantes, o mejor dicho el atractivo más conocido, de la parroquia de Salasaca, pero no tiene una organización social definida.

Mero, R.A. (2015). Tesis titulada **“EL TIPO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA ESTACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL FLUJO DE TURISTAS DEL SECTOR URBANO DEL CANTÓN PUERTO LÓPEZ”**. Perteneciente a Bach. Ronald Andres Mero Quijije. Tesis presentada y sustentada

en la Unidad Académica de Ciencias Económicas, Carrera de Ingeniería en Ecoturismo de la Universidad Estatal del Sur de Manabí de Ecuador. Para optar **el título de Ingeniero en Ecoturismo.**

El autor concluye:

En este estudio, con ayuda de un cuestionario de observación, se estableció que la infraestructura turística se encuentra en etapa de desarrollo, además se pudo evidenciar que el flujo de turistas es muy notorio en todo el sector del paseo marítimo, por ejemplo, los disturbios y el descanso en el muelle, el turismo, también demostraron que se necesitaba equipamiento para un mejor servicio.

En la información obtenida de las premisas de los entrevistados se menciona que; Existe la necesidad de desarrollar un plan con el personal que presta los distintos servicios frente a las inundaciones que observaron durante los días festivos y temporadas en las que ya se realizaron diversos trabajos de mantenimiento en la terminal y muelle de mayor actividad hasta la actualidad.

Los datos de la encuesta proyectan un nivel de infraestructuras moderadamente satisfactorio, lo que condiciona la mejora de su equipamiento, donde la mayoría cree que se establecerá un punto visible de información turística en zonas más prósperas, lo que mitigará la mejora de la red vial urbana.

Antecedentes Nacionales:

Bravo, G.L (2022) Tesis Titulada **“PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DEL REFUGIO DE VIDA SILVESTRE LAQUIPAMPA”** Perteneciente al Bach: Greyci Lisseth Bravo Chicoma. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tesis para obtener **el Título de Licenciado En Administración Hotelera y de Servicios Turísticos.**

El autor concluye:

- ✓ Se concluye que la Reserva de Vida Silvestre Laquipampa presenta una serie de deficiencias en la infraestructura turística, debido al desinterés de los municipios y operadores turísticos, por lo que se realizó una propuesta para mejorar el turismo. Infraestructura turística donde se han desarrollado estrategias de transporte, comunicación, salud y energía para brindar mejores servicios a los visitantes.
- ✓ Con base en la red de transporte actual, los resultados arrojaron que el 57.41% de los encuestados no está de acuerdo con la etiqueta turística del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, por lo que algunos visitantes pueden sentirse engañados. personas que deciden acudir a un recurso y no comprar un servicio de

asesoramiento que les resulta difícil porque no hay suficiente orientación para ayudarles a navegar el recurso correctamente.

- ✓ Respecto a la dimensión de la red de comunicaciones actual se concluyó que hoy en día al Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, no cuenta con una caseta turística, además que no se le realiza ningún tipo de estrategias de promoción de marketing, siendo este un punto desfavorable, ya que no dan a conocer las diferentes rutas que pueden visitar, las actividades que pueden realizar y la gran variedad de flora y fauna que pueden observar, es por ello que los encuestados indicaron que se debe de implementar una caseta turística con el fin de que se le brinde una adecuada información al visitante, asimismo debe haber promoción del refugio mediante la implementación de folletos y publicidad por medio de las redes sociales, siendo las plataformas de Facebook e Instagram que actualmente se utiliza, además esta es una manera de promover el turismo y se tenga una gran acogida de visitantes en dicho lugar.
- ✓ Como parte de la actual red de salud, se ha establecido que el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa cuenta con pocos botes de basura, lo que genera acumulación de desechos sólidos, mal olor, contaminación y malestar para visitantes y residentes, ya que la mayoría de los visitantes suelen traer sus propios alimentos y allí no hay residuos en ningún lugar, pero a pesar del problema, los guardaparques-visitantes están conscientes de la importancia de cuidar el medio ambiente, por lo que el 63.88%

de los encuestados afirmó que para evitar el mal uso de los sólidos se deben utilizar contenedores para su material en descomposición.

- ✓ Finalmente, respecto a la extensión de la red eléctrica actual, se señaló que no hay electricidad en las casetas de Guardaparques ubicadas dentro del recurso por encontrarse alejadas de la ciudad, por lo que el 58.94% de los visitantes dieron su consentimiento. que el Refugio de Vida Silvestre Laquipampa cuenta con paneles solares porque sería una buena forma de generar energía aprovechando los buenos rayos del sol.

Villanueva, E.F. (2021). Tesis titulada **“EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES TURÍSTICAS PARA EL TURISTA CON DISCAPACIDAD MOTRIZ EN EL SANTUARIO HISTÓRICO BOSQUE DE PÓMAC”**. Pertenece a la Bach. Elva Fiorela Villanueva Rosas. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académico Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán. Para optar **el título profesional de Licenciado en Turismo y Negocios.**

El autor concluye:

El objetivo principal de este informe de investigación fue evaluar la infraestructura y servicios turísticos del santuario histórico del Bosque de Pómac para personas con discapacidad basándose en la problemática de que los turistas con discapacidad que visitan el

santuario no están satisfechos con los servicios brindados, porque el local tiene características propias de la visita, pero no necesarias para sus necesidades.

La principal contribución de este informe de investigación es presentar una propuesta para mejorar los servicios turísticos del Santuario Histórico Bosque de Pómac para brindar los servicios necesarios de acuerdo a las necesidades de las personas con movilidad reducida, tomando en cuenta tanto sus requerimientos como el estándar técnico vigente ofrecido por las entidades pertinentes, además de respetar el espacio natural, sin alterar los ecosistemas naturales; Se propone mejorar el acceso al Santuario Histórico Bosque de Pómac, mejorar el santuario turístico Cerro Las Salinas, mejorar el mirador turístico Cerro Las Salinas, mejorar el santuario turístico Huaca Las Ventanas, mejorar los servicios de higiene. Consideró mejorar estos puntos debido a que son los que tienen la mayor debilidad identificada con base en los resultados obtenidos.

Demostrar y evaluar metas y objetivos generales.

En concreto, con el fin de desarrollar recomendaciones adecuadas para el futuro, se llevó a cabo un trabajo de campo que incluyó una encuesta a personas con discapacidad motriz, fichas de observación y entrevistas a expertos en turismo en áreas protegidas, gracias a las cuales los investigadores recogieron datos. , pudo identificar las causas de los indicadores con índice negativo , lo que significa que no satisfacen las necesidades de las

personas con discapacidad motriz debido a diversos factores observados en el estudio, por ejemplo, en algunas instituciones faltan vigas de soporte. , rampas y equipamientos suficientes para garantizar la libre circulación.

Dávila, V.M. (2019). Tesis titulada “**DEMANDA TURÍSTICA DEL DISTRITO DE CAJAMARCA PARA LA PRÁCTICA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD DE LAGUNA DE SAN NICOLÁS**”. Perteneciente a Bach. Víctor Manuel Dávila Blanco y Diego Martin Pérez Sánchez. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas Carrera Profesional de Administración Turística, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Para optar **el título profesional de Licenciado en Administración Turística, Hotelería y Gastronomía**

El autor concluye:

- ✓ La demanda turística de la ciudad de Cajamarca se interesa por actividades de turismo alternativo como el turismo de aventura, cultural, deportivo y rural; que expresa la posibilidad de promover el turismo alternativo en el municipio Laguna San Nicolás.
- ✓ La demanda turística en la ciudad de Cajamarca tiene características alocéntricas, es decir. visitantes que quieren escapar del mundo urbano y quieren experimentar nuevas oportunidades turísticas.

- ✓ La demanda turística de la ciudad de Cajamarca está compuesta por turistas independientes que desean nuevas oportunidades turísticas; experimentado, consciente de todos los modos alternativos de viaje; moderadamente exigente, deseoso de experimentar servicios innovadores que cumplan al menos con los requisitos reglamentarios básicos.
- ✓ Las expectativas de demanda turística pueden satisfacerse en el mediano plazo, ya que requiere requisitos básicos pero efectivos de equipamiento, infraestructura y servicios turísticos (alojamientos y restaurantes).
- ✓ La demanda turística de la ciudad de Cajamarca muestra sus principales intereses en entornos naturales y de aventura, como el senderismo, las actividades comunitarias o las actividades agrícolas.
- ✓ La demanda turística de la ciudad de Cajamarca tiene un importante segmento potencial con características de turismo rural comunitario y la comunidad de Laguna San Nicolás podría incluir áreas de interés.
- ✓ La demanda turística en Cajamarca está interesada principalmente en conocer formas de vida ancestrales, como pagar la tierra, orar pidiendo ayuda y participar en celebraciones.
- ✓ La comunidad de Laguna San Nicolás tiene el potencial para practicar el turismo rural comunitario porque continúa teniendo una cultura vibrante, prácticas agrícolas y pastoriles ancestrales,

condiciones turísticas básicas y la tendencia de los residentes por las actividades turísticas.

- ✓ La comunidad de Laguna San Nicolás cuenta con auxiliares que permiten a los turistas practicar, como alojamiento y restaurantes, pero no cumplen con las expectativas del turismo nacional.
- ✓ A pesar del potencial turístico de la comunidad en la práctica turística, aún no se han tomado medidas efectivas para implementar el TCR, pero este tipo de turismo debe aprovecharlo.

Figuroa, J. (2019). Tesis Titulado: **“EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA PARA LA PRÁCTICA DE TURISMO A PERSONAS CON DISCAPACIDAD MOTRIZ EN PLAZAS, ALAMEDAS Y PARQUES DEL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA, 2019”** Pertenece a Bach. Figuroa Montero, Jocelyn y Sugizaki Cisneros, Johana. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Tecnológica del Perú, Para optar el **Grado de Bachiller en Administración Hotelera y de Turismo.**

El autor concluye:

Inicialmente, nuestras visitas de prueba piloto concluyeron que la atracción turística más accesible en términos de infraestructura era el Parque Universitario, ya que recibió un 58% de respuestas positivas en nuestra lista de verificación. Sus tres accesos

principales cuentan con rampas y escaleras accesibles y carteles informativos prolijos y definidos. Asimismo, el Centro Cultural de San Marcos cuenta con espacio suficiente para el tránsito de personas con discapacidad y sanitarios.

Por otro lado, la infraestructura de otras atracciones turísticas era menos accesible: entre el 15 % y el 35 % de las respuestas positivas se debieron a la falta de concienciación y participación de los intermediarios (empresas, sociedad y gobierno), lo que dificultó la promoción. Debido a la mala infraestructura en el centro histórico de Lima, este problema afecta no sólo a las personas discapacitadas, sino también a los turistas discapacitados que se ven limitados por barreras físicas y por lo tanto reciben una mala impresión y están ausentes durante su visita.

Como conclusión afirmamos que tanto factores como el propio turismo en nuestro país y el número de personas con discapacidad, teniendo en cuenta la información anterior, el atractivo turístico de nuestra capital debe ser bastante rápido. Con estándares de accesibilidad obligatorios para crear inclusión social de todas las personas con limitaciones físicas que deseen visitar nuestros destinos turísticos e incrementar el turismo accesible en nuestro país.

Antecedentes Locales:

Huamali, O.J. (2019). Tesis Titulada: **“LA ADMINISTRACION TURISTICA Y LA SATISFACION DEL TURISTA EN LA CASA**

DE LA PERRICHOLI TOMAYKICHTWA – HUÁNUCO – 2019.”.

Perteneciente al Bach. HUAMALÍ RAMÍREZ. Omar Jesús. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración de Empresas de la Universidad de Huánuco. Para optar **el Título Profesional de: Licenciado en Administración de Empresas.**

El autor concluye:Conclusión del Objetivo General

Como se ha podido contrastar en el punto 5.1 que describe la Administración Turística en la Casa de la Perricholi, y su influencia en la Satisfacción de los Turistas visitantes, se ha podido constatar que la casa de la Perricholi no tiene una adecuada Administración Turística, por consiguiente, el manejo Administrativo que realiza la casa de la Perricholi es de manera empírica o algo improvisado como describe la tabla N° 06 y la imagen N° 06 donde el 59,77% de encuestados considera que la Casa de la Perricholi si cuenta con una buena comunicación entre el personal. En tal sentido se concluye que la Administración Turística influye positivamente en la variable Satisfacción de Turistas, como lo demuestra la tabla N°12 y la imagen N° 12 donde el 54,60% de los encuestados respondió de acuerdo a su experiencia, que si recomendarían la visita a la Casa de la Perricholi. Además, se puede comprobar que existe una influencia positiva como se observa en la tabla N° 13 y la imagen N° 13.

Donde el 64,66% considera que la visita a la Casa de la Perricholi ha sido satisfactoria.

Conclusión del Objetivo Específico de la Dimensión Planificación

Como se ha podido contrastar en el punto 5.1 que describe la dimensión Planificación Turística en la casa de la Perricholi, y su influencia en la Satisfacción de los Turistas visitantes, se ha podido constatar que la casa de la Perricholi no tiene una adecuada Planificación Turística o al menos no es visible a los turistas, como describe la tabla N° 04 y la imagen N° 04 donde el 19.83% de los encuestados menciona que el atractivo turístico la Casa de la Perricholi cuenta con una estrategia de promoción adecuada. En tal sentido se concluye que la dimensión Planificación tiene influencia positiva en la variable Satisfacción de Turistas, como lo demuestra la tabla N° 13 y la imagen N° 13. Donde el 64,66% considera que la visita a la Casa de la Perricholi ha sido satisfactoria. Pero detectando falencias como se observa en la tabla N°15 y la imagen N° 15 donde sólo el 35.92% de los encuestados considera que las instalaciones del atractivo turístico de la Casa de la Perricholi, están distribuidas de forma adecuada.

Conclusión del Objetivo Específico de la Dimensión Organización

Como se ha podido contrastar en el punto 5.1 que describe la dimensión Organización Turística de la Perricholi, y su influencia en la Satisfacción de los Turistas visitantes, se ha podido constatar que la casa de la Perricholi no tiene una adecuada

organización Turística, como describe la tabla N° 06 y la imagen N° 06 donde el 59.77% de los encuestados manifiesta que el atractivo turístico Casa de la Perricholi, cuenta con una buena comunicación entre el personal. En tal sentido se concluye que la dimensión Organización tiene influencia positiva en la variable satisfacción de turistas, como lo demuestra la tabla N°12 y la imagen N° 12 donde el 54,60% de los encuestados respondió de acuerdo a su experiencia, que si recomendarían la visita a la casa de la Perricholi. Pero detectando falencias como se observa en tabla N° 16 y la imagen N° 16. Donde el 71,84% de los encuestados menciona que el atractivo turístico no cuenta con los recursos básicos para un buen servicio considera que la visita a la Casa de la Perricholi ha sido satisfactoria.

Conclusión del Objetivo Específico de la Dimensión Dirección

Como se ha podido contrastar en el punto 5.1 que describe la dimensión Dirección y su influencia en la Satisfacción de los Turistas visitantes, se ha podido constatar que la casa de la Perricholi no tiene una adecuada Dirección Turística, como describe la tabla N° 10 y la imagen N° 10 donde el 42,53% de los encuestados refiere que el atractivo turístico Casa de la Perricholi cuenta con una unidad de dirección, lo cual significa que es visible. En tal sentido se concluye que la dimensión Dirección tiene influencia positiva en la variable Satisfacción de Turistas, como lo demuestra la tabla N° 13 y la imagen N° 13. Donde el

64,66% considera que la visita a la Casa de la Perricholi ha sido satisfactoria. Pero detectando deficiencias como lo demuestra la tabla N°14 y la imagen N°14 donde el 93.39% de los encuestados menciona que su visita a la Casa de la Perricholi ha participado usted de una actividad turística adicional. Por lo que se identifica que no se está dirigiendo bien a los Recursos Humanos.

Conclusión del Objetivo Específico de la Dimensión Control

Como se ha podido contrastar en el punto 5.1 que describe la dimensión Control y su influencia en la Satisfacción de los Turistas visitantes, se ha podido constatar que la Casa de la Perricholi no tiene un adecuado Control Turístico, como describe la tabla N°10 y la imagen N° 10 donde el 42,53% de encuestados menciona que la Casa de la Perricholi cuenta con personal permanente de atención durante su visita. En tal sentido se concluye que la dimensión Control tiene influencia positiva en la variable Satisfacción de Turistas, como lo demuestra la tabla N°12 y la imagen N° 12 donde el 54,60% de los encuestados respondió de acuerdo a su experiencia, que si recomendarían la visita a la Casa de la Perricholi. Pero detectando falencias como la Tabla N° 01 y la imagen N° 01 donde el 78.16% de encuestados considera que la Casa de la Perricholi cuenta con un Proceso Planificado de atención al Turista.

Rodriguez, F. (2014). Tesis Titulada: **“LA INFRAESTRUCTURA HOTELERA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA REGIÓN HUANUCO 2013”** Pertenece al Bach. Fernando Rodriguez Gonzales. Tesis presentada y sustentada en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco. Para obtener **el Título Profesional de Economista.**

El autor concluye:

1.- El departamento de Huánuco cuenta con importantes atractivos turísticos como Kotosh, sede del “Templo de las Manos de la Cruzadas” considerado el más antiguo de la sierra del Perú, así como restos arqueológicos preincas en sus muy importantes provincias. también ubicadas en la provincia de Leoncio Prado, como Cueva de las Lechuzas, Cueva de las Pavas y la bella durmiente.

2.- Durante el 2013, de acuerdo con las cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el departamento de Huánuco recibió la afluencia de 130,7 miles de visitantes, de los cuales el 99,3 por ciento fueron nacionales. De los visitantes nacionales, la mayor afluencia provino de Lima Metropolitana (29.56 por ciento), Pasco (7.78 por ciento), Junin (76.35 por ciento) y Ucayali (4 por ciento).

3.- En 2013 la actividad hotelera y de restauración creció un 7,21%, este porcentaje está determinado por el aumento de la demanda de servicios de alojamiento por parte de turistas

nacionales y extranjeros; De manera similar, el aumento en la actividad de los restaurantes fue impulsado por el crecimiento de la mayoría de los negocios con licencia de alimentos, restaurantes, pollos asados, restaurantes de comida rápida, papas fritas, fuentes de refrescos y cafeterías. También han crecido las cevicherías, restaurantes turísticos y pizzerías.

4.- En 2013, los hoteles y restaurantes registraron el crecimiento del PBI en un 8,8 por ciento en comparación con 2012. Este crecimiento fue apoyado en el desempeño tanto de restaurantes (8,8%) como de hoteles (8,9%).

5.- El empleo en restaurantes y hoteles aumentó 1,1 puntos porcentuales entre 2003 y 2013. En 2013, el empleo en el sector de restaurantes y hoteles representó el 6,5% del empleo total, es decir, la atención se centra en 13.000 empleados directos e indirectos.

6.- El crecimiento económico del país durante el 2008 estuvo principalmente asociado al aumento en la demanda interna, la cual ha venido creciendo a ritmos superiores a los del PBI durante los últimos tres años, reflejando el dinamismo del consumo privado y de la inversión privada y pública.

7. El sector económico restaurantes y hoteles, entre el 2004 al 2008, creció en 7,0% en promedio. En el 2009 y como consecuencia de la crisis económica global, el sector se desaceleró considerablemente (2,3%), para luego recuperar su

dinamismo en años posteriores, a un ritmo de crecimiento de 8,9% en promedio entre el 2010 al 2013.

2.2 Bases teoricas

a. Turismo según la OMT

Organización Mundial del Turismo (2007) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

Por lo que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”.
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos (tres meses)

o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual (seis meses).

- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

Respecto a esta última característica y en un intento por precisar qué se entiende por entorno habitual, la OMT (1995) establece: «El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente».

b. Turismo según el MINCETUR

Y Turista es “Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino”

De todas las definiciones anteriormente expuestas cabe destacar la importancia de los siguientes elementos que son comunes a todas ellas, no obstante, las particularidades propias de las mismas:

- Existe un movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente.
- El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.
- Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Para poder definir lo que es la Infraestructura Turística, debido a que es una variable compuesta, se tiene que recurrir a la definición etimológica y para ello se tuvo que descomponer en variables simples, que a continuación lo presentamos.

ETIMOLOGÍA:

Infraestructura.- La palabra "infraestructura" **está formada con el prefijo latino infra (debajo) y la palabra estructura (el esqueleto o las partes que sostiene al edificio)**. En términos sociales entendemos a la infraestructura como la base o fundación que sostiene a una organización. (Diccionario Etimológico, 2012).

Turismo.- La palabra "turismo" **deriva del latín " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento**. Bueno, no nos llegó

directamente del latín. Nosotros la tomamos del inglés Tourism y este del francés Tour. Tour significa "Gira" lo que también quiere decir "Vuelta". (Diccionario Etimológico, 2012).

A modo de conclusión podemos indicar que la **Infraestructura Turística** viene a ser la columna que sostiene la actividad del turismo, que realizan las personas como ocio o diversión.

DEFINICION POR INSTITUCIONES Y AUTORES

Según **El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2011)** en la Guía para la formulación de Proyectos de

Inversión exitosos, señala que la **Infraestructura Turística** es:

“Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre las más importantes tenemos: Transporte (Aéreo, terrestre y acuático), Servicios Básicos (Agua, alcantarillado, residuos sólidos y energía) y Comunicaciones (Telefonía fija, móvil, etc)” (p.20).

Según **Netto y Guilherme en su libro Teoría del Turismo: Conceptos y modelos y sistemas de Panosso, citado por Villanueva, E.F. (2021)**: determina que infraestructura turística es:

Sistema de soporte que viabilizan la vida dentro de una sociedad, ya sean estos soportes de tipo públicos o privados, son una serie de equipamientos que utiliza el turista desde que sale del lugar de su residencia habitual hasta llegar al destino y posteriormente retornar al lugar de su residencia habitual, estos equipamientos

tienen la particularidad que no solo le sirven al turista, sino también son de uso de los residentes; siendo estos equipamientos utilizados y aprovechados en mayor proporción por los residentes, comunidad local, excepto en zonas que son especialmente para uso turístico. (p.24).

Para el autor **Jovanovic, S. (2016)**, citado por **Bravo, G.L. (2022)** indica que la infraestructura turística está relacionada con los bienes y aquellos establecimientos que ofrecen sus servicios el cual forma parte de la industria turística. La infraestructura para el turismo está conformada por aquellos componentes básicos de infraestructura como carreteras, vías fluviales, electricidad, suministro de agua, drenaje, alcantarillado, sistemas y servicios de eliminación de residuos sólidos, además de instalaciones como alojamiento, restaurantes. Para una buena planificación el desarrollo sostenible de la infraestructura turística, involucra la mejora de la infraestructura básica y servicios, junto con todas las instalaciones turísticas de manera equilibrada. (p.17).

ELEMENTOS BÁSICOS DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Según **La Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos, del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011)**: agrupa a los elementos que debe contar la infraestructura turística en la siguiente tabla:

Tabla N° 2. Infraestructura básica requerida en un centro poblado

Tipo	Sub-tipo	Ejemplos
Transporte	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
Servicios Básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Fuente: MINCETUR - DNDT

(p.20).

ALCANCE INFRAESTRUCTURA TURISTICA EN LA POLÍTICA Según La Política Publica de Infraestructura Turística, El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2021): Producto de las mesas de trabajo, para la presente Política la

TÉRMINO	DEFINICIÓN	TIPO
Infraestructura turística típica	Es aquella infraestructura que mejora o posibilita la experiencia del turista cuando llega al destino turístico. Hará parte de esta categoría el equipamiento (alojamiento y esparcimiento) y las instalaciones de la planta turística.	Alojamientos (Hoteles, hospedajes, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, entre otros) Esparcimiento (teatros, parques temáticos, entre otros) Instalaciones: Marinas, muelles, miradores, Avistamiento de aves, ordenamiento y recuperación de playas circuitos de senderos, teleféricos, funiculares, pasarelas, malecones, señalización, entre otros.
Infraestructura de soporte para el turismo	Es aquella infraestructura ⁴¹ necesaria para la consolidación del destino turístico	Infraestructura logística para aeropuertos, carreteras, servicios ferroviarios y puertos

Cuadro 5. Alcance infraestructura turística en la Política.

Fuente: Elaboración propia MINCIT (2020).

infraestructura turística abarcará los siguientes elementos: (p.22).

INSTALACIONES TURÍSTICAS

La **Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (2021)** define a las instalaciones turísticas como: Las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística. Ejemplo: miradores turísticos, museos de

sitio, centros de interpretación, aradores turísticos, embarcaderos y muelles turísticos, entre otros. (p.68).

TIPOS DE INSTALACIONES TURÍSTICAS

Según la Enciclopedia de Turismo (2000), citado por **Villanueva, E.F. (2021)** existen dos tipos de instalaciones turísticas:

Instalaciones centradas en el atractivo de los recursos naturales.

Se encuentra referido a todas aquellas instalaciones turísticas en las que se va a realizar el disfrute de recursos naturales, siendo su atractivo principal una Área Natural Protegida, un bosque, entre otros.

Instalaciones turísticas orientadas hacia el usuario.

Son aquellas instalaciones situadas dentro de cualquier atractivo turístico, de tal manera que puedan ser aprovechadas y utilizadas en su totalidad por el turista en el transcurso de su visita porque se encuentran ubicadas de manera accesible para los usuarios. (p. 28)

CLASIFICACIÓN DE LAS INSTALACIONES TURISTICAS

Para poder contar con una adecuada infraestructura turística es indispensable identificar las instalaciones turísticas con la que

cuenta el Perú, para ello el **MINCETUR (2019)**: En los aspectos tangibles “Instalaciones Turísticas” considera lo siguiente:

- a) Miradores turísticos
- b) Museo de sitio
- c) Centros de interpretación
- d) Paneles interpretativos
- e) Instalación para la exposición de flora o fauna silvestre
- f) Paraderos turísticos
- g) Embarcaderos/muelles turísticos
- h) Marina Turística
- i) Oficina de información turística
- j) Zonas de campamento (camping)
- k) Estancia para animales de transporte turístico (acémilas, caballos, llamas)
- l) Estacionamiento para transporte turístico
- m) Senderos peatonales, entre otros
- n) Señales turísticas
- o) Zonas para muestras culturales, entre otros
- p) Servicios higiénicos. (p.5).

IMPORTANCIA DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

En el **Informe: Desempeño y Competitividad Turística en el Perú – Resultados en el 2020**: Se visualiza la importancia de la infraestructura turística en la que se menciona: “Si bien el Índice de

competitividad turística departamental otorga pesos homogéneos a los pilares estudiados (Pilar 1: Ambiente apto, Pilar 2: Política de viajes y turismo, y condiciones habilitadoras), queda claro que la **infraestructura turística(Pilar 3)** es uno de los elementos más relevantes en cuanto a los recursos que el Gobierno central, los Gobiernos subnacionales y el sector privado invierten para generar una industria turística sostenible. Medios de transporte y vías, servicios de acceso y acomodaciones son solo algunos de los componentes para los cuales la calidad resulta crucial al otorgar una experiencia de primera al turista y posicionar a cada región como un competidor importante a nivel nacional. Así, los resultados de 2020 muestran que Tacna, Cusco y Tumbes fueron los departamentos que lideraron el ranking general de este pilar, con puntajes de 0.63, 0.58 y 0.51, respectivamente. Esta distancia en los puntajes también indica que sus ventajas comparativas en competitividad son amplias tanto entre los departamentos del top 3 como con el resto. Al otro extremo, los tres departamentos que se encuentran más rezagados (Junín, Pasco y Huancavelica), la brecha es aún mayor y las carencias en acceso y calidad de servicios de infraestructura turística resultan más notorias.

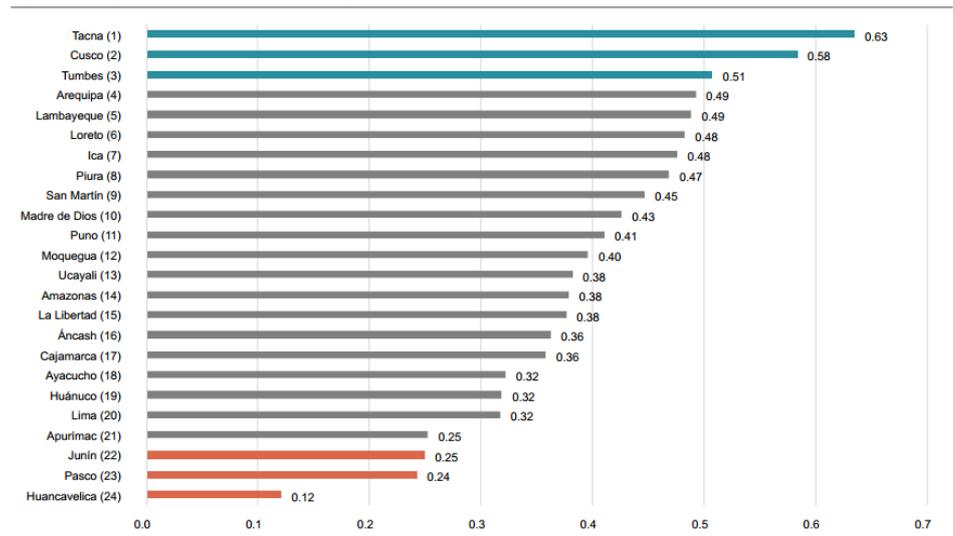
Aquellos departamentos que escalaron más posiciones en el ranking del pilar respecto de 2019 fueron Moquegua, al pasar del puesto 17 al puesto 12; Tumbes, del puesto 5 al puesto 3; Loreto, del puesto 8 al puesto 6; y Cajamarca, del puesto 19 al puesto 17. Estos cambios favorables se debieron, en parte, al mayor

cumplimiento de estándares de calidad por parte de sus aeropuertos y a una mayor densidad en la oferta de servicios de alojamiento con una mayor calidad, en relación con el resto de los departamentos.

Por el contrario, entre los cambios negativos se encuentran Apurímac, al pasar del puesto 16 en 2019 al puesto 21 en 2021; Ica, del puesto 3 al puesto 7; Áncash, del puesto 14 al 16; y La Libertad, del puesto 13 al 15.

Esto indica que, en general, la competitividad en infraestructura turística relativa entre los departamentos se mantuvo ciertamente homogénea en lo reportado el año anterior, lo cual resulta consecuente con los escasos avances en nuevas inversiones en infraestructura de conectividad o las nuevas inversiones para expandir los servicios turísticos en ciertos departamentos.”

PILAR 3. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA - PUNTAJES



CAUSAS Y EFECTOS DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Podemos seguir viendo en el **Informe: Desempeño y Competitividad Turística en el Perú – Resultados en el 2020:**

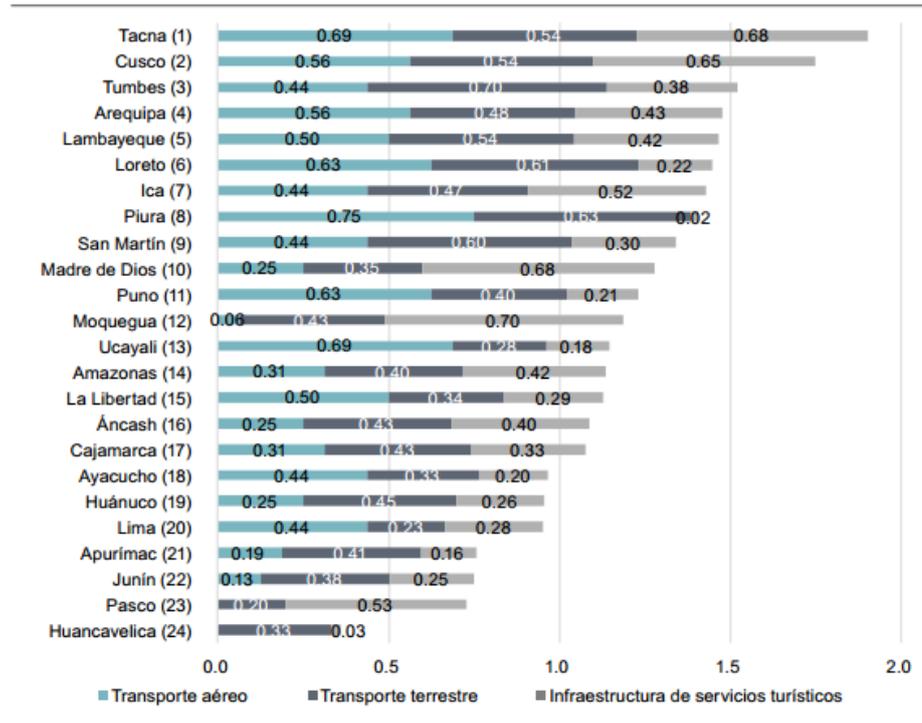
Los buenos efectos que se obtiene con el alto cumplimiento de indicadores de calidad y las causas que son limitantes para obtener un incremento de la demanda de turistas: “El indicador vinculado con el transporte aéreo fue liderado por Piura en 2020, departamento con un alto cumplimiento de indicadores de calidad en sus aeropuertos, así como dos terminales que descentralizan la llegada de turistas nacionales e internacionales. Por su parte, el indicador relacionado con el transporte terrestre fue liderado por Tumbes, Piura y Loreto, siendo el primero el que cuenta con una diferencia mayor frente a los siguientes puestos.

Finalmente, la competitividad relativa en infraestructura de servicios turísticos fue encabezada por Moquegua, Madre de Dios y Tacna.

Así, mantener en adecuadas condiciones estos tres indicadores de infraestructura es vital para sostener las operaciones del sector turismo; contar con aeropuertos en sobrecapacidad, que no cuenten con estándares mínimos adecuados para su realidad, redes departamentales de carreteras sin adecuada implementación o mantenimiento y propensas a accidentes, o una limitada oferta de establecimientos de hospedaje de calidad son limitaciones que

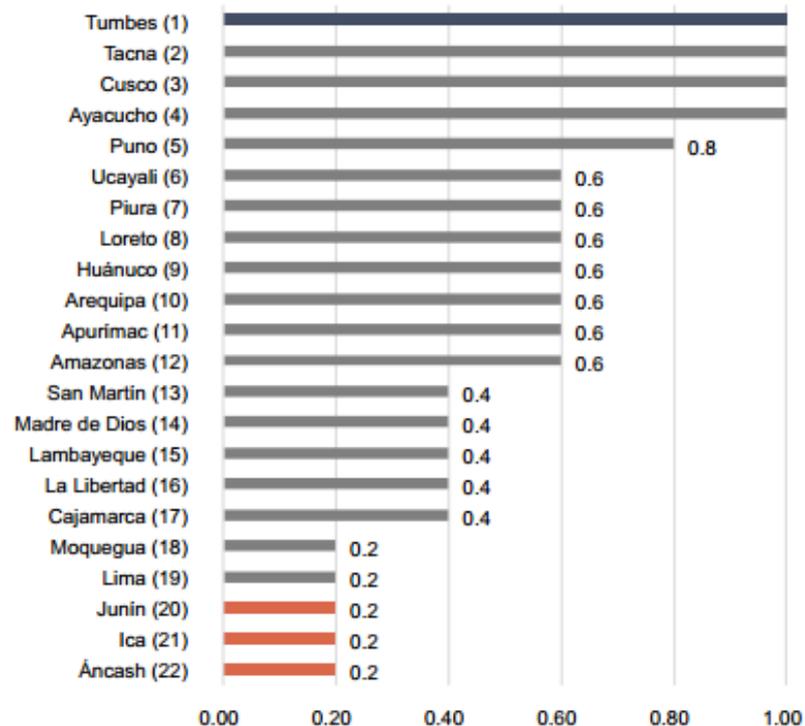
se refuerzan unas a otras y condicionan el potencial turístico del departamento”.

PILAR 3. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA
PUNTAJES SEGÚN INDICADORES



Fuente: ComexPerú.

PROPORCIÓN DE REQUERIMIENTOS DE CALIDAD O DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA CUMPLIDOS*



*Los departamentos de Huancavelica y Pasco no contaron con estudios de calidad.
Fuente: Ositrán, Corpac. Elaboración: ComexPerú.

b) DEMANDA

Etimología de la palabra Demanda. - La palabra "demanda" está formada con raíces latinas y **significa "solicitud"**. Sus componentes léxicos son: el prefijo de- (dirección de arriba abajo), manus (mano) y dare (dar). (Diccionario Etimológico, 2012).

DEMANDA TURISTICA

Según la **OMT**, citado por la **Guía Metodológica: Turismo Cultural una oportunidad para el desarrollo local (2014):**

Conceptualiza que la Demanda Turística: Es el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al de residencia habitual. (p.30).

Podemos analizar otra conceptualización de la Demanda Turística en el: **Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles (2013)**: Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.

La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y

negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, etc. (p.1).

CATEGORIZACIÓN DE LA DEMANDA

Podemos conocer y estudiar esta clasificación de la demanda turística en el **Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles (2013)**: Desde la perspectiva del mercadeo convencional, la demanda turística puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, no obstante dentro del contexto del turismo, ésta tiene características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, al estar asociadas a las necesidades de los consumidores meta. Estas particularidades sustentan la categorización de la demanda planteada por Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., y Wanhill, S., (1993), en su libro “Tourism: Principles and Practice”, con el fin de conducir el proceso de planificación del mercadeo.

De acuerdo con esta clasificación, **la demanda actual** se refiere al número actual de personas que participan en la actividad turística

(turistas, viajeros o visitantes), es decir, que efectivamente viajan (consumidores reales).

Cuando estos consumidores son prospectos en los que se ha identificado una necesidad, motivación o interés asociado a un bien en particular, y que posiblemente viajarán, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.), se les denomina **demanda potencial**, (consumidores potenciales).

La **demanda diferida**, son las personas que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). A este grupo también pertenece el sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, limitación que no sólo es propia de los países en desarrollo, sino también en los industrializados. Finalmente, a las personas que muestran una aversión a viajar o aquellas que simplemente no desean hacerlo se les categoriza como la **no demanda**.

Otro elemento propio de las características de la demanda turística, es la idoneidad, propiedad que se refiere a la capacidad que tienen los consumidores de poder adquirir los bienes y servicios y su disposición para disfrutarlos en función de variables tales como contar con el tiempo, dinero, medios, condiciones sociales y familiares, las cuales los convierten en consumidores idóneos o mercado meta idóneo. (p.1-2).

Clasificación de la Demanda Turística



FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA TURISTICA

Según el **Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles (2013)**: La complejidad de definir la demanda turística como concepto global, hace necesario una revisión previa de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen sobre la propia estructura de la misma.

1- Nivel de renta disponible. Es la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas. Factor que incide directamente en las posibilidades de que éste viaje.

- 2- Nivel de precios.** Esta variable no afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos. En el mercado de origen, un alto nivel en los precios o crecimientos fuertes produce un aumento del gasto en los bienes de primera necesidad, con lo cual hay menor la disponibilidad de dinero para usarlo en turismo. En los mercados de destino, el aumento en los precios de igual forma implicará una merma en el nivel de gastos de viaje de las personas, sin embargo esto no supone una disminución de la demanda de turismo, ya que éstas pueden cambiar su destino hacia lugares alternativos que se resulten económicamente más accesibles.
- 3- Política fiscal y controles del gasto en turismo.** Ante un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda.
- 4- Financiación.** La posibilidad de financiar los viajes a largo plazo o poderlos pagar a plazos le permite a los individuos realizar gastos mayores en turismo.
- 5- Tipos de cambio.** La relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística. Una relación fuerte de la moneda del país emisor con respecto al dólar favorece la demanda hacia los destinos con monedas menos fuertes frente al dólar.

- 6- Motivación.** Cuando las personas viajan es por algo, lo que implica la existencia de alguna motivación y que supone alcanzar un fin determinado. Sin embargo, no hay dos individuos iguales, por lo que sus decisiones dependerán de sus actitudes, percepciones, personalidades, gustos, preferencias, y sus experiencias previas. Todos estos aspectos configuran juicios subjetivos en los consumidores, los cuales son los que influyen en su decisión.
- 7- Condicionantes socioculturales.** La edad, la profesión, el empleo, el nivel de educación o la movilidad física influyen en el hecho de que un individuo demande más o menos cantidad de turismo. Por ejemplo; una mayor educación, una mejor información y el conocimiento de las oportunidades existentes, generan una mayor propensión a viajar.
- 8- Formas y estilos de vida.** Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas, sus actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones, dan lugar a diferentes tipos de turistas.
- 9- Tiempo de ocio.** El tiempo dedicado al ocio determina la capacidad para viajar que tiene un individuo determinado. Una mayor cantidad de tiempo libre, implica una mayor disponibilidad para viajar.
- 10-Costumbres estacionales.** Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o la estacionalidad climatológica son

condiciones favorables para que los individuos viajen o realicen turismo.

11-Creencias ideológicas, religiosas y políticas. Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos.

12-Factores políticos. Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar o impedir el aumento de la demanda turística. La creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, etc. estimulará el desarrollo del turismo, mientras que acciones como la exigencia de visado para visitar un determinado país, la existencia de régimen político inestable, limitaciones de divisas que pueden entrar o salir de un país, etc., contraerán la demanda.

13-Factores demográficos. El desarrollo económico de una nación incide en la capacidad para viajar. Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, con jóvenes y extensas familias, se caracterizan por tener una baja propensión al viaje ya que subsisten de la agricultura y sus poblaciones no tienen ni tiempo ni dinero para gastar en el turismo. Las naciones desarrolladas, predominantemente urbanas, con bajos índices de natalidad y de mortalidad, con un alto poder adquisitivo por parte de una población con necesidad de escapar de la urbe y con intereses diversos, se caracterizan por tener una alta propensión al viaje.

14-Factores aleatorios. Son aquellas variables imprevisibles determinadas por las guerras o cataclismos naturales, que

afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística.

15- Factores relativos a los sistemas de comercialización. La efectividad de las acciones de mercadeo dirigidas a estimular al consumidor, o bien para implantación en el mercado de los productos, servicios o destinos turísticos, influyen de forma determinante el comportamiento de la demanda.

16-Factores relativos a los sistemas a la producción. La conducta de los consumidores es influenciada por variables tales como la calidad, la relación calidad/precio, la estructura de la cadena de distribución, la existencia de productos o servicios sustitutos o alternativos, así como la diversidad y nivel de competitividad de los competidores. (p.2-4).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según **La Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos, del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011):**

Tal como refiere la OMT, la población demandante de servicios turísticos está conformada por el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos, de quienes se asume demandarán los servicios turísticos públicos.

1- Definición del servicio que se proveerá.

El servicio turístico público, que genera la “unidad productiva de turismo”, se da a partir del conjunto de instalaciones turísticas y el recurso turístico, debido a que la visita incluye la utilización de los servicios que ofrecen ambos de forma conjunta y que es percibido como una unidad integral.

La unidad de medida para la demanda del servicio turístico es visita/día o visita/año. Se asume que cada visitante demandará un servicio integral expresado en una visita.

2- Estimación de la población demandante.

Consideraciones para la estimación de la población demandante:

Tabla N° 6. Características de la población demandante según turistas y excursionistas

Población	Turistas	Excursionistas
Población de referencia	Arribos de turistas al distrito donde se ubica el centro soporte.	Población estudiantil ³⁹ del distrito(s) cuyo tiempo utilizado en el traslado entre la localidad – recurso– localidad y en la visita al recurso turístico sea menor a 24 horas (no requiere pernociación).
Población demandante potencial	Turistas que tienen la disposición de realizar actividades turísticas relacionadas con el recurso turístico que se intervendrá en el proyecto.	Estudiantes de los distritos de la población de referencia, que tienen la disposición a realizar actividades turísticas relacionadas con el recurso turístico que se intervendrá en el proyecto.
Población demandante efectiva	Turistas que visitarán el recurso turístico y harán uso de las instalaciones turísticas, para la realización de las actividades turísticas.	Estudiantes que visitarán el recurso turístico y harán uso de las instalaciones turísticas, para la realización de las actividades turísticas.

La demanda del servicio turístico público será igual, en número, a la población demandante (potencial o efectiva) (p.119-120).

También consideramos el **Manual para la Planificación de Productos Turísticos (2014)** para realizar el análisis del destino turístico, es indispensable considerar el **Análisis de la Demanda Turística**, en el menciona: La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos es el punto neurálgico. La finalidad de este componente es identificar en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribos y movimientos internos de excursionistas, visitantes extranjeros y nacionales. De acuerdo a la dinámica particular de cada destino, la segmentación de su mercado puede resultar compleja. Sin embargo, se puede obtener información y detalles que permitirán diversificar y perfilar

correctamente las propuestas. Esto ayudará a visualizar cuál es el mercado más prometedor y con posibilidades de consumo inmediatas (p.26).

CONOCIENDO LA DEMANDA DE NUESTRO DESTINO

Conocer a nuestros visitantes va más allá de la información básica como edad, procedencia, sexo... Se trata de conocer de cerca sus motivaciones, expectativas, deseos y cuál es la historia de viaje que quieren llevarse consigo de retorno.

Hagámonos preguntas como:

- ¿Quiénes nos visitan?
- ¿Con qué o cómo nos identifica el viajero?
- ¿Qué publican usualmente en el tripadvisor los viajeros que nos visitan?
- ¿Los conocemos realmente?

Para poder responder éstas y otras preguntas similares, hacemos un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda turística (p.26).

¿Cómo hacer el análisis cuantitativo de la demanda turística?

El ranking de llegadas y estadísticas por arribos internacionales, y el movimiento de turismo interno, representan un dato técnico importante y útil para la identificación de los mercados reales que consumen diariamente servicios y atractivos en el destino turístico.

Además de ello, permite proyectar futuras tendencias, identificar los principales focos de consumo en el territorio y visualizar una demanda potencial.

El detalle de las acciones correspondientes es:

1. Identificación y análisis del movimiento de turismo receptivo (turistas extranjeros):

- Mercados prioritarios según número de llegadas, la vía y el medio de ingreso al destino.
- Número de llegadas (ranking) a los principales atractivos visitados y ámbitos que recorre el turista para llegar a ellos.
- Tendencias del flujo turístico según temporalidad (temporada alta y baja), incluyendo otras variables sociales, políticas y económicas.
- Principales operadores turísticos que tienen mayor participación en el mercado según este segmento.

2. Identificación y análisis del movimiento de turismo interno (turistas nacionales):

- Principales ciudades emisoras de turistas nacionales y excursionistas.
- Niveles socioeconómicos de las principales ciudades emisoras de turistas y el porcentaje de gasto que destinan a actividades de ocio y entretenimiento.

- Temporadas bajas y altas del destino de acuerdo a la variable de tiempo-cantidad (p.27).

¿Cómo hacer el análisis cualitativo de la demanda turística?

Para el logro de una propuesta coherente con el mercado, es necesario conocer e interpretar las características relacionadas al análisis cuantitativo (que solo mide volúmenes). Por ejemplo: estilos de vida, motivaciones de viaje, usos y costumbres y su tendencia en el tiempo. Esto permite describir e ilustrar, de manera precisa, el perfil de los turistas, aproximándose a los valores o atributos que ellos consideran al momento de elegir un destino y planificar un viaje de acuerdo a sus expectativas.

Es necesario elaborar un cruce de información sobre los diferentes perfiles del turista nacional y extranjero tanto actuales como potenciales (p.28).

IMPORTANCIA DE LA DEMANDA TURÍSTICA

En la investigación de **Bueno, M. (2015)** menciona: Analizar la demanda turística supone conocer las motivaciones por las cuales viaja una persona, el gasto que realiza, tanto en los destinos, como en los alojamientos y demás servicios que ofrece el turismo. Este estudio es fundamental para gestionar y planificar actividades y destinos turísticos. Si conocemos los gustos y preferencias de un turista, sus deseos, la duración del viaje y otras variables, nos

acercaremos más al turista, proporcionándole, así, el mejor de los servicios, y que de esta forma, vuelva a repetir la experiencia. Del mismo modo, el estudio de la demanda permite conocer los recursos turísticos que dispone un lugar para, así ajustarlos a la oferta. Proponemos el siguiente ejemplo para su mayor comprensión: un lugar se ha convertido, recientemente, en un destino potencialmente turístico pero las infraestructuras son muy mejorables. Las administraciones públicas deciden acondicionar las carreteras en mal estado, para captar al mayor número de clientes y, también, construir nuevos alojamientos que den cabida a todos los posibles turistas. Por otro lado, una compañía aérea o ferroviaria puede incrementar el número de vuelos o trenes para que se puedan producir todos los desplazamientos que sean posibles. La demanda turística se puede recopilar de diferentes formas, como pueden ser, encuestas realizadas a los turistas, registros de las oficinas de turismo, entrevistas, etc.; pero las más fiables son las estadísticas oficiales ya que proceden de las administraciones públicas, y son el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto de Estudios Turísticos (IET) (p.13).

TENDENCIAS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Dávila y Pérez (2019) menciona: El sector turístico se encuentra en constante cambio debido a las transformaciones en el entorno social, en la tecnología, en las motivaciones, etc. Algunas de las

tendencias actuales en la demanda y sus consecuencias son las siguientes:

- **Se mantiene el elevado crecimiento, aunque se moderan las tasas.**

El turismo va a seguir siendo una actividad con un crecimiento notable a lo largo de los próximos años. La Organización Mundial del Turismo prevé un crecimiento anual en las llegadas turísticas internacionales en torno al 4,1% hasta 2020. Por su parte, el World Travel & Tourism Council prevé que para el periodo 2006-2015 la demanda turística mundial (incluyendo tanto al turismo interno como al turismo internacional) crezca a una tasa del 4,6% anual en términos reales.

El crecimiento del turismo se verá favorecido por algunos mercados emisores y receptores emergentes.

- **Cambio en el perfil del turista.**

Los cambios sociodemográficos, tecnológicos, la mayor experiencia, etc. Están alterando paulatinamente las características de la demanda. Los turistas actuales son más independientes, están más informados, tienen una amplia experiencia, son más críticos, exigentes y activos en sus tendencias estas que comenzaron a manifestarse a principios de los años noventa y fueron puestas de manifiesto por Poon (1993).

Los cambios en el tamaño de la familia, el envejecimiento de la población en los principales países emisores, el creciente papel de la mujer en la toma de decisiones familiares o la madurez de algunos productos y destinos tradicionales, están favoreciendo una creciente diversidad de preferencias que va acompañada por un aumento de la cualificación y experiencia del consumidor. El consumidor turístico es, cada vez más, un consumidor con múltiples experiencias turísticas y que demanda productos más especializados o hechos a medida.

- **Sensibilidad a la coyuntura y capacidad de recuperación.**

El sector turístico ha demostrado a lo largo de su historia una sensibilidad frente a las crisis económicas, los conflictos políticos y cualquier factor que afecte a la seguridad (conflictos armados, terrorismo, problemas sanitarios, etc.), pero también una gran capacidad de recuperación. El hecho de que los consumidores tengan que realizar largos desplazamientos a los lugares en los que tiene lugar la producción es una singularidad del turismo, que lo hace dependiente de la situación económica y social en los países de origen y destino.

El comportamiento de los turistas ante situaciones críticas suele ser el de aplazar los viajes, reducir la distancia recorrida, evitar los medios de transporte más inseguros y sustituir las salidas al extranjero por el turismo interno. Sin embargo, según los estudios realizados por la OMT tras diversas catástrofes y conflictos, una

vez superada la crisis los viajes aplazados comienzan a realizarse, lo que contribuye a una rápida recuperación. No parecen existir en el mercado bienes y servicios que sean buenos sustitutivos del turismo, por lo que el fuerte deseo de realizar viajes turísticos hace que se comporten más como bienes de primera necesidad que como bienes de lujo.

- **Crecimiento desigual de los destinos.**

Las tendencias actuales apuntan a que los destinos más maduros, como es el caso europeo, y los productos más maduros, experimentarán a lo largo de los próximos años unas tasas de crecimiento inferiores a las que se observan en el caso de otros destinos emergentes, por ejemplo, en el Sudeste Asiático. Así, según la OMT, la previsión de crecimiento de las llegadas turísticas en Europa a lo largo del periodo 1995-2020 se sitúa en un 3%, frente a un crecimiento del 6,5% anual previsto para el Sudeste Asiático. Como consecuencia de este crecimiento desigual de las llegadas, la cuota de mercado de Europa en el turismo internacional se irá reduciendo.

Las previsiones apuntan a que la participación de Europa en las llegadas turísticas internacionales disminuirá en el periodo mencionado desde el 59,8% al 45,9%. Las características del nuevo consumidor favorecen la existencia de una oferta más amplia de destinos.

- **Productos emergentes.**

Nuevos productos turísticos están ganando cuota a costa de otros más tradicionales. Tal es el caso de los parques temáticos, el turismo de eventos culturales y deportivos, el turismo de grandes ciudades, turismo cultural, de salud, tercera edad, turismo de naturaleza, etc. Además de estas modalidades, el consumo turístico se especializa y diversifica notablemente, demandándose productos a medida. Por su parte, el turismo de sol y playa parece que ha alcanzado su madurez, siendo uno de los segmentos de mercado que menos crece. Esto es especialmente cierto en el caso de los destinos maduros dependientes de los paquetes turísticos tradicionales. Frente a esto, las escapadas cortas de fin de semana y los destinos exóticos han ido ganando peso, si bien el despegue de estos últimos se ha enfrentado a los problemas de inseguridad en el transporte aéreo y en los propios destinos.

- **Fragmentación de los periodos vacacionales y reducción de la estancia media.**

Una de las características actuales de la demanda turística es la fragmentación de los periodos vacacionales, que se tienden a repartir a lo largo del año. Por ello, además de las vacaciones principales aparecen las segundas vacaciones y terceras vacaciones, tendiendo a acortarse las estancias. Este fenómeno puede ser muy importante, puesto que destinos conocidos y próximos para los turistas europeos son cada vez menos el destino

de las vacaciones principales, pero sí pueden tener un papel importante para las escapadas cortas.

- **Nuevas tecnologías, comercialización directa y uso de paquetes turísticos.**

La posibilidad de acceso directo a los proveedores turísticos a través de la red está produciendo un proceso de desintermediación que está cambiando la relación entre oferentes y demandantes.

Esto está permitiendo al cliente volverse más autónomo y exigente frente a los oferentes turísticos, al disponer de una mayor información en cuanto al destino y los proveedores de servicios.

Esta tendencia se ha acompañado de una disminución de en el uso de los paquetes turísticos en los grandes mercados emisores europeos y un incremento de la organización individual de los viajes, especialmente tras la aparición de las compañías aéreas de bajo coste.

- **Revalorización del turismo interno.**

El turismo interno ha sido tradicionalmente olvidado en el análisis, aunque su importancia ha demostrado ser muy notable.

El turismo interno tiene funciones estabilizadoras importantes, por su carácter menos estacional. En España la elaboración de las Cuentas Satélite del Turismo ha puesto de manifiesto que el turismo interno aporta casi la mitad del PIB turístico. Por su parte, en países como Estados Unidos el turismo es fundamentalmente

interno. Una estimación de Bigano (2005) señala que a los 60 millones de turistas internacionales que recibió dicho país en 1995 habría que añadir 999 millones de viajes turísticos realizados por los norteamericanos dentro de su propio territorio.

- **Reducción de la estacionalidad de la demanda.**

La demanda tiende a reducir su comportamiento estacional debido al desarrollo del turismo interno, a la fragmentación de los periodos vacacionales y a la mayor independencia de los turistas.

Prácticamente la totalidad de los destinos turísticos siguen políticas activas tendentes a reducir la estacionalidad, que constituye una amenaza a la rentabilidad. MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE ESPAÑA.2014 (Mheducation, 2005) (p.34-39).

2.3 Bases conceptuales

Transporte Aéreo

Viene a ser el acceso a servicios de conectividad aérea y su calidad son aspectos primordiales en la capacidad que un departamento tiene para hacer posible la generación de una industria turística sostenible y rentable que beneficie a una gran parte de su población.

Transporte Terrestre

Viene a ser una gran parte de la afluencia turística a un país se realiza por vía terrestre, ya sea a través de medios particulares o servicios de transporte a mayor escala; los visitantes hacen uso de

vías públicas, se enfrentan a riesgos observables y cuantificables, y a una oferta muchas veces limitada de opciones para trasladarse a sus destinos de preferencia.

Transporte Acuático

Viene a ser el acceso a servicio de transporte por medio de los ríos, lagos, mares.

Servicio de agua

Es un servicio público prestado por el Estado o particulares bajo el cumplimiento de criterios de cobertura y calidad.

Servicio de alcantarillado

Es el servicio de recolección de residuos, principalmente líquidos por medio de tuberías y conductos, evacuando aguas residuales o de lluvia. Sus actividades complementarias son el transporte, tratamiento y disposición final de residuos.

Servicio de residuos sólidos

La recolección es la actividad consistente en recoger los residuos dispuestos en los sitios indicados y su carga en los vehículos recolectores. La recolección se diferencia de la siguiente manera:
General: sin discriminar los distintos tipos de residuos.

Servicio de energía

Es el sistema de suministro eléctrico que comprende el conjunto de medios y elementos útiles para la generación, el transporte y la distribución de la energía eléctrica. Este conjunto está dotado de mecanismos de control, seguridad y protección.

Telefonía fija

La telefonía fija o convencional es una infraestructura de telecomunicaciones diseñada para transferir señales acústicas a gran distancia por medio de señales eléctricas.

Móvil

Sistema de comunicación para la transmisión de sonidos a larga distancia que permite hacer y recibir llamadas desde cualquier lugar, siempre que sea dentro del área de cobertura del servicio que lo facilita.

Internet

Algunos de los servicios disponibles en Internet aparte de la Web, son el acceso remoto a otros ordenadores (a través de telnet o siguiendo el modelo cliente/servidor), la transferencia de ficheros, el correo electrónico (e-mail), los boletines electrónicos y grupos de noticias.

Nivel de renta disponible.

La capacidad económica que un turista está dispuesto a invertir en el destino turístico. La renta es un factor muy importante porque, gracias a ella, se realiza turismo. Si una persona no dispone del dinero necesario para realizar un viaje, suprimirá esta necesidad para satisfacer las necesidades básicas, como la alimentación.

Nivel de precios.

Respecto a este factor hay que considerar que no afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos.

En el mercado de origen, unos niveles altos de precios o crecimientos fuertes en los precios interiores produce un aumento del gasto en los bienes de primera necesidad, con lo cual se gasta una parte mayor de la renta para estos fines, detrayendo por lo tanto la cantidad gastada en turismo.

En los mercados de destino, un aumento en los precios implica una disminución de su demanda, sin embargo no supone una disminución de la demanda de turismo realizada por un individuo, ya que éste puede cambiar su destino hacia lugares alternativos.

Política fiscal y controles del gasto en turismo.

Esta variable relacionada indirectamente con la renta disponible de los individuos es un componente económico importante. Ante un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y, por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda.

Financiación.

Este factor está siendo un elemento importante en los estudios recientes sobre la demanda. Así, la posibilidad de financiar los viajes a largo plazo o bien utilizar la financiación a plazos permite a los individuos realizar gastos en turismo mayores o con mayor frecuencia.

Tipos de cambio.

La relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística. Una relación fuerte de la moneda del país emisor con el

dólar favorece la demanda turística hacia los países de destino con monedas menos fuertes respecto al dólar.

Motivación.

Vienen a ser las razones porque el turista desea viajar, de aquí se desprende ciertos comportamientos como: ¿Dónde viajar? ¿Con quién viajar? ¿Cuánto invertir?, etc.

Condicionantes socioculturales.

Aquí podemos señalar factores como la edad, la profesión, el empleo, etc. Otros factores como el nivel de educación o la movilidad personal influyen positivamente en el hecho de que un individuo demande más cantidad de turismo. Así por ejemplo, a mayor educación, mayor información y conocimiento de las oportunidades existentes.

El impacto del desempleo sobre la demanda turística es obvio, como lo son las perspectivas de estabilidad en el puesto de trabajo. Efectivamente, la inseguridad provoca reservas tardías, mayor número de viajes nacionales y desplazamientos más cortos. Además, la naturaleza del trabajo también influye en la clase de vacaciones escogidas, debido al fenómeno conocido como referencia de grupo: para sentirse aceptado por su grupo, el individuo sigue las pautas de comportamiento en viajes y demanda turística seguidas por los miembros del grupo al que pertenece (en este caso, al grupo de trabajo).

Formas y estilos de vida.

Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas como: actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones; dan lugar a diferentes tipos de turistas con diferentes deseos para realizar el turismo.

Tiempo de ocio.

El tiempo dedicado al ocio determina asimismo la capacidad para viajar de un individuo determinado. Normalmente, a mayor tiempo libre, mayor disponibilidad para viajar.

Costumbres estacionales.

Algunos factores como las fiestas, vacaciones escolares o climatología son condiciones favorables para que los individuos decidan demandar actividades de turismo. Es por ello que los mercados turísticos se van adaptando a esta estacionalidad del negocio turístico, ofreciendo condiciones distintas para cada temporada, distinguiendo entre temporadas bajas, altas y medias.

Creencias ideológicas, religiosas y políticas.

Son variables que condicionan la demanda de turismo en los individuos. Ejemplos de este factor son las visitas a las iglesias por semana santa, peregrinaciones, etc.

Factores políticos.

Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar (creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, etc.) o impedir (exigencia de

visado, régimen inestable, limitaciones de divisas que pueden entrar o salir de un país, etc.) el aumento de la demanda turística.

Factores demográficos.

La demanda turística está muy relacionada con la edad del individuo, ya que cada edad se caracteriza por una serie de preocupaciones, actividades, intereses e inquietudes, que dan forma al tipo de vacaciones elegido por cada grupo. Por otra parte, los factores demográficos, ligados al desarrollo económico de una nación, también inciden en la capacidad para viajar. En los países desarrollados se produce lo que se conoce por paradoja del ocio, la vida de un individuo: cuando se es joven se tiene tiempo, pero no dinero para viajar; cuando se es adulto, se tiene dinero, pero no tiempo. Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, con jóvenes y extensas familias, se caracterizan por una baja propensión al viaje, ya que subsisten de la agricultura y sus poblaciones no tienen ni tiempo ni dinero para gastar en el turismo. Sin embargo, las naciones desarrolladas, predominantemente urbanas, con bajos índices de natalidad y de mortalidad, con un alto poder adquisitivo por parte de una población con necesidad de escapar de la urbe y con intereses diversos, se caracterizan por una alta propensión al viaje

Factores aleatorios.

Son aquellas variables imprevisibles que afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y que inciden, por tanto, en la demanda turística. Estos factores vienen determinados por las guerras y cataclismos. A modo de ejemplo, se puede señalar la guerra entre Rusia y Ucrania, la pandemia del covid-19, las protestas, paros, bloqueo de carreteras en el interior del país, durante el cual la demanda turística disminuyó en todo el mundo.

Factores relativos a los sistemas de comercialización.

Son los factores más importantes que afectan a la demanda desde los sistemas de comercialización. Como por ejemplo: Conocimiento e implantación del producto, Comunicación global realizada, Publicidad invertida, Posibilidad de concretar la compraventa sin desvíos a otros, Fuerza y presencia en el canal distribuidor, Tecnologías disponibles para el enganche a ventas inmediatas, Marketing de la competencia.

Factores relativos a los sistemas a la producción.

Son los factores más importantes que afectan a la demanda desde los sistemas de producción. Como por ejemplo: Propia: (Satisfacción de las necesidades concretas, Calidad técnica de los productos, Relación calidad/precio, Medios de transporte a disposición, Distancia a recorrer desde y a los mercados de origen, Seguridad cívica y política, Sanidad). Competencia: (Posibilidad de sustitución real en relación a los propios, diseños, cubrimiento de necesidades, y ventajas operativas y tecnológicas, Notoriedad, posicionamiento e imagen, Políticas, estrategias y gastos de

Marketing, Proceso, credibilidad y calidad de sistemas). Aleatorios: (Guerra y cataclismos, Situación política y riesgo de inestabilidad, Adecuación de las infraestructuras y otros servicios complementarios que no estén en las manos de la empresa, entidad o nación prestataria).

CAPITULO III METODOLOGIA

3.1 **Ámbito**

El departamento de Huánuco se encuentra ubicado en la zona centro oriental del país, contando con una superficie de 36 850 km², equivalente al 2,9 por ciento del territorio nacional. Se distinguen dos microrregiones naturales, la sierra con 22 012 km² y la selva con 14 837 km². Fue creada por Decreto Ley del 4 de Noviembre de 1823.

Limites

Limita al norte con los departamentos de La Libertad y San Martín; por el este con Loreto, Ucayali y Pasco; por el sur, con Pasco; por el oeste con Pasco, Lima y Ancash. Sus límites por el sur y el oeste están marcados por la gigantesca muralla que forman el Nudo de Pasco y la Cordillera Huayhuash.

- Latitud sur: 8° 21´ 47".
- Longitud oeste: entre 76° 18´ 56" y 77° 18´ 52,5".
- 41%urbana
- 59%rural
- Altitud: 1.894 msnm

Ubicación Geográfica del Distrito de Huánuco:



3.2 Población

En la región de Huánuco destacan pocas zonas turísticas por su afluencia de visitantes, por lo cual consideramos a la Zona Arqueológica de Kotosh y al Parque Nacional de Tingo María como principales lugares turísticos representantes de las provincias de Huánuco y Leoncio Prado.

Partiendo de lo siguiente (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p. 239 - 240) que: “La delimitación de las características de la población no sólo depende de los objetivos del estudio, sino de otras razones prácticas. Un estudio no será mejor por tener una población más grande; la calidad de un trabajo investigativo estriba en delimitar claramente la población con base en el planteamiento del problema” “Los criterios que cada investigador cumpla dependen de sus objetivos de estudio, lo importante es establecerlos de manera muy específica”. Según el problema de investigación: ¿De qué manera la infraestructura turística influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022? , En conocimiento que la región de Huánuco destacan pocas zonas turísticas por su afluencia de visitantes, por lo cual consideramos a la Zona Arqueológica de Kotosh y al Parque Nacional de Tingo María como principales lugares turísticos representantes de las provincias de Huánuco y Leoncio Prado.

Este estudio tuvo como universo a los visitantes a dichas zonas turísticas, según el Reporte Regional de Turismo del MINCETUR, quienes ascienden a 88972 promedio por año de visitantes internos y externos y de 7414 visitantes al mes internos y externos en la Región Huánuco.

3.3 Muestra

Para determinar la muestra de visitantes internos y externos a la región Huánuco se sigue la fórmula utilizada para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación o precisión del 5%. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.179).

$$n = \frac{Z^2(pq)N}{e^2(N-1) + Z^2(pq)}$$

Donde:

Límite de error	e^2	0.05
Nivel de confianza		0.95
Valor de Z	Z^2	1.96
Probabilidad de éxito	p	0.50
Probabilidad de fracaso	q	0.50
Población	N	7414
Tamaño de la muestra	n	365

Reemplazando los valores en la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{Z^2(pq)N}{e^2(N-1) + Z^2(pq)}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.5 \times 0.5) 7414}{0.05^2 (7414 - 1) + 1.96^2 (0.5 \times 0.5)}$$

$$0.05^2 (7414 - 1) + 1.96^2 (0.5 \times 0.5)$$

n = 365 visitantes internos y externos.

3.4 Nivel y Tipo de estudio

Nivel de Investigación

El propósito de este estudio, por su naturaleza, es describir las dos variables objeto de estudio y observar su relación causa-efecto, es decir, el nivel de investigación (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, p. 102) fue de carácter descriptivo, correlacionales porque miden, evalúan o recopilan información sobre diferentes conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno en estudio para describir el tema. Y también para conocer la relación que existe entre dos variables en un contexto determinado (p. 105).

También tuvieron la oportunidad de encontrar nuevos significados al describir los existentes, determinar con qué frecuencia sucede algo y clasificar los datos según los indicadores propuestos para nuestro estudio.

Tipo de Investigación

Con base al propósito de la investigación, se propuso identificar el tipo de investigación que se utilizará en esta investigación, citando a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 42) quienes

mencionan que la investigación aplicada abarca: 1) Evaluar, 2) Comparar, 3) Interpretar, 4) crear precedentes y 5) Determinar causa y su efecto. En base a esta referencia, se pudo decir que en esta investigación se buscó conocer cómo influye la infraestructura turística para que se dé la demanda turística, para ello se estimó los diferentes conocimientos teóricos para lograr interpretar la demanda turística en la región de Huánuco, Por tanto, su objetivo fue encontrar conocimientos que se puedan aplicar para resolver problemas. Utilizamos teorías acumuladas por la OMT, ya que dichos conocimientos, métodos y técnicas nos permitió interpretar la demanda turística en la región de Huánuco.

3.5 Diseño de la Investigación

Para poder elegir y trabajar el diseño adecuado en la presente investigación se tomó como referencia a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.128), donde menciona que para ello es importante: “el planteamiento del problema, los alcances de la investigación y la formulación o no de hipótesis y su tipo los que determinan qué diseño es el más adecuado para un estudio en concreto” en sustento a esto se eligió que sea un diseño no experimental, de corte longitudinal. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.152), menciona que la: “Investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación

deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”.

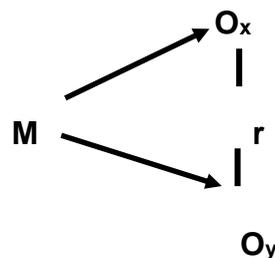
No experimental

Debido a que los escenarios no fueron diseñados para experimentar el comportamiento de las variables ni manipulados intencionalmente, simplemente fueron observados en su entorno natural y luego analizados.

Corte longitudinal

Porque esta es una investigación que recopiló datos de varios años. Y este estudio corresponde al año 2010 - 2022.

El diseño de investigación tiene el siguiente diagrama:



Dónde:

M = Muestra

OX = La Infraestructura Turística

OY = La Demanda Turística

r = Relación entre las variables

3.6 Métodos, Técnicas e instrumentos

✓ Análisis documental y bibliográfico

Se utilizó esta técnica para extraer, analizar e interpretar críticamente los documentos concernientes a la infraestructura turística y la demanda turística y luego se sintetizó. Estos contenidos bibliográficos estuvieron constituidos por literatura y fuentes virtuales referentes a la variable independiente y dependiente, que sirvieron de referencia para conceptualizar y caracterizar el concepto problema y, sobre todo, para crear un marco conceptual real.

✓ Fichaje

Esta técnica conceptual se empleó para estructurar la información relacionado al tema de la investigación, abstrayendo información teórica procedente de investigaciones, bibliografía, publicaciones periódicas y fuentes virtuales referidas a la infraestructura turística y la demanda turística, sobre los planes y políticas que el estado ha formulado y puesto en marcha para lograr una demanda turística, los mismo que sirvieron para dar consistencia teórica factual, con un enfoque axiológico y holístico a la investigación.

✓ Observación

Esta técnica sirvió para recabar la realidad concreta respecto a la infraestructura turística, determinadas en la muestra de estudio, antes, durante y después de la ejecución de la propuesta; luego se sistematizó en el análisis de los datos en la fase de la redacción del informe final.

✓ **Encuesta**

Es una técnica que consiste en recolectar datos a través de un instrumento compuesto por preguntas y opciones de respuesta. En esta investigación se utilizó para recabar los datos informativos factuales procedente de los visitantes internos y externos de la Región Huánuco, determinados en la muestra de estudio, luego se sistematizó para la composición del informe final.

3.7 Validación y confiabilidad del instrumento

Para validar los instrumentos de investigación se tuvo que recurrir a la observación y lectura de los tres docentes, quienes aceptaron dando con fe su firma, el mismo que se presenta en el anexo. 03

3.8 Procedimiento

✓ **Clasificación y Selección de datos**

Esta técnica nos ayudó a ordenar, categorizar y seleccionar las fuentes teóricas y datos empíricos de visitantes internos y externos de la región Huánuco, definidos en la muestra de investigación para la redacción y presentación del informe final.

3.9 Tabulación y análisis de datos

Con esta técnica logramos visualizar sistemáticamente los datos teóricos y los resultados de la aplicación de la encuesta, utilizando tablas estadísticas para su adecuado procesamiento en el análisis e interpretación de los datos.

✓ **Estadística**

Este método ayudó a visualizar los resultados finales mediante tablas y gráficos estadísticos.

CAPITULO IV RESULTADOS

4.1 VARIABLE INDEPENDIENTE: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

En el desarrollo del cuestionario se ha podido determinar los siguientes resultados:

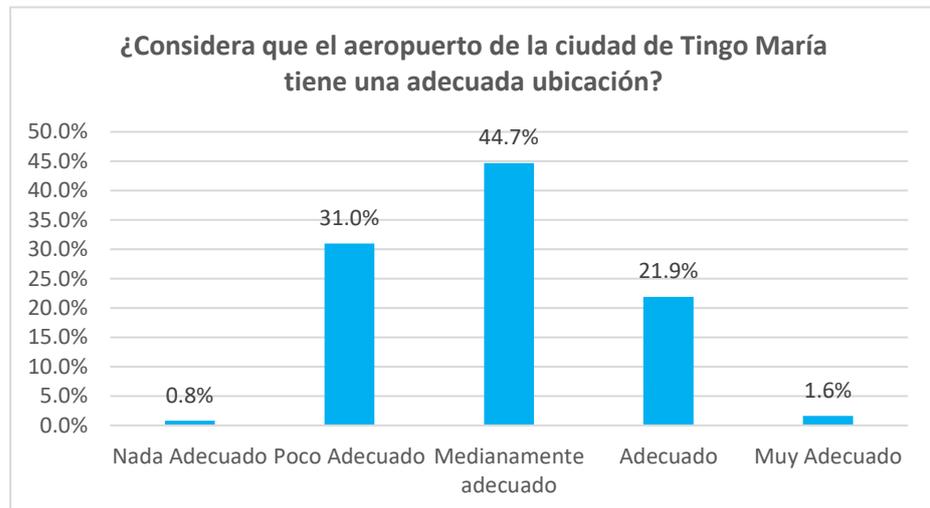
¿Considera que el aeropuerto de la ciudad de Tingo María tiene una adecuada ubicación?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	3	0.8%
Poco Adecuado	113	31.0%
Medianamente adecuado	163	44.7%
Adecuado	80	21.9%
Muy Adecuado	6	1.6%

N° 01

Total	365	100%
-------	-----	------

Tabla

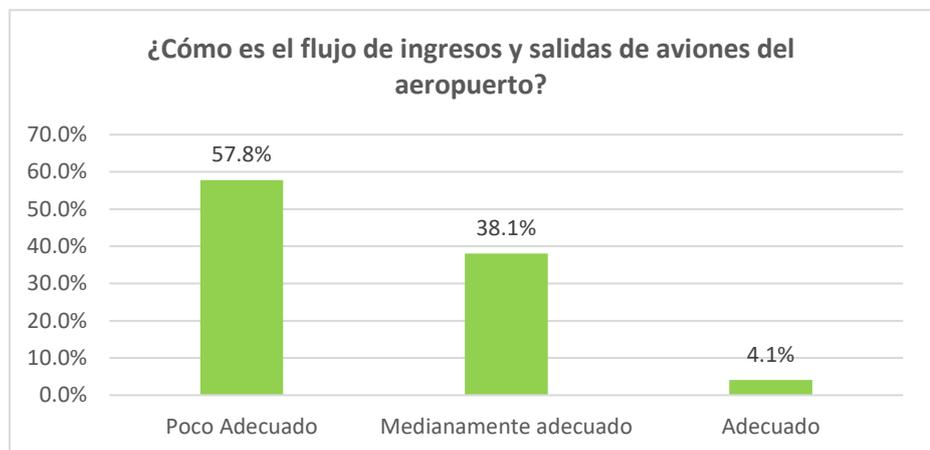
Gráfico N° 01



Fuente: Encuesta

Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 01 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se percibe que 163 personas que representan el 44.7% manifiestan que: Es medianamente adecuado la ubicación del aeropuerto de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que no está ubicado en un lugar adecuado para la afluencia de los turistas.

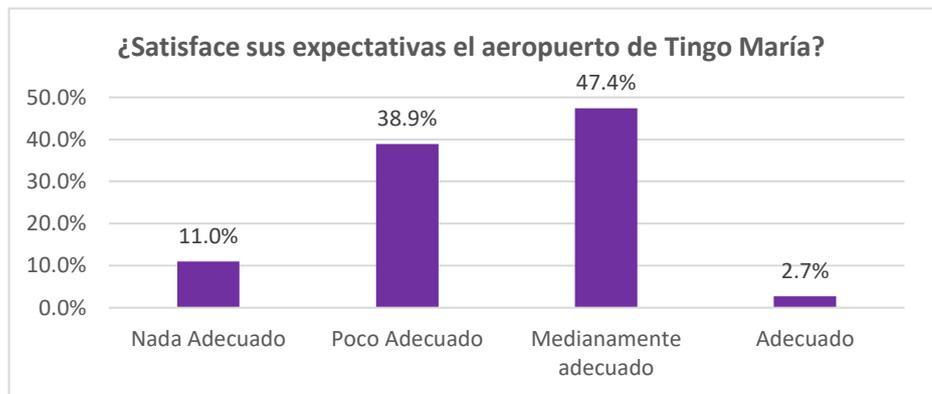
Tabla N° 02**Gráfico N° 02**

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 02 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 211 personas que representan el 57.8% manifiestan que: Es poco adecuado el flujo de ingresos y salidas de aviones del aeropuerto de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que no hay programas de vuelos que satisfagan la demanda de los turistas.

Tabla N° 03

¿Satisface sus expectativas el aeropuerto de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	40	11.0%
Poco Adecuado	142	38.9%
Medianamente adecuado	173	47.4%
Adecuado	10	2.7%
Total	365	100%

Gráfico N° 03

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

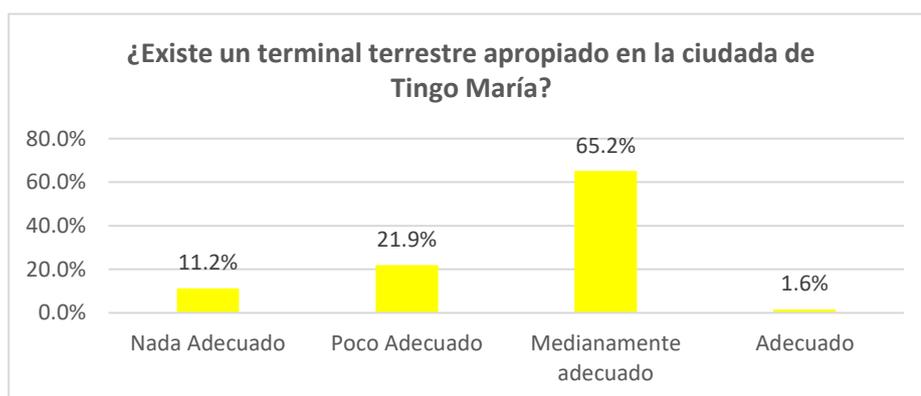
Según la tabla 03 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 173 personas que representan el 47.4% manifiestan que: Es medianamente adecuado su satisfacción por las expectativas del aeropuerto de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que los turistas se sienten insatisfechos.

Tabla N° 04

¿Existe un terminal terrestre apropiado en la ciudad de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje

Nada Adecuado	41	11.2%
Poco Adecuado	80	21.9%
Medianamente adecuado	238	65.2%
Adecuado	6	1.6%
Total	365	100%

Gráfico N° 04



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

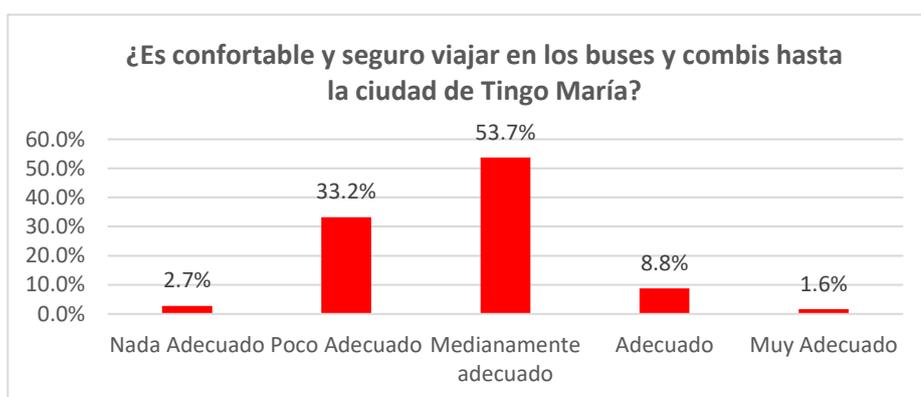
Según la tabla 04 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 238 personas que representan el 65.2% manifiestan que: Es medianamente adecuado el terminal terrestre del terminal terrestre de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que no existe un terminal terrestre apropiado, sólo locales pequeños e inadecuados de empresas de transportes que brindan este servicio.

Tabla N° 05

¿Es confortable y seguro viajar en los buses y combis hasta la ciudad de Tingo María?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	10	2.7%
Poco Adecuado	121	33.2%
Medianamente adecuado	196	53.7%
Adecuado	32	8.8%
Muy Adecuado	6	1.6%
Total	365	100%

Gráfico N° 05



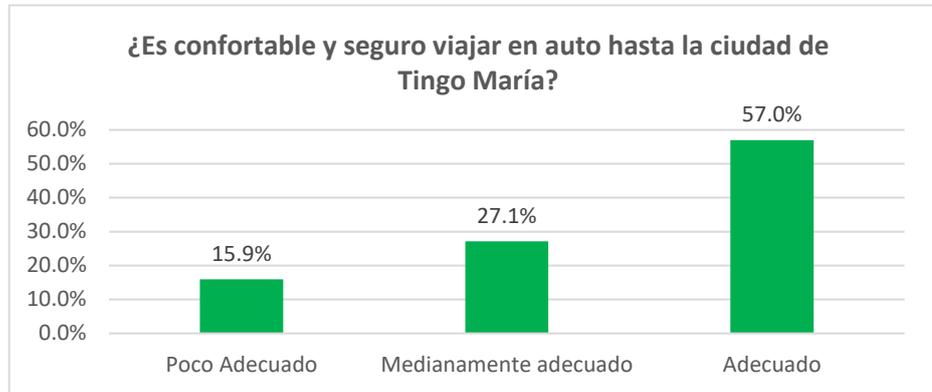
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 05 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se percibe que 196 personas que representan el 53.7% manifiestan que: Es medianamente adecuado el confort y seguridad de viajar en los buses y combis a la ciudad de Tingo María.

Tabla N° 06

¿Es cómodo y seguro viajar en auto hasta la ciudad de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	58	15.9%
Medianamente adecuado	99	27.1%
Adecuado	208	57.0%

Total	365	100%
--------------	------------	-------------

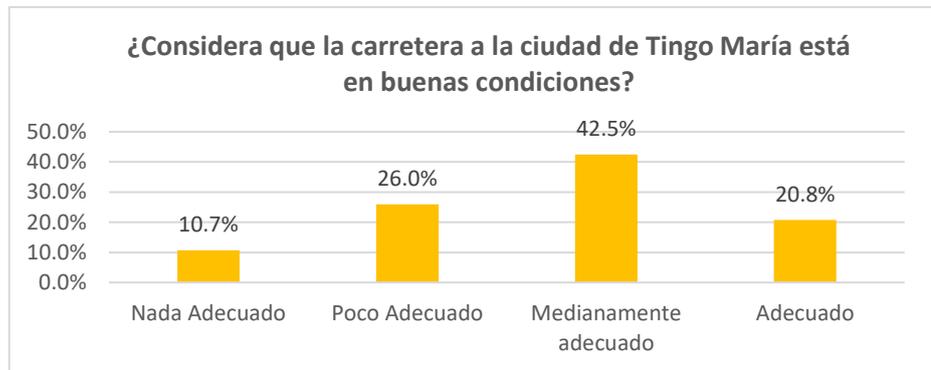
Gráfico N° 06

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 06 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 208 personas que representan el 57% manifiestan que: Es adecuado viajar en auto a la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que es cómodo y seguro a diferencia de los otros medios de transporte que existe en la ciudad.

Tabla N° 07

¿Considera que la carretera a la ciudad de Tingo María está en buenas condiciones?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	39	10.7%
Poco Adecuado	95	26.0%
Medianamente adecuado	155	42.5%
Adecuado	76	20.8%
Total	365	100%

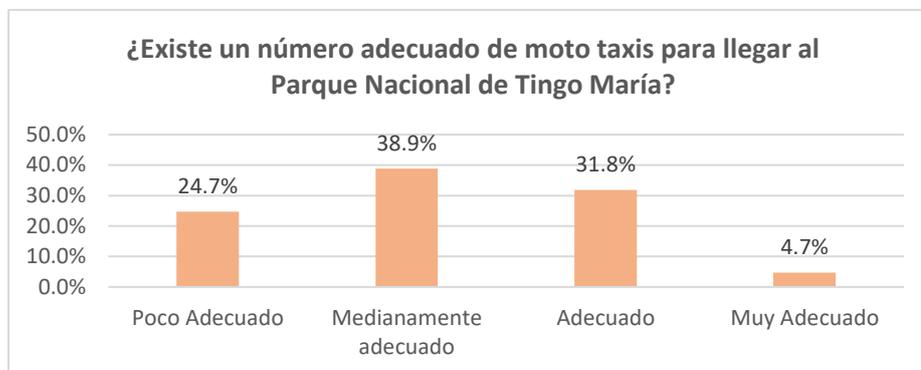
Gráfico N° 07

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 07 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 155 personas que representan el 42.5% manifiestan que: Es medianamente adecuado las condiciones de la carretera a la ciudad de Tingo María.

Tabla N° 08

¿Existe un número Adecuado de moto taxis para llegar al Parque Nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	90	24.7%
Medianamente adecuado	142	38.9%
Adecuado	116	31.8%
Muy Adecuado	17	4.7%
Total	365	100%

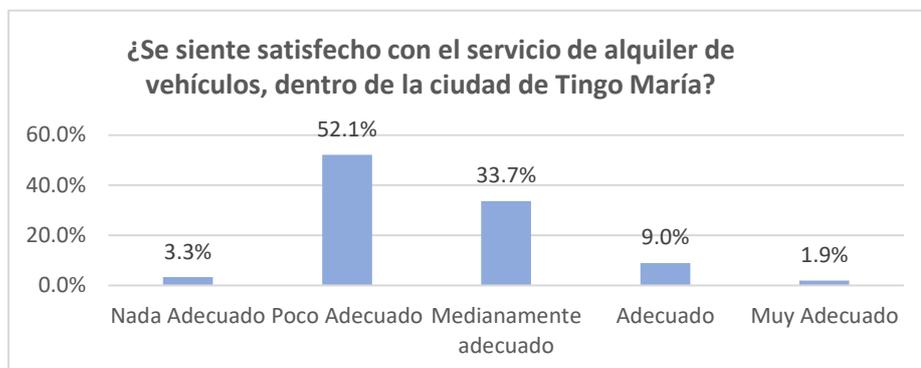
Gráfico N° 08

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 08 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se percibe que 142 personas que representan el 38.9% manifiestan que: Es medianamente adecuado el número de moto taxis para llegar al Parque Nacional de Tingo María.

Tabla N° 09

¿Se siente satisfecho con el servicio de alquiler de vehículos, dentro de la ciudad de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	12	3.3%
Poco Adecuado	190	52.1%
Medianamente adecuado	123	33.7%
Adecuado	33	9.0%
Muy Adecuado	7	1.9%
Total	365	100%

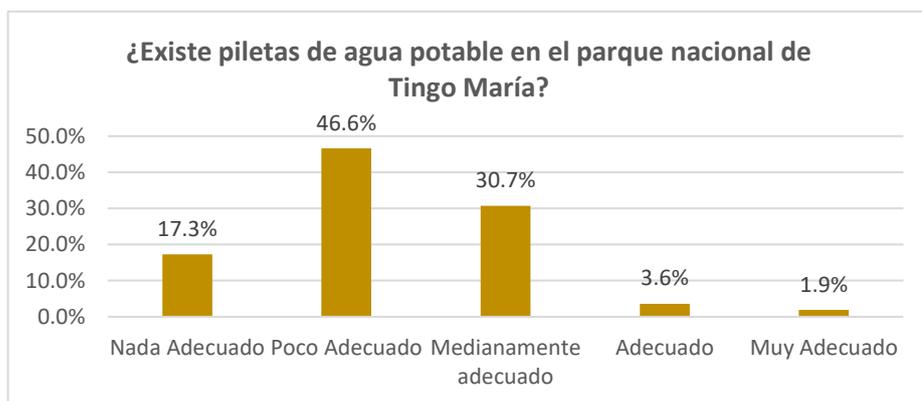
Gráfico N° 09

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 09 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 190 personas que representan el 52.1% manifiestan que: Es poco adecuado el servicio de alquiler de auto dentro de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que más de la mitad de los turistas se sienten insatisfechos.

Tabla N° 10

¿Existe piletas de agua potable en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	63	17.3%
Poco Adecuado	170	46.6%
Medianamente adecuado	112	30.7%
Adecuado	13	3.6%
Muy Adecuado	7	1.9%
Total	365	100%

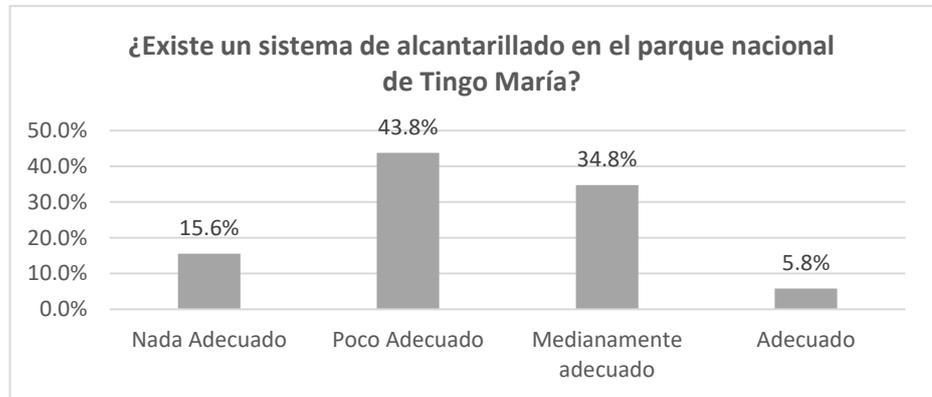
Gráfico N° 10

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 10 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 170 personas que representan el 46.6% manifiestan que: Es poco adecuado las piletas de agua potable en el parque nacional de Tingo María.

Tabla N° 11

¿Existe un sistema de alcantarillado en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	57	15.6%
Poco Adecuado	160	43.8%
Medianamente adecuado	127	34.8%
Adecuado	21	5.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 11

Fuente: Encuesta

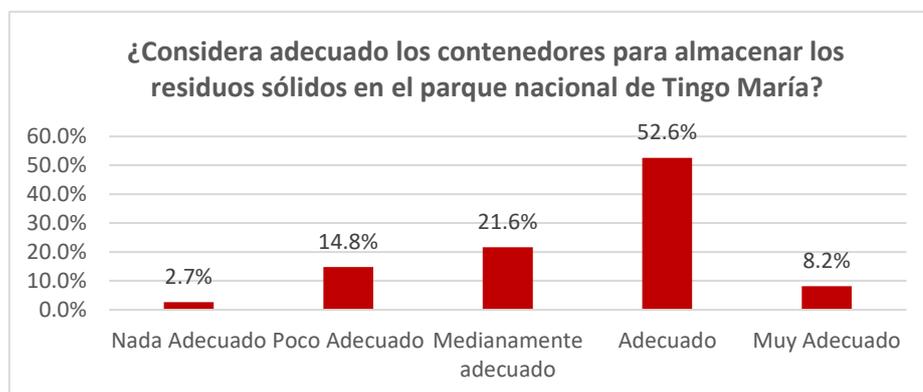
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 11 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 160 personas que representan el 43.8% manifiestan que: Es poco adecuado el sistema de alcantarillado en el parque nacional de Tingo María.

Tabla N° 12

¿Considera Adecuado los contenedores para almacenar los residuos sólidos en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	10	2.7%
Poco Adecuado	54	14.8%
Medianamente adecuado	79	21.6%
Adecuado	192	52.6%

Muy Adecuado	30	8.2%
Total	365	100%

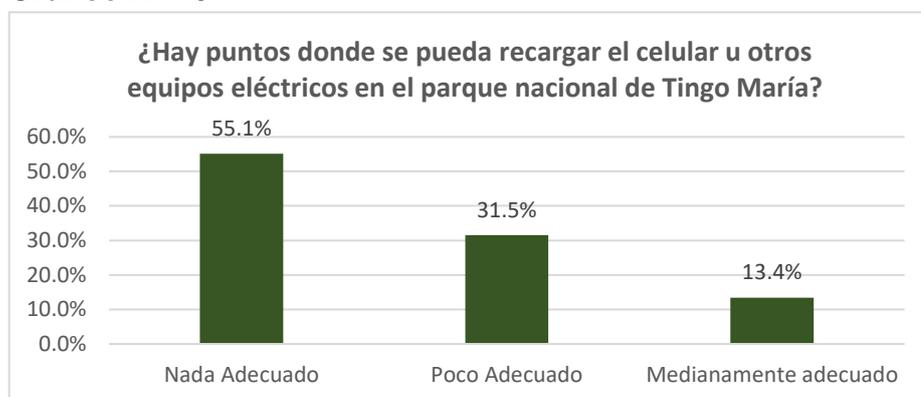
Gráfico N° 12

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 12 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 192 personas que representan el 52.6% manifiestan que: Es adecuado los contenedores para almacenar los residuos sólidos en el parque nacional de Tingo María.

Tabla N° 13

¿Hay puntos donde se pueda recargar el celular u otros equipos eléctricos en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	201	55.1%
Poco Adecuado	115	31.5%
Medianamente adecuado	49	13.4%
Total	365	100%

Gráfico N° 13

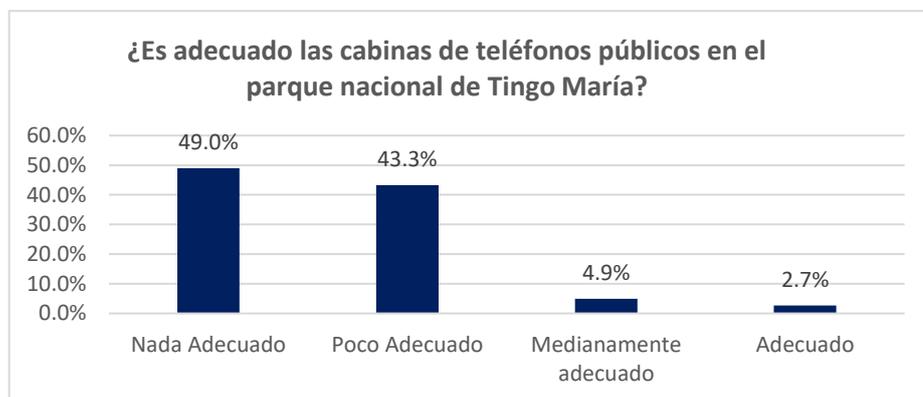
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 13 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 201 personas que representan el 55.1% manifiestan que: Es nada adecuado los puntos donde se pueda cargar el celular u otros equipos eléctricos en el parque nacional de Tingo María.

Tabla N° 14

¿Es Adecuado las cabinas de teléfonos públicos en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	179	49.0%
Poco Adecuado	158	43.3%
Medianamente adecuado	18	4.9%
Adecuado	10	2.7%

Total	365	100%
--------------	------------	-------------

Gráfico N° 14

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

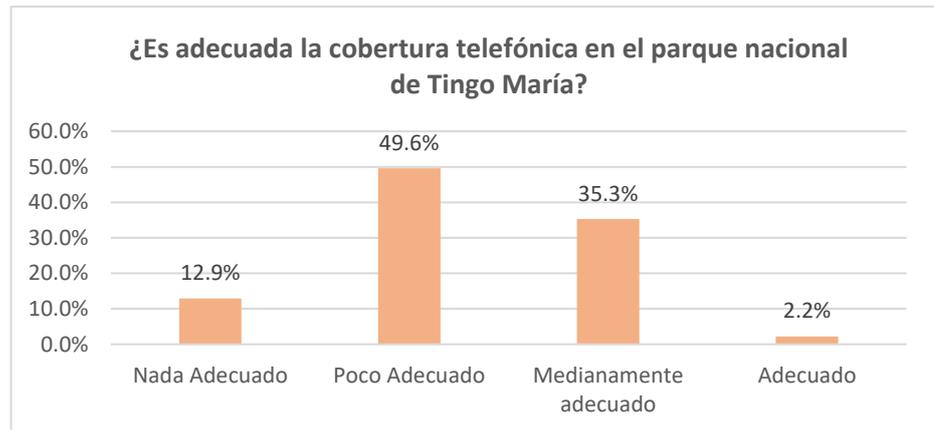
Según la tabla 14 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 179 personas que representan el 49.0% manifiestan que: Es nada adecuado las cabinas de teléfono públicos en el parque nacional de Tingo María.

Tabla N° 15

¿Es adecuada la cobertura telefónica en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	47	12.9%
Poco Adecuado	181	49.6%
Medianamente adecuado	129	35.3%

Adecuado	8	2.2%
Total	365	100%

Gráfico N° 15



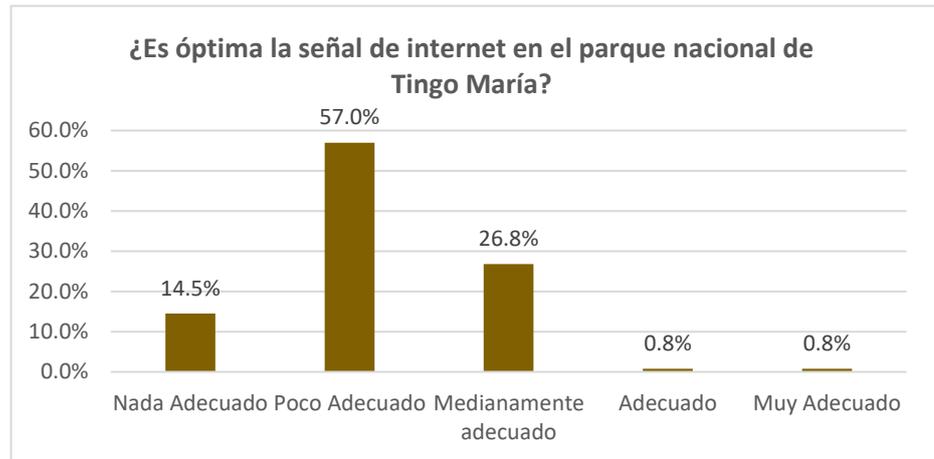
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 15 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 181 personas que representan el 49.6% manifiestan que: Es poco adecuado la cobertura telefónica en el parque nacional de Tingo María.

Tabla N° 16

¿Es óptima la señal de internet en el parque nacional de Tingo María?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	53	14.5%
Poco Adecuado	208	57.0%
Medianamente adecuado	98	26.8%

Adecuado	3	0.8%
Muy Adecuado	3	0.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 16

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 16 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 208 personas que representan el 57.0% manifiestan que: Es poco adecuado la señal de internet en el parque nacional de Tingo María.

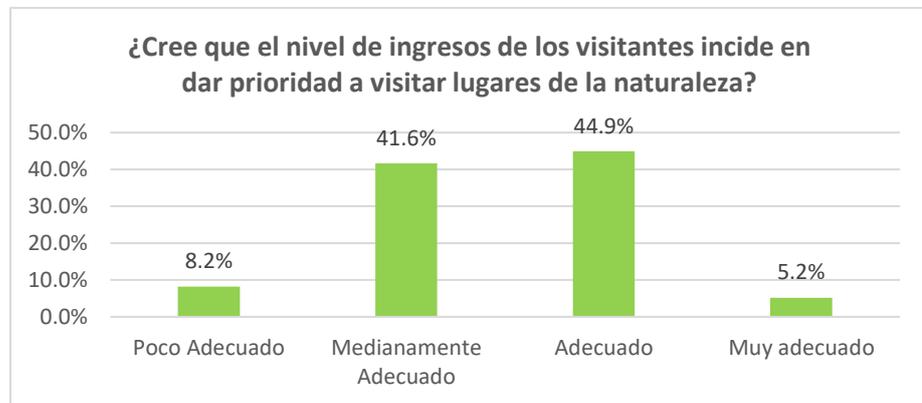
4.2 VARIABLE DEPENDIENTE: DEMANDA TURÍSTICA

Durante el desarrollo del estudio se identificaron los siguientes resultados:

Tabla N° 17

¿Cree que el nivel de ingresos de los visitantes incide en dar prioridad a visitar lugares de la naturaleza?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	30	8.2%
Medianamente Adecuado	152	41.6%
Adecuado	164	44.9%
Muy adecuado	19	5.2%
Total	365	100%

Gráfico N° 17



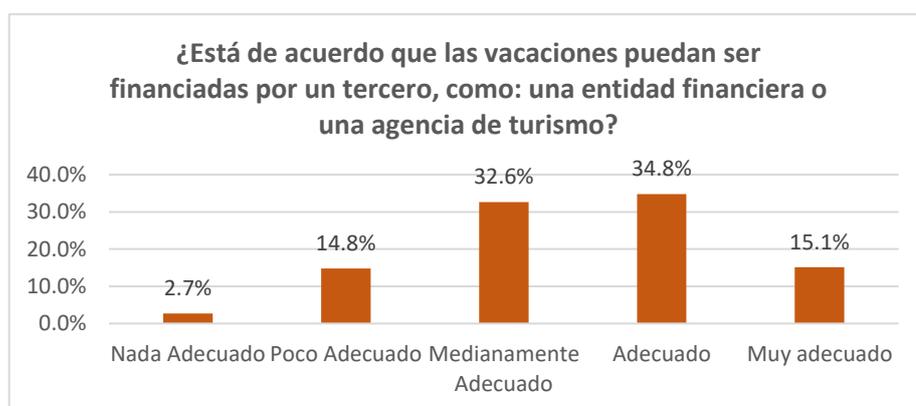
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 17 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 164 personas que representan el 44.9% manifiestan que: Cree que es adecuado que el nivel de ingresos de los turistas incide en dar prioridad a visitar lugares de la naturaleza.

Tabla N° 18

¿Está de acuerdo que las vacaciones puedan ser financiadas por un tercero, como: una entidad financiera o una agencia de turismo?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	10	2.7%
Poco Adecuado	54	14.8%
Medianamente Adecuado	119	32.6%
Adecuado	127	34.8%
Muy adecuado	55	15.1%
Total	365	100%

Gráfico N° 18

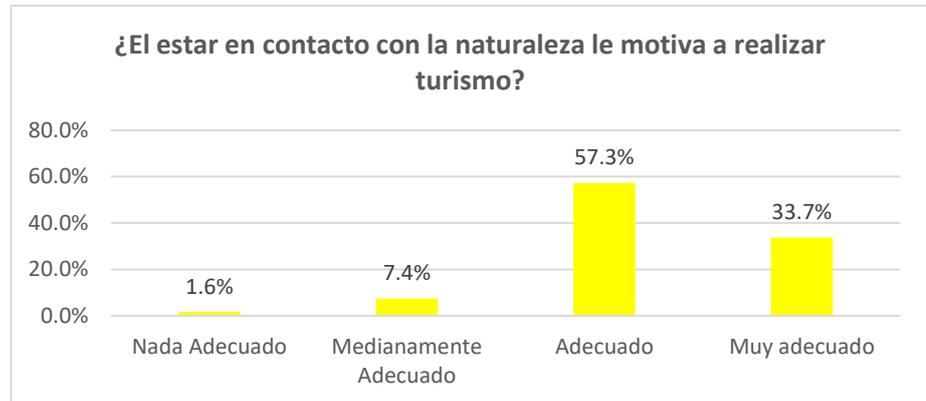
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

Según la tabla 18 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 127 personas que representan el 34.8% manifiestan que: Está de acuerdo que las vacaciones puedan ser financiadas por un tercero, como: una entidad financiera o una agencia de turismo.

Tabla N° 19

¿El estar en contacto con la naturaleza le motiva a realizar turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	6	1.6%
Medianamente Adecuado	27	7.4%
Adecuado	209	57.3%
Muy adecuado	123	33.7%

Total	365	100%
--------------	------------	-------------

Gráfico N° 19

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

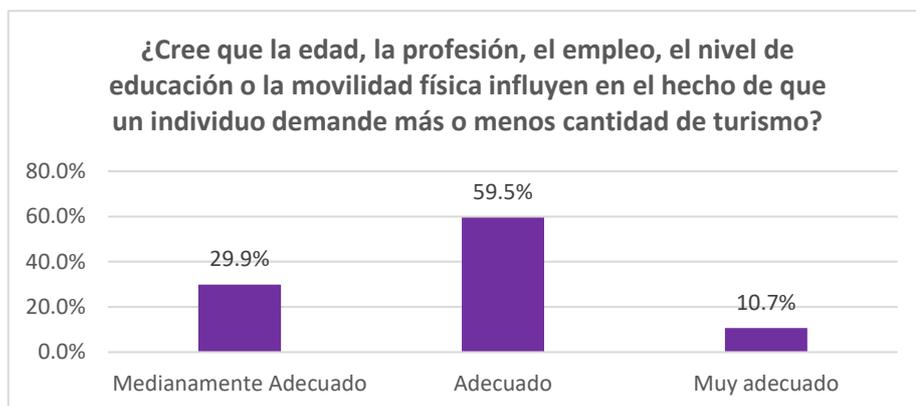
Según la tabla 19 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 209 personas que representan el 57.3% manifiestan que: Es adecuado el estar en contacto con la naturaleza le motiva a realizar turismo.

Tabla N° 20

¿Cree que la edad, la profesión, el empleo, el nivel de educación o la movilidad física influyen en el hecho de que un individuo demande más o menos cantidad de turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medianamente Adecuado	109	29.9%
Adecuado	217	59.5%
Muy adecuado	39	10.7%

Total	365	100%
--------------	------------	-------------

Gráfico N° 20



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

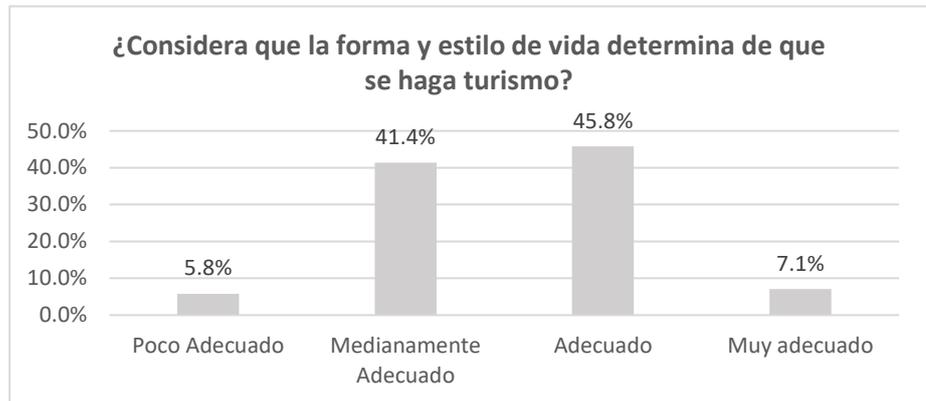
Según la tabla 20 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 217 personas que representan el 59.5% manifiestan que: La edad, la profesión, el empleo, el nivel de educación o la movilidad física, influyen en el hecho de que un individuo demanda más o menos cantidad de turismo.

Tabla N° 21

¿Considera que la forma y estilo de vida determina de que se haga turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	21	5.8%
Medianamente Adecuado	151	41.4%
Adecuado	167	45.8%

Muy adecuado	26	7.1%
Total	365	100%

Gráfico N° 21



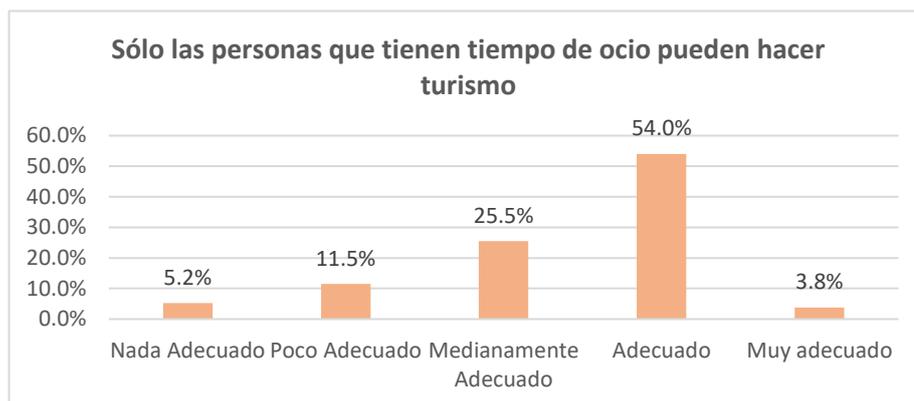
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

Según la tabla 21 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 167 personas que representan el 45.8% manifiestan que: Están de acuerdo (adecuado) que la forma y estilo de vida determina de que se haga turismo.

Tabla N° 22

Sólo las personas que tienen tiempo de ocio pueden hacer turismo		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	19	5.2%
Poco Adecuado	42	11.5%
Medianamente Adecuado	93	25.5%
Adecuado	197	54.0%

Muy adecuado	14	3.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 22

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

Según la tabla 22 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 197 personas que representan el 54.0% manifiestan que: Sólo las personas que tienen tiempo de ocio pueden hacer turismo.

Tabla N° 23

¿Cree que las creencias ideológicas, religiosas y políticas influyen para hacer turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	15	4.1%
Poco Adecuado	108	29.6%
Medianamente Adecuado	200	54.8%
Adecuado	26	7.1%

Muy adecuado	16	4.4%
Total	365	100%

Gráfico N° 23

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

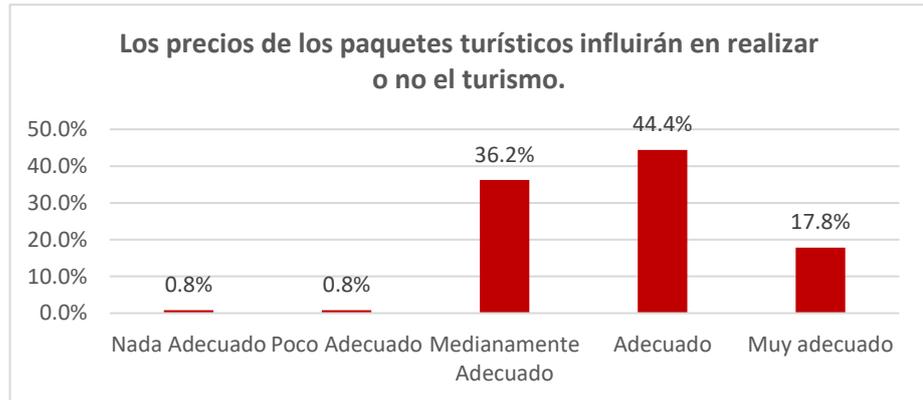
Según la tabla 23 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 200 personas que representan el 54.8% manifiestan que: Es medianamente adecuado que las creencias ideológicas, religiosas y políticas influyen para hacer turismo.

Tabla N° 24

Los precios de los paquetes turísticos influirán en realizar o no el turismo.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	3	0.8%
Poco Adecuado	3	0.8%
Medianamente Adecuado	132	36.2%
Adecuado	162	44.4%

Muy adecuado	65	17.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 24



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

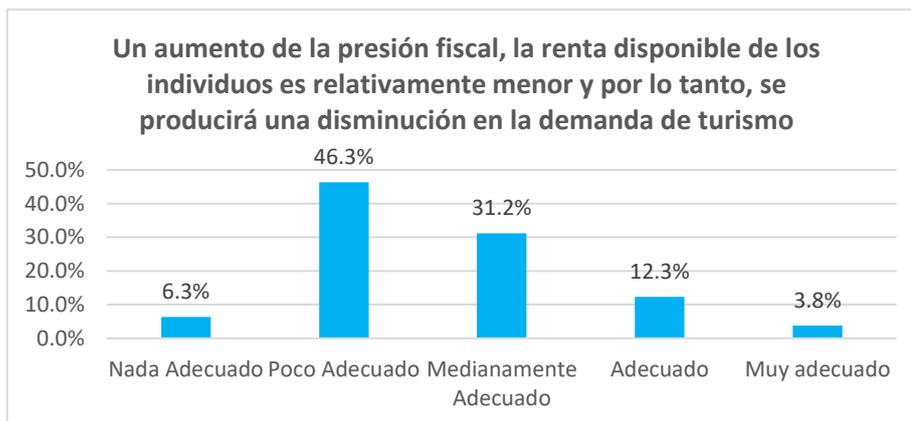
Según la tabla 24 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 162 personas que representan el 44.4% manifiestan que: Es adecuado es decir están de acuerdo que los precios de los paquetes turísticos influirán en realizar o no el turismo.

Tabla N° 25

Un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda de turismo		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	23	6.3%
Poco Adecuado	169	46.3%

Medianamente Adecuado	114	31.2%
Adecuado	45	12.3%
Muy adecuado	14	3.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 25



Fuente: Encuesta

Elaboración: por los tesistas

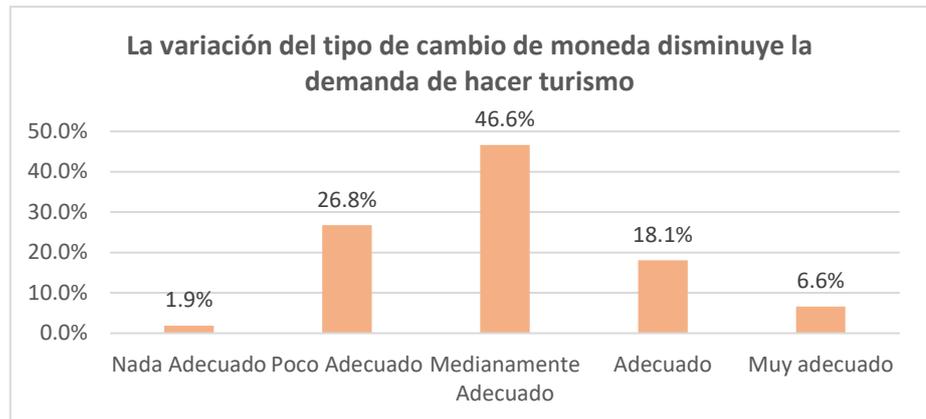
Según la tabla 25 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 169 personas que representan el 46.3% manifiestan que: Es poco adecuado un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda de turismo.

Tabla N° 26

La variación del tipo de cambio de moneda disminuye la demanda de hacer turismo		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	7	1.9%
Poco Adecuado	98	26.8%
Medianamente Adecuado	170	46.6%
Adecuado	66	18.1%

Muy adecuado	24	6.6%
Total	365	100%

Gráfico N° 26



Fuente: Encuesta

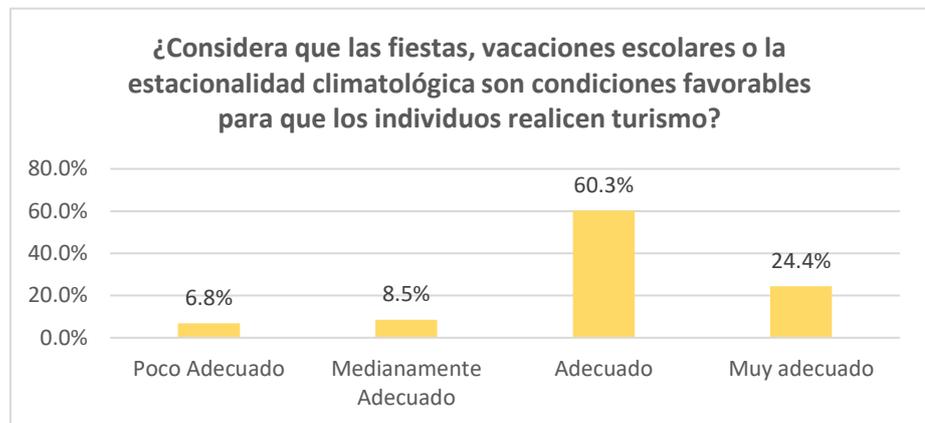
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 26 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 170 personas que representan el 46.6% manifiestan que: La variación del tipo de cambio de moneda disminuye la demanda de hacer turismo, especialmente para los visitantes internos.

Tabla N° 27

¿Considera que las fiestas, vacaciones escolares o la estacionalidad climatológica son condiciones favorables para que los individuos realicen turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	25	6.8%
Medianamente Adecuado	31	8.5%
Adecuado	220	60.3%

Muy adecuado	89	24.4%
Total	365	100%

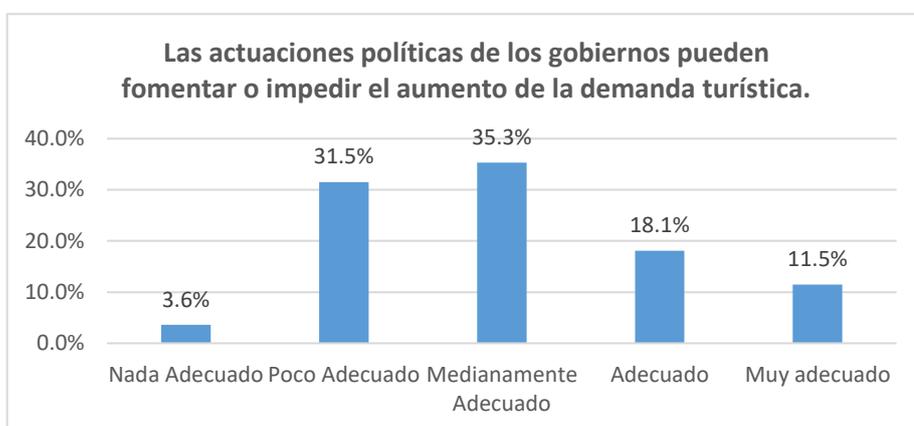
Gráfico N° 27

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 27 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 220 personas que representan el 60.3% manifiestan que: Es adecuado considerar que las fiestas, vacaciones escolares o la estacionalidad climatológica, son condiciones favorables para que los individuos (visitantes internos y externos) realicen turismo.

Tabla N° 28

Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar o impedir el aumento de la demanda turística.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	13	3.6%
Poco Adecuado	115	31.5%
Medianamente Adecuado	129	35.3%
Adecuado	66	18.1%
Muy adecuado	42	11.5%
Total	365	100%

Gráfico N° 28

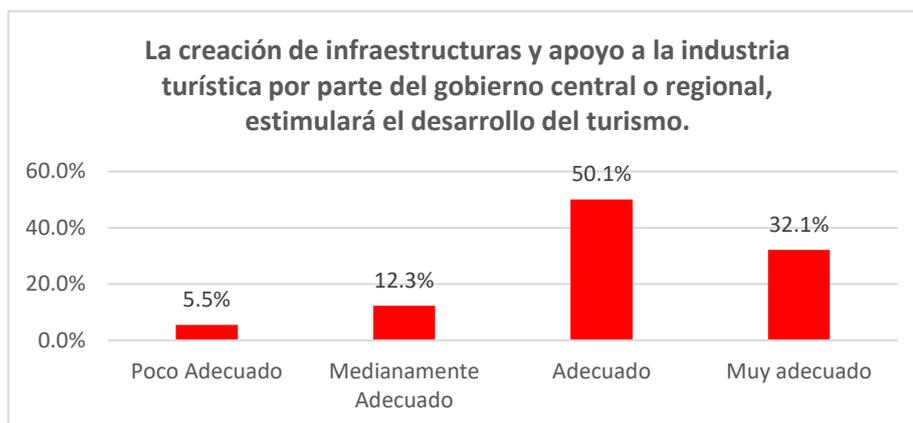
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

Según la tabla 28 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 129 personas que representan el 35.3% manifiestan que: Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar o impedir el aumento de la demanda turística, Es medianamente adecuado, lo que demuestra seguido de un 31.5% quienes dicen que es poco adecuado el impacto político, entonces un total de 66.8% creen que impacta desfavorablemente en la demanda turística.

Tabla N° 29

La creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, estimulará el desarrollo del turismo.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	20	5.5%
Medianamente Adecuado	45	12.3%
Adecuado	183	50.1%
Muy adecuado	117	32.1%
Total	365	100%

Gráfico N° 29



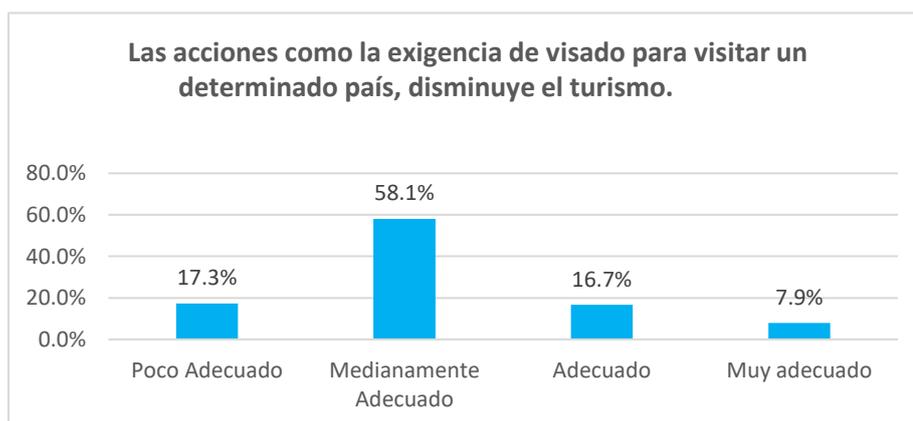
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 29 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 183 personas que representan el 50.1% manifiestan que: Es adecuado la creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, ya que esto estimulara el desarrollo del turismo.

Tabla N° 30

Las acciones como la exigencia de visado para visitar un determinado país, disminuye el turismo.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	63	17.3%
Medianamente Adecuado	212	58.1%
Adecuado	61	16.7%
Muy adecuado	29	7.9%
Total	365	100%

Gráfico N° 30



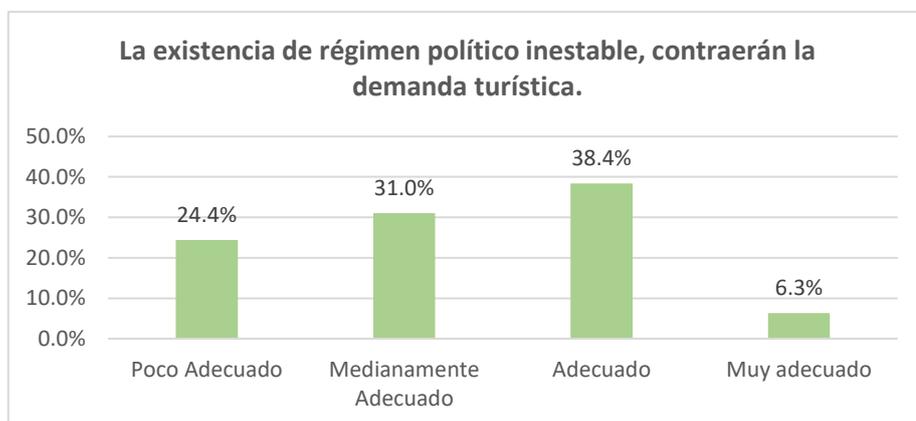
Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 30 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 212 personas que representan el 58.1% manifiestan que: Las acciones como la exigencia de visado para visitar un determinado país, disminuye el turismo. Lo que demuestra que más de la mitad están medianamente de acuerdo.

Tabla N° 31

La existencia de régimen político inestable, contraerán la demanda turística.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	89	24.4%
Medianamente Adecuado	113	31.0%
Adecuado	140	38.4%
Muy adecuado	23	6.3%
Total	365	100%

Gráfico N° 31



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

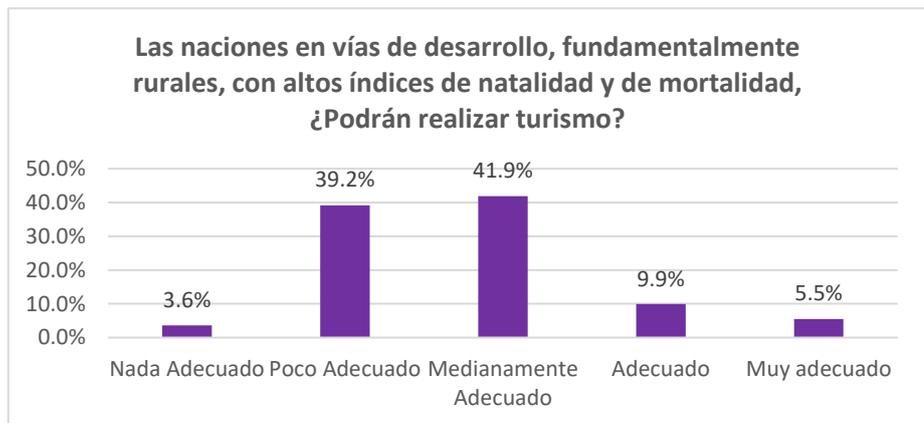
Según la tabla 31 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 140 personas que representan el 38.4% manifiestan que: Están de acuerdo que la existencia de régimen político inestable, contraerán la demanda turística.

Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, ¿Podrán realizar turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	13	3.6%
Poco Adecuado	143	39.2%

Medianamente Adecuado	153	41.9%
Adecuado	36	9.9%
Muy adecuado	20	5.5%
Total	365	100%

Tabla N° 32

Gráfico N° 32



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

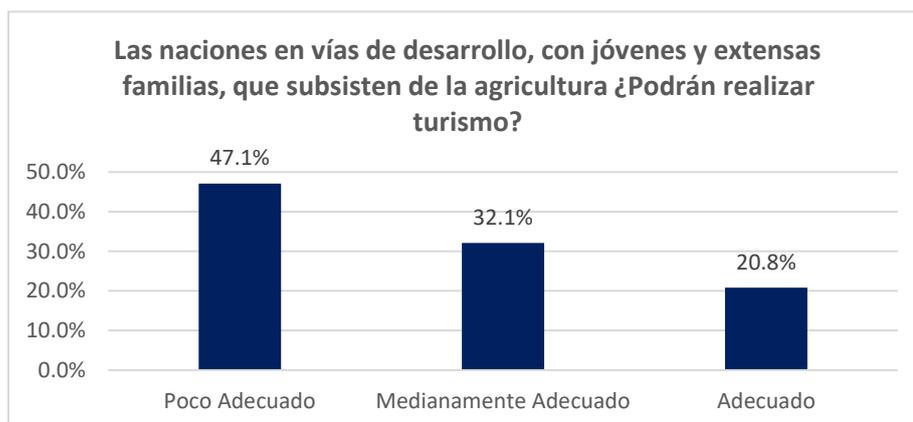
Según la tabla 32 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 153 personas que representan el 41.9% manifiestan que: Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, no podrán realizar turismo. Lo que demuestra que casi

la mitad de los encuestados están de medianamente de acuerdo en este efecto negativo.

Tabla N° 33

Las naciones en vías de desarrollo, con jóvenes y extensas familias, que subsisten de la agricultura ¿Podrán realizar turismo?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	172	47.1%
Medianamente Adecuado	117	32.1%
Adecuado	76	20.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 33

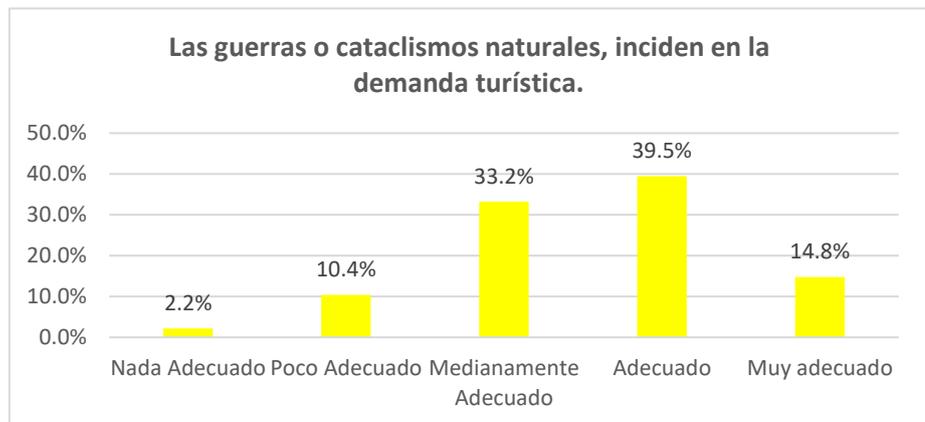


Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

Según la tabla 33 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 172 personas que representan el 47.1% manifiestan que: Es poco adecuado que las naciones en vías de desarrollo, con jóvenes y extensas familias, que subsisten de la agricultura, podrán realizar turismo.

Tabla N° 34

Las guerras o cataclismos naturales, inciden en la demanda turística.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada Adecuado	8	2.2%
Poco Adecuado	38	10.4%
Medianamente Adecuado	121	33.2%
Adecuado	144	39.5%
Muy adecuado	54	14.8%
Total	365	100%

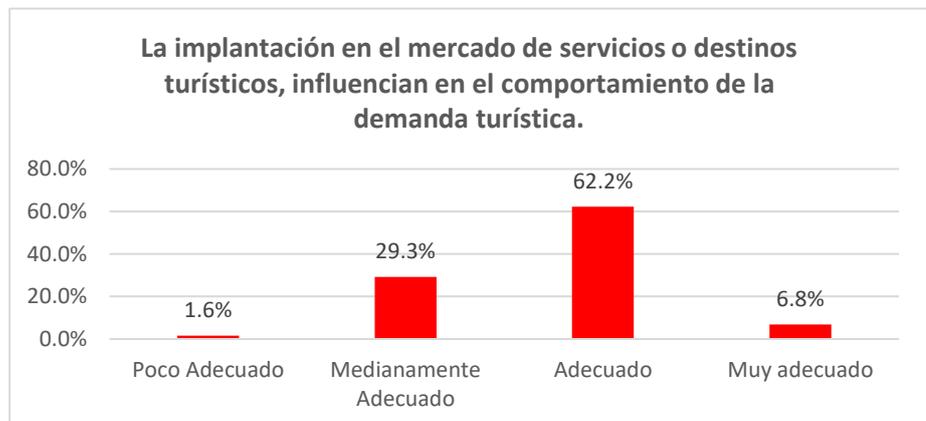
Gráfico N° 34

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 34 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 144 personas que representan el 39.5% manifiestan que: Están de acuerdo que las guerras o cataclismos naturales, inciden en la demanda turística.

Tabla N° 35

La implantación en el mercado de servicios o destinos turísticos, influyen en el comportamiento de la demanda turística.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	6	1.6%
Medianamente Adecuado	107	29.3%
Adecuado	227	62.2%
Muy adecuado	25	6.8%
Total	365	100%

Gráfico N° 35

Fuente: Encuesta
 Elaboración: por los tesisistas

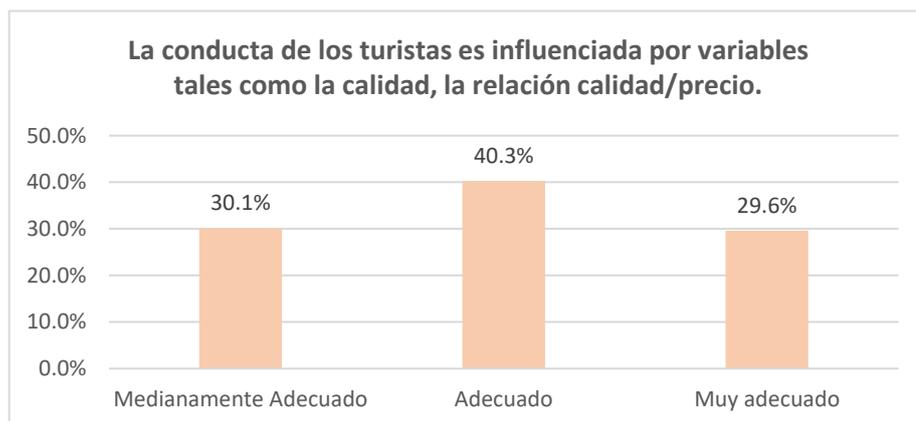
Según la tabla 35 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 227 personas que representan el 62.2% manifiestan que: Es adecuado la implantación en el

mercado de servicios o destinos turísticos, ya que influyen en el comportamiento de la demanda turística.

Tabla N° 36

La conducta de los turistas es influenciada por variables tales como la calidad, la relación calidad/precio.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medianamente Adecuado	110	30.1%
Adecuado	147	40.3%
Muy adecuado	108	29.6%
Total	365	100%

Gráfico N° 36



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 36 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 147 personas que representan el 40.3% manifiestan que: Es adecuado que la conducta de los turistas es influenciada por variables tales como la calidad, la relación calidad/precio.

Tabla N° 37

La conducta de los turistas es influenciada por variables, tales como la diversidad de agencias turísticas, la existencia de productos o servicios turísticos alternativos.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Medianamente Adecuado	86	23.6%
Adecuado	229	62.7%
Muy adecuado	50	13.7%
Total	365	100%

Gráfico N° 37

Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesistas

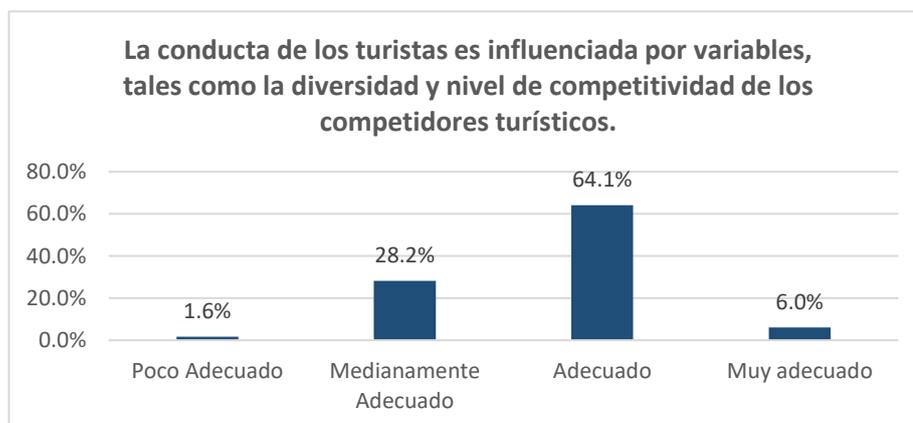
Según la tabla 37 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 229 personas que representan el 62.7% manifiestan que: Están de acuerdo que la conducta de los turistas es influenciada por variables, tales como la diversidad de

agencias turísticas, la existencia de productos o servicios turísticos alternativos.

Tabla N° 38

La conducta de los turistas es influenciada por variables, tales como la diversidad y nivel de competitividad de los competidores turísticos.		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Poco Adecuado	6	1.6%
Medianamente Adecuado	103	28.2%
Adecuado	234	64.1%
Muy adecuado	22	6.0%
Total	365	100%

Gráfico N° 38



Fuente: Encuesta
Elaboración: por los tesisistas

Según la tabla 38 de los resultados de la encuesta a los visitantes internos y externos se observa que 234 personas que representan el 64.1% manifiestan que: Es adecuado que la conducta de los

turistas es influenciada por variables, tales como la diversidad y nivel de competitividad de los competidores turísticos.

4.3 CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS

4.3.1 Contrastación de la Hipótesis General en base a la prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

H_1 = La deficiente infraestructura turística influye directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 – 2022.

H_0 = La deficiente infraestructura turística **NO influye** directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 – 2022.

Tabla N° 39

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA * DEMANDA TURÍSTICA	365	100,0%	0	0,0%	365	100,0%

Elaboración: por los tesisistas.

Todos los datos fueron válidos, dado que ningún dato fue perdido, o sea que el 100% de datos fueron examinados.

Tabla N° 40

Tabla cruzada INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA *DEMANDA TURÍSTICA					
		DEMANDA TURÍSTICA			Total
		medianamente adecuado	adecuado		
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	poco adecuado	Recuento	130	20	150
		Recuento esperado	85,9	64,1	150,0
		% del total	35,6%	5,5%	41,1%
	medianamente adecuado	Recuento	79	136	215
		Recuento esperado	123,1	91,9	215,0
		% del total	21,6%	37,3%	58,9%
Total		Recuento	209	156	365
		Recuento esperado	209,0	156,0	365,0
		% del total	57,3%	42,7%	100,0%

Elaboración: por los tesisistas

A pesar de haber ingresado la encuesta con todas sus valores (Muy adecuado =5; Adecuado =4; Medianamente adecuado =3; Poco adecuado=2 y Nada adecuado =1) el software descarto tres respuestas el muy adecuado=5 y el adecuado=4 y el nada adecuado = 2; de allí que se nos presenta el cuadro de cruce de variables o de contingencia con dos categorías de cada respuesta, podemos resaltar que el total de la categoría (medianamente adecuado) de la variable infraestructura turística es la que más cruces ha respondido con la demanda turística. Por el total de las filas la que respondió con mayor porcentaje de valor fue de medianamente adecuado con un 58.9% seguido de por el poco adecuado con un 41.1% de la variable demanda turística.

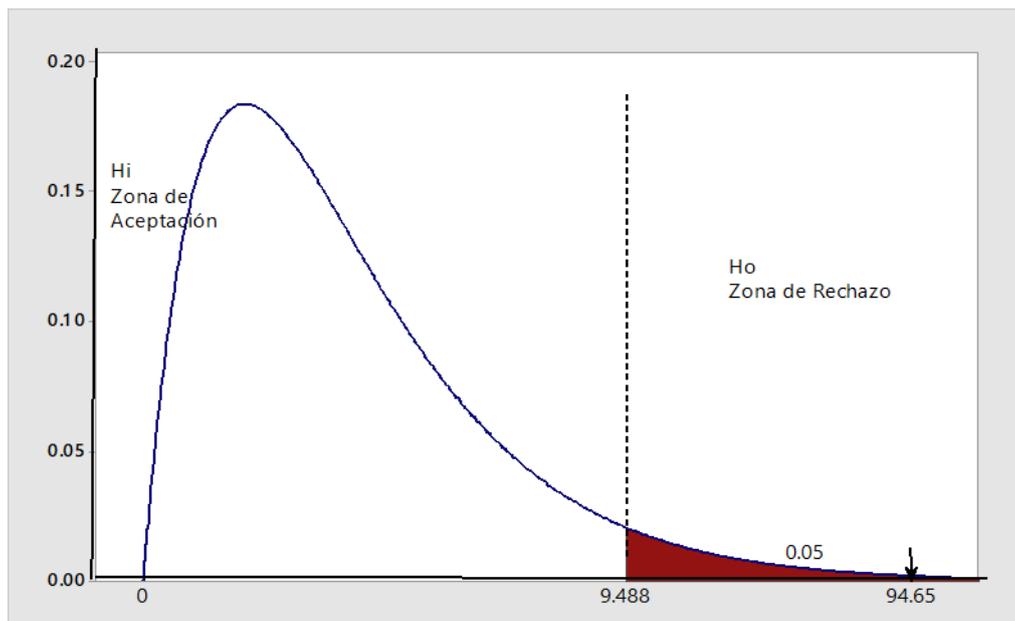
Tabla N° 41

Pruebas de chi-cuadrado					
			Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
	Valor	df			

Chi-cuadrado de Pearson	89,980 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	87,951	1	,000		
Razón de verosimilitud	97,712	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	89,733	1	,000		
N de casos válidos	365				
a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 64,11.					
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2					

Elaboración: por los tesisistas

Para hallar el valor de chi-cuadrado de tabla, lo hacemos con: $gl = (2 - 1) (2 - 1) = 1$ con un nivel de significación = 0.05; por lo tanto, el valor en tabla de $X^2 = 3,84$ Gráficamente sería:



TOMA DE DECISIÓN:

Como se está utilizando un intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 89,980$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 3,84$, por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona

de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); por lo que rechazamos la hipótesis nula (**H0**) y aceptamos la hipótesis alternativa (**H1**) es decir: “La deficiente infraestructura turística influye directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 – 2022”. Por lo tanto, la hipótesis general es **VERDADERA**

4.3.2 Contrastación de la Hipótesis Específica N° 01 en base a la prueba de hipótesis

H₁ = El inadecuado acceso a los medios de transporte, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

H₀ = El inadecuado acceso a los medios de transporte, **NO influye** directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

Tabla N° 42

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje

Transporte * DEMANDA TURÍSTICA	365	100,0%	0	0,0%	365	100,0%
--------------------------------------	-----	--------	---	------	-----	--------

Elaboración: por los tesisistas

Todos los datos fueron válidos, dado que ningún dato fue perdido, o sea que el 100% de datos fueron examinados.

Tabla N° 43

Tabla cruzada Transporte *DEMANDA TURÍSTICA					
			DEMANDA TURÍSTICA		Total
			medianamente adecuado	adecuado	
Transporte	poco adecuado	Recuento	56	19	75
		Recuento esperado	42,9	32,1	75,0
		% del total	15,3%	5,2%	20,5%
	medianamente adecuado	Recuento	153	132	285
		Recuento esperado	163,2	121,8	285,0
		% del total	41,9%	36,2%	78,1%
	adecuado	Recuento	0	5	5
		Recuento esperado	2,9	2,1	5,0
		% del total	0,0%	1,4%	1,4%
Total		Recuento	209	156	365
		Recuento esperado	209,0	156,0	365,0
		% del total	57,3%	42,7%	100,0%

Elaboración: por los tesisistas

A pesar de haber ingresado la encuesta con todos sus valores (Muy adecuado =5; Adecuado =4; Medianamente adecuado =3; Poco adecuado=2 y Nada adecuado =1) el software descarto dos respuestas, el muy adecuado=5 y el nada adecuado = 1; de allí que se nos presenta el cuadro de cruce de variables o de contingencia con tres categorías de cada respuesta, podemos resaltar que el total de la categoría (medianamente adecuado) de la variable transporte es la que más cruces ha respondido con la demanda turística. Por el total de las filas la que respondió con mayor porcentaje de valor fue de medianamente adecuado

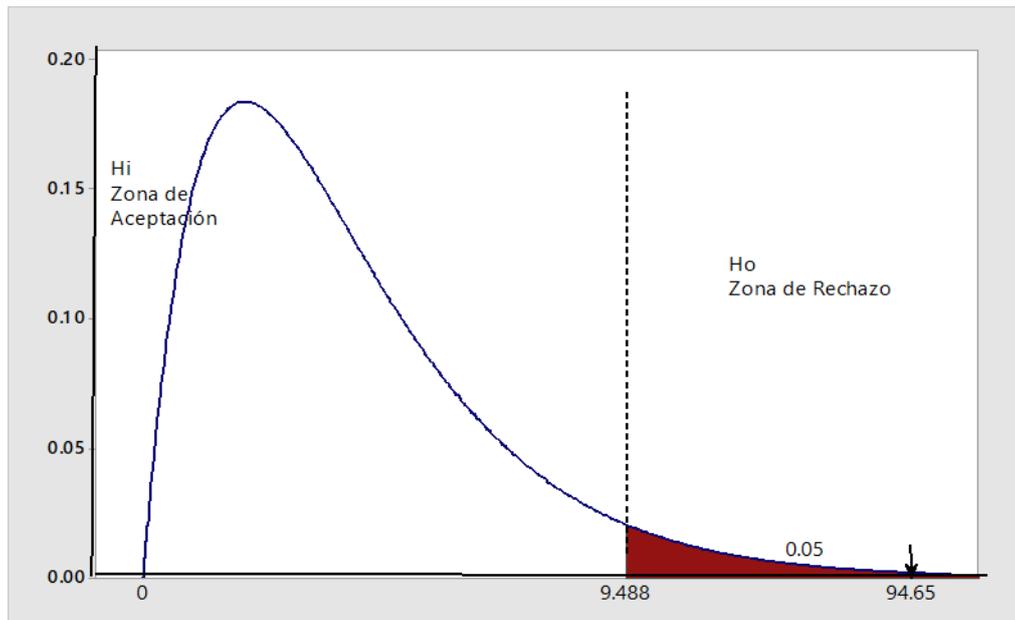
con un 78.1% seguido de por el poco adecuado con un 20.5% de la variable demanda turística y por último el adecuado con un 1,4% de la demanda turística.

Tabla N° 44

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,473 ^a	2	,000
Razón de verosimilitud	19,834	2	,000
Asociación lineal por lineal	15,509	1	,000
N de casos válidos	365		
a. 2 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,14.			

Elaboración: por los tesistas

Para hallar el valor de chi-cuadrado de tabla, lo hacemos con: $gl = (3 - 1) (3 - 1) = 4$ con un nivel de significación = 0.05; por lo tanto, el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ Gráficamente sería:



TOMA DE DECISIÓN:

Como se está utilizando un intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 17,47$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); por lo que rechazamos la hipótesis nula (**H0**) y aceptamos la hipótesis alternativa (**H1**) es decir: “El inadecuado acceso a los medios de transporte, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022”. Por lo tanto, la hipótesis específica 1 es **VERDADERA**.

4.3.3 Contrastación de la Hipótesis Específica N° 02 en base a la prueba de hipótesis

H_1 = La escasa dotación de los servicios básicos, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

H_0 = La escasa dotación de los servicios básicos, **NO influye** directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

Tabla N° 45

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Servicios Básicos * DEMANDA TURÍSTICA	365	100,0%	0	0,0%	365	100,0%

Elaboración: por los tesisistas

Todos los datos fueron válidos, dado que ningún dato fue perdido, o sea que el 100% de datos fueron examinados.

Tabla N° 46

Tabla cruzada Servicios Básicos*DEMANDA TURÍSTICA					
		DEMANDA TURÍSTICA			Total
		medianamente adecuado	adecuado		
Servicios Básicos	poco adecuado	Recuento	116	52	168
		Recuento esperado	96,2	71,8	168,0
		% del total	31,8%	14,2%	46,0%
	medianamente adecuado	Recuento	90	88	178
		Recuento esperado	101,9	76,1	178,0
		% del total	24,7%	24,1%	48,8%
	Adecuado	Recuento	3	16	19

		Recuento esperado	10,9	8,1	19,0
		% del total	0,8%	4,4%	5,2%
Total		Recuento	209	156	365
		Recuento esperado	209,0	156,0	365,0
		% del total	57,3%	42,7%	100,0%

Elaboración: por los tesistas

A pesar de haber ingresado la encuesta con todas sus valores (Muy adecuado =5; Adecuado =4; Medianamente adecuado =3; Poco adecuado=2 y Nada adecuado =1) el software descarto dos respuesta, el muy adecuado=5 y el nada adecuado = 1; de allí que se nos presenta el cuadro de cruce de variables o de contingencia con tres categorías de cada respuesta, podemos resaltar que el total de la categoría (**medianamente adecuado**) de la variable servicios básicos es la que más cruces ha respondido con la demanda turística. Por el total de las filas la que respondió con mayor porcentaje de valor fue de **medianamente adecuado** con un 48.0% seguido de por el poco adecuado con un 46.0% de la variable demanda turística y por último el adecuado con un 5,2% de la demanda turística.

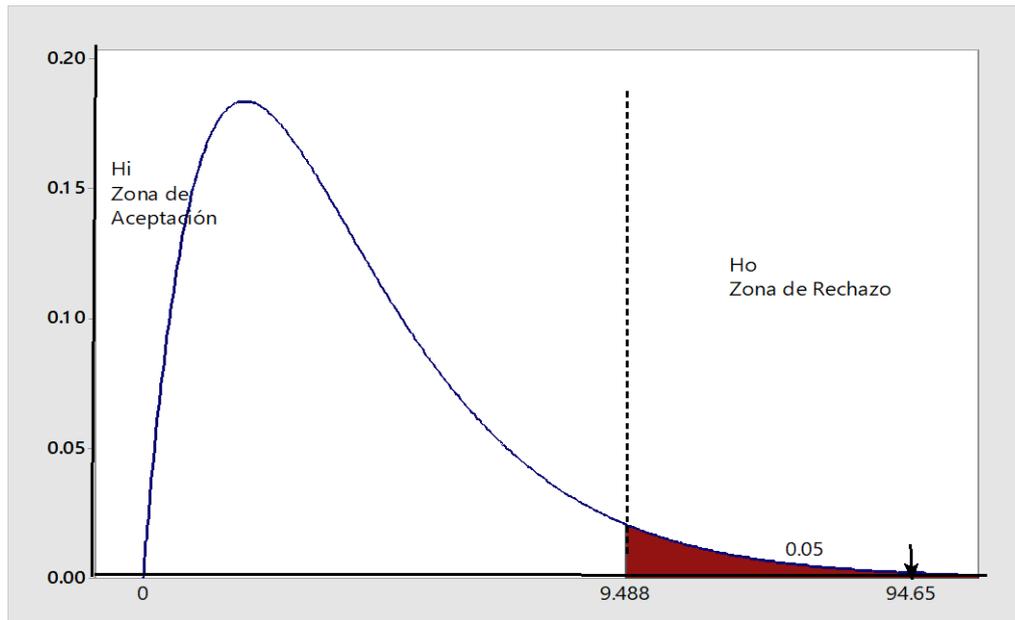
Tabla N°47

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,154 ^a	2	,000
Razón de verosimilitud	27,073	2	,000
Asociación lineal por lineal	24,749	1	,000
N de casos válidos	365		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 8,12.

Elaboración: por los tesistas

Para hallar el valor de chi-cuadrado de tabla, lo hacemos con: $gl = (3 - 1) (3 - 1) = 4$ con un nivel de significación = 0.05; por lo tanto, el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ Gráficamente sería:



TOMA DE DECISIÓN:

Como se está utilizando un intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 26,154$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); por lo que rechazamos la hipótesis nula (**H0**) y aceptamos la hipótesis alternativa (**H1**) es decir: “La escasa dotación de los servicios básicos, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.”. Por lo tanto, la hipótesis específica 2 es **VERDADERA**.

4.3.4 Contratación de la Hipótesis Especifica N° 03 en base a la prueba de hipótesis

H_1 = El limitado uso de los medios de comunicación, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

H_0 = El limitado uso de los medios de comunicación, **NO influye** directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.

Tabla N° 48

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Comunicaciones * DEMANDA TURÍSTICA	365	100,0%	0	0,0%	365	100,0%

Elaboración: por los tesisistas

Todos los datos fueron válidos, dado que ningún dato fue perdido, o sea que el 100% de datos fueron examinados.

Tabla N° 49

Tabla cruzada Comunicaciones*DEMANDA TURÍSTICA					
			DEMANDA TURÍSTICA		Total
			medianamente adecuado	adecuado	
Comunicaciones	nada adecuado	Recuento	15	25	40
		Recuento esperado	22,9	17,1	40,0
		% del total	4,1%	6,8%	11,0%
	poco adecuado	Recuento	169	88	257
		Recuento esperado	147,2	109,8	257,0
		% del total	46,3%	24,1%	70,4%
	medianamente adecuado	Recuento	25	43	68
		Recuento esperado	38,9	29,1	68,0
		% del total	6,8%	11,8%	18,6%
Total	Recuento	209	156	365	
	Recuento esperado	209,0	156,0	365,0	
	% del total	57,3%	42,7%	100,0%	

Elaboración: por los tesisistas

A pesar de haber ingresado la encuesta con todas sus valores (Muy adecuado =5; Adecuado =4; Medianamente adecuado =3; Poco adecuado=2 y Nada adecuado =1) el software descarto dos respuesta, el muy adecuado=5 y el adecuado = 4; de allí que se nos presenta el cuadro de cruce de variables o de contingencia con tres categorías de cada respuesta, podemos resaltar que el total de la categoría (**poco adecuado**) de la variable comunicación es la que más cruces ha respondido con la demanda turística. Por el total de las filas la que respondió con mayor porcentaje de valor fue de **poco adecuado** con un 70.4% seguido de por el medianamente adecuado con un 18,6% de la variable demanda turística y por último el nada adecuado con un 11,0% de la demanda turística.

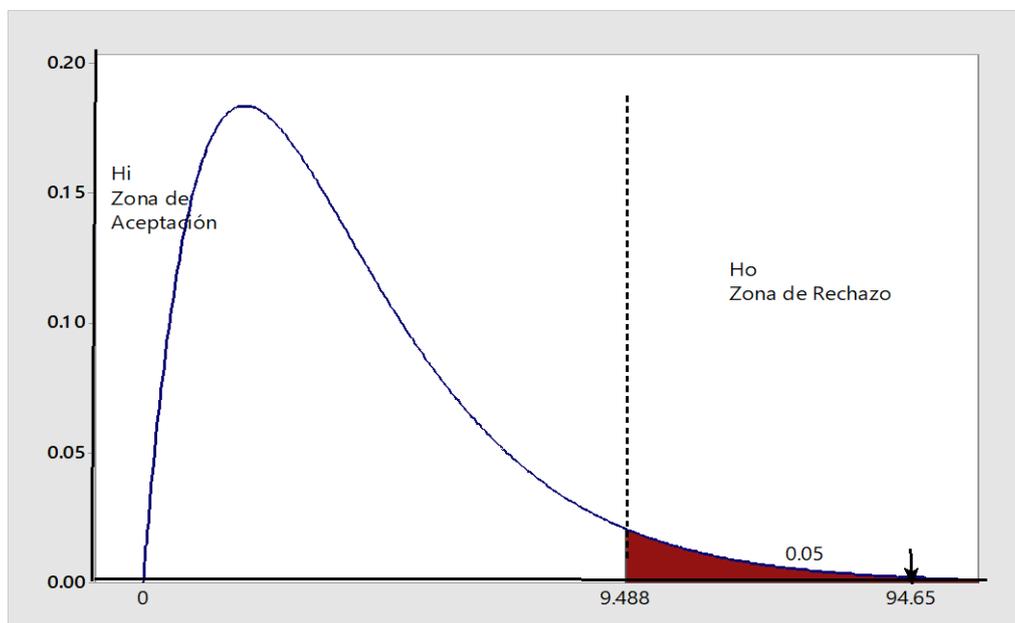
Tabla N° 50

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,639 ^a	2	,000
Razón de verosimilitud	25,595	2	,000
Asociación lineal por lineal	1,401	1	,237
N de casos válidos	365		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 17,10.

Elaboración: por los tesistas

Para hallar el valor de chi-cuadrado de tabla, lo hacemos con: $gl = (3 - 1) (3 - 1) = 4$ con un nivel de significación = 0.05; por lo tanto, el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ Gráficamente sería:



TOMA DE DECISIÓN:

Como se está utilizando un intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 25,639$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); por lo que rechazamos la hipótesis nula (**H0**) y aceptamos la hipótesis alternativa (**H1**) es decir: “El limitado uso de los medios de comunicación, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022”. Por lo tanto, la hipótesis específica 3 es **VERDADERA**.

3.4.5 Validación y Confiabilidad de la muestra

Confiabilidad de los instrumentos para la recolección de datos. Lo que se busca con la estimación del coeficiente Alfa de Cronbach, es determinar la consistencia interna del instrumento, es así que, se usa el coeficiente Alfa de Cronbach para estimar la fiabilidad del instrumento. La fórmula que usaremos será:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

K = número de ítems.

S_i^2 = varianza de cada ítem.

S_t^2 = varianza de la suma de todos los ítems

Tabla N° 51

Valor del coeficiente del alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0; 0,5[Inaceptable
[0,5; 0,6[Pobre
[0,6; 0,7[Débil
[0,7; 0,8[Aceptable
[0,8; 0,9[Bueno
[0,9; 1]	Excelente

Elaboración: por los tesisas

Tabla N° 52

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	365	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	365	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Elaboración: por los tesisas

Tabla N° 53

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,761	,766	38

Elaboración: por los tesisas

CATULO V DISCUSION

Se pudo contratar los resultados con los siguientes investigadores:

* **Yépez (2019)**, menciona: “Se ha establecido un perfil del turista, en su mayoría pertenecen a la población activa económicamente, en edades entre los 18 y 57 años, provienen principalmente de Imbabura, Pichincha y el Norte de Colombia en su mayoría de vinculados a diferentes actividades productivas, que les generan ingresos superiores a 500 dólares mensuales; en consecuencia, el 40% está dispuesto a gastar más de 50 dólares por actividades de recreación.” Esto confirma los resultados logrados en esta investigación que el 44.9% manifiestan que: Cree que es adecuado que el nivel de ingresos de los turistas incide en dar prioridad a visitar lugares de la naturaleza.

* **Mero (2015)**, menciona: “Los datos de las encuestas proyectan que el grado de satisfacción de la infraestructura es medianamente satisfecho, determinando que se mejore su equipamiento donde en su mayoría considera que se instale un punto de información turística visible en sitios de mayor afluencia, mejoramiento de la red vial urbana para mitigar la polución de polvo, ya que habiendo estos cambios coadyuva el mejoramiento de la calidad de vida y al desarrollo del balneario.” Esto confirma los resultados obtenidos en esta investigación que es nada adecuado las cabinas de teléfono

público, los puntos para cargar el celular. Es poco adecuado: la cobertura telefónica, la señal de internet, el sistema de alcantarillado, las piletas de agua potable. Los encuestados manifiestan que es adecuado(importante) la creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, ya que esto estimulara el desarrollo del turismo.

* **Huamali (2019)**, menciona: “Donde el 71,84% de los encuestados menciona que el atractivo turístico no cuenta con los recursos básicos para un buen servicio.” Esto confirma los resultados obtenidos en esta investigación en las dimensiones de transporte, servicios básicos y comunicaciones los encuestados mencionan que son: medianamente adecuado, poco adecuado y nada adecuado, generando insatisfacción y como resultado disminución de la demanda turística.

CONCLUSIONES

1. El Transporte, como: aéreo a 163 personas que representan el 44.7% indican que la ubicación del aeropuerto de la ciudad de Tingo María no está ubicada en un lugar adecuado para la afluencia de los turistas. 211 personas que representa el 57.8% dicen que es poco adecuado el flujo de ingresos y salidas de aviones del aeropuerto de la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que no hay programas de vuelos que satisfagan la demanda de los turistas. En cuanto al terminal terrestre 238 personas que representan el 65.2% dicen que es medianamente adecuado el terminal terrestre de la ciudad de Tingo María. 196 personas que representan el 53.7% dicen que es medianamente adecuado el confort y seguridad de viajar en los buses y combis a la ciudad de Tingo María. 208 personas que representan el 57% dicen que es adecuado viajar en auto a la ciudad de Tingo María. Lo que demuestra que es confortable y seguro a diferencia de los otros medios de transporte que existe en la ciudad. 155 personas que representan el 42.5% dicen que es medianamente adecuado las condiciones de la carretera a la ciudad de Tingo María. 142 personas que representan el 38.9% dicen que es medianamente adecuado el número de moto taxis para llegar al Parque Nacional de Tingo María. 190 personas que representan el 52.1% dicen que es poco adecuado el servicio de alquiler de auto dentro de la ciudad de Tingo María. Se concluye entonces que el inadecuado acceso a los medios de transporte, influye directamente en la demanda turística de los visitantes internos y externos de la región de Huánuco, esto se contrasta con el

intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 17,47$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 1.

2. Los servicios básicos, como las piletas de agua potable dicen 170 personas que representan el 46.6% que es poco adecuado, 160 personas que representan el 43.8% dicen que es poco adecuado el sistema de alcantarillado, 192 personas que representan el 52.6% dicen que es adecuado los contenedores para almacenar los residuos sólidos en el parque nacional de Tingo María. Se concluye entonces que la escasa dotación de los servicios básicos, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco, esto se contrasta con el intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 26,154$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 2.
3. En referencia de los servicios de comunicaciones, 201 personas que representan el 55.1% dicen que es nada adecuado los puntos donde se pueda cargar el celular u otros equipos eléctricos. 179 personas que

representan el 49.0% dicen que es nada adecuado las cabinas de teléfono públicos. 181 personas que representan el 49.6% dicen que es poco adecuado la cobertura telefónica. 208 personas que representan el 57.0% dicen que es poco adecuado la señal de internet en el parque nacional de Tingo María. Se concluye entonces que el limitado uso de los medios de comunicación, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco, esto se contrasta con un intervalo de confianza del 95%, y un nivel de significancia de 5% (0,05), el valor estimado de chi cuadrado es ($X^2 = 25,639$), mientras que el valor en tabla de $X^2 = 9,49$ por lo que el chi cuadrado estimado se encuentra en la zona de rechazo al ser mayor a de la tabla. Por otro lado, al analizar la significancia asintótica del chi cuadrado de Pearson, se observa que es de 0,000 y es menor al 0.05 ($0.000 < 0.05$); Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3.

SUGERENCIAS

1. Se sugiere al ministerio de transporte y comunicaciones cumplir con su misión, que es, de asegurar la provisión de infraestructura, servicios de transporte y comunicaciones a la población peruana.
2. Se sugiere a los visitantes internos y externos hacer uso adecuado y responsable de los servicios básicos que existen en el parque nacional de Tingo María.
3. Uno de los objetivos de las empresas de comunicaciones como: claro, bitel, entel, movistar, es ampliar su cobertura, a mayor número de ciudades y personas, aquí tienen una oportunidad de incrementar su participación en el mercado brindando servicio de telefonía fija, móvil e internet con servicios de calidad.

Bibliografía

- Bueno, M. (2015). *Análisis de la Demanda Turística y su Importancia dentro del Sector Turístico*. (Tesis Maestro). Universidad de Jaen – España. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/2652/1/MARILYN%20BUENO%20S%c3%81NCHEZ.pdf>
- Bravo, G. (2022). *Propuesta de Mejoramiento de Infraestructura Turística del Refugio de Vida Silvestre Laquipampa*. (Tesis Pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo – Perú. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4774/1/TL_BravoChicomaGreyci.pdf
- Dávila, V. & Pérez, D (2019). *Demanda Turística del Distrito de Cajamarca para la Práctica del Turismo Rural Comunitario en la Comunidad de Laguna de San Nicolás*. (Tesis Pregrado). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca – Perú. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1060/TESIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Desempeño y Competitividad Turística en el Perú – Resultados en el 2020. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-004.pdf>

Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_public/migl/metapas/plan_desarrollo_meta38.pdf.

Figueroa, J. & Sugizaki, J. (2019). *Evaluación de la infraestructura para la práctica de turismo a personas con discapacidad motriz en plazas, alamedas y parques del Centro Histórico de Lima, 2019*. (Tesis Pregrado). Universidad Tecnológica del Perú. Lima - Perú. Recuperado de:

[file:///C:/Users/PC/Downloads/Jocelyn%20Figueroa_Johana%20Sugizaki_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/Jocelyn%20Figueroa_Johana%20Sugizaki_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019%20(1).pdf)

Gavilanes, M.E (2016). *La Organización Comunitaria y su Incidencia en el Incremento de la Demanda Turística de la Feria Parroquial de Salasaca en el Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua*. (Tesis Pregrado). Universidad Técnica de Ambato – Ecuador. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20637/1/TESIS%20FINAL.pdf

Guía metodológica para la elaboración del plan de desarrollo turístico local (2021). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/2195319-guia-metodologica-para-la-elaboracion-del-plan-de-desarrollo-turistico-local-pdtl>.

Guía para la Formulación de Proyectos de Inversión exitosos (2011). Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mincetur.gob

.pe/wp-

content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/
Guia-Formulacion-Proyectos-Inversion-Exitosos.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006 y 2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Huamali, O.J (2019). *La Administración Turística y la satisfacción del turista en la casa de la Perricholi Tomaykichwa*. (Tesis Pregrado). Universidad de Huánuco – Perú. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2348/HUAMAL%20RAM%20REZ.%20Omar%20Jes%20bas.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Indicadores de brechas de Infraestructura o de acceso a los servicios de responsabilidad funcional del sector comercio exterior y turismo 2020 - 2022 (2019). Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/Indicadores-Brechas/Diagnostico_Brechas_MINCETUR_2021-2023.pdf

Mero, R.A (2015). *El Tipo de Infraestructura Turística Estacional y su Incidencia en el Flujo de Turistas del Sector Urbano del Cantón Puerto López*. (Tesis Pregrado). Universidad Estatal del Sur de Manabí – Ecuador. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/631/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-22.pdf.

Plan Estratégico de Turismo. Huánuco 2019 – 2025. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/422472-pertur-huanuco>.

Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR. 2017 – 2025. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf.

Política Pública de Infraestructura Turística. (2021). Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-infraestructura-turistica/09-07-21-politicavmt2020-baja-esp.aspx>.

Reporte Regional de Turismo Huánuco. (2021). Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3515465/Reportes%20de%20Turismo%20-%20Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20-%20Huanuco%202021.pdf?v=1660831956>.

Rodríguez, F. (2014). *La Infraestructura Hotelera y el Desarrollo Turístico en la Región Huánuco 2013*. (Tesis Pregrado). Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Huánuco – Perú. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unheva>

l.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/1176/TEC%2000252%20R65.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sancho, A. *Introducción al Turismo. OMT Organización Mundial de Turismo*. Recuperado de: file:///C:/Users/PC/Downloads/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

Vásquez, S. (2017) *Propuesta para implementar infraestructura turística para personas con discapacidad motriz en la Reserva Orquideológica el Pahuma*. (Tesis Pregrado). Universidad Central del Ecuador. Quito – Ecuador. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13341/1/T-UCE-0004-38-2017.pdf.

Villanueva, E.F (2021). *Evaluación de la Infraestructura e Instalaciones Turísticas para el Turista con Discapacidad Motriz en el Santuario Histórico Bosque De Pómac*. (Tesis Pregrado). Universidad Sr. De Sipán. Pimentel – Perú. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8341/Elva%20Fiorela%20Villanueva%20Rosas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yépez, A. (2019). *Estudio de la oferta y demanda turística de la parroquia de Salinas, cantón Ibarra, provincia de Imbabura*. (Tesis Pregrado). Universidad Técnica del Norte. Ibarra – Ecuador. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/9142/1/02%20TUR%20112%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf

ANEXOS

Anexo 1 - Matriz de consistencia
LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA REGIÓN HUÁNUCO 2010 - 2022

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		METODOLOGÍA
			Variable Independiente: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA		
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores	1- Diseño: No experimental longitudinal 2- Método/Enfoque: Cuantitativo 3- Nivel/Tipo: Descriptivo Correlacional 4- Población: 458 personas 5- Muestra: 365 personas
¿De qué manera la infraestructura turística influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	Analizar la infraestructura turística y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?.	La deficiente infraestructura turística influye directamente en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022	Transporte	X ¹ Aéreo	
				X ² Terrestre	
1. ¿Cómo los medios de transporte de la infraestructura turística, influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	1. Describir los medios de transporte de la infraestructura turística, y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	1. El inadecuado acceso a los medios de transporte, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 - 2022..	Servicios Básicos	X ³ Acuático	
				X ⁴ Agua	
2. ¿De qué forma los servicios básicos de la infraestructura turística, influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	2. Determinar los servicios básicos de la infraestructura turística, y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	2. La escasa dotación de los servicios básicos, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 - 2022.	Comunicaciones	X ⁵ Alcantarillado	
				X ⁶ Residuos sólidos	
				X ⁷ Energía	
				X ⁸ Telefonía fija	
				X ⁹ Móvil	
				X ¹⁰ Internet	
			Variable Dependiente: DEMANDA TURÍSTICA		6- Técnica de recolección de datos: Técnica = Encuesta Instrumento = Cuestionario
			Dimensiones	Indicadores	
			Factores Internos directos	Y ¹ Nivel de renta disponible	
				Y ² Financiación	
				Y ³ Motivación	
				Y ⁴ Condicionantes socioculturales	
				Y ⁵ Formas y estilos de vida	

				Y ⁶ Tiempo de ocio	
				Y ⁷ Creencias ideológicas, religiosas y políticas	
3. ¿De qué manera los medios de comunicación de la infraestructura turística, influye en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	3. Detallar los medios de comunicación de la infraestructura turística, y su influencia en la demanda turística en la región de Huánuco: 2010 - 2022?	3. El limitado uso de los medios de comunicación, influye directamente en la demanda turística de la región de Huánuco: 2010 – 2022.	Factores Externos indirectos	Y ⁸ Nivel de precios	
				Y ⁹ Política fiscal y controles del gasto en turis.	
				Y ¹⁰ Tipo de cambio	
				Y ¹¹ Costumbres estacionales	
				Y ¹² Factores políticos	
				Y ¹³ Factores demográficos	
				Y ¹⁴ Factores aleatorios	
				Y ¹⁵ Factores relativos a los sistemas de comercialización	
				Y ¹⁶ Factores relativos a los sistemas a la producción	

Instrumentos

Anexo 02. Cuestionario para evaluar la Infraestructura Turística y su influencia en la Demanda Tuística.

Aplicada a los visitantes internos y externos al Parque Nacional de Tingo María.
Facultad de Economía de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Estimado colaborador, agradezco por anticipado su valioso tiempo, por favor sírvase completar el presente cuestionario.

El objetivo de estas preguntas es evaluar la infraestructura turística y su influencia en la demanda turística, por lo que se agradece contestar con la mayor sinceridad posible, no existe respuesta ni mala ni buena.

La información que Ud. proporcione es confidencial y solo será utilizada para fines de investigación académica.

Instrucción: Lea cuidadosamente cada enunciado y seleccione una opción de respuesta, marcando con una X al recuadro que corresponda.

Escala de valoración

Número	Valor
5	Muy adecuado
4	Adecuado
3	Medianamente adecuado
2	Poco adecuado
1	Nada adecuado

COD.	AFIRMACIONES	1	2	3	4	5
TA 1	¿Considera que el aeropuerto de la ciudad de Tingo María tiene una adecuada ubicación?					
TA 2	¿Cómo es el flujo de ingresos y salidas de aviones del aeropuerto?					
TA 3	¿Satisface sus expectativas el aeropuerto de Tingo María?					
TT 4	¿Existe un terminal terrestre apropiado en la ciudad de Tingo María?					
TT 5	¿Es confortable y seguro viajar en los buses y combis hasta la ciudad de Tingo María?					
TT 6	¿Es confortable y seguro viajar en auto hasta la ciudad de Tingo María?					
TT 7	¿Considera que la carretera a la ciudad de Tingo María está en buenas condiciones?					
TT 8	¿Existe un número adecuado de moto taxis para llegar al Parque Nacional de Tingo María?					
TT 9	¿Se siente satisfecho con el servicio de alquiler de vehículos, dentro de la ciudad de Tingo María?					
SBA 10	¿Existe piletas de agua potable en el parque nacional de Tingo María?					

SBA 11	¿Existe un sistema de alcantarillado en el parque nacional de Tingo María?					
SBR5 12	¿Considera adecuado los contenedores para almacenar los residuos sólidos en el parque nacional de Tingo María?					
SBE 13	¿Hay puntos donde se pueda recargar el celular u otros equipos eléctricos en el parque nacional de Tingo María?					
CTF 14	¿Es adecuado las cabinas de teléfonos públicos en el parque nacional de Tingo María?					
CM 15	¿Es adecuada la cobertura telefónica en el parque nacional de Tingo María?					
CI 16	¿Es óptima la señal de internet en el parque nacional de Tingo María?					
FINRD 17	¿Cree que el nivel de ingresos de los visitantes incide en dar prioridad a visitar lugares de la naturaleza?					
FIF 18	¿Está de acuerdo que las vacaciones puedan ser financiadas por un tercero, como: una entidad financiera o una agencia de turismo?					
FIM 19	¿El estar en contacto con la naturaleza le motiva a realizar turismo?					
FICS 20	¿Cree que la edad, la profesión, el empleo, el nivel de educación o la movilidad física influyen en el hecho de que un individuo demande más o menos cantidad de turismo?					
FIFEV 21	¿Considera que la forma y estilo de vida determina de que se haga turismo?					
FITO 22	Sólo las personas que tienen tiempo de ocio pueden hacer turismo					
FICIRP 23	¿Cree que las creencias ideológicas, religiosas y políticas influyen para hacer turismo?					
FENP 24	Los precios de los paquetes turísticos influirán en realizar o no el turismo.					
FEPFCGT 25	Un aumento de la presión fiscal, la renta disponible de los individuos es relativamente menor y por lo tanto, se producirá una disminución en la demanda de turismo					
FETC 26	La variación del tipo de cambio de moneda disminuye la demanda de hacer turismo					
FECE 27	¿Considera que las fiestas, vacaciones escolares o la estacionalidad climatológica son condiciones favorables para que los individuos realicen turismo?					
FEFP 28	Las actuaciones políticas de los gobiernos pueden fomentar o impedir el aumento de la demanda turística.					

FEFP 29	La creación de infraestructuras y apoyo a la industria turística por parte del gobierno central o regional, estimulará el desarrollo del turismo.					
FEFP 30	Las acciones como la exigencia de visado para visitar un determinado país, disminuye el turismo.					
FEFP 31	La existencia de régimen político inestable, contraerán la demanda turística.					
FEFD 32	Las naciones en vías de desarrollo, fundamentalmente rurales, con altos índices de natalidad y de mortalidad, ¿Podrán realizar turismo?					
FEFD 33	Las naciones en vías de desarrollo, con jóvenes y extensas familias, que subsisten de la agricultura ¿Podrán realizar turismo?					
FEFA 34	Las guerras o cataclismos naturales, inciden en la demanda turística.					
FEFRSC 35	La implantación en el mercado de servicios o destinos turísticos, influyen en el comportamiento de la demanda turística.					
FEFRSP 36	La conducta de los turistas es influenciada por variables tales como la calidad, la relación calidad/precio.					
FEFRSP 37	La conducta de los turistas es influenciada por variables, tales como la diversidad de agencias turísticas, la existencia de productos o servicios turísticos alternativos.					
AEF 38	La conducta de los turistas es influenciada por variables, tales como la diversidad y nivel de competitividad de los competidores turísticos.					

Nota Bibliográfica**DIANA KATERIN SEGURA FLORES**

Diana Katerin SEGURA FLORES nació el 27 de diciembre de 1994, en el distrito de Llata de la provincia de Huamalíes, Departamento de Huánuco, en un hogar conformado por sus padres Zenovia Flores Calderón y Felix Severiano Segura Espinoza. Padres de tres hijos; dos mujeres y un varón. Curso sus estudios de primaria en la institución Educativa 32385 Virgen de Fátima, Distrito de Llata, Provincia de Huamalíes, Departamento de Huánuco y estudio su secundaria en el Colegio I.E “JAPON” en el distrito de Llata, Provincia de Huamalíes, Departamento de Huánuco. Estudio la carrera profesional de Economía, en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, obteniendo el grado de bachiller en economía en abril del 2023.

Inicio sus labores en el año 2023 en la Unidad Ejecutora 405 RED DE SALUD HUAMALIES del 01 de agosto del 2023 hasta la fecha sigue laborando en el mismo centro de trabajo.

Nota Bibliográfica

RUTH MISHELL MORALES VILLANERA

Ruth Mishell Morales Villanera, nació el 28 de noviembre de 1996, en el distrito de Amarilis de la provincia de Huánuco, departamento de Huánuco, en un hogar conformado por sus padres Eva Rosa Villanera Rivera y Nemecio Morales y sus 3 hermanos varones y una mujer.

En sus primeros años de vida creció acompañada su abuela Celestina Salas Bazán mientras su madre laboraba como docente, al llegar la edad escolar cursó el 1° y 2° del nivel primario, en la institución donde su madre laboraba: I.E. “32819 Quenrra”- Churubamba. posteriormente continuó sus estudios primarios en la I.E. “René Guardian Ramírez”- Amarilis, y el nivel secundario en la I.E.I. “Julio Armando Ruiz Vasquez” ubicado en el mismo distrito.

Continuó sus estudios superiores en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, en la carrera profesional de economía, donde obtuvo el grado de bachiller.



"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN - HUÁNUCO
FACULTAD DE ECONOMÍA



LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

En la ciudad universitaria de Cayhuayna a los 27 días del mes de Diciembre del 2023, siendo las 11.45 horas, se reunieron en el auditorio de la Facultad de Economía, Pabellón Nueve de la UNHEVAL, los Miembros Integrantes del Jurado Examinador de la Tesis Titulada: "LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA CON LA DEMANDA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE HUÁNUCO: 2010 - 2022"; presentado por los Bachilleres: Diana Katerin SEGURA FLORES y Ruth Mishell MORALES VILLANERA, aprobada con RESOLUCIÓN N° 339-2023-UNHEVAL-FE-D, de fecha 11.SET.2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Economista, siendo los Miembros del Jurado los siguientes docentes:

Dr. Roque VALDIVIA JARA	PRESIDENTE
Dr. Clayton ALVARADO CHAVEZ	SECRETARIO
Dr. Juan Jua TARAZONA TUCTO	VOCAL
Mg. Emigdio RAMOS CORNELIO	ACCESITARIO

Asesor de Tesis: Dr. Enrique CASTRO Y CÉSPEDES (Resolución N° 253-2023-UNHEVAL-FE-D, de fecha 03.JUL.2023)

Finalizada la sustentación de la Tesis, el Jurado procedió a deliberar y verificar, habiendo obtenido el siguiente calificativo:

Apellidos y Nombres del Tesista	1er. Miembro	2do. Miembro	3er. Miembro	Promedio Final
SEGURA FLORES Diana Katerin	16	16	16	16
MORALES VILLANERA Ruth Mishell	16	16	16	16

Que de acuerdo al Art. 78° del Reglamento General de Grados y Títulos modificado vigente, tiene el equivalente a

BUENO

OBSERVACIONES:

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas 11.45 en fe de lo cual firmamos.

Dr. Roque VALDIVIA JARA
 PRESIDENTE

Dr. Clayton ALVARADO CHAVEZ
 SECRETARIO

Dr. Juan Jua TARAZONA TUCTO
 VOCAL



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

**FACULTAD DE ECONOMÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA
CARRERA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

**CONSTANCIA DE SIMILITUD N° 034-2023-SOFTWARE ANTIPLAGIO
TURNITIN-FE-UNHEVAL.**

La Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Economía, emite la presente CONSTANCIA DE SIMILITUD, aplicando el Software TURNITIN, el cual reporta un 31 % de similitud, correspondiente a la interesada **Diana Katerin SEGURA FLORES**, de la tesis "**LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA CON LA DEMANDA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE HUÁNUCO: 2010 - 2022**", cuyo asesor es el **Dr. Werner PINCHI RAMIREZ**; por consiguiente

SE DECLARA APTO

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Cayhuayna, 15 de diciembre 2023

Dra. Jaheth Leynig Tello Cornejo
*Director de la Unidad de Investigación
de la Facultad de Economía
UNHEVAL*

**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"***Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD***FACULTAD DE ECONOMÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA
CARRERA PROFESIONAL DE ECONOMÍA****CONSTANCIA DE SIMILITUD N° 034-2023-SOFTWARE ANTIPLAGIO
TURNITIN-FE-UNHEVAL.**

La Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Economía, emite la presente CONSTANCIA DE SIMILITUD, aplicando el Software TURNITIN, el cual reporta un 31 % de similitud, correspondiente a la interesada **Ruth Mishell MORALES VILLANERA**, de la tesis "**LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA CON LA DEMANDA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE HUÁNUCO: 2010 - 2022**", cuyo asesor es el **Dr. Werner PINCHI RAMIREZ**, por consiguiente

SE DECLARA APTO

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Cayhuayna, 15 de diciembre 2023

Dra. Janeth Leynig Tello Cornejo
Director de la Unidad de Investigación
de la Facultad de Economía
UNHEVAL

NOMBRE DEL TRABAJO

LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y
SU INFLUENCIA CON LA DEMANDA
DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE
HUÁNUCO: 2010 - 2022

AUTORES:

DIANA KATERIN SEGURA FLORES
RUTH MISHELL MORALES VILLANERA

RECUENTO DE PALABRAS

17751 Words

RECUENTO DE CARACTERES

96449 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

114 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

827.7KB

FECHA DE ENTREGA

Dec 15, 2023 8:47 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Dec 15, 2023 8:48 AM GMT-5

● **31% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 31% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)
- Material citado

● 31% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 31% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	repositorio.unheval.edu.pe Internet	10%
2	repositorio.udh.edu.pe Internet	5%
3	unheval.edu.pe Internet	3%
4	dspace.unl.edu.ec Internet	2%
5	tesis.usat.edu.pe Internet	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Internet	1%
7	repositorio.upagu.edu.pe Internet	<1%
8	hdl.handle.net Internet	<1%

Número de coincidencias		Reporte de similitud
9	repositorio.uss.edu.pe Internet	<1%
10	repositorio.utn.edu.ec Internet	<1%
11	cybertesis.unmsm.edu.pe Internet	<1%
12	1library.co Internet	<1%
13	dspace.uce.edu.ec Internet	<1%
14	Erwin Meza, Edinson Castillo, Sara Garces, Wilmer Camacho. "Micomu... Crossref	<1%
15	repositorio.escuelamilitar.edu.pe Internet	<1%
16	repositorio.uta.edu.ec Internet	<1%
17	dspace.udla.edu.ec Internet	<1%
18	repositorio.udch.edu.pe Internet	<1%
19	repositorio.ucs.edu.pe Internet	<1%
20	repositorio.upsjb.edu.pe Internet	<1%

21	EP NBS S.A.C. on 2015-09-24	<1%
	Submitted works	
22	repositorio.unesum.edu.ec	<1%
	Internet	
23	slideshare.net	<1%
	Internet	
24	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-15	<1%
	Submitted works	
25	docplayer.es	<1%
	Internet	
26	repositorio.autonmadeica.edu.pe	<1%
	Internet	
27	ri-ng.uaq.mx	<1%
	Internet	
28	UNIACC on 2009-03-16	<1%
	Submitted works	
29	Universidad Cesar Vallejo on 2017-07-12	<1%
	Submitted works	
30	repository.usta.edu.co	<1%
	Internet	
31	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-04	<1%
	Submitted works	
32	Universidad Cesar Vallejo on 2016-05-03	<1%
	Submitted works	

33

studocu.com

Internet

<1%



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

1. Autorización de Publicación: (Marque con una "X")

Pregrado	<input checked="" type="checkbox"/>	Segunda Especialidad		Posgrado:	Maestría	Doctorado
Pregrado (tal y como está registrado en SUNEDU)						
Facultad	ECONOMÍA					
Escuela Profesional	ECONOMÍA					
Carrera Profesional	ECONOMÍA					
Grado que otorga	-----					
Título que otorga	ECONOMISTA					
Segunda especialidad (tal y como está registrado en SUNEDU)						
Facultad	-----					
Nombre del programa	-----					
Título que Otorga	-----					
Posgrado (tal y como está registrado en SUNEDU)						
Nombre del Programa de estudio	-----					
Grado que otorga	-----					

2. Datos del Autor(es): (Ingrese todos los datos requeridos completos)

Apellidos y Nombres:	SEGURA FLORES DIANA KATERIN					
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>
Nro. de Documento:	73633511			Nro. de Celular:	989230050	
				Correo Electrónico:	dianaseguraflores4@gmail.com	
Apellidos y Nombres:	MORALES VILLANERA RUTH MISHELL					
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>
Nro. de Documento:	70988862			Nro. de Celular:	967140580	
				Correo Electrónico:	mmoralesvillanera@gmail.com	
Apellidos y Nombres:						
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>
Nro. de Documento:				Nro. de Celular:		
				Correo Electrónico:		

3. Datos del Asesor: (Ingrese todos los datos requeridos completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)

¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?: (marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
Apellidos y Nombres:	CASTRO Y CESPEDES ENRIQUE				ORCID ID:	https://orcid.org/0000-0002-0165-1505			
Tipo de Documento:	DNI	<input checked="" type="checkbox"/>	Pasaporte	<input type="checkbox"/>	C.E.	<input type="checkbox"/>	Nro. de documento:	22435387	

4. Datos del Jurado calificador: (Ingrese solamente los Apellidos y Nombres completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)

Presidente:	VALDIVIA JARA ROQUE
Secretario:	ALVARADO CHAVEZ CLAYTON
Vocal:	TARAZONA TUCTO JUAN JUA
Vocal:	
Accesitario	RAMOS CORNELIO EMIGIDIO


5. Declaración Jurada: (ingrese todos los datos requeridos completos)

a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: (ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)	
LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA CON LA DEMANDA DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE HUÁNUCO: 2010 -2022	
b) El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de: (tal y como está registrado en SUNEDU)	
TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA	
c) El Trabajo de Investigación no contiene plagio (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias.	
d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros.	
e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional.	
f) Los datos presentados en los resultados (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente.	
g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.	
h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.	

6. Datos del Documento Digital a Publicar: (ingrese todos los datos requeridos completos)

Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: (Verifique la información en el Acta de Sustentación)			2023
Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: (Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)	Tesis	<input checked="" type="checkbox"/>	Tesis Formato Artículo
	Trabajo de Investigación	<input type="checkbox"/>	Trabajo de Suficiencia Profesional
	Trabajo Académico	<input type="checkbox"/>	Otros (especifique modalidad)
Tesis Formato Patente de Invención	<input type="checkbox"/>	Tesis Formato Libro, revisado por Pares Externos	<input type="checkbox"/>
Palabras Clave: (solo se requieren 3 palabras)	INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	DEMANDA TURÍSTICA	INFLUENCIA
Tipo de Acceso: (Marque con X según corresponda)	Acceso Abierto	<input checked="" type="checkbox"/>	Condición Cerrada (*)
	Con Periodo de Embargo (*)	<input type="checkbox"/>	Fecha de Fin de Embargo:
¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora? (ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiera, beca, subvención u otras; -marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):			SI
Información de la Agencia Patrocinadora:			NO
			X

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.



7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

Firma: 		
Apellidos y Nombres:	SEGURA FLORES DIANA KATERIN	Huella Digital
DNI:	73633511	
Firma: 		
Apellidos y Nombres:	MORALES VILLANERA RUTH MISHELL	Huella Digital
DNI:	70988862	
Firma:		
Apellidos y Nombres:		Huella Digital
DNI:		
Fecha: 27 DE DICIEMBRE 2023		

Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildean si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.