

**UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE
APURÍMAC**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**RECURSOS TURÍSTICOS Y SU INFLUENCIA EN EL
CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA
PROVINCIA DE ABANCAY – 2014.**

Tesis para optar el título profesional de licenciado en
Administración de Empresas

AUTORES:

Bach. Adm. Konrad Contreras Taibe

Bach. Adm. Christian HuachacaTapullima

Abancay, Octubre del 2016

Perú



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



PROYECTO DE TESIS

RECURSOS TURÍSTICOS Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE ABANCAY – 2014.

ASESOR: LIC. ADM. ROBERT ANIBAL LUCIANO ALIPIO.

JURADOS

PRESIDENTE : Mg. Adm. Victor Carmelino Vargas Godoy

PRIMER MIEMBRO : Dra. Marina Vilca Cáceres

SEGUNDO MIEMBRO : Mg. Leticia Rosario Valer Montesinos

AUTORES

- **Bach. CONTRERAS TAIPE KONRAD**
- **Bach. HUACHACA TAPULLIMA CHRISTIAN FRANK**



**RECURSOS TURÍSTICOS Y SU
INFLUENCIA EN EL
CRECIMIENTO DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA
PROVINCIA DE ABANCAY –
2014.**



Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a nuestros padres quienes siempre dan su apoyo incondicional en todas las decisiones que se tome.



AGRADECIMIENTO

Al finalizar este presente trabajo de investigación tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis es inevitable que te asalte un muy humano egocentrismo que te lleva a concentrar la mayor parte del mérito en el aporte que has hecho. Sin embargo, el análisis objetivo te muestra inmediatamente que la magnitud de ese aporte hubiese sido imposible sin la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para nosotros un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, expresándoles mis agradecimientos.

Debo agradecer de manera especial y sincera al Lic. ADM. ROBERT ANIBAL LUCIANO ALIPIO por aceptar realizar esta tesis bajo su dirección. Su apoyo y confianza en el trabajo y su capacidad para guiar nuestras ideas, ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en nuestra formación como investigador. Las ideas propias, siempre enmarcadas en su orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos, el cual no se puede concebir sin su siempre oportuna participación. Le agradezco también el haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de esta tesis. Muchas gracias.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento a la Lic. DEYSI JHOVANA PINTO HUILLCA por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de esta tesis. Debo destacar, por encima de todo, su disponibilidad y paciencia que hizo que nuestras siempre acaloradas discusiones redundaran benéficamente tanto a nivel científico como personal. No cabe duda que su participación ha enriquecido el trabajo realizado y, además, ha significado el surgimiento de una sólida amistad.

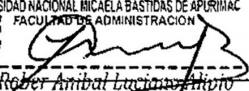


CONFORMIDAD DE TESIS

El suscrito Doctor en Administración Rober Anibal Luciano Alipio docente de la Facultad de Administración de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, asesor del Proyecto de Investigación Científica y Tesis Universitaria (Informe Final) denominado “**Los Recursos Turísticos y su Influencia en el Crecimiento de la Actividad Turística de La Provincia De Abancay - 2014**” presentado por los Bachilleres en Administración Christian Frank Huachaca Tapullima y Konrad Contreras Taípe, Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas. El mismo que ha sido desarrollado dentro de los marcos y exigencias de la metodología de investigación científica (Forma y Fondo), Así como se acoge con los requerimiento de contenido estructural y de procedimientos estipulados en el reglamento de grados y títulos de la Universidad Nacional Micaela bastidas de Apurímac y el plan curricular de esta Escuela Académico Profesional de Administración de Empresas de la Facultad de Administración.

Por lo anteriormente sustentado y en condición de asesor ante las autoridades y jurado de evaluación, sustentación y defensa de tesis, **procuró la CONFORMIDAD PERTINENTE para los procedimientos académicos y administrativos que ameritan para optar el Título Profesional**

Abancay 20 Abril del 2016

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Dr. Rober Anibal Luciano Alipio
Rober Anibal Luciano Alipio
ASESOR

CONSTANCIA DE CORRECCIÓN DE ESTILO

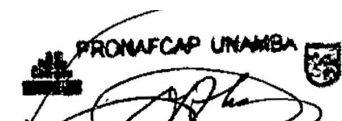
EL ESPECIALISTA EN CORRECCIÓN DE LETRAS QUIEN SUSCRIBE

HACE CONSTAR

Que corregí la estructura externa consistente en la gramática, ortografía y semántica contextual (coherencia y cohesión) del informe final de la tesis titulada "RECURSOS TURÍSTICOS Y SU INFLUENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE ABANCAY- 2014", presentado por los bachilleres en Ciencias Administrativas **Konrad CONTRERAS TAIPE** y **Christian HUACHACA TAPULLIMA** para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac.

Se expide la presente constancia a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.


Abancay, 01 de setiembre de 2016


Lic. Hipólito Alviz Rayán
ESPECIALISTA

c.c. : Archivo

HAR/...




UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Victor C. Vargas Godoy
DOCENTE ASOCIADO
EAFN

PRESIDENTE


UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC

Lj. Adm. Marina Vilca Cáceres
DOCENTE ASOCIADO

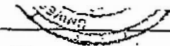
PRIMER MIEMBRO

Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
Escuela Académica Interregional de Administración de Empresas

Mg. P. Walter Montesinos
COORDINADOR

SEGUNDO MIEMBRO

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

Dr. Rober Anibal Luciano Alipio
DOCENTE

ASESOR



ACTA DE SUSTENTACIÓN Y DEFENSA DE TESIS DEL BACHILLER CHRISTIAN FRANK HUACHACA TAPULLIMA Y EL BACHILLER KONRAD CONTRERAS TAPPE.
 El Auditorio de la Facultad de Administración, situado en la sede universitaria de Tambuco de la Universidad Nacional Cayla Bastidas de Apurímac, siendo las diez y siete horas del lunes veinte de Julio del año Dos mil Quince, se reúnen integrantes del Jurado Evaluador de Tesis del Bachiller Christian Frank Huachaca Tapullima y el Bachiller Konrad Contreras Tappe, presido por el Mg. Victor Carmelino Vargas Godoy, Dra. Marina Velazquez (Primer miembro), Mg. Rosario Leticia Valer Montesinos (Segundo miembro), al Mg. Pabor Anibal Luciano Alpio (Asesor). dicho Asesor no asiste a la sustentación y defensa de tesis, con el propósito de dar cumplimiento al memorando Múltiple N° 061-2015-D-EAPA-FA-UNAMBA-Ab, del 2015, con el cual se comunicó la fecha y hora de la programación de la "Tesis titulada "Los Recursos turísticos y su influencia en el desarrollo de la Actividad Turística de la Provincia de Abancay, 2014", presentados por los bachilleres referidos anteriormente, el cual fue aprobado con Resolución Decanal N° 039-2015-DEA-UNAMBA de fecha 24/06/15 y con Dictamen N° 001-2015-JEST-EAPA E/FA-UNAMBA, de fecha 15/06/15. Se da apertura al evento académico con la sustentación de tesis por parte de los bachilleres al título profesional de Licenciado en Administración de Empresas, en estricto cumplimiento y procesos estipulados en el Reglamento de Grados y Títulos - UNAMBA, se les otorga un tiempo de exposición de diez minutos a cada uno, y luego dio lectura a las conclusiones y recomendaciones concluyendo la fase de sustentación, para luego proceder a la fase de preguntas y réplicas de los jurados dentro de los marcos del tema de investigación desarrollado en la tesis, concluido este fase los jurados de opinión personal del Jurado para luego comunicarse la aprobación o no otorgado por la nota de once (11) para el Bachiller Konrad Contreras Tappe y la nota de catorce (14) para el Bachiller Christian Frank Huachaca Tapullima. Finalmente los jurados comunican las observaciones



dia, firmando al pie de los presentes en señal de conformidad

[Signature]
Manuel Vilca Cáceres
DNI: 09583267

UNIVERSIDAD NACIONAL
MICAELA BASTIDAS DE PURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
[Signature]
Mg. Victor C. Vargas Gómez
DNI: 01288588

Universidad Nacional - Micro-Region de Apurímac
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
Escuela Académica Profesional de Administración de Empresas
Lic. Adm. Rosario L. Valer Montesinos
DOC. ASOC. ORDINARIO
DNI: 24388610
CERTIFICADO
Que el DNI: 24388610
Es copia fiel del original que se encuentra en los archivos de esta institución y que me remito en caso necesario.
16 SET. 2016
Abancay.....

[Signature]

Christian Frank Huasaca
Tapullima
DNI: 4555046

[Signature]

KONRAO CONTRERAS TRIBE
DNI: 46851567

[Signature]
Abog. Juan José Avila Ovalta
SECRETARIO GENERAL

ACTA DE SUSTENTACIÓN Y DEFENSA DE TESIS DE PROGRAMADO DE LA BACHILLERES MELISSA FERNANDEZ MONTESINOS Y BACHILLER VICTOR GUTIERREZ CONTRERAS, MIÉRCOLES 22 JULIO DEL DOS MIL QUINCE PARA EL TESIS "GESTION ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMERCIALIZACION DE FIBRA DE ALPACA DE LA ASOCIACIONES ALPAQUERAS EN LA PROVINCIA DE AYMARATES, 2014" PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO DE ADMINISTRACION.

En el auditorio de la facultad de la administración, situada en la ciudad universitaria, Av. Garcitaza s/n. del Distrito de Tamburo, provincia de Abancay siendo las dieciséis horas como primera llamada y segunda llamada a las dieciséis con veintidós horas del día miércoles veinte dos de julio del año dos mil quince. En atención al memorando múltiple N° 064-2015-D-EAPA-FA-UNAMBA-Ab Se reúnen los miembros de jurado evaluación y sustitución de tesis "Gestión Organizacional y su Influencia en la Comercialización de fibra de Alpaca de la Asociación Alpaquera en la Provincia de Aymaraes, 2014", c. Docentes: Mg. Mauro Huayana Huaynabro, (presidente de jurado



ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
1.3.1.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:.....	6
II.	MARCO TEÓRICO.....	12
2.1.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
2.2.	MARCO TEÓRICO.....	16
2.2.1.	RECURSOS TURÍSTICOS.....	16
2.2.1.1.	CLASIFICACIÓN.....	17
2.2.1.2.	RECURSOS TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE ABANCAY.....	22
2.2.2.	ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	23
2.2.2.1.	ORÍGEN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	23
2.2.2.2.	DEFINICIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	23
2.2.2.3.	CLASIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	24
2.2.2.3.1.	Demanda turística.....	25
2.2.2.3.1.1.	Tipología de la demanda.....	25
2.2.2.3.2.	Oferta turística.....	27
2.2.2.3.3.	Espacio geográfico.....	29
2.2.2.3.4.	Operadores turísticos.....	31
2.2.2.3.5.	Según el tipo de desplazamiento.....	33
2.2.2.3.6.	Según la modalidad.....	34
2.3.	MARCO CONCEPTUAL.....	34
III.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	37
	CONCLUSIONES.....	74
	RECOMENDACIONES.....	76
	BIBLIOGRAFIA.....	77
	ANEXOS.....	79



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01	18
Tabla N°02	23
Tabla N°03	38
Tabla N°04	39
Tabla N°05	40
Tabla N°06	41
Tabla N°07	42
Tabla N°08	43
Tabla N°09	44
Tabla N°10	45
Tabla N°11	46
Tabla N°12	47
Tabla N°13	48
Tabla N°14	49
Tabla N°15	50
Tabla N°16	51
Tabla N°17	52
Tabla N°18	53
Tabla N°19	54
Tabla N°20	55
Tabla N°21	56
Tabla N°22	57
Tabla N°23	58
Tabla N°24	59
Tabla N°25	60
Tabla N°26	61
Tabla N°27	62
Tabla N°28	64
Tabla N°29	65
Tabla N°30	67
Tabla N°31	69



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°01	38
Figura N°02	39
Figura N°03	40
Figura N°04	41
Figura N°05	42
Figura N°06	43
Figura N°07	44
Figura N°08	45
Figura N°09	46
Figura N°10	47
Figura N°11	48
Figura N°12	49
Figura N°13	50
Figura N°14	51
Figura N°15	52
Figura N°16	53
Figura N°17	54
Figura N°18	55
Figura N°19	56
Figura N°20	57
Figura N°21	58
Figura N°22	59
Figura N°23	60
Figura N°24	61
Figura N°25	62
Figura N°26	64
Figura N°27	66
Figura N°28	68
Figura N°29	70



RESUMEN

La información describe los “Recursos turísticos y su influencia en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay - 2014” encauzado por la existencia de recursos susceptibles en destinos turísticos, ya que por sus características constituyen un atractivo para el turismo y requieren acciones de promoción e inversión coordinadas entre el sector público y privado, para el diseño de lineamientos de programas y proyectos de desarrollo de la Actividad Turística a nivel local, regional y nacional.

La metodología se ha centrado en la investigación de tipo básica, de nivel explicativo o causal, método hipotético – deductivo/ no experimental - transversal o transeccional – causal.

Aplicándose técnicas de encuesta y análisis documental para la recolección de información a actores directos. Concluyéndose, que los recursos turísticos tienen una débil influencia en el crecimiento de la actividad turística, a partir de la insuficiente contribución de políticas de restauración, mejoramiento, infraestructuras viales, entre otras necesarias para su operativización de la actividad turística, así como la poca apertura a la inversión local, nacional y extranjera del sector turismo.

Palabras claves: Actividad turística, área turística, demanda turística, destino turístico, equipamiento turístico, espacio geográfico, manifestaciones culturales, oferta turística, producto turístico, recursos turísticos y manifestaciones culturales.



ABSTRACT

The information describes the "Tourist Resources and its influence on the growth of tourism in the province of Abancay - 2014" channeled by the existence of sensitive resources in tourist destinations because their characteristics are attractive for tourism and required actions promotion and coordinated between the public and private sector, to design guidelines for programs and projects of tourism development at the local, regional and national investment.

The methodology has focused on basic research type of explanatory or causal level, hypothetical - deductive method / non-experimental - transverse or transactional - causal.

Applying techniques to survey and document data collection analysis to direct actors. Concluding that tourism resources have a weak influence on tourism, from the insufficient contribution of policies restoration, enhancement, road infrastructure, among others, necessary for operationalization of tourism and the lack of openness to local, national and foreign investment in the tourism sector.

Words claves: tourism, Tourist Area, Tourism Demand, tourist destination, tourist facilities, geographical space, Cultural Events, tourist, Tourism Product, Tourism Resources, Cultural Events.

I. INTRODUCCIÓN

En el mundo la Actividad Turística, se considera un gran generador de ocupación, y no solo por el número de puestos de trabajo directo que requieren las instalaciones turísticas (hoteles, apartamentos o restaurantes), sino también por los que se originan de forma indirecta (los que cubren el suministro de turistas: construcción, transporte, agencias de viaje, casas de cambio y seguridad) e inducida (los que surgen de la demanda por parte de los empleados directos e indirectos del turismo: comercio, bancos y espectáculos). Por tanto, si los recursos con los que se cuenta, son bien aprovechados, la Actividad Turística se podría convertir en el principal sector socioeconómico del mundo y una de las primeras partidas al comercio internacional.

Con la globalización y el avance tecnológico, ha contribuido al hombre a satisfacer aún más sus necesidades y como bien sabemos es la naturaleza humana de conocer y explorar el mundo que rodea, ese mundo donde existen diferentes lugares cada uno con una belleza única, desde las construcciones antiguas, lugares naturales hasta las costumbres y tradiciones que cada pueblo, ciudad o país posee. En este trabajo de investigación se planteó demostrar la Influencia que tiene los Recursos Turísticos en el crecimiento de la Actividad Turística, para conocer esta Influencia de causa y efecto de las variables se ha hecho el estudio pertinente en la provincia de Abancay, para poder explicar el por qué no se desarrolla los distintos tipos de turismo en esta ciudad como se debería, para lo cual se cuenta con la siguiente información que respalda nuestro trabajo de investigación que son el Marco Teórico donde se contempla la definición de los Recursos Turísticos y de la Actividad Turística estas fuentes bibliográficas se encuentran en libros, tesis digitales y físicas que fueron analizadas y elegidas por los investigadores.

Este trabajo de investigación nace desde la percepción que esta Actividad Turística puede ser uno de los pilares principales del crecimiento del Perú y por ende de Abancay, si bien hay una Actividad Turística, esta actividad creemos se está

realizando de forma no adecuada, sin una planificación eficiente e integrada que proponga satisfacer las necesidades de los turistas nacionales e internacionales.

El propósito de la tesis es de carácter netamente científico el cual proporcionara datos e información valiosa para el entendimiento del fenómeno turístico que se vive dentro de la ciudad de estudio, de esta manera a modo de diagnóstico se tendrá referencia acerca de las causas y efectos que involucran el pleno desarrollo turístico y por qué hasta la actualidad los gobiernos de turno, entidades relacionadas al turismo así como la ley general de turismo, la constitución política y otras disposiciones legales complementarias y conexas no están ofreciendo los resultados esperados en materia de turismo.

Los objetivos de esta tesis desde un punto de vista socioeconómico que es lo que se busca principalmente son de analizar de manera científica y metodológicamente con el diseño de investigación explicativa, crear alternativas de desarrollo y mejor calidad de vida en la provincia de Abancay.

Como objetivos específicos tomando en cuenta las dimensiones del proyecto se consideran primero el de demostrar el potencial impacto que puede generar la Actividad Turística en la economía local, segundo integrar a los distintos órganos de gobierno y entidades vinculantes que tiene como responsabilidad el Crecimiento Turístico. En este sentido de acuerdo al segundo objetivo se puede lograr siguiendo los lineamientos y actuando en el marco de ley con criterio y buen juicio a futuro y grandes proyectos turísticos y en tercer lugar, como último objetivo, rescatar nuestro patrimonio histórico, cultural y ecológico.

La hipótesis fundamental del trabajo supone que existe un fuerte potencial desarrollo turístico y generación de empleo, a partir de esta formulación los conceptos claves como Recursos Turísticos y Actividad Turística se convierten en las principales variables de estudio, en el postulado caso de que los Recursos Turísticos sean restaurados, mejorados y puestos en valor de acuerdo a las directrices correspondientes influirán positivamente en la Actividad Turística.

Los resultados de la investigación se encuentran en los cuadros y gráficos que se obtuvieron de las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros, lo que hace que el resultado de esta tesis tenga un punto de vista diferente a como los turistas ven a nuestra ciudad.

En general, este trabajo de tesis expone una estructura o cuerpo de informe, que explicamos a continuación:

La estructura del trabajo esboza un resumen y las palabras claves, luego incluye una introducción, seis capítulos y un conjunto de conclusiones y recomendaciones, a los que llegamos con la finalidad de orientar el ordenamiento del turismo, sustentada en una actitud filosófica, además de las referencias bibliográficas y anexos.

1.1. Formulación del problema

1.1.1. Problema general

¿De qué manera los recursos turísticos influyen en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014?

1.1.2. Problemas específicos:

¿En qué medida los sitios naturales y las manifestaciones culturales influyen en el crecimiento de la actividad turística?

¿De qué manera el folclore influye en el crecimiento de la actividad turística?

¿De qué manera los acontecimientos programados influyen en el crecimiento de la actividad turística?

¿Cuál es el nivel de crecimiento de la actividad turística?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar los recursos turísticos y su influencia en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Explicar qué medida los sitios naturales y las manifestaciones culturales influyen en el crecimiento de la actividad turística.
- Determinar de qué manera el folclore influye en el crecimiento de la actividad turística.
- Explicar de qué manera los acontecimientos programados influyen en el crecimiento de la actividad turística.
- Determinar el nivel de crecimiento de la actividad turística.

1.3. HIPÓTESIS

1.3.1. HIPOTESIS GENERAL

Si los recursos turísticos son puestos en valor, restaurados y mejorados entonces influirán positivamente y en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014.

1.3.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

Si los sitios naturales y las manifestaciones culturales poseen atributos propios como cuerpos y caídas de agua, montañas, grutas, caverna o cuevas y lugares pintorescos, así como expresiones culturales como la agricultura, lugares históricos, entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.

Si el folclore está compuesto por el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte y gastronomía, entonces influyen de manera positiva en el crecimiento de la actividad turística.

- Si los acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.
- Si existen factores determinantes como la demanda, la oferta, espacio geográfico y operadores de mercado entonces el nivel de crecimiento de la actividad turística es alto.

1.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

1.4.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es básica, ya que no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos. Su objeto son las teorías científicas.

(CHARAJA CUTIPA, 2009, pág. 41).

Con la presente investigación se pretende aportar al conocimiento científico sobre los Recursos Turísticos y su influencia en el crecimiento de la Actividad Turística en la provincia de Abancay - 2014.

1.4.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de investigación que corresponde al presente trabajo es explicativo o causal, tal como indica (CHARAJA CUTIPA, 2009, pág. 44); que busca responder a causas de sucesos físicos o sociales; el principal interés es conocer el por qué sucede un fenómeno. La investigación explicativa tiene como fundamento la prueba de hipótesis y busca que las conclusiones lleven a la formulación o el contraste de leyes o principios científicos.

La presente investigación busca contrastar cómo los recursos turísticos influyen en el crecimiento de la actividad turística en la Provincia de Abancay - 2014.

1.4.2. MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.4.2.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que corresponde al presente trabajo de investigación es deductivo; que consiste en el razonamiento mental que permite descubrir nuevos conocimientos de lo general para llegar a lo particular y permite extender los conocimientos que se tienen sobre la clase determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenezca a esa misma clase, (BERNAL TORRES, 2006, pág. 56).

1.4.2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló haciendo uso del diseño transversal o transeccional – explicativo; por ser una investigación no experimental, ya que no se va a manipular deliberadamente las variables, (CHARAJA CUTIPA, 2009, pág. 49).

El propósito es explicar la influencia de los recursos turísticos en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay; en un único momento y en forma simultánea.

El diseño de investigación que se asume corresponde al tipo causal y se expresará en el siguiente modelo:

$$Y = f(X)$$

1.4.3. POBLACIÓN

La población a estudiar son personas nacionales y extranjeras que hacen uso de los servicios turísticos en la provincia de Abancay, que según el Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), asciende a 137,660 personas que arriban a la provincia de Abancay y que hacen uso de los servicios turísticos, según datos de la DIRCETUR (2014)

Por lo tanto, la población es: $N=137,660$

1.4.4. CARACTERÍSTICAS Y DELIMITACIÓN

1.4.4.1. Características

La población a investigar son personas buscan satisfacer necesidades de ocio, y de investigación quienes utilizan los servicios turísticos con características de acuerdo a gustos y preferencias en las actividades turísticas que ofrece la provincia de Abancay-Apurímac.

1.4.4.2. Delimitación

La población está constituida por los turistas locales, nacionales y extranjeros de ambos sexos, entre las edades de 18 a 65 años a quienes les atraen las actividades turísticas cuyo propósito es satisfacer necesidades del sector turístico.

1.4.5. UBICACIÓN ESPACIO – TEMPORAL

La investigación se realizó en la provincia de Abancay y sus distritos, en el año 2014.

1.4.6. MUESTRA

La muestra se obtuvo de los visitantes de ambos sexos quienes hacen uso de los servicios turísticos.

1.4.6.1. TÉCNICAS DE MUESTREO:

La técnica a utilizar es el muestro probabilístico.

1.4.6.2. TAMAÑO Y CÁLCULO DEL TAMAÑO

En el presente trabajo de investigación se realizó un muestreo aleatorio simple por lo tanto se hizo uso del total de la población que arriban a la provincia de Abancay, para sacar una muestra y aplicar las técnicas de investigación:

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

Donde:

N = población (137660)

P = probabilidad de éxito (0.5)

Q = probabilidad de fracaso (0.5)

Z = nivel de confianza (1.96)

E = margen de error (5% = 0.05)

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

$$N = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)137660}{0.05^2(137660 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

N=383.09

N= 383

La muestra para la población es de 383 visitantes.

1.4.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.4.7.1. TÉCNICAS

Las técnicas de recopilación de datos que se utilizó en la investigación son las siguientes:

Encuestas. Se aplicó a las personas que arriban a la provincia de Abancay y hacen uso de los servicios turísticos para obtener respuestas en relación a los recursos turísticos.

Análisis documental. Se utilizó para evaluar la relevancia de la información que se considerará para el trabajo de investigación,

relacionada a los recursos turísticos y actividad turística de la provincia de Abancay.

1.4.7.2. INSTRUMENTOS

Los instrumentos que se utilizarán en la investigación son los cuestionarios y guías de análisis.

- Cuestionario
- Guías de análisis documental

1.4.8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento y análisis de datos utilizamos fue el software estadístico SPSS versión 18, por su facilidad y tratamiento de la información.

1.4.9. PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para la prueba de hipótesis se utilizó la prueba estadística Chi cuadrado, que permite probar si más de dos proporciones de población pueden considerarse iguales; es decir, nos permitirá probar si dichas proporciones no presentan diferencias significativas.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

a. Antecedentes internacionales

- Referente a los estudios internacionales relacionados al tema de investigación, se resalta la de, (LUNA GARCIA, 2009), México, una investigación titulada “Evaluación de los recursos turísticos culturales de la cabecera municipal de Santa María Huatulco, Oaxaca, para ser aprovechados como atractivos turísticos”, para optar el título de Licenciado en Administración Turística, en el 2009, investigación que en resumen busca dar un valor a los recursos turísticos para así rescatar su historia, elaborando y desarrollando proyectos de inversión teniendo en cuenta los factores que influyen en el desarrollo turístico como las necesidades básicas, agua electricidad e infraestructura, que tiene por objetivo general impulsar los recursos turísticos culturales de la cabecera municipal de santa María Huatulco, Oaxaca, para ser aprovechados como atractivos turísticos, con una investigación de tipo descriptivo con la que llego a la siguiente conclusión.

La Cabecera Municipal de Santa María Huatulco, cuenta con sus inalienables recursos culturales identificados en el inventario; asimismo con la evaluación se constató que algunos tienen alto valor turístico que, de acuerdo a la información obtenida, aportan elementos esenciales para el buen aprovechamiento de los recursos; en definitiva, la dependencia de su competencia participe, para que los elementos identificados tengan un uso racional y al mismo tiempo se den a conocer.

b. Antecedentes nacionales.

- Referente a los estudios nacionales relacionados al tema de investigación, se resalta la de (ROBERTO & UNDA, 2007), quienes realizaron un estudio titulado “El turismo rural sostenible como alternativa de desarrollo en la C.C. de la Raya del distrito de Chucuito – Puno.” para optar el pregrado en la Universidad Católica de Santa María, en el año 2007, Perú. En resumen, el estudio tiene por objeto promover la aplicación a la diversificación de la oferta turística en el departamento de Puno, saliendo de la monotonía turística ya que se opera circuitos turísticos tradicionales; pues se sustenta que es necesario diversificar otras zonas turísticas a la oferta de Puno, por tanto, propone el turismo rural en la Comunidad Campesina de la Raya del distrito de Chucuito.

Como objetivo general se planteó evaluar las posibilidades turísticas del distrito de Chucuito y su entorno natural en la perspectiva de introducir programas de turismo rural, con el apoyo de las autoridades y población en general a través de un modelo integral que incluya diversas alternativas. Para ello, se aplicó encuestas de interés a las autoridades, agencias de viajes y población en general del distrito, también se elaboró un inventario de recursos turísticos naturales y culturales para poder poner en valor a los atractivos.

Los resultados de la muestra revelaron que es necesario contar con el diseño de aplicación de un modelo de turismo rural, pues de ese modo se pueden aprovechar las potencialidades del distrito, de modo tal que se beneficien las comunidades rurales, inclusive atrayendo inversionistas del ramo, lo que evidentemente generara toda una creciente dinámica económica.

En conclusión, se tiene que el distrito de Chucuito donde se ubica la C.C. de Raya, es poseedor de un vasto potencial de atractivos

turísticos naturales y culturales, lo que en conjunto permite el establecimiento y desarrollo del turismo rural sostenible.

- De similar forma, (GALLEGOS FUENTES & TAPIA SALAZAR, 2009), realizaron una investigación titulada “Aspectos Importantes para promover el desarrollo turístico en el distrito Mariscal Cáceres – Camaná y su relación con el Turismo” para optar el título de licenciado en la universidad católica de santa María, en el año 2009, Perú. Han elaborado la investigación considerando que son importantes los recursos para promover el desarrollo turístico en el distrito Mariscal Cáceres – Camaná y su relación con el turismo sostenible para el conocimiento y enseñanza dentro de las diversas instituciones académicas. Para esto, se planteó como una prioridad recuperar sus atractivos turísticos, la gastronomía, el folklore y la artesanía. Por otra parte, mejorar la calidad de vida y así mismo aumentar la economía de la población mediante actividades turísticas del distrito de Mariscal Cáceres.

Como objetivo general fue impulsar los recursos turísticos del distrito Mariscal Cáceres – Camaná, recuperando sus costumbres y tradiciones para promover su desarrollo turístico a fin de lograr un turismo sostenible.

El conocimiento de los recursos turísticos por la población del distrito, a través de una encuesta aplicada demuestra un conocimiento parcial, donde la desembocadura del río o chiflón resultan ser los recursos más conocidos, siendo evidente el desconocimiento de los valiosos recursos naturales y culturales que posee el distrito y la provincia de Camaná.

Los resultados de la investigación indican que los recursos turísticos del distrito Mariscal Cáceres se pueden promover con el desarrollo turístico sostenible lo cual conduzca a impulsar el turismo en cuanto

a servicios e infraestructura turística, para mejorar la calidad de vida de la población.

- Por otra parte (CARBAJAL RAMOS, 2005), estudiantes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos UNMSM en el 2005, realizaron estudios de tesis titulado “El Planeamiento Estratégico como Instrumento de Desarrollo del Sector Turismo en el Perú” para optar el grado académico de magister de Administración con mención en Gestión Empresarial. Investigación que resume sobre la importancia del plan estratégico en el sector turismo e incidente en la economía de un país a partir de la existencia del patrimonio cultural y ecológico existente en nuestro país, desarrollándose dentro de un marco de investigación descriptiva. En el trabajo, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La principal ventaja competitiva del Perú en materia de turismo fue el turismo clásico – arqueológico y lo sigue siendo, no obstante, se registra el turismo arqueológico unido al turismo amazónico y turismo de aventura. Los segmentos “a jóvenes” gravitan decididamente hacia el turismo ecológico y el turismo de aventura; los cuales existen afortunadamente a lo largo de la geografía nacional.

El estudio turístico Choquequirao (Cusco) permitió identificar los siguientes atractivos: un complejo arqueológico Inca, el Cañón de Apurímac, un puente inca de piedra, baños termales, piedras talladas de dos toneladas, cadena de nevados a 3,300 metro de altura. Luego de la publicidad internacional de 1999 el turismo creció de 608 a 3131 visitantes en el 2002. Es importante señalar que Choquequirao y cuatro lagunas se encuentran a 103 Km. del Cusco y el acceso es a caballo en su tramo final (20Km).

De la misma forma, en el estudio hace las siguientes recomendaciones:

La estrategia turística del Perú es liderar el turismo de aventura en la región amazónica del país. Allí no podemos ser seguidores. El mayor segmento a captar es el segmento internacional de ecologistas, naturistas y en espacial de países nórdicos y Alemania (58% de nuestros turistas provienen de Europa).

El futuro del turismo peruano se encuentra en la biodiversidad, el turismo aventura y el contacto con grandes operadores vinculados a hoteles de cuatro y cinco estrellas. Es conveniente contactar los segmentos emergentes en revistas especializadas de turismo – aventura; Asimismo, emplear el correo electrónico orientado a universidades, facultades de biología y alumnos de pre y post grado de ciencias naturales y biología.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. RECURSOS TURÍSTICOS

En primer lugar, (LENO CERRO, 1993, pág. 259), establece que un recurso turístico es todo aquello que tiene la capacidad en sí mismo para atraer visitantes al lugar donde se encuentra, cuando esta visita responda estrictamente a motivos turísticos o de recreo. Y como recursos turísticos se pueden entender tanto los recursos naturales, históricos y monumentales o los recursos culturales.

Asimismo, el (MINCETUR - Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, 2006, págs. 5-6), considera que recursos turísticos son los recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas y/o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

Por otra parte (ZIMMERMANN, 1957, págs. 19-21), menciona que el recurso turístico da lugar a que se piense en aquellos elementos de

la naturaleza que el hombre obtiene para su beneficio, es decir: el agua, el suelo, el clima, la fauna, la vegetación, los minerales, etc. No obstante, debe considerarse que el termino recurso “no se refiere a una cosa ni a una sustancia, sino a la función que estas puedan desempeñar o a la acción en que puedan tomar parte”

Para (MARÍN CASTILLO, Herminia, 2012, pág. 20), menciona que es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio.

2.2.1.1. CLASIFICACIÓN

Para un mejor manejo del inventario de los recursos turísticos y en consideración de las características propias del potencial turístico peruano, (MINCETUR - Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, 2006, pág. 6), clasifica a estos en cinco categorías: i) **Sitios naturales**, esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico. ii) **Manifestaciones culturales**, se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros iii) **Folclore**; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado iv) **Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas**, comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología con características relevantes para el interés turístico v) **Acontecimientos programados** categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

Tabla N° 01

Categoría de recursos turísticos

CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO
Sitios naturales	Cuerpos de agua	Lagunas
	Caídas de agua	Cataratas o cascadas
	Montañas	Cerros Cordilleras
	Grutas o cavernas, cuevas	
	Lugares pintorescos	Miradores naturales
Manifestaciones culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Templo Casa hacienda
	Lugares históricos	Obras de ingeniería Obras de ingeniería (andenes, canales de riego y puentes)
	Sitios arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas, plazas y cementerios)
	Pueblos	Pueblos tradicionales
Folclore	Danzas, carnavales y gastronomía.	Carnaval Abanquino, Platos típicos
Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Explotaciones industriales	Plazas, Iglesias, haciendas, canales,
Acontecimientos programados	Semana turística de Apurímac.	Turismo de aventura (Parapentismo, canotaje y cayac)

Fuente: MINCETUR
Elaboración propia

Por otro lado (VASQUEZ SOLÍS & PROPIN FREJOMILI, 2005, págs. 143-152), tomando en consideración el ámbito, clasifica: i) **Áreas turísticas**, grandes unidades geográficas provinciales de atracción turística consolidada, pero cuyos límites son aproximados. ii) **Áreas turísticas potenciales**, ámbitos del restante espacio provincial que cuentan con recursos turísticos emergentes o que pueden ponerse en valor. iii) **Zonas**, espacios individualizados dentro de un área turística; no obedecen

necesariamente a criterios turísticos, sino con frecuencia más genéricos (subregiones o comarcas agrarias, funcionales, naturales, etc.). iv) **Lugares**, dentro de las zonas, y obedeciendo a criterios de atracción turística, se trata de núcleos de población, que incluyen su entorno inmediato, o bien elementos naturales o artificiales individualizables, en todos estos casos de ámbito municipal; también espacios extensivos, como valles, embalses, parajes geomorfológicos, espacios naturales declarados, etc., de destacado atractivo turístico, y que, por su dimensión, tienen carácter supramunicipal. El resto de la “zona”, no fraccionada en “lugares”, se considera en su conjunto.

De la misma manera (SÁNCHEZ & VILLEGAS, 2000, págs. 85-90), establece una segunda clasificación, tomando como referencia los atributos con que cuentan los recursos turísticos: i) **Dinámica**, situación actual y perspectivas de la actividad turística del lugar considerado. ii) **Utilización**, afluencia potencial o real de visitantes o usuarios del recurso turístico del lugar considerado. iii) **Accesibilidad**, posibilidades actuales de acceder al lugar turístico considerado en función de la red viaria, principalmente, aunque en ciertos casos se encuentran otros medios (ferrocarril, puerto, aeropuerto). No se define, sin embargo, la permeabilidad interna del lugar, pues ésta se considera suficiente en la mayoría de los casos. iv) **Equipamiento turístico**, nivel dotacional con que cuenta en la actualidad el lugar considerado; como, contar con bar/es, venta/s y/o restaurante/s, es decir, que permite la manutención, o bien lo anterior y además hotel/es, hostel/es, pensión/es, campamento/s u otras modalidades de alojamiento o bien constituye un complejo turístico por contar con posibilidades de manutención, alojamiento y servicios de diversa índole (agencias, puntos de información, alquiler de vehículos, atención sanitaria, comercios, salas recreativas, etc.).

Mientras que (DEFERT, 1972, pág. 79), creador de la “Tipología Integrada de Recursos y Actividades Turísticas” (TIRAT) basado en la Cosmología de Aristóteles. Parte de la distinción de cinco grupos de recursos turísticos basados en el mismo número de elementos que motivan el desplazamiento turístico. Estos son los que siguen:

Litomo. Abarca todos los elementos de atracción construidos por el ser humano y que tengan la piedra (litos) como componente básico constituyente. De este modo, incluye subgrupos como: los restos arqueológicos, la arquitectura antigua, las construcciones histórico monumentales, los museos, la arquitectura moderna y el urbanismo actual, las obras ingenieriles contemporáneas.

Hidromo. Comprende todos los elementos capaces de atraer turistas relacionados con el agua, y bien sea en su estado natural o modificados por el hombre. Entre sus principales subgrupos cabe mencionar: las playas; los puertos deportivos; las aguas de ríos y lagos; los balnearios; la nieve y sus múltiples actividades deportivas, etc.

Phitomo. Es un grupo constituido por todos los elementos naturales de la tierra que presenten cierto atractivo para el turismo, exceptuando los correspondientes al HIDROMO (o sea, a los que tienen que ver con el agua). En este grupo están integrados el relieve, el clima, los accidentes geológicos, la flora, la fauna, el paisaje, etc.

Antrópomo. Grupo que abarca todos los elementos relacionados con la actividad presente del hombre, independientemente de su soporte físico (elementos que fundamentalmente corresponden al LITOMO) o de su marco natural (HIDROMO y PHITOMO). De esta forma, incluye: todo lo relativo a la estructura socioeconómica de los pueblos de la tierra; la idiosincrasia y características raciales;

la producción artesanal; el folklore; la gastronomía; todo tipo de actividades culturales y deportivas; los festejos y festivales, etc.

Mnémome. Se trata de un vocablo que alude a la memoria de las personas (equivaldría al recuerdo colectivo en castellano), dando origen así a un grupo de recursos ligados a los recuerdos de grupos de personas o, si se prefiere, a hechos históricos o legendarios y/o personajes del pasado capaces de motivar visitas turísticas. Frecuentemente son hechos evocados por monumentos, estatuas, etc., pero no es dicha representación material la que provoca el viaje, sino el hecho que rememora. Por ejemplo: el monolito de Hiroshima a las víctimas de la bomba atómica; la efigie de Shakespeare en Stratford-upon-Avon (Inglaterra); la Kaaba de la Meca; etc.

Para el (Libro blanco del Turismo Español, 1990, págs. 18-19) clasifica los recursos turísticos de la siguiente manera:

Recursos asociados con el agua. Como las playas y los ríos, donde se realizan numerosas actividades como baños en el mar, en los ríos, en balnearios; pesca, deportes, etc.

Recursos asociados con la tierra. Como el clima, los bosques, los paisajes, las cuevas, las formaciones geológicas singulares, etc.

Recursos asociados con la historia. Bajo esta denominación se incluyen todos los elementos de interés construidos por el hombre restos arqueológicos, arquitectura antigua, monumentos históricos, museos, arquitectura, urbanismo, etc.

Recursos asociados con el hombre. Como la gastronomía, la artesanía, las fiestas populares y un gran número de actividades vinculadas a la tradición y la cultura de los pueblos, que han adquirido en los últimos tiempos una gran relevancia.

2.2.1.2. RECURSOS TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE ABANCAY

Tabla N°2

Recursos Turísticos en la provincia de Abancay por distritos

Distrito	Nombre	Característica
Abancay	Templo Santiago Apóstol de Patahuasi	Manifestación cultural
	Templo del Señor de la Caída	Manifestación cultural
	Aguas termales de Santo Tomás	Recurso natural
	Laguna de Rontoccocha	Recurso natural
	Calle de Miscabamba	Manifestación cultural
	Casa de David Samanez Ocampo	Manifestación cultural
	Parque Francisco Bolognesi	Manifestación cultural
	Parque Ocampo	Manifestación cultural
	Cuenca del río Mariño	Recurso natural
	Mirador de Capuliyoc	Recurso natural
	Carnaval Abanquino	Folclore
Abancay, Pichirhua y Circa	Cuenca del Río Pachachaca	Recurso natural
Lambrama	Puente de Pachachaca	Manifestación cultural
	Hacienda Yaca	Manifestación cultural
	Capilla de Yaca	Manifestación cultural
Curahuasi	Aguas termales de Cconoc	Recurso natural
	Mirador del valle de Curahuasi	Recurso natural
	Mirador de San Cristobal/Mirador Capitán Rumi	Recurso natural
	Mirador de Taramocco	Recurso natural
	Mirador de Ccorihuayra-china	Recurso natural
	Saywite	Manifestación cultural
	Templo Santa Catalina de Curahuasi	Manifestación cultural
	Puente de Tablachaca	Manifestación cultural
Curahuasi, Cachora, Huanipaca	Cañón del río Apurímac	Recurso natural
Huanipaca	Mirador de Kuñalla-Huanipaca	Recurso natural
	Hacienda de Tambobamba	Manifestación cultural
	Mirador de Cachicunca	Recurso natural
	Hacienda San Ignacio	Manifestación cultural
	Pinturas rupestres de Llamayoq	Manifestación cultural

Lambrama	Templo de Lambrama	Manifestación cultural
	Templo de Nuestra Señora de Caype	Manifestación cultural
Tamburco	Santuario Nacional del Ampay	Recurso natural
	Mirador de Unsomocco	Recurso natural
Todos	Carnavales y fiestas patronales	Folclore

Fuente: DIRCETUR Apurímac

Elaboración propia

2.2.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA

2.2.2.1. ORIGEN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo es una actividad tan antigua como la humanidad, pues desde hace miles de años nuestros antepasados ya realizaban viajes. En la época moderna, sin embargo, el surgimiento de nuevos medios de comunicación como el ferrocarril y el avión generaron un cambio radical en esta actividad, derivando en la aparición del llamado turismo masivo. Según varios autores, éste surge después de la segunda guerra mundial y ha crecido desde entonces de manera incesante.

2.2.2.2. DEFINICIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística según el diario (El PERUANO, 2009), menciona que está destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.

Por otro lado, en la (LEY N°26961, 1998, pág. 1) ley para el desarrollo de la actividad turística, sostiene como definición básica que las actividades turísticas son aquellas derivadas de las interrelaciones entre turistas, los prestadores de servicios turísticos y el estado. Que junta los sujetos fundamentales de la realización

turística sobre los cuales descansan una serie de derechos, obligaciones y actuaciones.

2.2.2.3. CLASIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.

Según (SANCHO, 1998, pág. 47), clasifica Concretamente, en cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

- a) **La Demanda:** formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.
- b) **La Oferta:** compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
- c) **El Espacio geográfico:** base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
- d) **Los Operadores del mercado:** son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

2.2.2.3.1. Demanda turística

La demanda la constituyen los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística.

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

Demanda turística potencial. Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.

Demanda turística actual o real. Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico.

2.2.2.3.1.1. Tipología de la demanda

a. Los viajeros

Según la (OMT, Conceptos, Definiciones y Clasificaciones para Estadísticas de Turismo: un Manual Técnico, 1995), menciona que la serie de personas que se movilizan de un lado a otro, dentro o fuera de su lugar de residencia, se les denomina viajeros. "cualquier persona que viaje entre dos o más países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual" y el de visitante".

Sin embargo, no todos los viajeros pueden ser cuantificados en el sistema estadístico de turismo. Los viajeros no cuantificados en las estadísticas turísticas son:

- ✓ Trabajadores fronterizos.
- ✓ Inmigrantes temporales.
- ✓ Inmigrantes permanentes.
- ✓ Nómadas.

- ✓ Pasajeros en tránsito (que no abandonan el área de tránsito del aeropuerto o puerto, incluido el traslado entre aeropuertos o puertos).
- ✓ Refugiados.
- ✓ Miembros de las fuerzas armadas.
- ✓ Diplomáticos.
- ✓ Representantes consulares (cuando se desplazan de sus países de origen hacia los países donde realizarán sus funciones, se incluye a sus empleados y acompañantes).

b. Los visitantes, unidad básica de la demanda turística.

Los viajeros cuantificados en las estadísticas turísticas se denominan “visitantes” y se dividen en:

Visitante que pernocta o turista. Es el que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o destino visitado. Dentro de este tipo de visitantes tenemos:

No residentes, es decir, extranjeros.

Miembros de la tripulación de barcos o aviones extranjeros en reparación que hacen escala en el país y que utilizan los medios de alojamiento del país (no residentes).

Nacionales residentes en el extranjero.

Visitante del día o excursionista. Es el que no pernocta en un alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en crucero, es decir, a los que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a éste para pernoctar. El crucero puede permanecer en el puerto varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o pasajeros

de yates y los pasajeros alojados en tren. Este tipo de visitantes se clasifica en:

Pasajeros en crucero.

Tripulación no residente en el país visitado y que permanece en él durante el día.

Visitantes del día.

Los motivos para viajar de los visitantes son varios, entre ellos tenemos:

Ocio, recreo y vacaciones.

Visitas a parientes y amigos.

Negocios y asuntos profesionales.

Tratamientos médicos.

Peregrinaciones o asuntos religiosos y otros motivos.

2.2.2.3.2. Oferta turística

Para explicar el turismo en toda su extensión, no podemos limitarnos al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística. Esta se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc. Hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no

relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable en la definición de “usuario turístico”.

No obstante, lo anterior, precisar qué se entiende concretamente por oferta turística no es tan sencillo como parece. Existe una clara tendencia que parte de una visión demasiado amplia del negocio turístico a considerar a las agencias de viajes, compañías de transporte regular e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de esta oferta cuando, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas.

Así, la (OMT, Implicaciones de la definiciones del Turismo de la ONU/OMC para el Turismo de Estados Unidos, 1996), se apoya en el concepto de gastos turísticos para identificar diferentes categorías de oferta turística según dónde se realice este gasto. De esta forma toma en consideración: “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino”.

Ahora bien, si se clasifica por apartados los conceptos principales del gasto turístico, se obtendrían las siguientes combinaciones:

- a) Alojamiento.
- b) Alimentación.
- c) Transporte.
- d) Ocio, cultura, actividades deportivas.
- e) Compras.
- f) Otros.

Todas estas actividades son realizadas predominantemente en el lugar de destino turístico, puesto que es en éste donde se asienta la oferta turística.

De esta manera la actividad de las agencias de viajes, principalmente en los mercados de origen es, técnicamente, una función de mediación entre la oferta y la demanda; realizan una función de comercialización de la oferta turística, comunicando y distribuyendo el producto turístico. Cuando las agencias de viajes, principalmente las mayoristas o tour operadores, diseñan y elaboran su producto, éste siempre va a contar con al menos uno de los elementos anteriormente reseñados, es decir, con una oferta puesta a su disposición por otras empresas. De hecho, el margen de beneficio industrial que perciben las agencias por su mediación formará parte de la economía nacional del país de origen, no del destino turístico.

Los transportes suponen una categoría mixta ya que, en su función de acercamiento de la demanda al lugar de destino donde se encuentra la oferta turística realizan también una función de mediación. Sin embargo, el viajero considera este producto como parte de su gasto turístico, máxime cuando se le presenta formando parte de un paquete turístico. Cuando el transporte es, además, una de las partes principales del producto turístico (ej. cruceros, circuitos combinados) o supone una actividad complementaria en destino (ej. coches de alquiler), no cabe duda de que estamos hablando de oferta turística.

2.2.2.3.3. Espacio geográfico

Como se ha ido exponiendo, la actividad turística total está compuesta por una combinación de productos y servicios

ofertados para satisfacer las expectativas de los visitantes durante su experiencia turística.

Esta experiencia turística tiene lugar en un espacio geográfico y temporal determinado. Con relación al primero al lugar en el que transcurre la experiencia turística es posible encontrar, a lo largo de la literatura turística los siguientes términos que, aunque a primera vista parecen significar lo mismo, tienen matices diferenciadores:

Espacio turístico. Es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda.

Así mismo (BOULLON, 1990, pág. 150), Descompone este espacio además en unidades más pequeñas: zona turística, área turística, complejo turístico, centro turístico o núcleos turísticos.

Municipio turístico. Término empleado en alguna normativa, como es el caso de la Ley 7/1995 de Ordenación del Turismo en Canarias.

Sus connotaciones se deben a una delimitación administrativista del espacio coincidiendo sus límites con los de los términos municipales y definiendo así, por extensión, los límites competenciales de los entes locales en sus actuaciones en materia de política turística.

Pero desde un punto de vista estrictamente turístico, este marco es ficticio ya que el turista no entiende de demarcaciones. Generalmente, se hace una idea más completa con términos como zonas turísticas que pueden abarcar más de un municipio o como núcleos turísticos, que puede abarcar un ámbito inferior al municipal.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que no todo municipio donde se desarrolle una actividad puntual de interés turístico puede ser calificado como municipio turístico.

Destino turístico. Para (BULL, 1994), es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”.

Otros autores (COOPER, FLETCHER, & GILBERT, 1993), definen el destino turístico como la “concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Esta última acepción destino turístico resulta adecuada, ya que introduce un elemento dinámico en el concepto. Al hablar de destino se hace referencia a un lugar de llegada, de acogida (Accueil), de recepción en definitiva de los visitantes.

El destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico. El desplazamiento es uno de los elementos determinantes de la experiencia turística. El lugar o enclave hacia el que se dirige puede estar dimensionado como núcleo turístico (ej. un parque temático), como zona turística (Costa del Sol), municipio turístico (Benidorm) o como región (Canarias), pero lo importante es que ese destino constituye el objetivo del turista.

2.2.2.3.4. Operadores turísticos

Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la

oferta complementaria (restaurante, hotel, conjunto de la oferta de alojamiento...).

En el sentido apuntado, los operadores turísticos se asocian a la función de distribución y ésta, a su vez, a los aspectos de transporte y comercialización de paquetes turísticos. Dentro de esta consideración aparecen, por tanto, las agencias de viaje en todas sus modalidades (mayorista, minorista, mayorista-minorista, etc.), los grandes tours operators (su nombre lo indica: operadores turísticos) y en los últimos tiempos, las centrales de reservas. Puede establecerse una analogía con la función de los catalizadores en la terminología química: éstos intervienen en el proceso de transformación de unas sustancias en otras cuando son introducidos, pero no participan del resultado final, pudiendo recuperarse las sustancias catalizadoras al haber quedado separadas del resto del compuesto.

Análogamente, los operadores turísticos intervienen en la actividad turística y la inducen (creación de paquetes turísticos, ofertas, control de precios, etc.) pero no forman parte de la actividad turística propiamente dicha ya que, si todo ha funcionado correctamente, quedan separados de la experiencia turística del consumidor.

Así, la agencia de viajes o el avión favorecen y, en algunos casos, posibilitan el consumo de determinado producto turístico, pero el demandante no lo asocia a su consumo final: ha ido y ha vuelto en avión, con billetes comprados en una agencia, pero su experiencia turística quedará ligada principalmente al consumo del producto turístico en sí (el hotel, la calidad de la oferta complementaria del destino...).

Cuando esto no es así y el intermediario crea el producto turístico (Como es el caso de los tours operadores británicos, que

contratan directamente los hoteles y supervisan el último detalle del producto turístico), se producen situaciones de dependencia del producto final y de su consumidor respecto del supuesto intermediario, perdiendo este, entonces, tal consideración.

Todos los aspectos comentados en esta Unidad configuran el marco de la industria turística, en donde, además de la totalidad de los elementos que la componen, hay que tener en cuenta los factores denominados exógenos, no controlables, que pueden influir en la misma y que por tanto contribuyen, en cierta medida, a la conceptualización sistemática del turismo.

Por otro lado (ORGANICACION MUNDIAL DEL TURISMO, 1998, págs. 7-10) lo clasifica:

2.2.2.3.5. Según el tipo de desplazamiento

Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del destino visitado y lugar de residencia del visitante.

Turismo receptivo o receptor. Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país.

Turismo interno o doméstico. Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción del turismo educativo.

Turismo egresivo o emisor. Es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros.

2.2.2.3.6. Según la modalidad

Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:

Turismo convencional. Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales.

Turismo no convencional. Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Actividad turística

Es el proceso por el cual la oferta y la demanda turística se interrelacionan con el único objetivo de satisfacer las necesidades del visitante, durante su experiencia turística.

Área turística

Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, está constituida por un espacio geográfico determinado, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario.

Conciencia turística

Conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turistas a través de la hospitalidad y comprensión.

Demanda turística

Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.

Destino turístico

Es el país región o ciudad hacia donde se dirigen los visitantes teniendo como su principal objetivo cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.

Equipamiento turístico

Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico.

Espacio geográfico

La experiencia turística del visitante tiene lugar en un espacio geográfico temporal determinado donde se descomponen en unidades tales como: área, centro y complejo turístico.

Infraestructura turística

Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, telecomunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.

Manifestaciones culturales

Es un medio de expresarse de una región determinada, puede ser por medio de danzas, canciones, música, artes, etc. Cada comunidad o pueblo tiene su propia manifestación folklórica. Esa síntesis o mestizaje cultural está presente en todas las manifestaciones de nuestra cultura

Oferta turística

Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista.

Producto turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante.

Recursos turísticos

Corresponde a todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad humana y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Sitios naturales

Manifestaciones culturales

Es un medio de expresarse de una región determinada, puede ser por medio de danzas, canciones, música, artes, etc. Cada comunidad o pueblo tiene su propia manifestación folklórica.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Tabla N° 03

¿Cómo califica la atraktividad del santuario nacional del Ampay?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	15	60,0	60,0	60,0
	Excelente	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: producción propia en base a resultados de la encuesta

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 03, nos indica que el 60% de los turistas menciona que es buena la atraktividad del santuario nacional del Ampay, asimismo el 40% de los turistas indican excelente la atraktividad del santuario nacional del Ampay, lo que podemos señalar que este recurso natural del Ampay es agradable para los turistas.

Figura N° 01



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 04

¿Cómo califica la accesibilidad al santuario nacional del Ampay?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	14	56,0	56,0	56,0
	Bueno	11	44,0	44,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

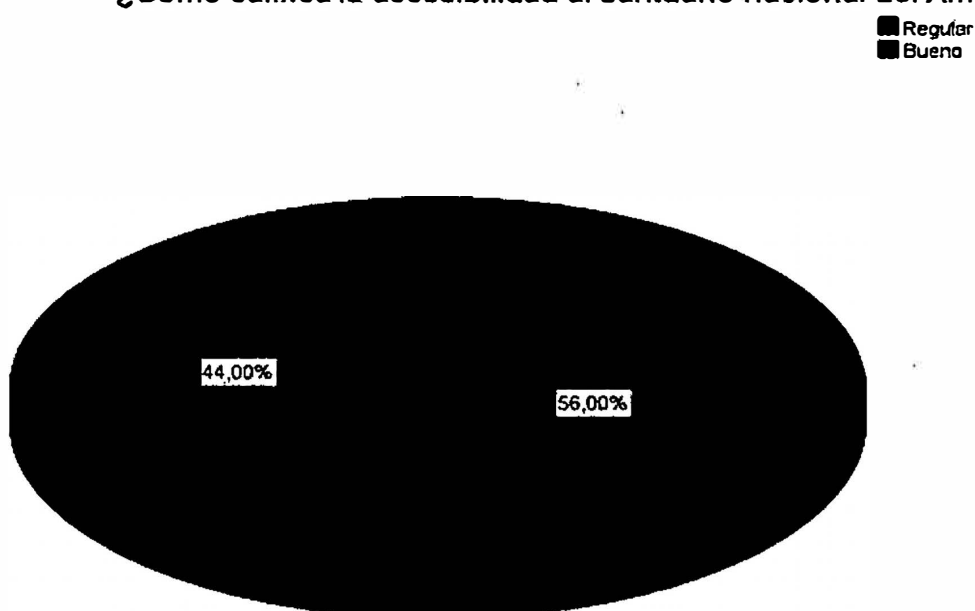
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 04, nos indica que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es regular la accesibilidad al santuario nacional del Ampay, asimismo el 44% de los turistas indican que es bueno la accesibilidad al santuario nacional del Ampay, lo que podemos señalar que los turistas tienen algunas dificultades al poder llegar a este recurso natural del Ampay.

Figura N°02

¿Cómo califica la accesibilidad al santuario nacional del Ampay?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 05

¿Cómo califica el acondicionamiento del santuario nacional del Ampay?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Malo	14	56,0	56,0	56,0
Regular	11	44,0	44,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

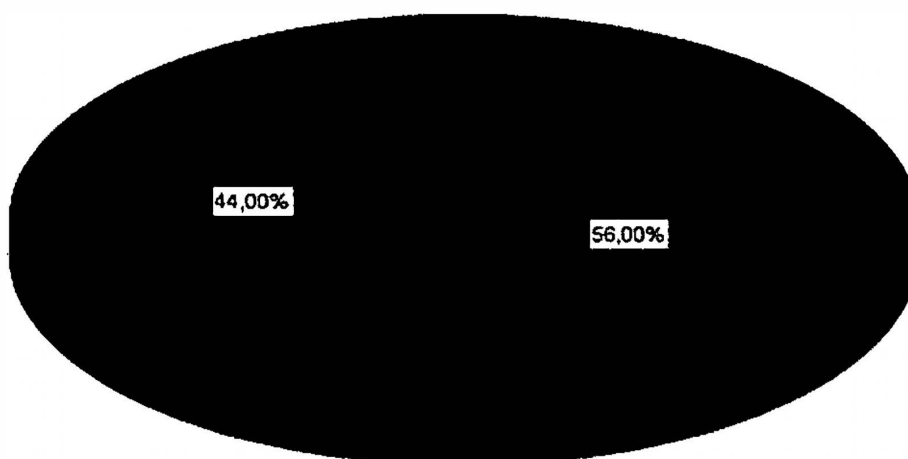
INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 05, nos indica que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es malo el acondicionamiento del santuario nacional del Ampay, asimismo el 44% de los turistas indican que es regular el acondicionamiento del santuario nacional del Ampay, lo que podemos indicar que los poco o nada de acondicionamiento tiene este recurso natural del Ampay.

Figura N° 03

¿Cómo califica el acondicionamiento del santuario nacional del Ampay?

■ Malo
■ Regular



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 06

¿Cómo califica los servicios turísticos orientados al santuario nacional del Ampay?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	22	88,0	88,0	88,0
Malo	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

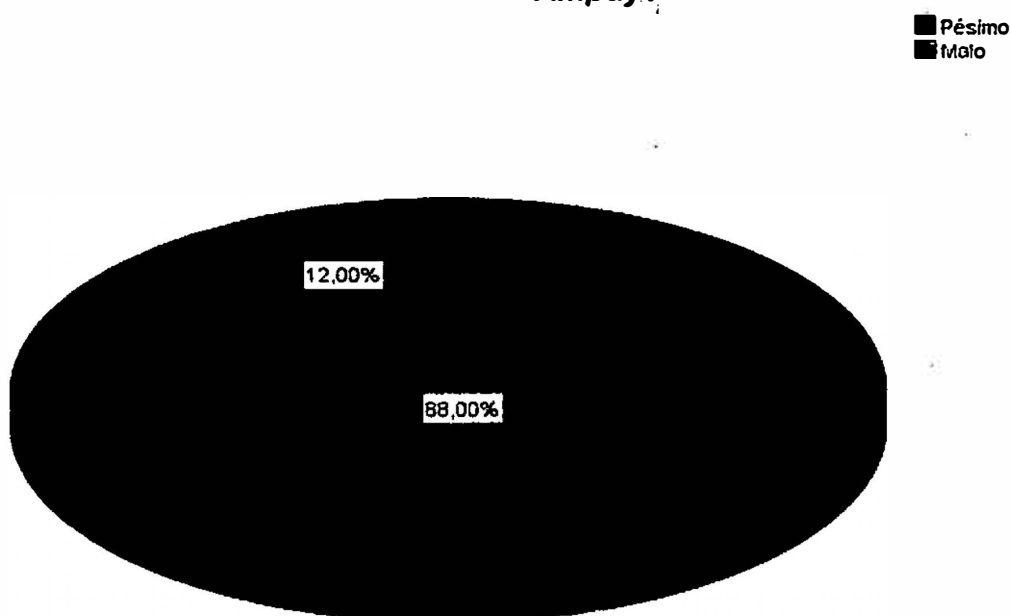
Fuente: producción propia en base a resultados de la encuesta

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 06, nos indica que el 88% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es pésimo los servicios turísticos orientados al santuario nacional del Ampay, asimismo el 12% de los turistas indican que es malo los servicios orientados al santuario nacional del Ampay, lo que podemos demostrar que si los servicios turísticos fueran adecuados se tendría una mayor cantidad de turistas que visitarían el santuario nacional del Ampay.

Figura N° 04

¿Cómo califica los servicios turísticos orientados al santuario nacional del Ampay?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 07

¿Cómo califica la atraktividad de los baños termales de Cconoc?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	1	4,0	4,0	4,0
Bueno	19	76,0	76,0	80,0
Excelente	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

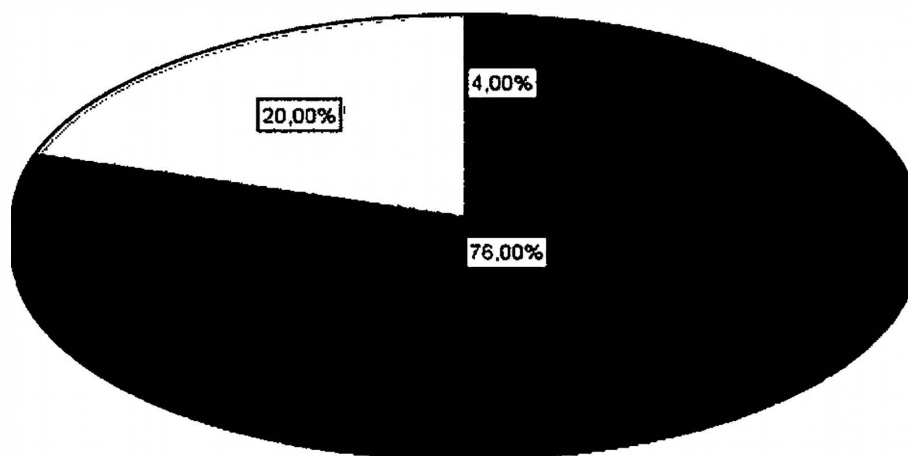
INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 07, nos indica que el 76% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno la atraktividad de los baños termales de Cconoc, asimismo el 4% de los turistas indican que es regular la atraktividad de los baños termales de Cconoc, lo que podemos demostrar que el mayor porcentaje de los turistas que visitan nuestra provincia de Abancay les atrae los baños termales de Cconoc.

Figura N° 05

¿Como califica la atraktividad del los baños termales de Cconoc?

- Regular
- Bueno
- Excelente



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 08

¿Cómo califica la accesibilidad de los baños termales de Cconoc?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Bueno	10	40,0	40,0	40,0
Excelente	15	60,0	60,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

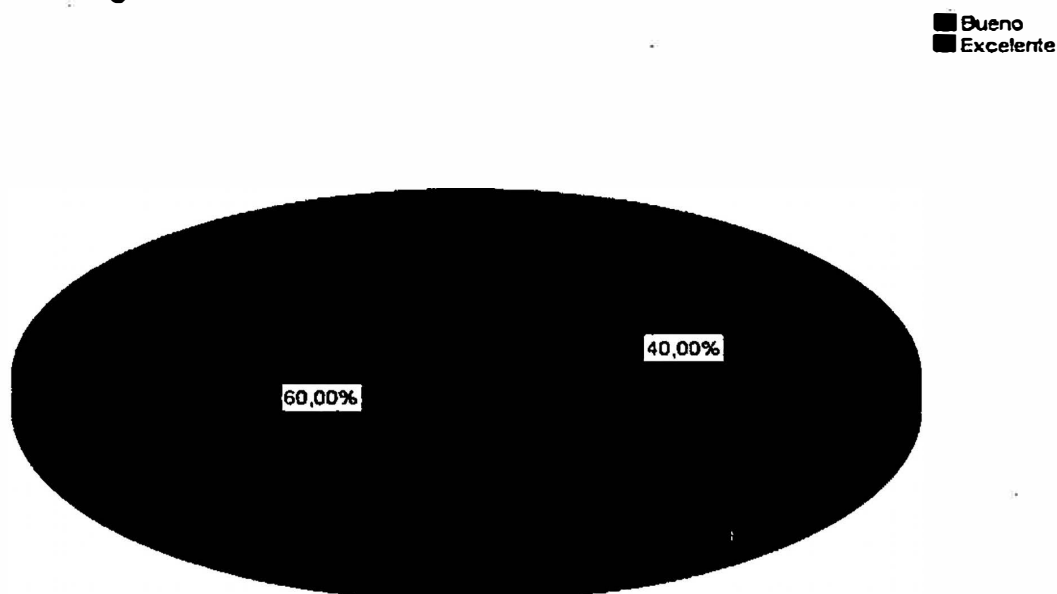
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 08, nos indica que el 60% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es excelente la accesibilidad de los baños termales de Cconoc, de la misma manera el 40% de los turistas indican que es bueno la accesibilidad de los baños termales de Cconoc, lo que podemos demostrar que se si bien es cierto la accesibilidad es bueno, pero tenemos que mejorar y pavimentar la vía de acceso a los baños termales para así tener mayor afluencia de turistas.

Figura N° 06

¿Cómo califica la accesibilidad del los baños termales de Cconoc?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 09

¿Cómo califica el acondicionamiento de los baños termales de Cconoc?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	4	16,0	16,0	16,0
Malo	19	76,0	76,0	92,0
Regular	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

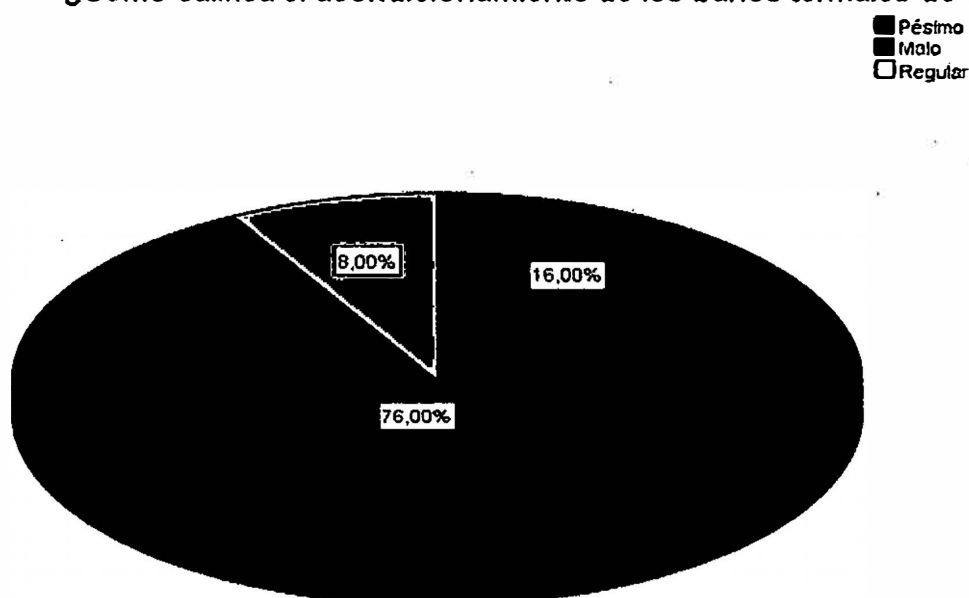
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 09, nos indica que el 76% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es malo el acondicionamiento de los baños termales de Cconoc, asimismo el 8% de los turistas indican que es regular el acondicionamiento de los baños termales de Cconoc, lo que podemos demostrar que se tiene una grave dificultad en cuanto a su acondicionamiento por ello se tiene el malestar de los turistas.

Figura N° 07

¿Cómo califica el acondicionamiento de los baños termales de Cconoc?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 10

¿Cómo califica los servicios turísticos de los baños termales de Cconoc?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	11	44,0	44,0	44,0
Malo	14	56,0	56,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

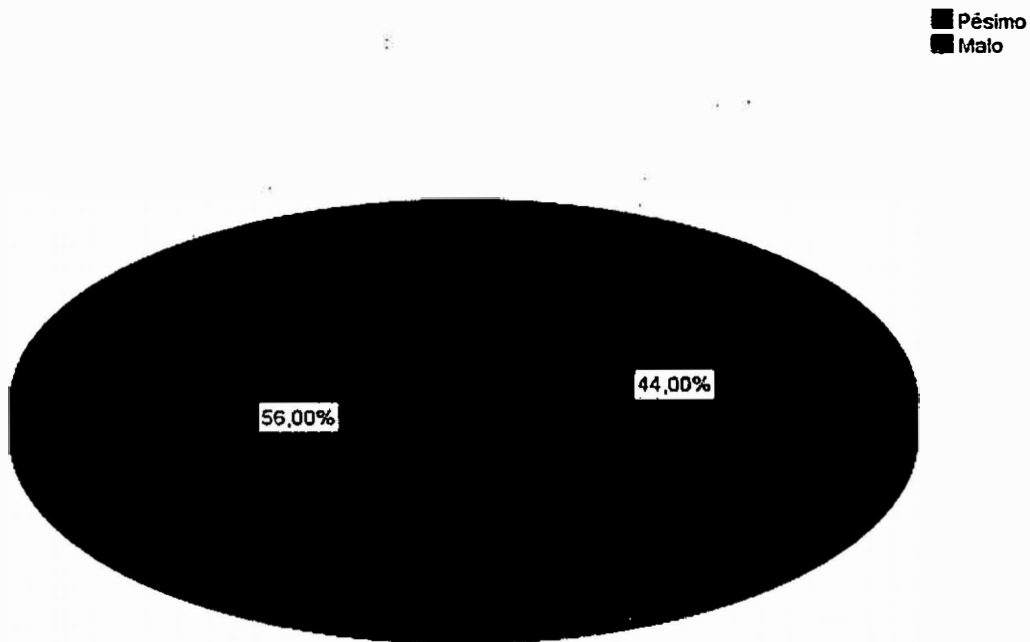
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 10, nos indica que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es malo los servicios turísticos de los baños termales de Cconoc, de la misma manera el 44% de los turistas indican que es pésimo los servicios turísticos de los baños termales de Cconoc, lo que podemos manifestar que se tiene una grave dificultad en cuanto a los servicios turísticos por ello se tiene el malestar de los turistas.

Figura N° 08

¿Cómo califica los servicios turísticos de los baños termales de Cconoc?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 11

¿Cómo califica la atraktividad del Conjunto arqueológico de Saywite?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	4,0	4,0	4,0
	Bueno	14	56,0	56,0	60,0
	Excelente	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

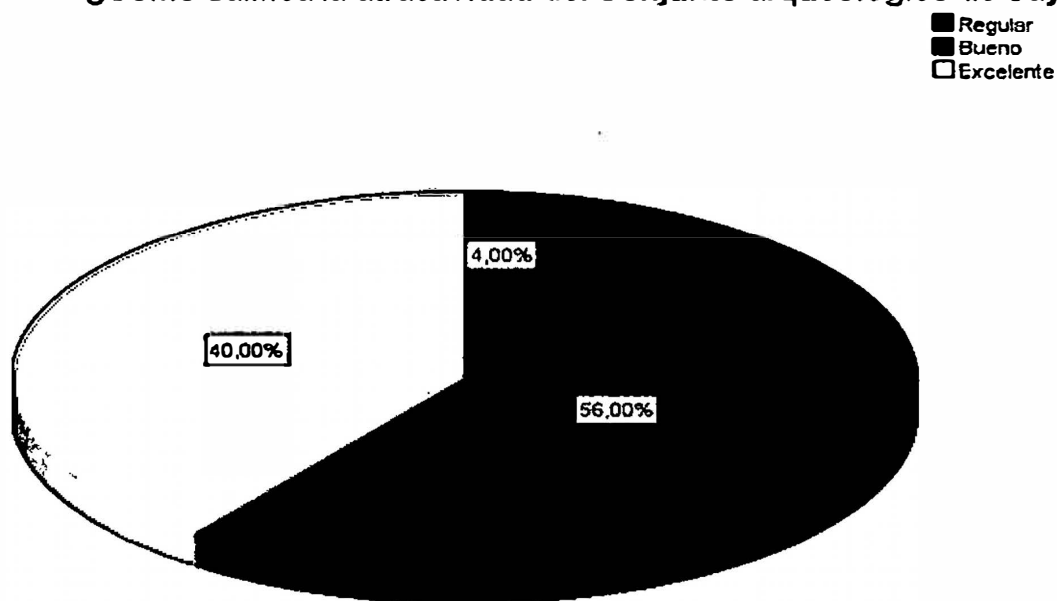
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 11, nos indica que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno la atraktividad del conjunto arqueológico de Saywite, asimismo el 4% de los turistas indican que es regular la atraktividad del conjunto arqueológico de Saywite, lo que podemos demostrar que el mayor porcentaje de los turistas que visitan nuestra provincia de Abancay les atrae mucho el conjunto arqueológico de Saywite.

Figura N° 09

¿Como califica la atraktividad del Conjunto arqueológico de Saywite?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 12

¿Cómo califica la accesibilidad del Conjunto arqueológico de Saywite?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	16	64,0	64,0	64,0
	Excelente	9	36,0	36,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

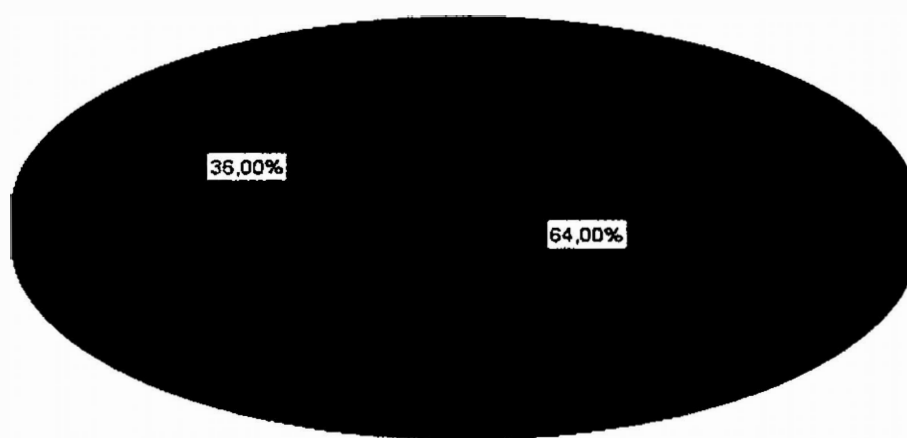
INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 12, nos indica que el 64% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno la accesibilidad del conjunto arqueológico de Saywite, de la misma manera el 36% de los turistas indican que es excelente la accesibilidad del conjunto arqueológico de Saywite, lo que podemos expresar que la accesibilidad es buena según los turistas que visitan nuestra provincia de Abancay.

Figura N° 10

¿Cómo califica la accesibilidad del Conjunto arqueológico de Saywite?

■ Bueno
■ Excelente



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 13

¿Cómo califica el acondicionamiento del Conjunto arqueológico de Saywite?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	8	32,0	32,0	32,0
Malo	14	56,0	56,0	88,0
Regular	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

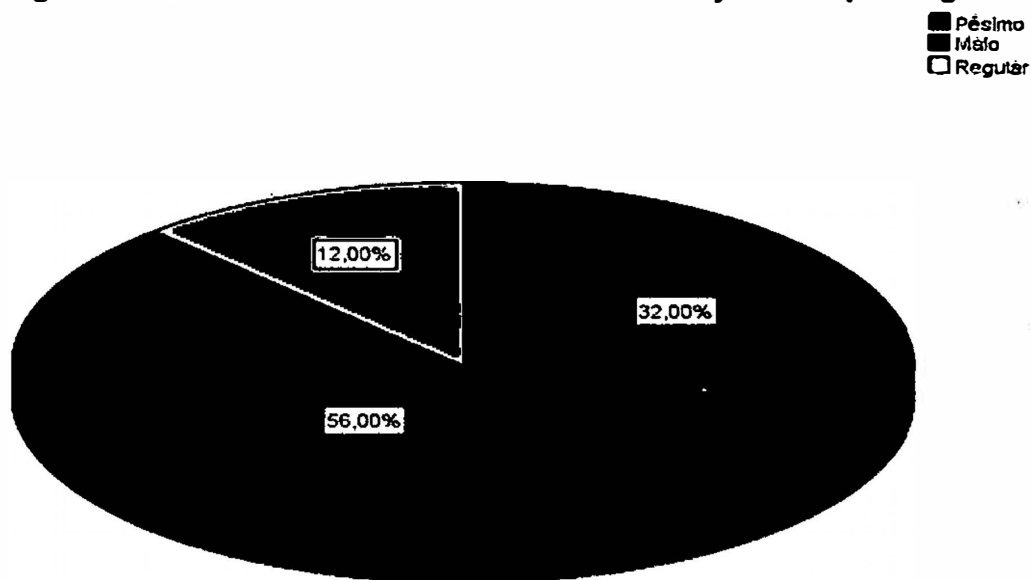
Fuente: producción propia en base a resultados de la encuesta

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 13, nos indica que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es malo el acondicionamiento del conjunto arqueológico de Saywite, de la misma manera el 12% de los turistas indican que es regular el acondicionamiento del conjunto arqueológico de Saywite, lo que puede demostrar que se tiene que mejorar el acondicionamiento del conjunto arqueológico de Saywite ya que los turistas sienten su incomodidad al visitar el conjunto arqueológico de Saywite.

Figura N° 11

¿Cómo califica el acondicionamiento del Conjunto arqueológico de Saywite?



Fuente: producción propia en base a resultados de la encuesta

Tabla N° 14

¿Cómo califica los servicios turísticos del Conjunto arqueológico de Saywite?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	8	32,0	32,0	32,0
Malo	16	64,0	64,0	96,0
Regular	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

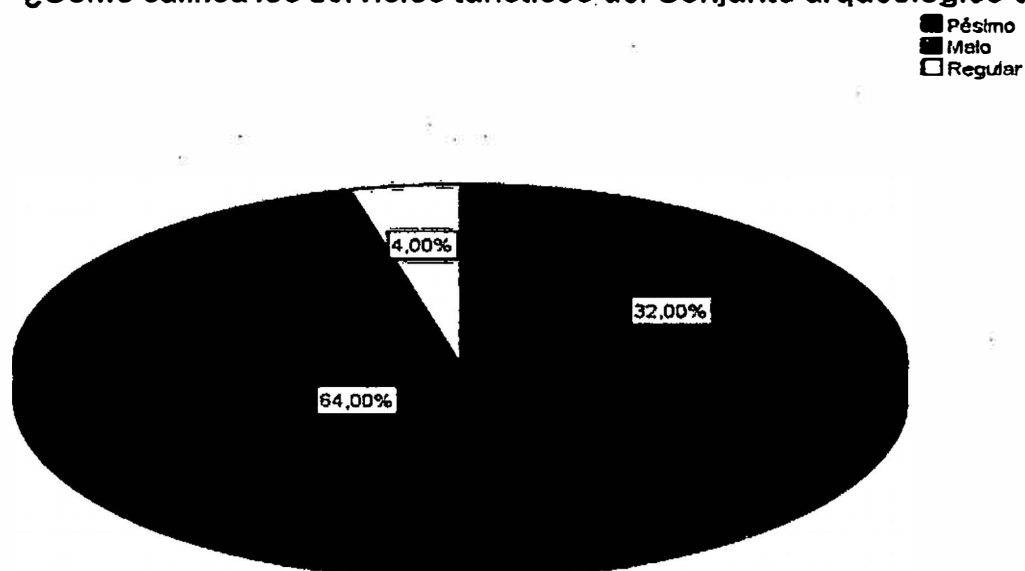
Fuente: producción propia en base a resultados de la encuesta

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 14, nos indica que el 64% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es malo los servicios turísticos del conjunto arqueológico de Saywite, asimismo el 4% de los turistas indican que es regular los servicios turísticos del conjunto arqueológico de Saywite, lo que se puede demostrar que se tiene que mejorar los servicios turísticos del conjunto arqueológico de Saywite ya que los turistas sienten su incomodidad al visitar el conjunto arqueológico de Saywite.

Figura N° 12

¿Cómo califica los servicios turísticos del Conjunto arqueológico de Saywite?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 15

¿Cómo califica la atraktividad del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	17	68,0	68,0	68,0
	Bueno	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

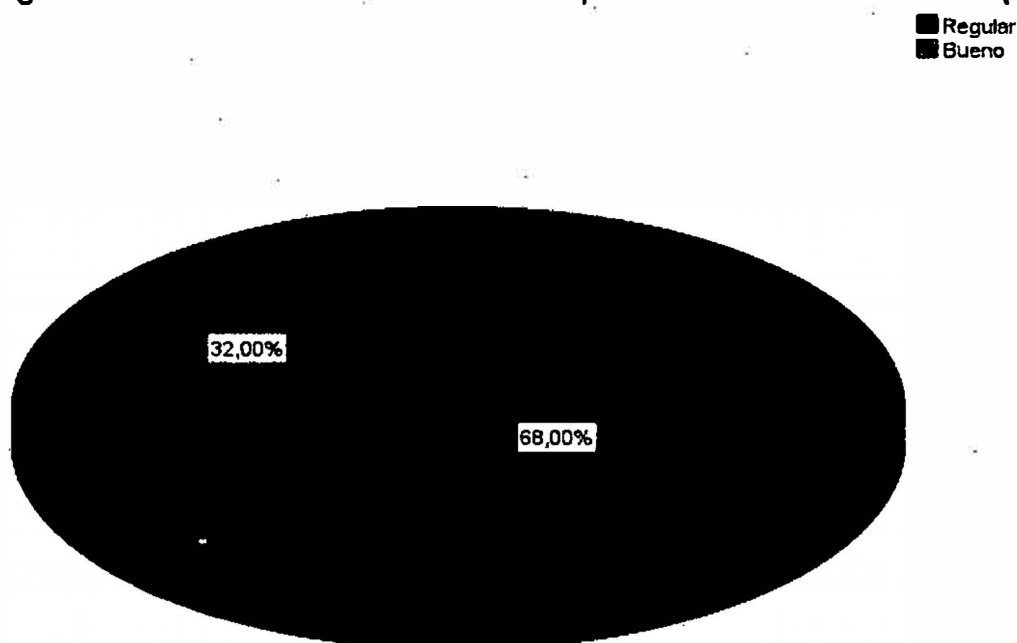
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 15, nos indica que el 68% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es regular la atraktividad del parque recreacional el Mirador, de la misma manera el 32% de los turistas indican que es bueno la atraktividad del parque recreacional el Mirador, lo que podemos demostrar que se tiene un recurso potencial ya que turistas les agrada el parque recreacional el Mirador.

Figura N° 13

¿Como califica la atraktividad del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 16

¿Cómo califica la accesibilidad del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	14	56,0	56,0	56,0
	Excelente	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

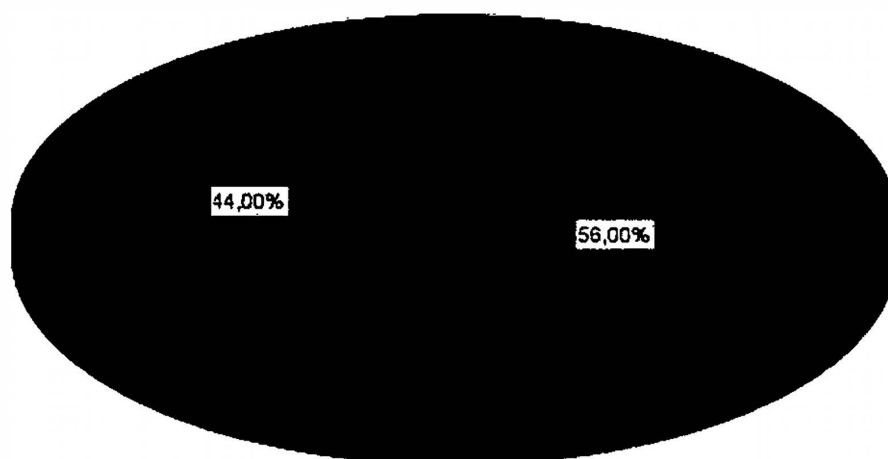
INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 16, nos señala que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno la accesibilidad al parque recreacional el Mirador, asimismo el 44% de los turistas indican que es excelente la accesibilidad del parque recreacional el Mirador, lo que se puede indicar que se accesibilidad es buena para los turistas, ya que ellos mismos pueden llegar sin dificultad al parque el Mirador.

Figura N°14

¿Cómo califica la accesibilidad del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?

■ Bueno
■ Excelente



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 17

¿Cómo califica el acondicionamiento del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	13	52,0	52,0	52,0
Malo	12	48,0	48,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

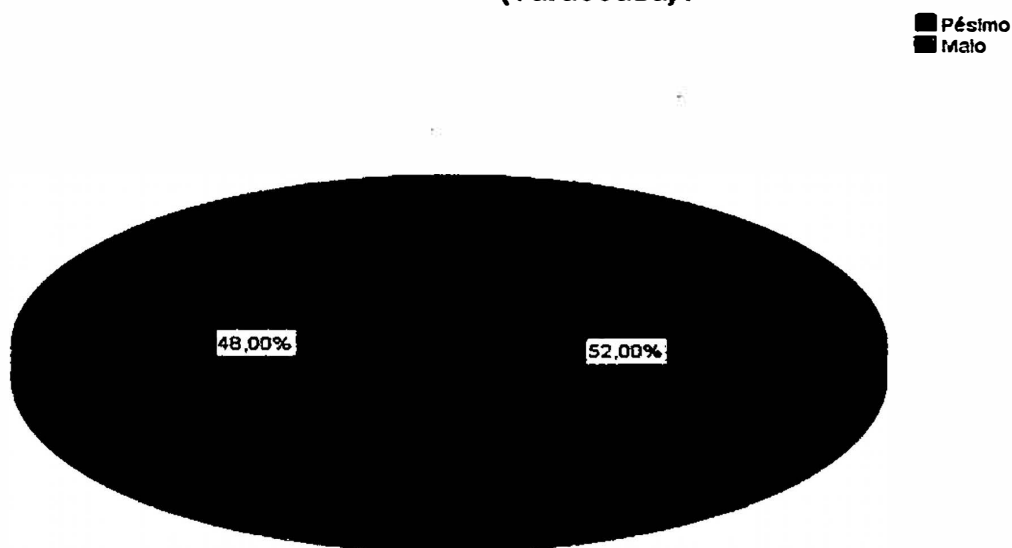
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 17, nos señala que el 52% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es pésimo el acondicionamiento del parque recreacional el Mirador, de la misma manera el 48% de los turistas indican que es malo el acondicionamiento del parque recreacional el Mirador, lo que se puede demostrar que se tiene una gran dificultad en cuanto al acondicionamiento del parque el Mirador, ya que los turistas señalan su fastidio al llegar al parque el Mirador.

Figura N° 15

¿Cómo califica el acondicionamiento del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 18

¿Cómo califica los servicios turísticos del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Pésimo	6	24,0	24,0	24,0
Malo	13	52,0	52,0	76,0
Regular	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 18, nos señala que el 52% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es malo los servicios turísticos en el parque recreacional el Mirador, asimismo el 24% de los turistas indican que es pésimo los servicios del parque recreacional el Mirador, lo que se puede demostrar que se tiene una gran dificultad en cuanto a los servicios turísticos en el parque el Mirador, ya que los turistas señalan su fastidio al llegar al parque el Mirador.

Figura N° 16
¿Cómo califica los servicios turísticos del Parque Recreacional El Mirador (Taraccasa)?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 19

¿Cómo califica la atraktividad a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial y Artesanal de San Antonio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	19	76,0	76,0	76,0
Bueno	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

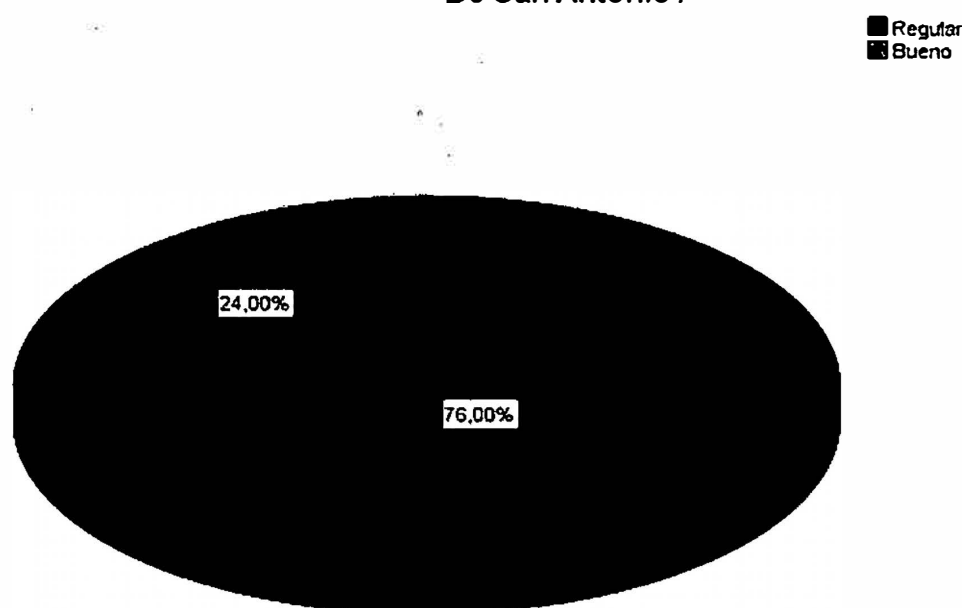
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos concebir en la tabla N° 19, nos indica que el 76% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es regular la atraktividad de la feria agropecuaria, agroindustrial y artesanal de san Antonio, de la misma manera el 24% de los turistas indican que es bueno la atraktividad de la feria de San Antonio, lo que podemos manifestar que se tiene una feria potencial ya que turistas les atrae mucho la feria de San Antonio.

Figura N° 17

¿Cómo califica la atraktividad a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 20

¿Cómo califica la accesibilidad a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	9	36,0	36,0	36,0
Bueno	16	64,0	64,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

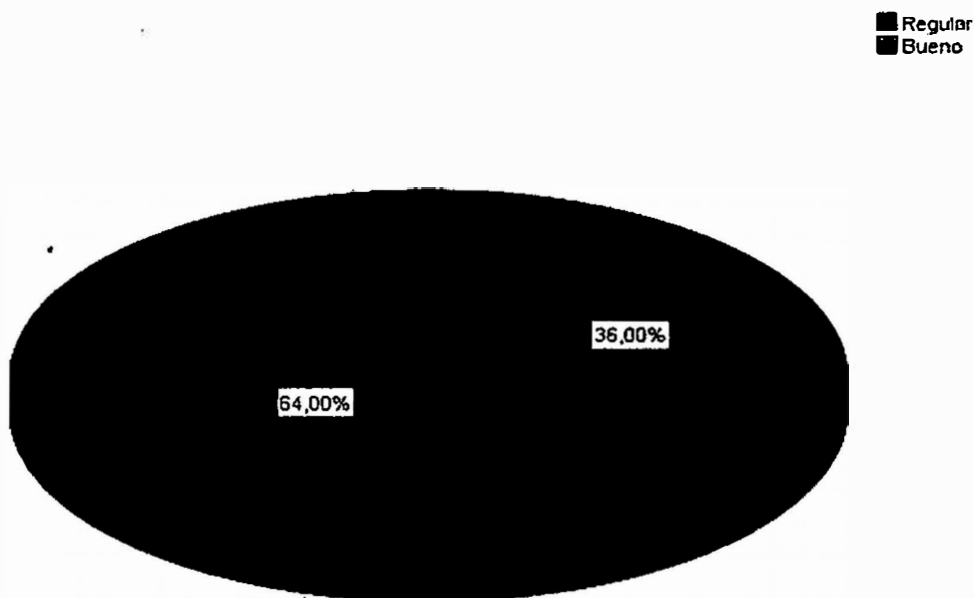
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos concebir en la tabla N° 20, nos indica que el 64% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno la accesibilidad de la feria agropecuaria, agroindustrial y artesanal de san Antonio, de la misma manera el 36% de los turistas indican que es regular la accesibilidad de la feria de San Antonio, lo que podemos señalar que accesibilidad a la feria está en un buen estado y por ello se tiene mayor acogida de los turistas.

Figura N° 18

¿Cómo califica la accesibilidad a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 21

¿Cómo califica el acondicionamiento a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Malo	7	28,0	28,0	28,0
Regular	18	72,0	72,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

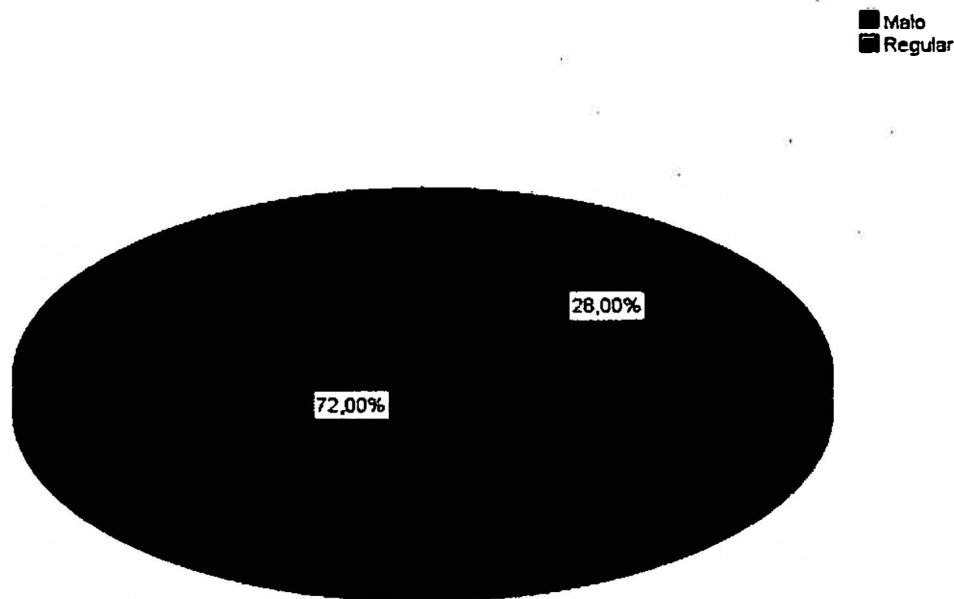
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos percibir en la tabla N° 21, nos indica que el 72% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es regular el acondicionamiento en la feria agropecuaria, agroindustrial y artesanal de san Antonio, asimismo el 28% de los turistas indican que es malo el acondicionamiento en la feria de San Antonio, lo que podemos describir que se tiene dificultad en el acondicionamiento y por ello los turistas manifiestan su malestar al llegar a la feria de San Antonio.

Figura N° 19

¿Cómo califica el acondicionamiento a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 22

¿Cómo califica los servicios turísticos a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Malo	5	20,0	20,0	20,0
Regular	16	64,0	64,0	84,0
Bueno	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

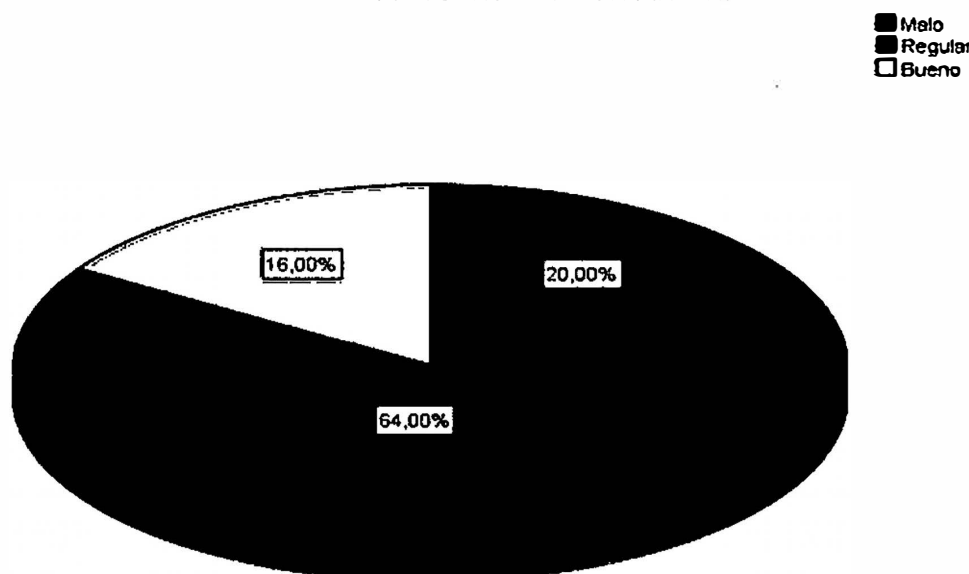
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos percibir en la tabla N° 22, nos indica que el 64% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es regular los servicios turísticos en la feria agropecuaria, agroindustrial y artesanal de san Antonio, asimismo el 16% de los turistas indican que es bueno los servicios turísticos en la feria de San Antonio, lo que podemos detallar que se los servicios turísticos es relativamente regular por lo que se tiene que aprovechar para atraer más turistas a la feria de San Antonio.

Figura N° 20

¿Cómo califica los servicios turísticos a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 23

¿Cómo califica la atraktividad de los carnavales de la provincia de Abancay?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	3	12,0	12,0	12,0
Bueno	14	56,0	56,0	68,0
Excelente	8	32,0	32,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

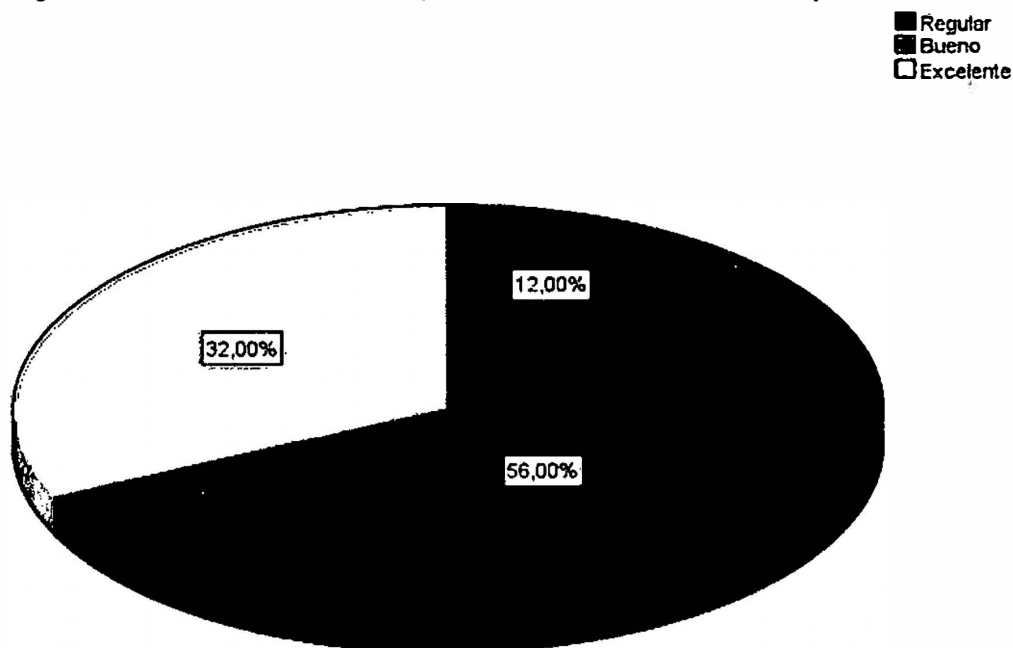
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos concebir en la tabla N° 23, nos indica que el 56% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno la atraktividad de los carnavales de Abancay, de la misma manera el 12% de los turistas indican que es regular la atraktividad de los carnavales de Abancay, lo que podemos demostrar que nuestra cultura les atrae a los turistas y sobre todo los carnavales de Abancay.

Figura N° 21

¿Cómo califica la atraktividad de los carnavales de la provincia de Abancay?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 24

¿Cómo califica el acondicionamiento de los lugares donde se desarrollan los carnavales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	13	52,0	52,0	52,0
	Bueno	12	48,0	48,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

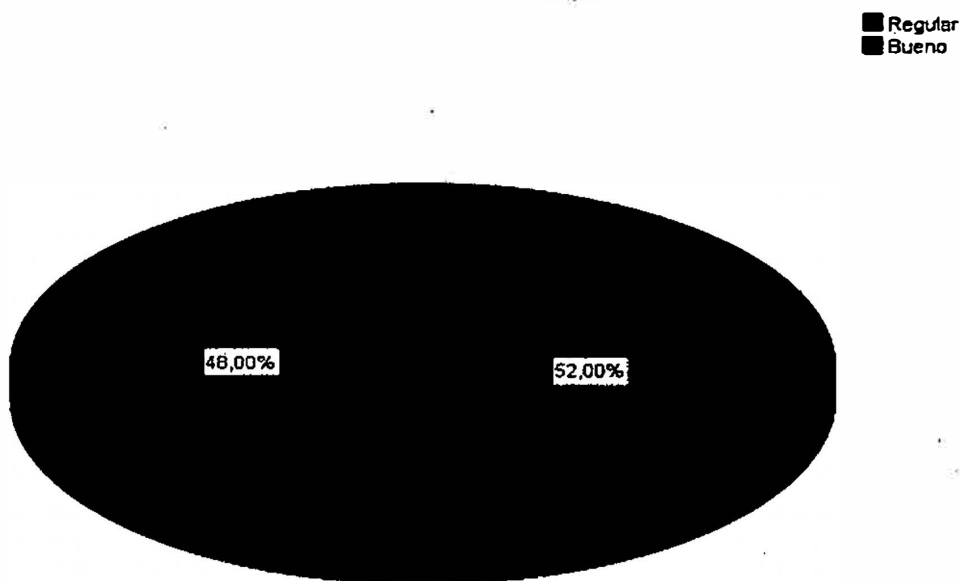
Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 24, nos indica que el 52% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es regular el acondicionamiento en los lugares donde se desarrollan los carnavales de Abancay, asimismo el 48% de los turistas indican que es bueno el acondicionamiento en los lugares donde se desarrollan los carnavales de Abancay, lo que podemos demostrar que según los turistas es regular los acondicionamientos en donde se desarrollan los carnavales de Abancay.

Figura N° 22

¿Cómo califica el acondicionamiento de los lugares donde se desarrollan los carnavales?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 25

¿En comparación con otros departamentos o provincias del Perú, como considera los carnavales de Abancay?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	4	16,0	16,0	16,0
Bueno	21	84,0	84,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

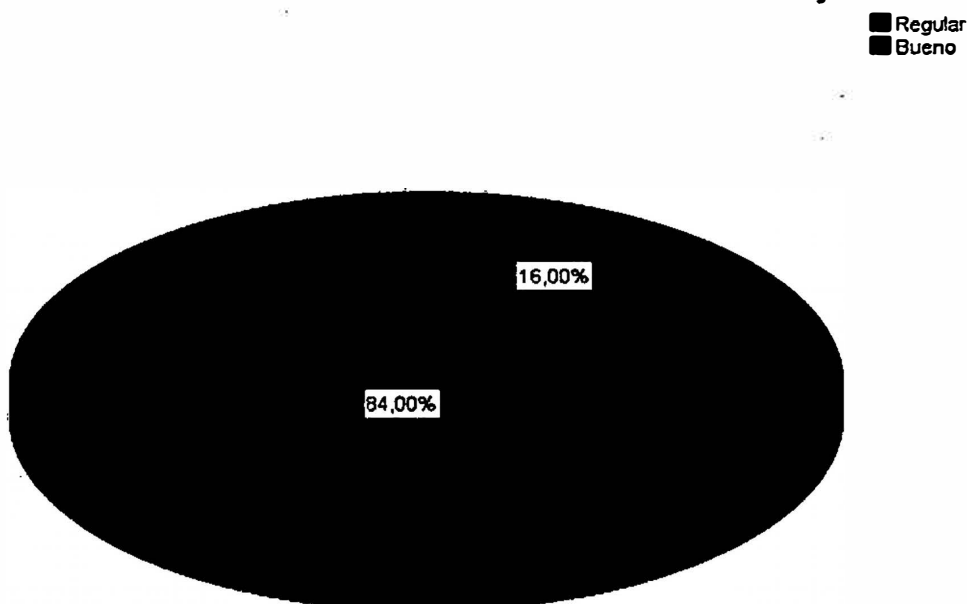
Fuente: producción propia en base a resultados de la encuesta

INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 25, nos indica que el 84% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno los carnavales de Abancay a comparación de otros departamentos del Perú, de la misma manera el 16% de los turistas indican que es regular los carnavales de Abancay a comparación de otros departamentos, lo que podemos demostrar que nuestros carnavales es el más alegre del Perú y por tanto les encanta a los turistas.

Figura N° 23

¿En comparación con otros departamentos o provincias del Perú, como considera los carnavales de Abancay?



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

Tabla N° 26

¿Cómo sería el turismo si las autoridades realizaran proyectos u obras públicas que mejoren y fortalezcan los recursos turísticos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	1	4,0	4,0	4,0
Bueno	19	76,0	76,0	80,0
Excelente	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

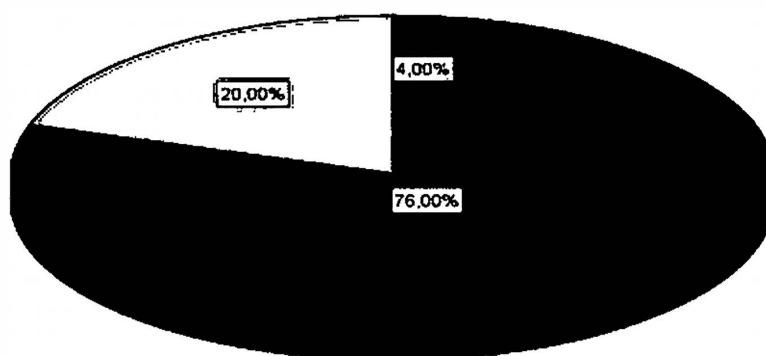
INTERPRETACIÓN

Como podemos visualizar en la tabla N° 26, nos indica que el 76% de los turistas que arriban a la provincia de Abancay mencionan que es bueno si las autoridades realizan proyectos u obras públicas que mejoren los recursos turísticos, asimismo el 4% de los turistas indican que es regular si las autoridades realizan proyectos que mejoren los recursos turísticos, lo que podemos demostrar que se requiere de proyectos u obras que mejoren y fortalezcan los recursos turísticos y así atraer más turistas nacionales como internacionales.

Figura N° 24

¿Cómo sería el turismo si las autoridades realizaran proyectos u obras públicas que mejoren y fortalezcan los recursos turísticos?

■ Regular
 ■ Bueno
 □ Excelente



Fuente: Producción propia en base a resultados de la encuesta.

3.2. CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

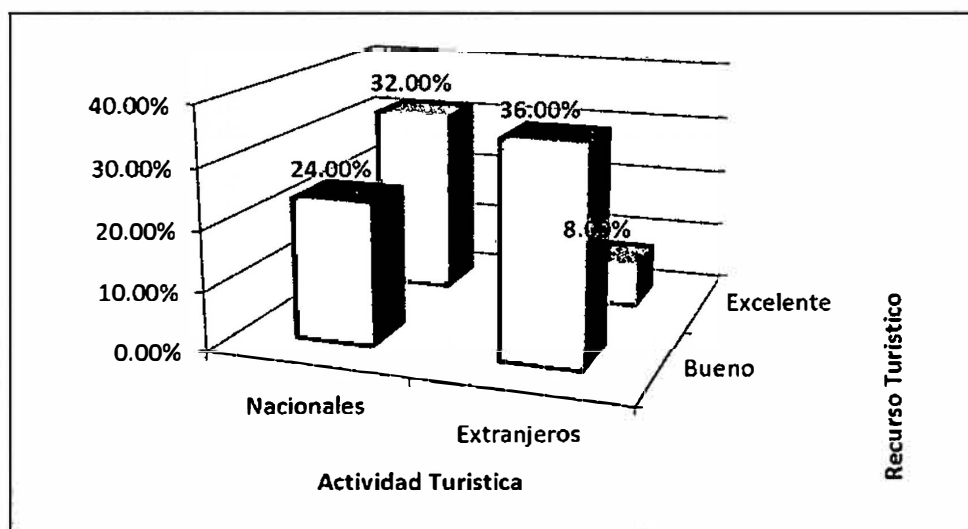
Hipótesis general:

Tabla N° 27

		Actividad Turística		Total
		Nacionales	Extranjeros	
Recurso Turístico	Bueno	24.00%	36.00%	60.00%
	Excelente	32.00%	8.00%	40.00%
Total		56.00%	44.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos

Figura N°25



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

(Hipótesis Nula)H0: Si los recursos turísticos son puestos en valor, restaurados y mejorados entonces no influirán positivamente y en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014.

(Hipótesis Alterna)H1: Si los recursos turísticos son puestos en valor, restaurados y mejorados entonces influirán positivamente y en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,896 ^a	1	,048		
Corrección por continuidad ^b	2,442	1	,118		
Razón de verosimilitudes	4,098	1	,043		
Estadístico exacto de Fisher				,099	,058
Asociación lineal por lineal	3,740	1	,053		
N de casos válidos	25				

Medidas simétricas

	Valor	Error tip. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal Tau-c de Kendall	,384	,175	-2,200	,028
N de casos válidos	25			

Del cuadro se tiene que el valor "Sig. Asintótica" es 0.048 es menor a 0.05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto podemos afirmar con un nivel significancia del 95% que si los Recursos Turísticos son puestos en valor, restaurados y mejorados entonces influirán positivamente y en el crecimiento de la Actividad Turística en la provincia de Abancay – 2014, además el valor de Tau-c de Kendall es de 0.384 lo que indica una relación directa entre ambas variables en estudio.

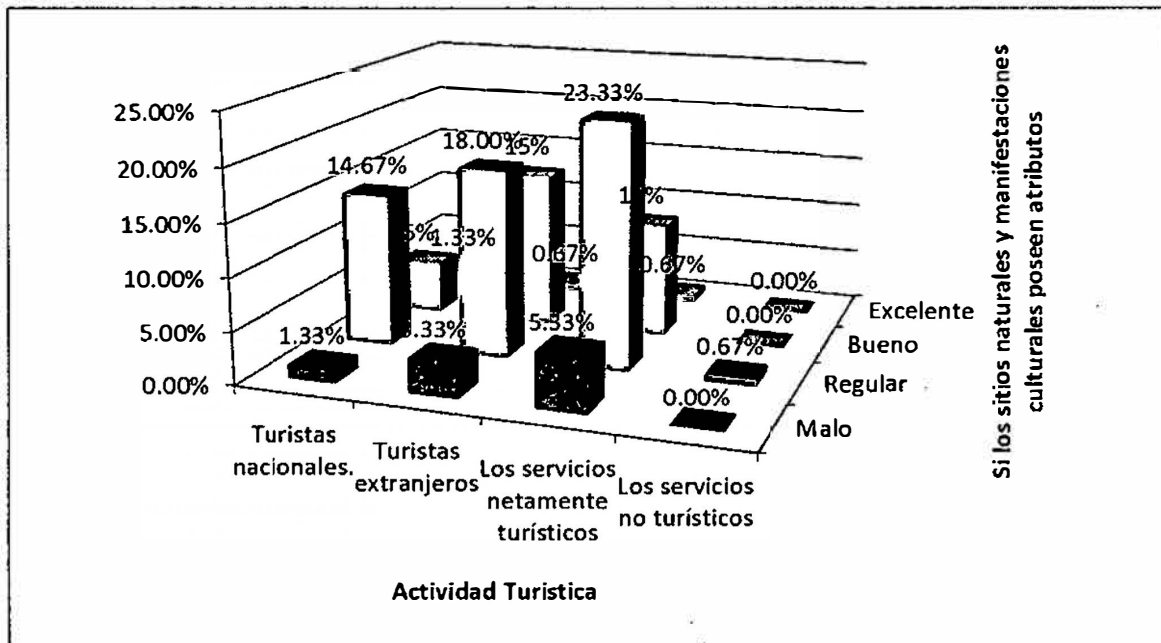
Hipótesis específica 1

Tabla N° 28

		Actividad Turística				Total
		Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Los servicios netamente turísticos	Los servicios no turísticos	
Si los sitios naturales y manifestaciones culturales poseen atributos	Malo	1.33%	3.33%	5.33%	0.00%	10.00%
	Regular	14.67%	18.00%	23.33%	0.67%	56.67%
	Bueno	5%	15%	11%	0.00%	30.67%
	Excelente	1.33%	0.67%	0.67%	0.00%	2.67%
Total		22.67%	36.67%	40.00%	0.67%	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

Figura N° 26



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

(Hipótesis nula)H0: Si los sitios naturales y las manifestaciones culturales poseen atributos propios como cuerpos y caídas de agua, montañas, grutas, caverna o

cuevas, lugares pintorescos y lugares históricos, entonces no influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.

(Hipótesis alterna)H1: Si los sitios naturales poseen atributos propios como cuerpos y caídas de agua, montañas, grutas, caverna o cuevas, lugares pintorescos y lugares históricos, entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,160 ^a	9	,047
Razón de verosimilitudes	7,218	9	,047
Asociación lineal por lineal	1,273	1	,259
N de casos válidos	150		

Del cuadro se tiene que el valor "Sig. Asintótica" es 0.047 menor a 0.05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁) por lo que podemos afirmar con un nivel significancia del 95% que si los sitios naturales poseen atributos propios como cuerpos y caídas de agua, montañas, grutas, caverna o cuevas, lugares pintorescos y lugares históricos, entonces si influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.

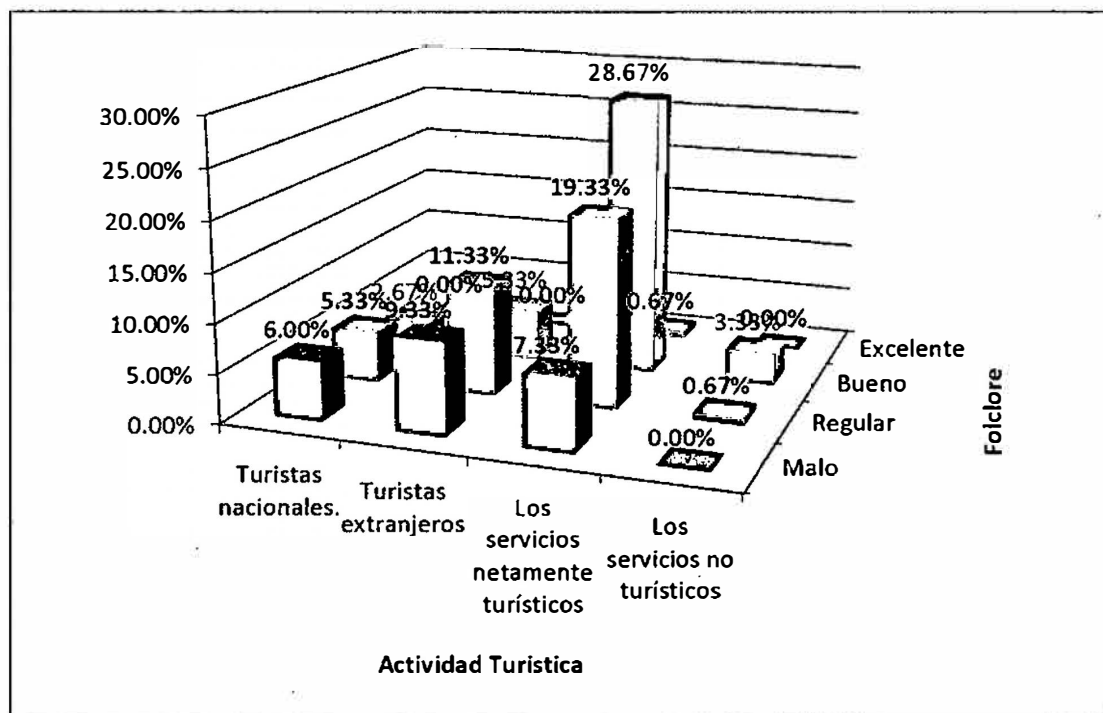
Hipótesis específica 2

Tabla N° 29

		Actividad Turística				Total
		Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Los servicios netamente turísticos	Los servicios no turísticos	
Folclore	Malo	6.00%	9.33%	7.33%	0.00%	22.67%
	Regular	5.33%	11.33%	19.33%	0.67%	36.67%
	Bueno	2.67%	5.33%	28.67%	3.33%	40.00%
	Excelente	0.00%	0.00%	0.67%	0.00%	0.67%
Total		14.00%	26.00%	56.00%	4.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

Figura N° 27



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

(Hipótesis nula)H0: Si el folclore está compuesto por el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte y gastronomía, entonces no influyen de manera positiva en crecimiento de la actividad turística.

(Hipótesis alterna H1): Si el folclore está compuesto por el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte y gastronomía, entonces influyen de manera positiva en el crecimiento de la actividad turística.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,064 ^a	9	,004
Razón de verosimilitudes	26,784	9	,002
Asociación lineal por lineal	21,502	1	,000
N de casos válidos	150		

Medidas simétricas

	Valor	Error tít. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal Tau-c de Kendall	,295	,055	5,440	,000
N de casos válidos	150			

Del cuadro se tiene que el valor "Sig. Asintótica" es 0.004 menor a 0.05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), por lo tanto podemos afirmar con un nivel significancia del 95% que si el folclore está compuesto por el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte y gastronomía, entonces influyen de manera positiva en el crecimiento de la actividad turística es relativamente moderado, además el valor de Tau-c de Kendall es de 0.295, lo que indica una moderada relación entre ambas en indicadores de la dimensión en contraste.

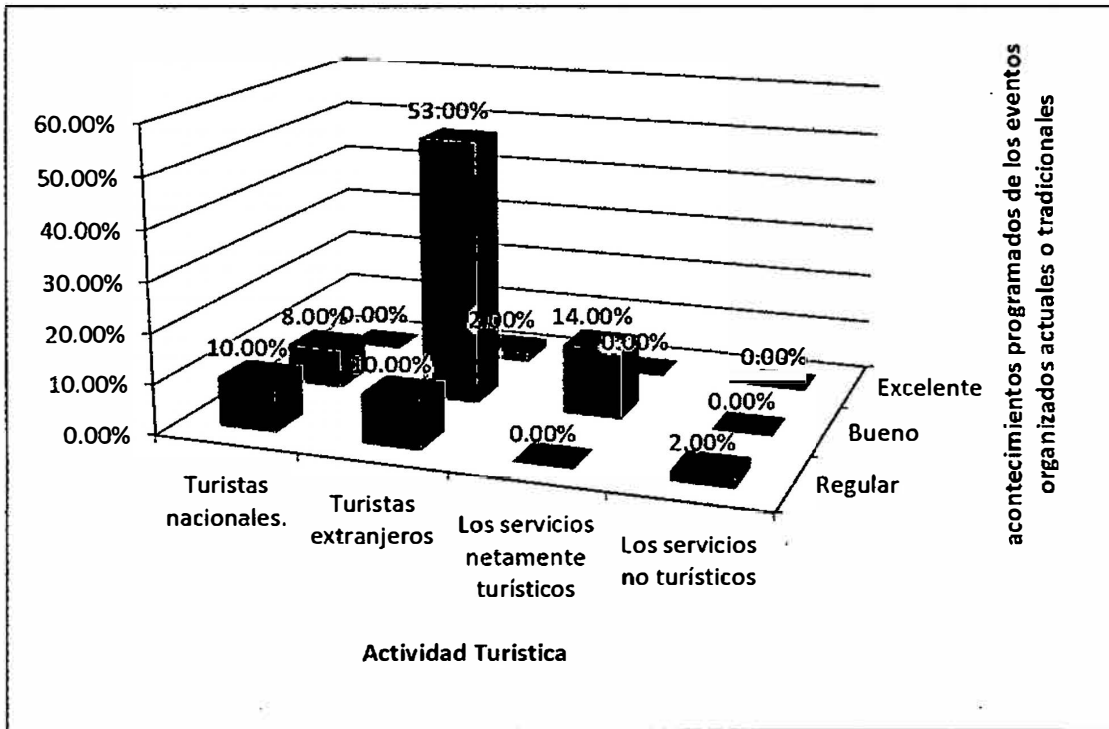
Hipótesis específica 3

Tabla N° 30

		Actividad Turística				Total
		Turistas nacionales.	Turistas extranjeros	Los servicios netamente turísticos	Los servicios no turísticos	
acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales	Regular	10.00%	10.00%	0.00%	2.00%	22.00%
	Bueno	8.00%	53.00%	14.00%	0.00%	76.00%
	Excelente	0.00%	2.00%	0.00%	0.00%	2.00%
Total		18.00%	65.00%	14.00%	2.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

Figura N° 28



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

(Hipótesis nula)H0: Si los acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces no influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.

(Hipótesis alterna)H1: Si los acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,441 ^a	6	,050
Razón de verosimilitudes	12,780	6	,047
Asociación lineal por lineal	1,618	1	,203
N de casos válidos	49		

Medidas simétricas

	Valor	Error t(íp. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal Tau-c de Kendall	,179	,101	1,780	,075
N de casos válidos	49			

Del cuadro se tiene que el valor "Sig. Asintótica" es 0.05 es igual a 0.05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁), por lo tanto podemos afirmar con un nivel significancia del 95% que si los acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística, además el valor de Tau-c de Kendall es de 0.179 lo que indica una relación directa entre ambas dimensiones de las variables en estudio.

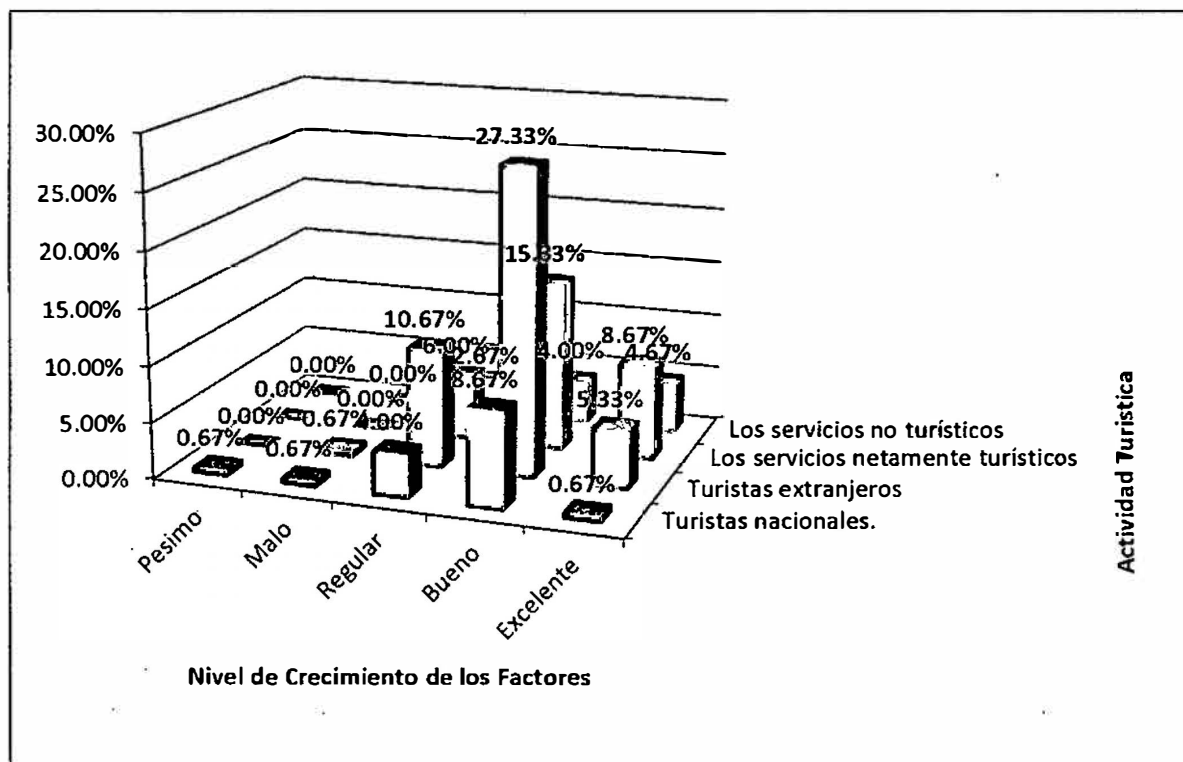
Hipótesis específica 4

Tabla N° 31

		Actividad Turística				Total
		Turistas nacionales.	Turistas extranjeros	Los servicios netamente turísticos	Los servicios no turísticos	
Nivel de crecimiento de los factores	Muy bajo	0.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.67%
	Bajo	0.67%	0.67%	0.00%	0.00%	1.33%
	Medio	4.00%	10.67%	6.00%	2.67%	23.33%
	Alto	8.67%	27.33%	15.33%	4.00%	55.33%
	Muy alto	0.67%	5.33%	8.67%	4.67%	19.33%
Total		14.67%	44.00%	30.00%	11.33%	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

Figura N° 29



Fuente: Elaboración propia en base a los resultados obtenidos.

(Hipótesis nula) H0: Si existen factores determinantes como la demanda, la oferta, espacio geográfico y operadores de mercado, entonces el nivel de crecimiento de la actividad turística es bajo.

(Hipótesis alterna H1): Si existen factores determinantes como la demanda, la oferta, espacio geográfico y operadores de mercado, entonces el nivel de crecimiento de la actividad turística es alto.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,317 ^a	12	,044
Razón de verosimilitudes	19,746	12	,072
Asociación lineal por lineal	10,238	1	,001
N de casos válidos	150		

Medidas simétricas

	Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal Tau-c de Kendall	,183	,063	2,939	,003
N de casos válidos	150			

Del cuadro se tiene que el valor "Sig. Asintótica" es 0.044 menor y cercano a 0.05 nivel de significancia entonces se rechaza la hipótesis nula (H₀), por lo tanto podemos afirmar con un nivel significancia del 95% que si existen factores determinantes como la demanda, la oferta, espacio geográfico y operadores de mercado, entonces el nivel de crecimiento de la actividad turística es alto, además el valor de Tau-c de Kendall es de 0.183 lo que indica una relación directa entre ambas en indicadores de la dimensión en contraste.

3.3. DISCUSIÓN

El presente informe se puede deducir que la Actividad Turística es un gran generador de ocupación, y no solo por el número de puestos de trabajo directo que requieren las instalaciones turísticas (hoteles, apartamentos, restaurantes), sino también por los que se originan de forma indirecta (los que cubren el suministro de turistas: construcción, transporte, agencias de viaje, casas de cambio, seguridad) e inducida (los que surgen de la demanda por parte de los empleados directos e indirectos del turismo: comercio, bancos, espectáculos). Por tanto si los recursos con los que se cuenta, son bien aprovechados, la Actividad Turística se podría convertir en el principal sector socioeconómico del mundo y una de las primeras partidas al comercio internacional.

De tal manera, que analizando la Hipótesis General en la Tabla N°27; nos muestra que el 60% de las encuestas realizadas a los turistas nacionales como extranjeros que arribaron a la provincia de Abancay mencionan que los recursos turísticos situados en nuestra la provincia de Abancay son buenos para el crecimiento de la actividad turística, asimismo estos resultados son respaldados por (BAIKER, Jan, 2012) que nos dice que Abancay es un buen destino turístico para los amantes del ecoturismo; por otro lado, menciona que hay un fuerte potencial turístico que no está siendo aprovechado.

Por otra parte, en la Hipótesis Específica 1 que se muestra en la Tabla N° 28, nos indica que el 56.67% de las encuestas realizadas a los turistas nacionales como extranjeros mencionan que los sitios naturales y manifestaciones culturales poseen atributos propios como cuerpos y caídas de agua, montañas, grutas, caverna o cuevas, lugares pintorescos y lugares históricos, tienen un regular impacto por lo que influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística, asimismo estos resultados son respaldados por (BADATUR, 2009) donde se puede verificar que en el año 2009, que la región de Apurímac recibió 154,649 visitantes, donde el 97.76% son turistas nacionales y el 2.24% son

turistas extranjeros, con un promedio de permanencia de 1.27 días y una ocupación hotelera de 30% (ver anexo1) y según el DIRCETUR Apurímac muestra el flujo turístico nacional y extranjero de arribos y pernoctaciones en la provincia de Abancay durante los años 2003 al 2012

Respecto a la Hipótesis Específica 2, que se muestra en la Tabla N° 29, nos indica que el 40.00% de las encuestas realizadas a los turistas nacionales como extranjeros mencionan que si el folclore está compuesto por el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte y gastronomía, entonces tienen un buen impacto, por lo que influyen de manera positiva en el crecimiento de la actividad turística; estos datos se ven respaldados con las afirmaciones de (CLAROS CENTENO, 2012) quien menciona que el folclore es importante para el crecimiento de la actividad turística en la provincia a de Abancay.

Con relación a la Hipótesis Específica 3, que se muestra en la Tabla N° 30, nos indica que el 76.00% de las encuestas realizadas a los turistas nacionales como extranjeros mencionan que si los acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces tienen un buen impacto, por lo que influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística; estos datos se ven respaldados con las afirmaciones del (MINCETUR - Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, 2006, págs. 5-6) donde considera que recursos turísticos son los recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas y/o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes y contribuye en el crecimiento de la actividad turística en la provincia a de Abancay.

Analizando la Hipótesis Específica 4, que se muestra en la Tabla N° 31, nos indica que el 55.33% de las encuestas realizadas a los turistas nacionales como extranjeros mencionan que si los factores determinantes como la demanda, la oferta, espacio geográfico y operadores de mercado, entonces el nivel de crecimiento de la actividad turística es acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces tienen un alto impacto, por lo que influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística; estos datos son respaldados por (SANCHO, 1998, pág. 47) donde clasifica Concretamente, en cuatro elementos básicos para el crecimiento de actividad turística: a) **La Demanda**: formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. b) **La Oferta**: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística. c) **El Espacio Geográfico**: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística. d) **Los Operadores del Mercado**: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Finalmente, considero que esta investigación es un aporte que permita contribuir a futuras investigaciones y nuevos métodos de abordaje para el desarrollo de los problemas que acarrearán en nuestra provincia de Abancay.

CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo correspondiente de determinar la influencia de los recursos turísticos en el crecimiento de la actividad turística, nuestros resultados establecen la importancia de la puesta en valor de dichos recursos para su preservación, mantenimiento y fines económicos; cabe resaltar que esta tarea recae sobre la responsabilidad de aquellas organizaciones inmersas en el desarrollo turístico como el gobierno regional y locales, asimismo de sus órganos de dependencia y ONGs.

Asimismo con respecto a las manifestaciones culturales, Abancay posee diferentes expresiones culturales como lugares históricos, sitios arqueológicos y espacios urbanos y con los debidos cuidados y el respeto a las normas y leyes que lo respaldan más el ingenio y visión empresarial; esta daría frutos a mediano y largo plazo.

En torno al folclore, que sabemos que Abancay cuenta con una diversidad de ellos que demuestran nuestra identidad e historia y que turistas extranjeros se sienten atraídos por ellas, con un fuerte impulso de estas actividades más los acontecimientos programados en que se desarrollan en la ciudad de Abancay, garantizarían el crecimiento económico de Abancay.

Es deber del estudiante de administración tener una visión emprendedora y los sectores que aún no se han desarrollado como el turismo ya que la mayoría optan por trabajar en el sector público, empresas y el sector financiero que actualmente se están saturando y nos olvidamos de nuestras costumbres, historia, sitios naturales y arqueología que deben ser rescatadas.

El desarrollo de esta tesis nos ha dado conocer que tenemos muchos recursos turísticos al que no le prestamos el más mínimo interés por mejorarlos y fomentarlos, con el estudio sobre turismo que hemos realizados (Los investigadores) encontramos que existen muchas instituciones públicas, así como ONG que están encargadas del desarrollo turístico y también nos ha dado a entender que tenemos

la responsabilidad todos nosotros de buscar las formas de desarrollo para Abancay como autoridades como gobierno como instituciones públicas y más aún como estudiantes de las distintas universidades que alberga nuestra ciudad de Abancay valle de la eterna primavera.

Una de esas formas de desarrollo es el turismo, ya que tendencias actuales manifiestan que los turistas buscan lugares nuevos y exóticos que Abancay puede ofrecer, ya que se pueden desarrollar distintas formas de turismo como muchos autores hablan en sus libros del fuerte potencial turísticos que Abancay posee.



RECOMENDACIONES

A partir de la realización de esta investigación, se pueden generar algunas recomendaciones para futuros proyectos de investigación que se realicen en el área y para proyectos de inversión pública.

Se recomienda que a aquellas instituciones tanto públicas como ONGs que velan por el desarrollo turístico, generen proyectos integrales para la conservación y restauración de los recursos turísticos.

También se recomienda a los gobiernos regionales y locales que se evalúe detalladamente sobre qué sector o eje económico se es más rentable invertir, dado por la geografía accidentada de Apurímac el desarrollo de la agricultura es muy bajo.

El estudio y el rescate de la historia de Abancay como patrimonio cultural es muy importante ya que representa un factor clave para el desarrollo turístico e identidad abanquina.

De la misma forma, Abancay conocida como “El valle de la eterna primavera” es un título del que no estamos demostrando que lo vale, por lo que se recomienda a modo de propuesta planes o proyectos de inversión pública integrales a fin de merecer tan dichoso título y para el bienestar del turismo urbano de Abancay.

Como ya sabemos que el tema de turismo es sector muy importante que Abancay tiene que trabajar con todos sus actores involucrados, esperamos que esta tesis al igual que los diferentes autores extranjeros, nacionales y locales cree conciencia turística en los habitantes de esta provincia, así como también las diferentes fuentes bibliográficas aseguran que el desarrollo del turismo trae muchos beneficios, como calidad de vida, recuperación del patrimonio, historia y las aéreas naturales, fortalecimiento y fomento de nuestras costumbres y tradiciones, etc.

Esperemos que el desarrollo de esta tesis se tome bajo consideración especial y empiecen a dar sus frutos en un futuro no muy lejano.

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA, M. (1987). *Administracion del Turismo*. Mexico: Edit. Trillas.
- BADATUR. (2009). *Base mas Completa de Datos de Turismo del Perú*. Obtenido de <http://www.badaturperu.com.pe/mapas/apurimacodh.htm>
- BAIKER, Jan. (s.f.). *Guia Turistica Mancomunidad Saywite - Choquequirao - Ampay*. Abancay.
- BERNAL TORRES, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Naucalpan, México: Pearson Educación.
- BOTE GOMEZ, V. (1999). *Planificación Económica del Turismo, de una estrategia masiva a una artesanal*. Mexico: Editorial Trillas.
- BOULLON, R. (1990). *Planificacion de Espacios Tristicos*. Mexico: Trillas.
- BULL, A. (1994). *La Economía del Sector Turístico*. Madrid: Alianza editorial.
- CARBAJAL RAMOS, F. D. (2005). *El Planeamiento Estrategico como Instrumento de Desarrollo del Sector Turismo en el Peru*. Lima.
- CHARAJA CUTIPA, F. (2009). *EL MAPIC en la Metodologia de la Investigación*. Puno, Perú: Editorial San Marcos.
- CLAROS CENTENO, A. H. (s.f.). *Apurimac: Historia y Realidad Regional*.
- COOPER, C., FLETCHER, J., & GILBERT, D. a. (1993). *Tourism, Principles and Practice*. Londres: Pitman Publishing.
- DEFERT, P. (1972). *Tipologia Integrada de Recursos y Actividades Turisticas (TIRAT)*. Europa.
- EI PERUANO. (18 de Setiembre de 2009). *Ley General de Turismo del Perú. Normas Legales Anexo 2*, pág. 8.
- GALLEGOS FUENTES, L. L., & TAPIA SALAZAR, E. M. (2009). *Aspectos Importantes para Promover el Desarrollo Turistico en el Distrito Mariscal Caceres-Camana y su relacion con el Turismo*. Arequipa.
- LENO CERRO, F. (1993). *Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico*. Madrid.
- LEY N°26961. (3 de Junio de 1998). *Ley para el Desarrollo de la Actividad Turistica*, pág. 1.
- Libro blanco del Turismo Español. (1990). *Secretaria General del Turismo*. España.

- LUNA GARCIA, M. I. (2009). *Evaluacion de los Recursos Turisticos Culturales de la cabecera Municipal de Santa Maria Huatulco, Oaxaca*. Oaxaca.
- MARÍN CASTILLO, Herminia. (2012). *Introduccion a los Recursos Turisticos*. Ecuador.
- Mc INTOSH, R. W., GOELDNER, C. R., & BRENT RITCHIE, J. R. (2002). *Turismo Planeacion, Administracion y Perspectivas*. Mexico: Limusa, S.A.
- MINCETUR - Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. (2006). *Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional*. Lima, Perú.
- OMT, O. M. (1995). *Conceptos, Definiciones y Clasificaciones para Estadísticas de Turismo: un Manual Tecnico*. Madrid.
- OMT, O. M. (1996). *Implicaciones de la definiciones del Turismo de la ONU/OMC para el Turismo de Estados Unidos*. Madrid.
- ORGANICACION MUNDIAL DEL TURISMO. (1998). *Introducción al turismo " Conceptos Fundamentales del Turismo"*. Madrid: 1º edición.
- ROBERTO, E., & UNDA, A. (2007). *El Turismo Rural Sostenible Como Alternativa de Desarrollo en la C.C. de la Raya del Distrito de Chuicuito - Puno*. Puno.
- SÁNCHEZ, M. A., & VILLEGAS, F. (2000). *Recursos Turísticos y Actividades del Sector en la Provincia de Granada. (30)*. España: Universidad de Granada.
- SANCHO, A. (1998). *Introduccion al Turismo OMT*. Madrid.
- VASQUEZ SOLÍS, V., & PROPIN FREJOMILI, E. (2005). *Las Relaciones Regionales de la Economía Turística en Bahías de Huatulco, Oaxaca*. México.
- ZIMMERMANN, E. W. (1957). *Recursos e Industrias del Mundo, Fondo de Cultura Económica*. México.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Recursos Turísticos y su influencia en el crecimiento de la Actividad Turística en la provincia de Abancay -2014

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera los recursos turísticos influyen en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014?</p> <p>Problemas específico 1</p> <p>¿En qué medida los sitios naturales y las manifestaciones culturales influyen en el crecimiento de la actividad turística?</p> <p>Problemas específico 2</p> <p>¿De qué manera el folclore influye en el crecimiento de la actividad turística?</p> <p>Problemas específico 3</p> <p>¿De qué manera los acontecimientos programados influyen en el crecimiento de la actividad turística?</p> <p>Problemas específico 4</p> <p>¿Cuál es el nivel de crecimiento de la actividad turística?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar los recursos turísticos y su influencia en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay –2014.</p> <p>Objetivo Especifico 1</p> <p>Explicar en qué medida los sitios naturales y las manifestaciones culturales influyen en el crecimiento de la actividad turística</p> <p>Objetivo Especifico 2</p> <p>Determinar de qué manera el folclore influye en el crecimiento de la actividad turística</p> <p>Objetivo Especifico 3</p> <p>Explicar de qué manera los acontecimientos programados influye en el crecimiento de la actividad turística</p> <p>Objetivo Especifico 4</p> <p>Determinar el nivel de crecimiento de la actividad turística</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Si los recursos turísticos son puestos en valor, restaurados y mejorados entonces influirán positivamente y en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay – 2014.</p> <p>Hipótesis Especifica 1</p> <p>Si los sitios naturales y las manifestaciones culturales poseen atributos propios como cuerpos y caídas de agua, montañas, grutas, caverna o cuevas, lugares pintorescos y lugares históricos entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.</p> <p>Hipótesis Especifica 2</p> <p>Si el folclore está compuesto por el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, arte y gastronomía, entonces influyen de manera positiva en el crecimiento de la actividad turística.</p> <p>Hipótesis Especifica 3</p> <p>Si los acontecimientos programados de los eventos organizados actuales o tradicionales son atractivos, entonces influyen positivamente en el crecimiento de la actividad turística.</p> <p>Hipótesis Especifica 4</p> <p>Si existen factores determinantes como la demanda, la oferta, espacio geográfico y operadores de mercado entonces el nivel de crecimiento de la actividad turística es alto.</p>	<p>RECURSO TURÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sitios naturales <ul style="list-style-type: none"> ➢ Cuerpos de agua. ➢ Caídas de agua. ➢ Montañas. ➢ Grutas o cuevas, cuevas. ➢ Lugares pintorescos. • Manifestaciones culturales <ul style="list-style-type: none"> ➢ Arquitectura y espacios urbanos ➢ Lugares históricos ➢ Sitios arqueológicos ➢ Pueblos • Folclore <ul style="list-style-type: none"> ➢ Tradiciones. ➢ Costumbres. ➢ Leyendas. ➢ Poemas. ➢ Artes. ➢ Gastronomía. • Acontecimientos programados <ul style="list-style-type: none"> ➢ Eventos organizados Actuales ➢ Eventos organizados Tradicionales <p>ACTIVIDAD TURÍSTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda <ul style="list-style-type: none"> ➢ Turistas locales. ➢ Turistas nacionales. ➢ Turistas extranjeros. • Oferta <ul style="list-style-type: none"> ➢ los servicios netamente turísticos. ➢ los servicio no turísticos. • Espacio geográfico <ul style="list-style-type: none"> ➢ Espacio turístico ➢ Municipio turístico ➢ Destino turístico • Operadores de mercado <ul style="list-style-type: none"> ➢ Agencias turísticas mayoristas ➢ Agencias turísticas minoristas 	<p>TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Tipo de investigación Es de tipo básica, Nivel de investigación El nivel es explicativo o causal,</p> <p>MÉTODO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Método de investigación El método que corresponde al presente trabajo de investigación es Hipotético - deductivo</p> <p>Diseño de investigación La investigación se desarrollará haciendo uso del diseño no experimental - transversal o transeccional – causal.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>La población es de 137660 visitantes y la muestra es de 383 visitantes.</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas – cuestionario • Análisis documental – guía documental <p>PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS SPSS versión 18, EXCEL 2010</p>



Anexo N°2

APURIMAC 2009: INDICADORES DE OFERTA Y DEMANDA HOTELERA													
MESES/CONCEPTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
OFERTA													
Número de establecimientos	78	80	81	82	82	83	83	83	83	83	83	83	
Número de habitaciones	1.349	1.367	1.372	1.392	1.394	1.395	1.396	1.394	1.399	1.399	1.400	1.393	
Número de camas	2.117	2.154	2.165	2.192	2.186	2.217	2.217	2.212	2.207	2.206	2.111	2.190	
DEMANDA													
Total de arribos mensuales	11.927	11.695	13.143	13.944	14.020	13.233	12.881	12.970	12.392	12.613	12.618	13.213	154.649
Nacionales	11.744	11.540	12.830	13.612	13.684	12.860	12.485	12.627	12.146	12.345	12.333	12.975	151.181
Extranjeros	183	155	313	332	336	373	396	343	246	268	285	238	3.468
Promedio de permanencia (días)	1,27	1,22	1,25	1,25	1,31	1,27	1,28	1,26	1,27	1,29	1,31	1,23	
Nacionales (días)	1,28	1,22	1,25	1,25	1,30	1,28	1,27	1,27	1,27	1,30	1,31	1,23	
Extranjeros (días)	1,35	1,10	1,11	1,20	1,67	1,26	1,43	1,24	1,11	1,22	1,29	1,13	
Porcentaje de habitaciones ocupadas en el mes	28,23	26,13	30,04	28,69	28,85	29,62	33,27	32,11	31,25	31,66	30,13	27,21	
Porcentaje de camas ocupadas en el mes	22,79	21,07	24,14	22,95	23,45	24,00	25,63	25,79	25,81	25,36	24,05	21,64	
Fuente: BADATUR -OTP													
Elaboración: Observatorio Turístico del Perú													



Anexo N°3

MODALIDAD ORIGEN / PERNOCTACIÓN	AÑOS										TOTAL
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
TOTAL ARRIBO:	116.343	104.146	104.757	119.051	146.642	175.645	186.672	212.756	193.608	291.960	1.651.580
NACIONAL	114213	101.783	102.393	116.363	142.656	171.153	182.172	208.217	188813	285.295	1613058
EXTRANJERO	2130	2.363	2.364	2.688	3.986	4.492	4.500	4.539	4795	6.665	38522
TOTAL PERNOCTACIÓN	149.112	132.322	133.923	152.886	189.083	227.023	252.395	288.178	263.444	370.569	2.158.935
NACIONAL	146165	129.188	130.961	149.566	183.499	221.372	246.777	282.674	257252	362.573	2110027
EXTRANJERO	2947	3.134,00	2.962	3.320	5.584	5.651	5.618	5.504	6192	7.996	48908
TOTAL PERMANENCIA:	1,28	1,27	1,28	1,28	1,29	1,29	1,35	1,35	1,36	1,27	
NACIONAL	1,28	1,27	1,28	1,29	1,29	1,29	1,35	1,36	1,36	1,27	
EXTRANJERO	1,38	1,33	1,25	1,24	1,40	1,26	1,25	1,21	1,29	1,20	

FUENTE: DIRCETUR Apurímac - Estadísticas anuales 2003-2012 de arribos y pernoctaciones



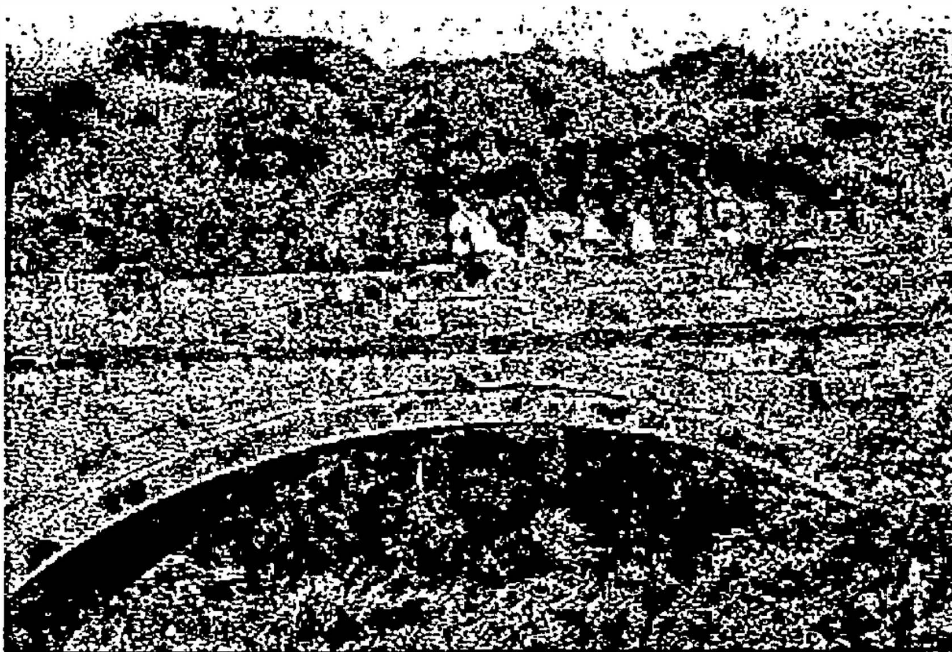
Anexo N°4

ENERO-DICIEMBRE 2013: ÍNDICES MENSUALES DE OCUPABILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO

Dpto.: APURÍMAC Prov.: ABANCAY Dist: ABANCAY Categoría : TODAS CONSOLIDADAS Clase : TODAS CONSOLIDADAS

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sep.	Oct	Nov	Dic
OFERTA												
Número de establecimiento	52	52	53	54	54	54	54	53	55	57	57	58
Número de habitaciones	1016	975	1015	1034	1068	1054	1051	1028	1065	1102	1095	1109
Número de plazas-cama	1556	1502	1564	1571	1633	1592	1575	1574	1624	1684	1672	1686
INDICADORES												
TNOH en el mes (%)	31.99	34.06	34.22	36.40	33.51	31.90	40.71	39.23	36.94	36.45	39.45	34.66
TNOC en el mes (%)	27.08	29.38	29.46	31.27	28.66	27.76	33.30	33.07	31.27	29.40	32.33	28.89
Promedio de permanencia(días)	1.22	1.25	1.28	1.27	1.29	1.29	1.32	1.31	1.30	1.21	1.32	1.31
Nacionales(días)	1.23	1.25	1.28	1.26	1.29	1.29	1.31	1.30	1.30	1.21	1.32	1.31
Extranjeros(días)	1.16	1.39	1.16	1.40	1.42	1.49	1.68	1.66	1.32	1.36	1.64	1.31
Total de arribos en el mes	10667	9872	11203	11636	11255	10288	12280	12325	11691	12649	12271	11523
Nacionales	10521	9764	11062	11460	11082	10113	11925	12162	11502	12523	12104	11436
Extranjeros	146	108	141	176	173	175	355	163	189	126	167	87
Total pernoctaciones mes	13061	12355	14285	14739	14511	13257	16257	16134	15234	15348	16215	15099
Nacionales	12892	12205	14122	14492	14265	12997	15659	15864	14984	15177	15941	14985
Extranjeros	169	150	163	247	246	260	598	270	250	171	274	114
Total empleo en el mes	147	168	173	173	170	177	170	163	173	172	177	183
COBERTURA DE INFORMANTE												
En N° de establecimientos (%)	75.00	67.31	71.70	57.41	55.56	62.96	70.37	69.81	58.18	54.39	61.40	67.24
En N° de habitaciones (%)	83.17	73.23	81.08	64.70	63.11	67.36	78.02	80.74	70.05	64.43	72.15	78.09





Grupo de Compañeros del semestre 2007-1 de paseo en el Puente Colonial de Pachachaca

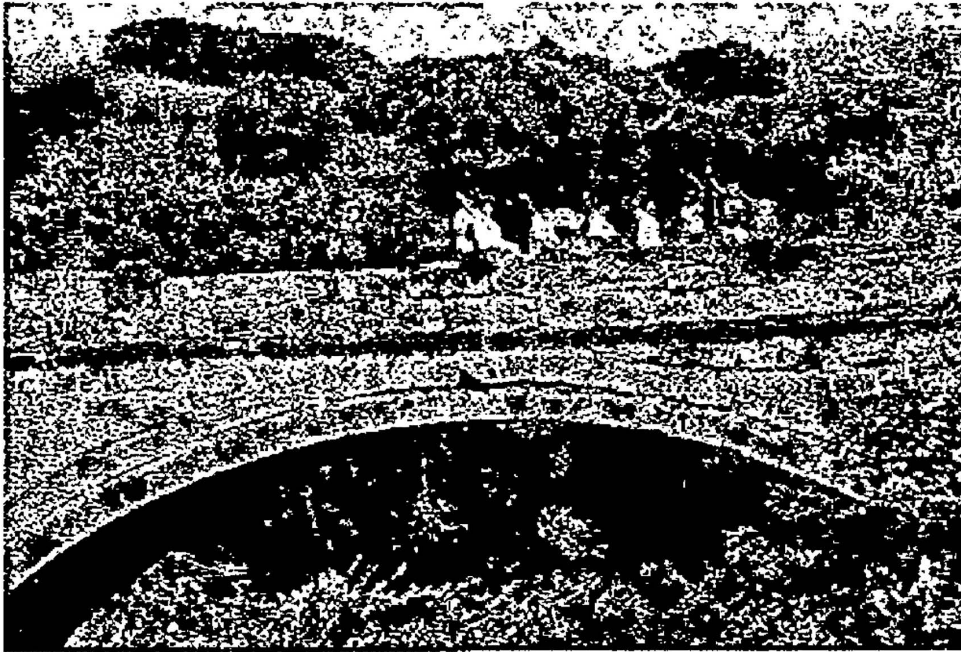


Christian Huachaca Tapullima iniciando la ruta del Santuario Nacional del Ampay

17	¿Cómo califica la atraktividad a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?	1	2	3	4	5
18	¿Cómo califica la accesibilidad a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?	1	2	3	4	5
19	¿Cómo califica el acondicionamiento a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?	1	2	3	4	5
20	¿Cómo califica servicios turísticos a la Feria Agropecuaria, Agroindustrial Y Artesanal De San Antonio?	1	2	3	4	5
ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS						
21	¿Cómo califica la atraktividad de los carnavales de la provincia de Abancay?	1	2	3	4	5
22	¿Cómo califica el acondicionamiento de los lugares donde se desarrollan los carnavales?	1	2	3	4	5
23	¿En comparación con otros departamentos o provincias del Perú, como considera los carnavales de Abancay?	1	2	3	4	5
24	¿Cuánto sería el turismo si las autoridades realizaran proyectos u obras públicas que mejoren y fortalezcan los recursos turísticos?	1	2	3	4	5

Donde:

5	Excelente
4	Bueno
3	Regular
2	Malo
1	Pésimo



Grupo de Compañeros del semestre 2007-1 de paseo en el Puente Colonial de Pachachaca



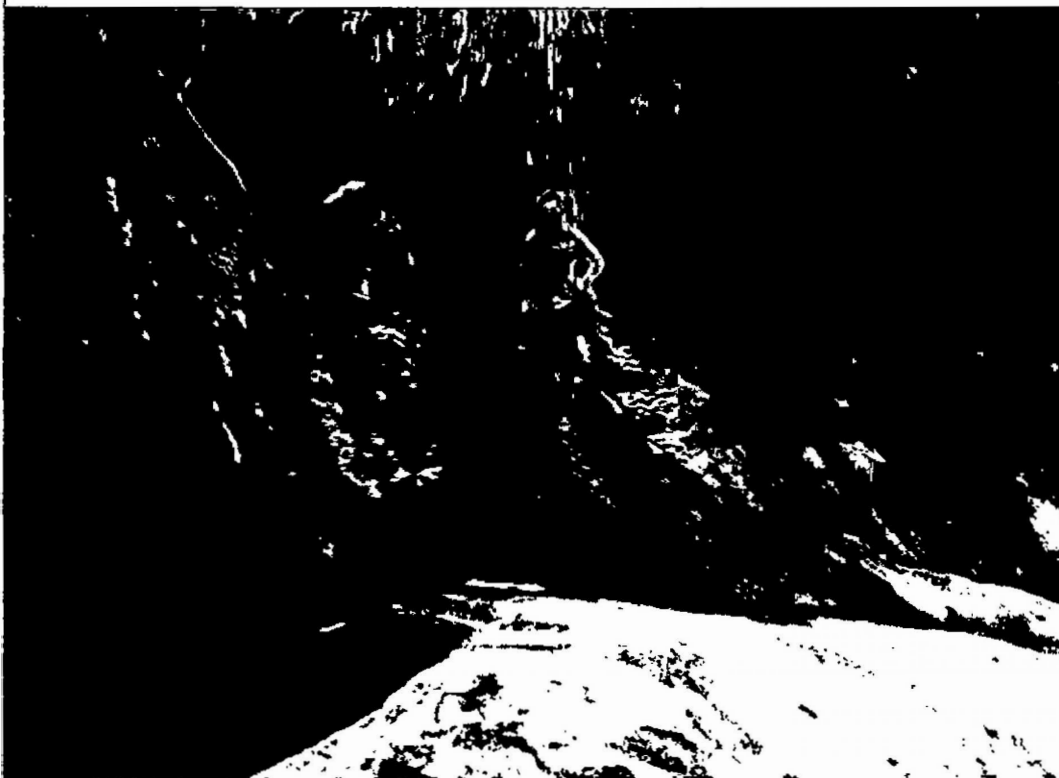
Christian Huachaca Tapullima iniciando la ruta del Santuario Nacional del Ampay

Christian Huachaca Tapullima en el Rio Pachachaca



Konrad Contreras Taibe y Christian Huachaca Tapullima, los autores de la tesis de paseo en los Baños de Santo Tomas, con la compañía de un amigo

Christian Huacha Tapullima de visita en los Baños de Santo Tomas (Pachachaca)



Christian Huacha Tapullima en la entrada al Santuario Nacional del Ampay



Christian Huachaca Tapullima con la vista al fondo de la Laguna de Uspacocha



I. INFORMACION GENERAL

1.1. DEL EXPERTO

Apellidos y Nombres: PINZO DELGADO JORGE LEONIDAS

1.2. DEL AUTOR DEL INSTRUMENTO

Proyecto de Investigación: "Los Recursos Turísticos y su Influencia en el Crecimiento de la Actividad Turística de la Provincia de Abancay - 2014"

Responsable/s:

Instrumento:

Cuestionario

Formato de entrevista

1.3. FACTORES DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

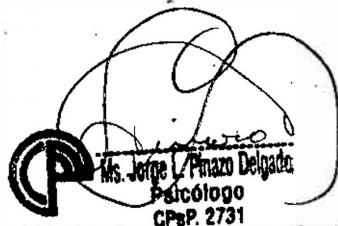
Nº	INDICADORES	CRITERIOS	Coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach				
			Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			(0-20%)	(21-40%)	(41-60%)	(61-80%)	(81-100%)
1	CLARIDAD	Formulación con lenguaje apropiado			X		
2	OBJETIVIDAD	Se expresa en conductas observables			X		
3	ACTUALIDAD	Acorde al avance de la ciencia y tecnología			X		
4	ORGANIZACIÓN	Muestra una organización lógica			X		
5	SUFICIENCIA	Alcanza los aspectos en cantidad y calidad			X		
6	INTENCIONALIDAD	Apropiado para valorar aspectos de las estrategias			X		
7	CONSISTENCIA	Sustenta en aspectos teórico científicos			X		
8	COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores e índices			X		
9	METODOLOGÍA	Responde al propósito del problema				X	
10	OPORTUNIDAD	Instrumento adecuado y oportuno				X	
TOTAL						X	

II. OPINION DE EXPERTO

Vistos el instrumento diseñada en relación con las variables, dimensiones, indicadores e índices, y cumplimiento de los arts. 25° y 35° ejecución dentro de los marcos de metodología de investigación científica del Reglamento General de Grados y Títulos-UNAMBA, el presente instrumento en todos sus contenidos para el proceso de levantamiento de información:

- Se valida
- No se valida

Firma y sello del experto:


 Dr. Jorge L. Pinzo Delgado
 Psicólogo
 CPSP. 2731

DNI N° 01216037
 Teléfono 981772323

Abancay, 12 de marzo del 2015.



