



# ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE A LA PROVINCIA DE ALTO AMAZONAS

LORETO - PERÚ



## AUTORES:

Juan Carlos Schrader Iñapi

Franz Jhonn Vargas Guzmán

Karla Patricia Martell Alfaro

José Gabriel Seijas Diaz

Roger Ricardo Rengifo Amasifen

Rosa Elena Cueto Orbe

Cinthyia Torres Silva

—❁❁❁— 1RA EDICIÓN —❁❁❁—





# ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE A LA PROVINCIA DE ALTO AMAZONAS

LORETO - PERÚ

## AUTORES:

Juan Carlos Schrader Iñapi

Franz Jhonn Vargas Guzmán

Karla Patricia Martell Alfaro

José Gabriel Seijas Diaz

Roger Ricardo Rengifo Amasifen

Rosa Elena Cueto Orbe

Cinthya Torres Silva

1RA EDICIÓN



## **Análisis del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, Loreto - Perú**

Todos los derechos reservados

©Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas

Dirección del Instituto de Investigación

Jr. Prolongación Libertad 1220 – 1228

Yurimaguas, Alto Amazonas Loreto, Perú

[www.unaaa.edu.pe](http://www.unaaa.edu.pe)

**Autores:**

Juan Carlos Schrader Iñapi

Franz Johnn Vargas Guzman

Karla Patricia Martell Alfaro

José Gabriel Seijas Díaz

Roger Ricardo Rengifo Amasifen

Rosa Elena Cueto Orbe

Cinthya Torres Silva

Primera edición digital, agosto 2024

Libro electrónico disponible en:

<https://repositorio.unaaa.edu.pe/handle/UNAAA/57>

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2024-08612

ISBN: 978-612-49773-0-5

Entidad Financiadora: Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas

Diseño de carátula: Ney Tapullima Ramírez

Diagramación: Kasidy Argandoña Del Aguila

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida por ningún medio, ya sea electrónico o mecánico, sin previo consentimiento por escrito de los autores.

A person with long hair and a backpack is seen from behind, looking out over a vast, lush green jungle. The scene is misty and atmospheric, with various tropical plants and trees visible in the distance.

## DECLARACIÓN DE REVISIÓN POR PARES

Este libro ha pasado por un proceso riguroso de revisión por pares antes de su publicación. Dos expertos en el campo evaluaron el contenido, mediante la modalidad doble ciego, asegurando la precisión, relevancia y calidad del material presentado. Este proceso de revisión garantiza que la información contenida en el libro cumpla con los estándares académicos y profesionales, proporcionando a los lectores una fuente confiable y bien fundamentada.

La Dirección del Instituto de Investigación de la Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas, respalda el proceso de revisión por pares. No obstante, las opiniones expresadas en el libro son responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan la postura de la Editorial.

A person with a backpack is seen from behind, walking through a dense, lush green jungle. The scene is filled with various tropical plants and trees, creating a vibrant and natural atmosphere. The lighting is soft, suggesting a misty or early morning setting.

## DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Los autores declaran que el contenido de este libro es original y ha sido elaborado íntegramente por todos los investigadores. Asimismo, todo el material, incluyendo ideas, análisis, interpretaciones, datos y texto, es producto del trabajo propio y no ha sido copiado, plagiado o reproducido de otras fuentes sin el debido reconocimiento. Se aseguró de que cualquier referencia a trabajos de otros autores ha sido correctamente citada y acreditada conforme a las normas académicas y de publicación vigentes. Este libro no ha sido presentado ni publicado previamente en su totalidad ni en partes sustanciales en ningún otro lugar, ya sea en formato impreso o digital. En caso de detectar cualquier error o posible infracción de derechos de autor, los autores se comprometen a tomar las medidas necesarias para corregirlo inmediatamente y notificar a las partes afectadas.

A photograph of a person's hands holding a clipboard and a pencil, set against a background of lush green foliage. The image is overlaid with a semi-transparent green filter.

## AGRADECIMIENTOS

El libro deriva del proyecto de investigación “Caracterización de visitantes basado en aprendizaje automático para generar estrategias de marketing digital en sectores con potencial económico-productivo en la provincia de Alto Amazonas” financiado por la Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas mediante Resolución de Comisión Organizadora N° 300-2023-UNAAA/CO.

Asimismo, los autores agradecen a las estudiantes Anabel Del Aguila, Mary Alvares, Alisson Lluen, Molly Mío, Nicole Napuchi y Nayka Bardales, de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas, por su colaboración en la aplicación de las encuestas en campo para identificar el perfil de los visitantes.

# ÍNDICE

<b>DECLARACIÓN DE REVISIÓN POR PARES</b>	<b>05</b>
<b>DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD</b>	<b>06</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>07</b>
<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO</b>	<b>13</b>
Antecedentes	14
Fundamentación teórica	18
Provincia de Alto Amazonas: Descripción general	24
<b>3 METODOLOGÍA</b>	<b>29</b>
Diseño de la investigación	30
Muestra de estudio	30
Instrumento de recolección de datos	30
Procedimiento de recolección de datos	32
Análisis de datos	32
Consideraciones éticas	32
<b>4 RESULTADOS</b>	<b>34</b>
Perfil sociodemográfico	35
Perfil socioeconómico	43
Hábitos de viaje	46
Motivaciones de viaje	58
Información adicional	59
<b>5 DISCUSIÓN</b>	<b>64</b>
<b>6 CONCLUSIONES</b>	<b>68</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>70</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Población de Alto Amazonas según censo 2017 (INEI)	37
Tabla 2. Dimensiones medidas del perfil del visitante	37
Tabla 3. Perfil sociodemográfico según Top 5 de procedencia nacional	26
Tabla 4. Perfil sociodemográfico según Top 5 de procedencia internacional	31
Tabla 5. Perfil sociodemográfico según profesión	37

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Llegada de turistas internacionales (% de variación respecto a 2019)	20
Figura 2. Mapa de ubicación: A) Región Loreto 1. B) Provincias del departamento de Loreto	25
Figura 3. Mapa de ubicación: Distritos de la provincia de Alto Amazonas	26
Figura 4. Perfil sociodemográfico según género	35
Figura 5. Perfil sociodemográfico según edad promedio	36
Figura 6. Perfil sociodemográfico según estado civil	39
Figura 7. Perfil sociodemográfico según nivel de educación	40
Figura 8. Perfil sociodemográfico según ocupación	42
Figura 9. Perfil socioeconómico según promedio de ingresos mensuales	43
Figura 10. Perfil socioeconómico según frecuencia con la que hace turismo nacional	44
Figura 11. Perfil socioeconómico según frecuencia con la que hace turismo internacional	45
Figura 12. Hábitos de viaje según distritos visitados	46
Figura 13. Hábitos de viaje según destinos turísticos visitados	47
Figura 14. Hábitos de viaje según comunidades originarias visitadas	48
Figura 15. Hábitos de viaje según frecuencia de visitas	49
Figura 16. Hábitos de viaje según tiempo pernoctado	50
Figura 17. Hábitos de viaje según tipo de hospedaje	51
Figura 18. Hábitos de viaje según transporte empleado	52
Figura 19. Hábitos de viaje según tipo de alimentación	53
Figura 20. Hábitos de viaje según medio de información de destinos	54
Figura 21. Hábitos de viaje según red social de información de destinos	55
Figura 22. Hábitos de viaje según acompañantes de viaje	56
Figura 23. Hábitos de viaje según actividades alternativas	57
Figura 24. Principales motivaciones de viaje a la provincia de Alto Amazonas	58
Figura 25. Información adicional sobre recomendaciones de mejora	59
Figura 26. Información adicional sobre intención de visita	60
Figura 27. Información adicional sobre motivación a otras personas	61
Figura 28. Información adicional sobre recomendación de actividades en sector turístico	62
Figura 29. Información adicional sobre calificación de visita	63

# 1

## INTRODUCCIÓN

La provincia de Alto Amazonas, en Loreto, Perú, destaca por su biodiversidad y riqueza cultural, atrayendo ecoturistas y amantes de la cultura indígena. Yurimaguas, su capital, es la puerta de entrada a la selva y comunidades nativas. El turismo ha crecido, aunque enfrenta desafíos de infraestructura y conservación. Esta investigación analiza el perfil de los visitantes para mejorar su experiencia y promover un turismo sostenible que beneficie a las comunidades locales.



La provincia de Alto Amazonas, en la región de Loreto, Perú, se destaca por su biodiversidad y riqueza cultural. Este territorio amazónico, con clima tropical, ríos caudalosos y bosques exuberantes, atrae a los interesados en el ecoturismo y la cultura indígena. La ciudad de Yurimaguas, capital de la provincia, es la puerta de entrada a experiencias turísticas como recorridos por la selva y visitas a comunidades nativas.

El turismo en Alto Amazonas ha crecido constantemente debido a la demanda de experiencias auténticas y sostenibles. Los visitantes buscan conectarse con la naturaleza y las costumbres de los pueblos amazónicos. Sin embargo, el desarrollo turístico enfrenta desafíos como la falta de infraestructura, la necesidad de capacitación en servicios turísticos y la conservación del entorno natural frente al turismo masivo.

Comprender el perfil del visitante es crucial. Identificar quiénes son los turistas, sus intereses y necesidades, permitirá diseñar productos y servicios que respondan mejor a la demanda, fomentando un turismo beneficioso para visitantes y comunidades locales. Además, un conocimiento profundo del perfil del visitante mitiga los impactos negativos del turismo, promoviendo prácticas sostenibles que aseguren la preservación del patrimonio natural y cultural.

Históricamente, la región ha estado vinculada al comercio y la explotación de recursos naturales. En las últimas décadas, ha habido un cambio hacia la valorización de su riqueza natural y cultural como activos turísticos. Este cambio requiere estrategias de gestión turística basadas en datos concretos y análisis de tendencias y patrones de visita.

El turismo en Alto Amazonas representa una oportunidad económica y una herramienta para la conservación del medio ambiente y la promoción de la cultura local. Esta investigación busca contribuir al desarrollo de un modelo turístico que potencie las virtudes de la región, ofreciendo experiencias memorables a los visitantes mientras se preserva el entorno y las tradiciones amazónicas.

El objetivo principal de esta investigación es analizar y caracterizar el perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, en la región de Loreto, Perú. Esta caracterización implica una comprensión detallada de las variables sociodemográficas de los turistas, tales como edad, género, nivel educativo, origen geográfico y ocupación. Además, se pretende identificar las motivaciones que impulsan a estos visitantes a elegir Alto Amazonas como su destino turístico, explorando factores como el interés en la naturaleza, la cultura, la aventura, o la búsqueda de experiencias únicas y auténticas.

El estudio también busca examinar los patrones de comportamiento de los turistas durante su estancia en la provincia. Esto incluye el análisis de aspectos como la duración de la visita, las actividades realizadas, los lugares visitados, el tipo de alojamiento preferido y el gasto promedio. Estos datos son esenciales para comprender cómo los visitantes interactúan con el destino y qué áreas o servicios pueden necesitar mejoras o promoción adicional.

Otro aspecto crucial de esta investigación es evaluar el nivel de satisfacción de los visitantes con su experiencia en Alto Amazonas. Mediante la recopilación de opiniones y percepciones sobre diversos elementos de su viaje, como la calidad de los servicios turísticos, la hospitalidad de los locales, la infraestructura y la accesibilidad, se podrá identificar áreas de fortaleza y debilidad desde la perspectiva del turista. Esta información permitirá proponer recomendaciones específicas para mejorar la experiencia turística y, por ende, incrementar la tasa de retorno de los visitantes.

Este libro tiene como propósito principal ofrecer una visión integral del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, proporcionando datos y análisis que puedan ser utilizados por autoridades locales, empresarios del sector turístico, investigadores y otros interesados en el desarrollo turístico de la región. Se espera que los resultados de esta investigación contribuyan a diseñar estrategias que mejoren la experiencia del visitante y promuevan un turismo sostenible y responsable.

El libro está estructurado en varias secciones. En primer lugar, se presenta un marco teórico que contextualiza el turismo en áreas rurales y naturales, seguido por una descripción detallada de la metodología utilizada. Posteriormente, se exponen los resultados del análisis de las encuestas y entrevistas, junto con una discusión de los hallazgos más relevantes. Finalmente, se ofrecen conclusiones y recomendaciones prácticas para los diferentes actores del sector turístico en Alto Amazonas. Cada sección está diseñada para proporcionar una comprensión profunda y accesible del perfil del visitante y su relevancia para el desarrollo turístico de la provincia.

# 2

## MARCO TEÓRICO

En esta sección se incorporan estudios previos relevantes y se establece una base conceptual que permite comprender los factores determinantes en la elección del destino, así como las características demográficas y psicográficas de los visitantes, con el fin de diseñar estrategias efectivas para el desarrollo sostenible del turismo en Alto Amazonas.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. ANTECEDENTES

#### Internacionales

En Estambul, Zeleke & Deniz (2023) investigaron el efecto de los visitantes en la planificación y gestión efectiva de los arboretos, en una área protegidas utilizada para la investigación científica, la educación y la observación de varias especies de plantas, Arboreto Atatürk. El análisis segmentó a los visitantes del arboreto en dos grupos, entre recreacionistas (35,8%) compuesto principalmente por personas que disfrutaban de caminar, observar aves y pasar el tiempo libre; y visitantes que realizan actividades como fotografía, filmación, educación e investigación científica (64,2%). A pesar de las diferencias en actividades, ambos grupos valoraron altamente el disfrute de la naturaleza. Mayor parte de los encuestados calificó los servicios del arboreto como "buenos" (60%) o "muy buenos" (35%) y alrededor del 5% "ni bueno ni malo", aunque el 39,7% destacaron la baja disponibilidad de baños y la falta de señalización como aspectos negativos; la mayor parte de ellos se enteraron del lugar a través de amigos o familiares. Las diferencias sociodemográficas mostraron una mayor proporción de mujeres en el grupo de fotógrafos y estudiantes, mientras que el grupo de recreacionistas tuvo una ligera mayoría de hombres, en general entre 21 y 30 años, y ambos grupos tenían un alto nivel educativo, siendo la mayoría estudiantes. El estudio reveló que el arboreto recibía visitas por razones ajenas a su propósito de creación, ya que caminar, pasar tiempo libre y tomar fotografías de la naturaleza fueron las actividades más realizadas.

En Ecuador, Abarca Zaquinaula et al. (2022) buscaron describir el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, en tiempos de pandemia. La recolección de los datos se realizó mediante el cumplimiento de un cronograma de salidas de campo que duró 3 meses, seleccionando a 385 turistas de 10 atractivos turísticos de mayor frecuencia. Se encontró mayor predominancia de visitantes masculinos (53%), de nacionalidad ecuatoriana (97%), de entre los 28-32 años, solteros (59%), empleados públicos (33%), empleados privados (31%), con ingreso promedio de (\$400 a 1000 \$), con promedio de gasto de (\$50-100\$), quienes buscan relajación (86%), con tiempo promedio de visita de un día (80%), enterándose del lugar por redes sociales (50%), que prefieren el turismo de naturaleza (47%), además de comida típica (85%), y de viajar en transporte propio (80%). El promedio de turistas locales que integran la demanda turística del lugar se encuentra entre el 23,31% y el 35,38%, mientras que el promedio de turistas nacionales entre el 58,87% y el 77,22% y por último el promedio de turistas internacionales entre el 0,49% y el 4,68%, al año 2021.

En Ecuador, Sánchez Ruiz & Paladines Sarango (2021) tuvieron como objetivo conocer las necesidades y deseos de una persona con capacidades especiales, para ayudar a fortalecer y a planificar de forma adecuada los destinos turísticos. La naturaleza de la investigación es cualitativa y cuantitativa, lo cual nos permitió cuantificar y analizar los resultados obtenidos a través de una encuesta. La muestra incluyó a 95 visitantes del parque, predominando el grupo etario de 31 a 60 años. El 51% de los encuestados eran hombres, mientras que el 49% eran mujeres. Los resultados de la investigación fueron que las personas con capacidades especiales estarían dispuestas a desarrollar turismo en áreas naturales como el Parque Nacional Yacuri, siempre y cuando tengan tanto las condiciones idóneas de accesibilidad como los requerimientos necesarios para desarrollar el turismo: baños accesibles, servicios de alojamiento, servicios de alimentación, transporte y actividades lúdicas y recreativas. La investigación del perfil del turista con capacidades especiales resulta estratégica para que en política pública se construyan acciones y se consideren proyectos de implementación de servicios e infraestructura en áreas naturales, de esta manera se reducirá las brechas de desigualdad.

En Chile, Araya-Pizarro & Álvarez Cortés (2020) analizaron el perfil del turista nacional y extranjero que visita la ciudad de La Serena. El estudio fue aplicado a 920 turistas, con características sociodemográficas, conductuales, motivacionales y atributos de satisfacción. Los resultados revelaron que los turistas tienen cualidades demográficas homogéneas y viajan a la zona motivados por el deseo de desconectarse de la rutina y por la reputación turística de la ciudad. Las principales diferencias entre los tipos de turistas se encontraron en el nivel socioeconómico y en aspectos comportamentales del viaje, como el tiempo de planificación, el gasto registrado y el uso de recursos de internet. Además, identificaron un alto grado de satisfacción entre los visitantes, basado en la belleza de la ciudad, la hospitalidad de los residentes y la calidad de la gastronomía. Sin embargo, el servicio de transporte público, la guía e información turística disponible y la relación calidad-precio fueron los atributos menos valorados. En conclusión, destacaron necesidad de potenciar el turismo en la zona mediante la creación de productos turísticos que se ajusten al perfil particular del visitante y a sus determinantes de satisfacción.

En Colombia, Morelos-Gómez et al. (2020) analizaron el comportamiento de la oferta, demanda y preferencias del turismo de jóvenes mochileros que visitan la ciudad de Cartagena de Indias. La investigación fue cuantitativa, con alcance descriptivo y de tipo transversal, donde encuestaron 196 visitantes que utilizaron los servicios turísticos informales de bajo costo, durante 2018. Se encontró que la mayoría de turistas informales, fueron jóvenes entre 18 y 30 años (68%), profesionales, que buscan una experiencia diferente, de bajo costo, con preferencia para viajar en grupo de amigos, gastar poco dinero y hospedarse en sitios económicos. En el 95% de los casos, eligen sitios que les ofrecen servicio de desayuno y conexión a internet, considerado prioritario, y prefieren alojarse en sitios ubicados principalmente en el centro histórico de la ciudad, por su ambiente bohemio y multicultural. Destacan que el 67% de los encuestados, posee un nivel de formación universitario. Concluyen con la necesidad de que los operadores turísticos complementen los servicios que ofertan, de modo que satisfagan las expectativas de los turistas mochileros que visitan Cartagena de Indias.

## Nacionales

PromPerú (2023) en su estudio sobre el “Perfil del Turista Extranjero 2022”, analizó a los principales países emisores de turistas al Perú (Estados Unidos, Chile, Colombia, España y México) para fortalecer estrategias comerciales en la reactivación del turismo. La muestra incluyó 2098 turistas extranjeros de 15 años o más que permanecieron al menos una noche en el Perú por motivos distintos a residencia o trabajo. Los resultados destacaron lo siguiente: turista estadounidense, observaron un incremento importante en el gasto promedio (US\$ 1503 en 2019 a US\$ 2 000) como resultado de un aumento en la proporción de viajes por vacaciones (62% en 2019 a 77% en 2022) en comparación a la visita de familiares y amigos (17% en 2019 a 9% en 2022), así como la elección de hoteles de alta gama (hoteles de 4 a 5 estrellas de 37% en 2019 a 48% en 2022). En el turista chileno, observaron aumento en su permanencia (6 noches en 2019 a 7 noches en 2022), así como la diversificación de las actividades realizadas; entre estas últimas, las de naturaleza (18% en 2019 a 26% en 2022) y aventura (13% en 2019 a 18% en 2022) han adquirido mayor protagonismo. El turista colombiano aumentó el gasto (US\$ 746 en 2019 a US\$ 812 en 2022) como resultado del incremento de la permanencia promedio (10 noches en 2019 a 11 noches en 2022). Además, observaron mayor importancia en las actividades de naturaleza en comparación con los viajes prepandemia (40% en 2019 a 47% en 2022). Por otro lado, en el turista español identificaron incremento en aquellos que visitan por vacaciones (de 48% en 2019 a 59% en 2022). Además, crece la importancia de las actividades al aire libre, presentándose un aumento en las actividades de naturaleza (54% en 2019 a 67% en 2022) y de aventura (48% en 2019 a 57% en 2022). Finalmente, el turista mexicano gastaba más que antes de la pandemia (US\$ 971 en 2019 a US\$ 1161), además, identificaron incremento en la proporción de turistas que vienen por vacaciones (de 49% en 2019 a 72% en 2022) y con paquete turístico (de 51% en 2019 a 67% en 2022). En 2022, estos cinco países representaron el 65% del total de llegadas al Perú, cifra que se estimó alcanzar 71% en el 2023, siendo el enfoque de la campaña "Perú Ahora" de PromPerú.

PromPerú (2022), en su estudio sobre el “Perfil del Potencial Vacacionista Nacional” buscaron identificar las características y comportamientos de los turistas nacionales, realizando un total de 1634 encuestas online, de las cuales se encontró que 866 encuestados fueron vacacionistas, distribuidos de la siguiente manera: Lima: 428 encuestas, Provincias: 438 encuestas. Los resultados fueron las siguientes, Permanencia y hospedaje: pernoctaron 4 noches, y el alojamiento pagado, especialmente hoteles, fue el más utilizado. Gasto: El gasto promedio fue de S/ 589.00. Medio de transporte: El bus es el principal medio de transporte, seguido por el avión. Actividades realizadas: Las actividades de turismo urbano, gastronómico, naturaleza y cultural fueron las más demandadas. Publicidad: El 44% de los vacacionistas estuvieron influenciados por la publicidad de la página “Y Tú Qué Planes”, generando S/ 4662 millones de movimiento económico. Grupos de viaje: 7 de cada 10 vacacionistas se moviliza en grupos reducidos. Organización del viaje: 2 de cada 3 hizo uso de una agencia de viaje o tour operador. Destino de viaje: Lima e Ica fueron los destinos preferidos, siendo las macro regiones Centro y Norte más visitadas.

En Tumbes, Ramos Mogollon (2024) analizó el perfil del turista ecuatoriano que llegó a la ciudad en el contexto post-COVID. El estudio se desarrolló desde una perspectiva mixta con un carácter

descriptivo, valiéndose para el recojo de datos *in situ* de un cuestionario aplicada a 361 turistas que ingresaron por la frontera. Los resultados predominan que, el 57 % tiene estudios universitarios, el 78% tuvieron la intención de permanecer uno 1 o 2 días en el territorio, el 48% mencionaron que es la primera vez que visitaron la ciudad, el 16% eran provenientes de Guayanas, el 42% prefirieron realizar el viaje con su pareja, el 19% obtuvieron información acerca del destino a través publicidad, por recomendación de amigos e internet; el 94% indico su intención de visitar únicamente Tumbes; el 73% señalaron tener intención de desarrollar actividades relacionadas al turismo gastronómico; el 100% le otorga una calificación favorable a este aspecto cultural y turístico de la región; el 100% de la muestra manifestó recomendar el destino turístico Tumbes. El destino recibe una valoración positiva, especialmente por su oferta gastronómica. Los servicios de soporte tienen una calificación media y hay interés en nuevas actividades turísticas como la temporada de ballenas y la floración del Guayacán, aunque la gastronomía regional sigue siendo la principal atracción.

En Piura, Ojeda Bernuy (2022) tuvo como objetivo determinar el perfil y el nivel de satisfacción de los visitantes del “Museo Elba Aranda de Sarango”, Paita, Perú. El estudio empleó un diseño metodológico no experimental y utilizó una metodología basada en la revisión documental. Se recopilaron datos del libro de registro y se realizaron encuestas mediante cuestionarios para obtener información detallada, con una muestra de 341 visitantes. Los resultados indicaron predominancia en el género masculino entre 20 y 29 años, con grado de instrucción superior universitaria o técnica, además de ser visitantes nacionales, así como visitantes internacionales. La mayoría de ellos, disponía de gastos superiores a S/60.00 por visita. Asimismo, y según su comportamiento, son quienes realizan más de una visita al museo, pues los motivos para visitar el museo son principalmente aprender y conocer la historia.

## **Locales**

Ibarra (2018) en su reporte sobre “Perfil del Turista Interno que visita Loreto” presenta una encuesta trimestral de turismo interno aplicada a 256 casos, con niveles de inferencia nacional y departamental. Esta encuesta abarcó a hombres y mujeres de 15 años o más, de nacionalidad y residencia peruana, que realizaron al menos un viaje con pernoctación. Los resultados con mayor predominancia fueron las siguientes: el 1,7% de los turistas nacionales visitó Loreto, con un 51% de mujeres y un 34% de personas entre 45 y 64 años. Además, el 60% estaban casados o convivientes, el 41% tenían secundaria concluida, y el 29% eran trabajadores independientes. Un 39% de los visitantes eran residentes de Lima, el 42% visitaron a familiares y amigos, el 33% viajaron solos y el 39% llegaron en avión. El 71% organizó su viaje por cuenta propia, el 52% se alojó en casas de familiares o amigos, y la estancia promedio fue de 9 noches, con Maynas siendo el destino más frecuentado (56%). El gasto promedio por turista fue de S/642.00, con el transporte entre ciudades siendo el mayor gasto (37%). El índice de satisfacción fue del 82,7%, destacando una alta recomendación del destino. Estos datos resaltan la relevancia de Loreto como destino turístico, especialmente para visitas familiares y viajes independientes, y demuestran una alta satisfacción entre los turistas.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### Turismo

Según Buhalis et al. (2023), el turismo se define como la actividad humana que implica el desplazamiento temporal de personas a lugares fuera de su entorno habitual por motivos diversos, como recreación, ocio, negocios o cualquier otro propósito no relacionado con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Este fenómeno abarca el movimiento físico de individuos y también implica un conjunto de industrias, servicios y actividades económicas destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

Desde una perspectiva conceptual, el turismo no solo se limita al acto de viajar, sino que comprende todo el entramado de actividades que lo hacen posible, incluyendo el transporte, el alojamiento, la restauración, las actividades recreativas y culturales, entre otras. Es un fenómeno multidimensional que impacta tanto en la economía global como en la sociedad y el medio ambiente de los destinos turísticos (Koliouka & Andreopoulou, 2023).

El turismo puede clasificarse en diversas categorías según el propósito del viaje, como turismo de placer, turismo cultural, turismo de negocios, turismo de salud, entre otros. Cada una de estas categorías tiene características específicas que influyen en el desarrollo y la planificación de los destinos turísticos.

### Importancia del turismo

Para entender la importancia del turismo, es fundamental destacar que desempeña un papel crucial en la economía global. Además de ser una de las industrias de más rápido crecimiento a nivel mundial, el turismo genera empleo de manera significativa en muchos países, convirtiéndose en un pilar fundamental para la generación de ingresos y el desarrollo económico. De acuerdo a Dwyer (2023), este sector contribuye al Producto Interno Bruto (PIB) de diversas naciones, también es una fuente vital de divisas, especialmente en economías que dependen en gran medida del turismo como su principal fuente de ingresos.

Corozo-Angulo et al. (2022) manifiesta que el turismo desencadena beneficios para la conservación y preservación del patrimonio cultural y natural de los destinos. Los ingresos generados por el turismo suelen reinvertirse en la protección de monumentos históricos, la gestión de áreas naturales protegidas y la promoción de prácticas sostenibles, asegurando su preservación para las generaciones futuras, y fomentando el desarrollo de estrategias que reducen el impacto ambiental del turismo, promoviendo un enfoque más responsable y sostenible hacia la gestión de los destinos turísticos.

Socialmente, el turismo actúa como un puente entre culturas, facilitando el intercambio cultural y el entendimiento mutuo entre personas de diferentes partes del mundo. Esta interacción enriquece la experiencia de los visitantes, además fortalece los lazos de tolerancia y respeto hacia la diversidad cultural. A través del turismo, las comunidades locales tienen la oportunidad de

compartir y preservar sus tradiciones, mientras que los visitantes tienen la oportunidad de aprender y apreciar nuevas perspectivas culturales (Becerra Moreno et al., 2023).

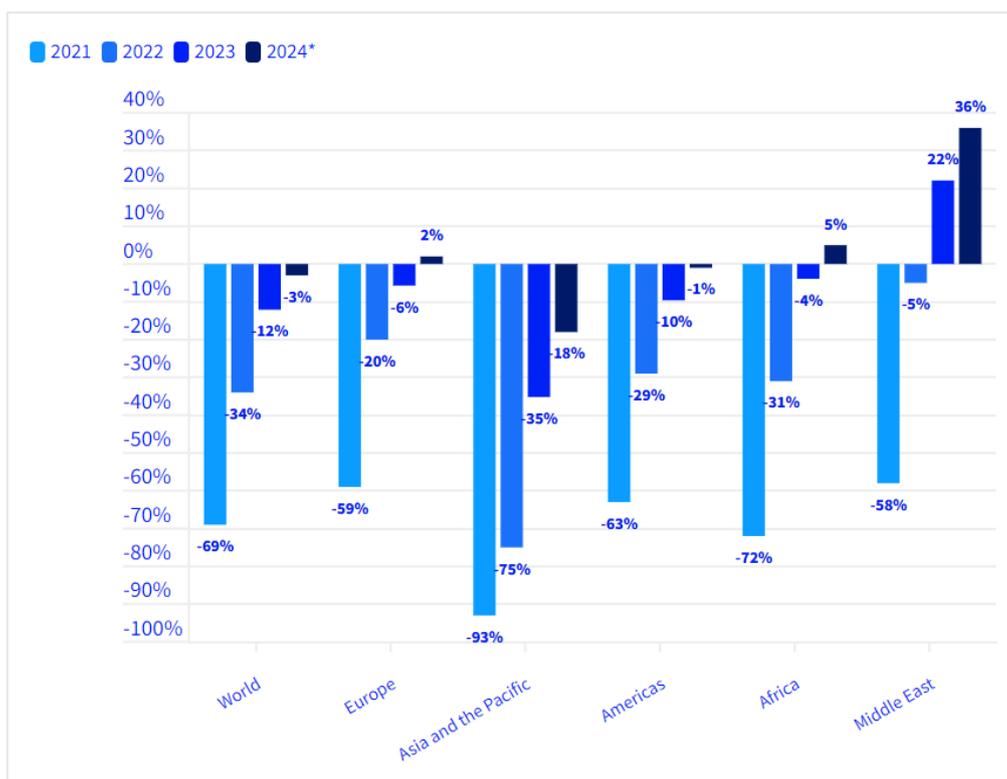
Por último, el turismo juega un papel importante en el desarrollo integral y sostenible de las comunidades locales. Al generar empleo directo e indirecto, el turismo mejora la calidad de vida de los residentes locales al proporcionar oportunidades económicas y mejorar las infraestructuras y servicios públicos. Esta dinámica contribuye al desarrollo socioeconómico de las regiones turísticas, creando un entorno favorable para el bienestar tanto de residentes como de visitantes (Condori Chura & Flores-Vargas, 2023).

## **Turismo en el mundo**

Según el primer informe del Barómetro OMT del Turismo Mundial presentado por la OMT (2024), en 2023 el turismo internacional alcanzó el 88% de los niveles prepandemia, con aproximadamente 1300 millones de llegadas internacionales estimadas. Se espera que la liberación de la demanda acumulada, el incremento en la conectividad aérea y una recuperación mayor en los mercados y destinos de Asia contribuyan a una recuperación completa para fines de 2024.

En el reporte mencionado anteriormente, se evidencia un análisis de los resultados del sector en 2023, evaluando la recuperación por regiones globales, subregiones y destinos específicos, de acuerdo al siguiente detalle:

- Oriente Medio lideró la recuperación en términos relativos, siendo la única región que superó los niveles prepandemia con un incremento del 22% en las llegadas con respecto a 2019.
- Europa, la región más visitada del mundo, alcanzó el 94% de los niveles de visitantes registrados en 2019, impulsada por la demanda intraregional y los viajes desde Estados Unidos.
- África recuperó el 96% de los niveles de visitantes previos a la pandemia, mientras que las Américas alcanzaron el 90%.
- Asia y el Pacífico alcanzaron el 65% de los niveles prepandemia, con variaciones significativas: Asia Meridional ha recuperado el 87% y Asia Nororiental cerca del 55% de los niveles alcanzados en 2019 tras la reapertura de varios mercados y destinos.



**Figura 1.** Llegada de turistas internacionales (% de variación respecto a 2019)

Los datos disponibles indican que varios destinos, tanto grandes y consolidados como pequeños y emergentes, experimentaron un crecimiento de dos dígitos en las llegadas internacionales en 2023 en comparación con 2019. Cuatro subregiones lograron superar sus niveles de llegadas de 2019: Europa Mediterránea Meridional, el Caribe, América Central y África Septentrional.

La OMT (2024), también destacan el impacto económico de la recuperación en el sector turístico. Por ejemplo, en 2023, según estimaciones preliminares, los ingresos por turismo internacional alcanzaron aproximadamente 1,4 billones de dólares estadounidenses, equivalente al 93% de los 1,5 billones de dólares estadounidenses generados por los destinos en 2019. Los ingresos totales por exportaciones derivadas del turismo, incluyendo el transporte de pasajeros, se estimaron en 1,6 billones de dólares estadounidenses en 2023, casi el 95% de los 1,7 billones de dólares estadounidenses registrados en 2019.

Las estimaciones preliminares sobre la contribución económica del turismo, medida en términos del Producto Interno Bruto (PIB) directo del turismo, apuntan a 3,3 billones de dólares estadounidenses en 2023, representando aproximadamente el 3% del PIB mundial. Esto indica una recuperación del PIB directo del turismo alcanzado antes de la pandemia, impulsado por el sólido crecimiento del turismo nacional e internacional.

Varios destinos reportaron un notable aumento en los ingresos por turismo internacional durante los primeros diez o doce meses de 2023, superando en algunos casos el crecimiento en las llegadas. Además, importantes mercados emisores mostraron una fuerte demanda de turismo saliente durante este período, en muchos casos superando los niveles alcanzados en 2019.

La recuperación sostenida también se refleja en los indicadores de la industria. Según el "UNWTO Tourism Recovery Tracker", la capacidad aérea y la demanda de pasajeros a nivel internacional recuperaron aproximadamente el 90% de los niveles registrados antes de la pandemia hasta octubre de 2023 (según IATA). Los índices globales de ocupación en establecimientos de alojamiento turístico alcanzaron el 64% en noviembre, ligeramente por encima del 63% registrado en noviembre de 2022 (basado en datos de STR).

## **Turismo en el Perú**

El Perú se destaca internacionalmente por su variada oferta turística, que abarca desde la Amazonía hasta los icónicos sitios culturales como Machu Picchu, complementada por una reconocida gastronomía a nivel mundial (Esparza Huamanchumo et al., 2023). Esta diversidad atrae a millones de visitantes anualmente y constituye una importante fuente de empleo e ingresos. En 2023, el turismo receptivo generó ingresos por US\$ 3606 millones, mostrando un incremento del 22,7% respecto al año anterior. A pesar de este crecimiento, los ingresos siguen siendo inferiores a los registrados en 2019, evidenciando los desafíos de la recuperación postpandemia en el sector turístico peruano (IEDEP, 2024).

En lo que respecta a las estadísticas del turismo en Perú, en 2023, el turismo receptivo experimentó un crecimiento del 25,7 %, con la llegada de 2,5 millones de turistas extranjeros. Este aumento representa un avance significativo en comparación con el año anterior. Sin embargo, aún se está lejos de alcanzar los 4,4 millones de visitantes extranjeros que se registraron en 2018 y 2019. Afortunadamente, las proyecciones para 2024 son prometedoras. Según datos recientes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), entre enero y febrero de 2024, ingresaron al país 509 000 turistas, lo que supone un incremento del 69,7 % en relación con el mismo periodo de 2023. Esta tendencia sugiere una recuperación sostenida del sector turístico en Perú (IEDEP, 2024).

Es relevante destacar que, en los dos primeros meses de 2024, la mayoría de los turistas extranjeros que ingresaron a Perú lo hicieron a través del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, representando el 53% del total. El Puesto de Control Fronterizo Santa Rosa, en Tacna, fue el segundo punto de entrada más importante, acumulando el 27% del flujo de visitantes. En cuanto al origen de los turistas, el 33,2% provinieron de Chile, el 14% de Estados Unidos, el 7,3% de Ecuador y el 6,6% de Bolivia, manteniéndose un patrón similar al observado en 2023. Esto refleja que una gran parte de los turistas que llegan a Perú son de América del Sur, lo cual se explica por la proximidad geográfica (IEDEP, 2024).

El turismo en el Perú se encuentra en una fase de transición y recuperación, adaptándose a las nuevas tendencias y superando los desafíos impuestos por el contexto global. Con la perspectiva de albergar importantes eventos internacionales y el incremento de la conectividad aérea, se anticipa que el turismo continuará recuperándose en 2024. En este contexto, el Mincetur proyecta que el turismo interno y receptivo generará alrededor de US\$ 10300 millones para la economía peruana, superando lo logrado el año pasado. Esto evidencia que el turismo es, indudablemente, uno de los principales motores económicos del país (IEDEP, 2024).

## **Perfil de visitante**

Según Zeleke & Deniz (2023), el perfil del visitante en turismo es una herramienta fundamental para comprender las dinámicas de los mercados turísticos locales e internacionales. El perfil se construye a partir de datos demográficos junto con variables socioeconómicas que permiten segmentar el mercado y adaptar estrategias de marketing y desarrollo turístico que respondan específicamente a las necesidades y comportamientos de cada grupo de visitantes.

Además de los datos demográficos y socioeconómicos, el perfil del visitante también incorpora aspectos psicográficos que revelan las motivaciones subyacentes de los turistas al elegir un destino. Comprender estas motivaciones es necesario para diseñar experiencias turísticas personalizadas que no solo atraigan a los visitantes, sino que también los mantengan satisfechos y propensos a recomendar el destino a otros, fortaleciendo así la reputación y el atractivo del lugar en el mercado global (Berzina & Balodis, 2020).

McKercher et al. (2023) mencionan que, la utilización efectiva del perfil del visitante no solo mejora la experiencia del turista, sino que también puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible de las regiones turísticas. Al alinear las ofertas turísticas con las expectativas del mercado objetivo, se pueden minimizar impactos negativos como la sobrecarga ambiental o cultural, promoviendo en su lugar prácticas turísticas responsables que preserven los recursos locales y beneficien a las comunidades anfitrionas a largo plazo.

## **Perfil del visitante nacional e internacional**

El perfil del visitante nacional se centra en los residentes del país que viajan dentro de sus fronteras con propósitos turísticos. Este grupo incluye tanto a quienes viajan por placer o negocios dentro del país como a aquellos que participan en turismo doméstico. El estudio de este perfil permite a los destinos identificar tendencias locales de viaje, preferencias estacionales y patrones de consumo que influyen en la economía turística interna (Salas Medina & Atiaja Freire, 2023).

Por otro lado, Vasiliki Georgoula et al. (2021) mencionan que el perfil del visitante internacional se enfoca en aquellos viajeros que cruzan fronteras nacionales para visitar un país distinto al suyo. Este análisis examina aspectos como los mercados emisores principales, los segmentos de visitantes (como turistas de placer, negocios, cultura, aventura, entre otros), y las percepciones y experiencias que influyen en la elección y disfrute del destino visitado. Comprender este perfil permite desarrollar estrategias de promoción turística internacional efectivas y mejorar la experiencia del turista extranjero desde su llegada hasta su partida.

## **Factores que influyen en el perfil del visitante**

Para Olmos Martínez et al. (2021), el estudio del perfil del visitante en el turismo sirve para comprender las diversas características y comportamientos que definen a quienes participan en esta actividad. Este perfil se construye a partir de una variedad de datos demográficos, socioeconómicos y psicográficos, los cuales ofrecen una visión detallada y estratificada de los turistas y sus preferencias (Naranjo Llupart & Martínez Rodríguez, 2022):

### Factores demográficos:

- **Edad:** La edad puede influir en las preferencias de viaje y comportamiento turístico al determinar las actividades preferidas y la disposición a gastar en experiencias específicas. Por ejemplo, los jóvenes pueden preferir actividades de aventura y vida nocturna, mientras que los mayores pueden buscar opciones más tranquilas y culturales.
- **Género:** El género puede afectar las preferencias de viaje y comportamiento turístico debido a diferencias en intereses y expectativas. Por ejemplo, las mujeres pueden estar más inclinadas hacia actividades culturales y de compras, mientras que los hombres pueden preferir deportes y actividades de aventura.
- **Ingresos económicos:** El nivel de ingresos influye directamente en el tipo de alojamiento, actividades y destinos que los visitantes eligen. Los visitantes con mayores ingresos pueden optar por experiencias más lujosas y exclusivas, mientras que aquellos con ingresos más bajos pueden buscar opciones más económicas.
- **Nivel educativo:** El nivel educativo puede influir en las preferencias culturales, la disposición a explorar destinos menos convencionales y la participación en actividades educativas durante el viaje.

### Factores psicográficos:

- **Estilo de vida:** El estilo de vida afecta las decisiones de viaje al determinar las actividades y experiencias que los visitantes encuentran atractivas. Por ejemplo, aquellos con un estilo de vida activo pueden preferir destinos que ofrezcan oportunidades para practicar deportes y actividades al aire libre.
- **Valores:** Los valores personales, como la sostenibilidad o el interés por la cultura local, pueden influir en la elección de destinos y en la participación en actividades turísticas que reflejen esos valores.
- **Intereses y personalidad:** Los intereses específicos y la personalidad del visitante pueden determinar las actividades y experiencias que prefieren durante el viaje. Por ejemplo, los viajeros aventureros pueden buscar emociones fuertes, mientras que los introvertidos pueden preferir actividades más relajadas y tranquilas.

### Factores conductuales:

- **Patrones de compra:** Los patrones de compra durante el viaje reflejan las preferencias y prioridades del visitante en términos de productos y servicios turísticos.
- **Frecuencia de viaje:** La frecuencia con la que un visitante realiza viajes puede indicar su nivel de experiencia y expectativas en cuanto a destinos y experiencias turísticas.
- **Duración de la estadía:** La duración de la estadía influye en las actividades que los visitantes eligen y en cómo distribuyen su tiempo y gasto durante el viaje.

## Objetivos del análisis del perfil del visitante

El objetivo del análisis del perfil del visitante en turismo es comprender detalladamente las características demográficas, psicográficas y conductuales de los individuos que visitan un destino específico. Este análisis se centra en identificar patrones y tendencias que permitan:

**Personalización de experiencias:** Adaptar las ofertas turísticas y servicios para satisfacer mejor las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de visitantes (Salas Medina & Caguana Tonato, 2024).

**Segmentación de mercado:** Dividir a los visitantes en grupos homogéneos según sus perfiles para desarrollar estrategias de marketing más efectivas y dirigidas (García-Reinoso et al., 2020).

**Mejora de la planificación estratégica:** Utilizar datos sobre el perfil del visitante para optimizar la gestión de destinos turísticos, anticipar demandas y mitigar impactos negativos (Salas Medina & Villacís Carrillo, 2020).

**Incremento de la satisfacción del visitante:** Identificar áreas de oportunidad para mejorar la experiencia del visitante y aumentar su satisfacción durante su estancia (Yusof et al., 2021).

**Desarrollo de productos y servicios innovadores:** Crear nuevas experiencias turísticas que sean atractivas y relevantes para los diferentes tipos de visitantes basándose en sus perfiles y preferencias (Yusof et al., 2021).

## 2.3. PROVINCIA DE ALTO AMAZONAS: DESCRIPCIÓN GENERAL

La provincia de Alto Amazonas está ubicada en el departamento y región de Loreto, abarcando un área total de 18764,32 km<sup>2</sup>. Dentro de su territorio se distribuyen 6 distritos, los cuales son: Yurimaguas, Balsapuerto, Jeberos, Lagunas, Santa Cruz y Teniente César López Rojas. Alto Amazonas adquirió la condición de provincia el 7 de febrero de 1866, y su capital es la ciudad de Yurimaguas.

### Características

La provincia de Alto Amazonas se distingue por sus características naturales, culturales y económicas. A continuación, presentamos algunas de ellas:

**Biodiversidad:** Alto Amazonas es parte de la vasta región amazónica, conocida por su gran diversidad biológica. La provincia alberga una rica variedad de flora y fauna, incluyendo especies endémicas y en peligro de extinción. Su extensa selva tropical es hogar de una gran cantidad de especies vegetales y animales, convirtiéndola en un destino atractivo para el ecoturismo y la observación de la naturaleza.

**Ríos:** La provincia es atravesada por importantes ríos, como el río Huallaga, que proporciona conexiones fluviales y comerciales con otras regiones de la Amazonía peruana. Además, cuenta con una red de ríos, lagos y lagunas que brindan oportunidades para la pesca, la navegación y actividades acuáticas.

**Cultura y tradiciones:** Alto Amazonas tiene una rica diversidad cultural, en la que conviven diferentes etnias indígenas, como los Shawis, los Bora, los Kichwas y los Wampis. Estas comunidades preservan sus tradiciones ancestrales, como sus idiomas, artesanías, danzas y rituales, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de sumergirse en su cultura y aprender sobre sus modos de vida.

**Economía basada en recursos naturales:** La economía de la provincia se sustenta en gran medida en la explotación sostenible de los recursos naturales de la región. La extracción de madera, la agricultura, la pesca y la producción de productos forestales no maderables son actividades económicas importantes para la comunidad local.

**Potencial turístico:** Alto Amazonas posee un gran potencial turístico debido a sus atractivos naturales y culturales. Los visitantes pueden disfrutar de actividades como caminatas por la selva, paseos en bote por los ríos, visitas a comunidades indígenas, observación de aves, pesca deportiva y exploración de reservas naturales y áreas protegidas.

**Accesibilidad:** La provincia cuenta con buenas conexiones de transporte, especialmente a través del río Huallaga y la ciudad de Yurimaguas, que es el principal punto de acceso a la región. Además, cuenta con infraestructuras básicas como carreteras, aeropuertos y servicios turísticos para recibir a los visitantes.

## Mapa de ubicación



**Figura 2.** Mapa de ubicación: A) Región Loreto<sup>1</sup>. B) Provincias del departamento de Loreto<sup>2</sup>



**Figura 3.** Mapa de ubicación: *Distritos de la provincia de Alto Amazonas*<sup>1</sup>

## Población

De acuerdo al último censo del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018), la provincia de Alto Amazonas tiene una población aproximada de 122 725 habitantes, distribuidos de acuerdo a la siguiente tabla:

**Tabla 1.**

*Población de Alto Amazonas según censo 2017 (INEI)*

Distritos	Población
Yurimaguas	83554 habs.
Balsapuerto	13707 habs.
Jeberos	3900 habs.
Lagunas	12033 habs.
Santa Cruz	3967 habs.
Teniente César López Rojas	5564 habs.

*Fuente: Censo 2017 (INEI)*

## Capital<sup>1</sup>

Yurimaguas es una ciudad ubicada en la región amazónica del Perú, específicamente en la provincia de Alto Amazonas, en Loreto. Es la capital tanto del distrito que lleva su nombre como de la provincia de Alto Amazonas. La ciudad se fue formando a medida que diferentes grupos étnicos, como los Mutilones de Lamas, los Munichis y posteriormente los Yurimaguas, se establecieron en la zona. Se estima que, a fines del siglo XIX, Yurimaguas comenzó a consolidarse como ciudad, ganando reconocimiento como la "Capital Histórica de la Amazonía Peruana".

Entre los atractivos turísticos de Yurimaguas se destaca su Plaza de Armas, en la cual se encuentra una hermosa catedral que comenzó a construirse en 1928 y actualmente está siendo remodelada. Además, debido a su ubicación en la selva peruana, Yurimaguas cuenta con importantes ríos, como el Huallaga, donde se encuentra el Puerto de Yurimaguas. En esta ciudad, los visitantes tienen la oportunidad de realizar paseos en diversas embarcaciones y disfrutar de la belleza de los paisajes fluviales.

## Distritos

A continuación, mostramos información general de los distritos de la provincia de Alto Amazonas tomados del Portal iPerú<sup>2</sup>:

### Balsapuerto:

- **Superficie:** 2839,69 km<sup>2</sup>
- **Altitud:** 205 m.s.n.m.
- **Limitaciones:** i) Norte: con el distrito de Jeberos y la provincia de Datem del Marañón. ii) Sur: con la provincia de Moyobamba (dpto. de San Martín). iii) Este: con el distrito de Yurimaguas. iv) Oeste: con la provincia de Datem del Marañón.
- **Principal atractivo turístico:** La Piedra de Cumpanamá
- **Creación:** 2 de enero de 1857, en el gobierno del presidente Ramón Castilla y Marquesado.

### Jeberos:

- **Superficie:** 4574,11 km<sup>2</sup>
- **Altitud:** 154 m.s.n.m.
- **Limitaciones:** i) Norte y Oeste: con la provincia de Datem del Marañón. ii) Sur: con los distritos de Balsapuerto y Yurimaguas. lii) Este: con los distritos de Lagunas y Santa Cruz.
- **Creación:** 2 de enero de 1857, en el gobierno del presidente Ramón Castilla y Marquesado.

---

<sup>1</sup> Recopilado de: <https://turismo.pe/ciudades/capital/yurimaguas.htm> (consulta: 27-05-2023)

<sup>2</sup> Recopilado de: <https://www.iperu.org/peru/informacion-de-loreto-peru/provincias-loreto/distritos-de-alto-amazonas> (consulta: 27-05-2023)

### **Lagunas:**

- **Superficie:** 6086,29 km<sup>2</sup>
- **Altitud:** 125 m.s.n.m.
- **Limitaciones:** i) Norte: con las provincias de Datem del Marañón y Loreto. ii) Sur: con el distrito de Santa Cruz. iii) Este: con la provincia de Loreto. iv) Oeste: con el distrito de Jeberos y la provincia de Datem del Marañón.
- **Principal atractivo turístico:** Reserva Nacional Pacaya Samiria
- **Creación:** 2 de enero de 1857, en el gobierno del presidente Ramón Castilla y Marquesado.

### **Santa Cruz:**

- **Superficie:** 1093,61 km<sup>2</sup>
- **Altitud:** 121 m.s.n.m.
- **Limitaciones:** i) Norte: con el distrito de Lagunas. ii) Sur: con el distrito de Teniente Cesar López Rojas. iii) Este: con las provincias de Loreto y Requena. iv) Oeste: con los distritos de Jeberos y Yurimaguas.
- **Principal atractivo turístico:** Ecosistemas y biodiversidad acuáticos
- **Creación:** 7 de febrero de 1866, en el gobierno del presidente Mariano Ignacio Prado Ochoa.

### **Teniente Cesar López Rojas:**

- **Superficie:** 1495,91 km<sup>2</sup>
- **Altitud:** 141 m.s.n.m.
- **Limitaciones:** i) Norte: con el distrito de Santa Cruz. ii) Sur: con la provincia de Lamas (dpto. de San Martín). iii) Este: con la provincia de Requena. iv) Oeste: con el distrito de Yurimaguas.
- **Principal atractivo turístico:** Lago Cuipari y Lago Mayrujay
- **Creación:** 8 de septiembre de 1964, en el gobierno del presidente Fernando Belaúnde Terry.

### **Yurimaguas:**

- **Superficie:** 2674,71 km<sup>2</sup>
- **Altitud:** 148 m.s.n.m.
- **Limitaciones:** i) Norte: con el distrito de Jeberos. ii) Noreste: con el distrito de Santa Cruz. iii) Sur: con la provincia de Lamas (dpto. de San Martín) iv) Este: con el distrito de Teniente Cesar López Rojas. v) Oeste: con el distrito de Balsapuerto.
- **Principal atractivo turístico:** Plaza de armas, Mercado el Vado, Puente Paranapura, Lago Yanayacu, Cuenca del Marañón, Cuenca de Paranapura
- **Creación:** 8 de septiembre de 1964, en el gobierno del presidente Fernando Belaúnde Terry.

# 3

## METODOLOGÍA

En esta sección se detalla el enfoque y los métodos utilizados para recopilar y analizar los datos. Aborda los procedimientos de recolección de información, que incluyen encuestas, así como las técnicas de muestreo empleadas para asegurar una representación adecuada de los visitantes.

## 3 METODOLOGÍA

### 3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Ya que no se identificó algún estudio o reporte del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, o en otros casos son a nivel regional, se abarcó un estudio exploratorio que son especialmente útiles cuando se investigan temas emergentes, cuando hay poca literatura científica disponible sobre el tema o cuando se busca generar ideas nuevas en un área determinada. Estos estudios proporcionan una base inicial para futuras investigaciones más específicas, ayudando a establecer preguntas de investigación más precisas y a diseñar metodologías adecuadas para abordar el tema en profundidad (Hernández Sampieri et al., 2014).

Asimismo, se optó por una investigación cuantitativa porque se caracterizan por la objetividad y la posibilidad de generalización de los resultados a una población más amplia. Buscan establecer relaciones de causa, efecto y proporcionar respuestas precisas y cuantificables a preguntas de investigación específicas. La investigación cuantitativa se basa en la recolección y análisis de datos, que permite obtener resultados que se pueden resumir en forma de estadísticas (Pimienta & de la Orden, 2017).

### 3.2. MUESTRA DE ESTUDIO

Dado que la población exacta de visitantes a la provincia de Alta Amazonas durante el período de estudio fue desconocida, se empleó un método de muestreo no probabilístico intencional. En este caso, la muestra consistió en 885 visitantes captados exclusivamente los sábados y domingos desde agosto de 2023 hasta abril de 2024 en la provincia de Alto Amazonas, en cinco zonas estratégicas con mayor afluencia turística. Únicamente participaron personas mayores de 18 años, tanto visitantes nacionales como internacionales, que demostraron voluntad propia y disposición para participar en la investigación.

### 3.3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se elaboró una encuesta *ad hoc*, es decir, diseñado específicamente para recopilar información del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas. Fue aplicada mediante un cuestionario que consta 5 dimensiones o categorías, y 28 preguntas o ítems. A continuación, se muestra las variables estudiadas:

**Tabla 2.***Dimensiones medidas del perfil del visitante*

Dimensiones	Indicadores
<b>I. Perfil sociodemográfico</b>	1.1 Género
	1.2 Edad promedio
	1.3 Procedencia
	1.4 Estado civil
	1.5 Nivel de educación
	1.6 Profesión
	1.7 Ocupación
<b>II. Perfil socioeconómico</b>	2.1 Promedio de ingresos mensuales
	2.2 Frecuencia de turismo nacional
	2.3 Frecuencia de turismo internacional
<b>III. Hábitos de viaje</b>	3.1 Distritos visitados
	3.2 Destinos turísticos visitados
	3.3 Comunidades originarias visitadas
	3.4 Frecuencia de visitas
	3.5 Tiempo pernoctado
	3.6 Tipo de hospedaje
	3.7 Transporte empleado
	3.8 Tipo de alimentación
	3.9 Medio de información de destinos
	3.10 Red social de información de destinos
	3.11 Acompañantes de viaje
	3.12 Actividades alternativas
<b>IV. Motivaciones de viaje</b>	4.1 Motivaciones de viaje
<b>V. Información adicional</b>	5.1 Recomendaciones de mejora
	5.2 Intención de nueva visita
	5.3 Motivación a otras personas
	5.4 Recomendación de actividades en sector turístico
	5.5 Calificación de visita

*Fuente:* Elaboración propia**Validación de la encuesta**

Antes de llevar a cabo la encuesta, se aseguró de que fuera válida, adecuada y comprensible para los visitantes. Para ello, se envió la encuesta por correo electrónico a tres expertos en gestión turística y/o cultural, quienes evaluaron los criterios de suficiencia, coherencia, relevancia y claridad de las preguntas a través de su juicio experto.

Este proceso consistió en que los expertos revisaran los ítems del cuestionario y los calificaran según su percepción en los siguientes niveles: 1) No cumple con el criterio, 2) Bajo nivel, 3) Nivel moderado, 4) Alto nivel. Siguiendo el protocolo para la validación de instrumentos de investigación descrito por Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez (2008), las evaluaciones fueron analizadas utilizando el coeficiente de Kappa de Fleiss. Los resultados mostraron valores superiores a 0,41, que indica un grado de concordancia entre moderado y casi perfecto.

### **3.4. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se aplicó las encuestas en lugares con alta afluencia de visitantes, centrándose principalmente en la capital, Yurimaguas. Se seleccionó diversos puntos estratégicos como los exteriores de los hoteles, los paraderos y la plaza central. El tiempo requerido para completar las encuestas varió entre 10 y 15 minutos. Algunos visitantes las completaron por sí mismos, mientras que otras fueron aplicadas por encuestadores. En todo momento, se proporcionó acompañamiento durante el proceso de llenado para responder cualquier consulta.

### **3.5. ANÁLISIS DE DATOS**

Los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas en campo fueron ingresados en una aplicación web para el registro y análisis del perfil del visitante, elaborado en coordinación con el co-investigador Lloy Pool Pinedo Tuanama, de la especialidad de Ingeniería de Sistemas e Informática. Este software fue desarrollado como parte del proyecto con el objetivo de proporcionar a las empresas con potencial económico-productivo en la provincia de Alto Amazonas la capacidad de aplicar encuestas en línea a sus usuarios o clientes, así como analizar en tiempo real los perfiles de los visitantes. La aplicación permite generar reportes visuales intuitivos que se utilizó en el presente estudio para interpretar los resultados de las encuestas.

### **3.6. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

Se han considerado diversas cuestiones éticas para asegurar la integridad y el respeto de los participantes. Se ha obtenido el consentimiento informado de todos los encuestados, garantizando que comprendieran el propósito de la investigación y su derecho a retirarse en cualquier momento sin repercusiones. Se ha asegurado la confidencialidad de la información recolectada, manteniendo los datos personales anónimos y protegidos contra accesos no autorizados. Además, el estudio ha sido diseñado y ejecutado con imparcialidad y transparencia, evitando cualquier forma de sesgo o manipulación de los resultados. Finalmente, se ha procurado que los hallazgos del estudio beneficien a la comunidad local, proporcionando información para el desarrollo sostenible del turismo en la provincia de Alto Amazonas y en la región Loreto.

En Estambul, Zeleke & Deniz (2023) investigaron sobre el efecto de los visitantes en la planificación y gestión efectiva de los arboretos, en una área protegidas utilizada para la investigación científica, la educación y la observación de varias especies de plantas, Arboreto Atatürk. El análisis segmentó a los visitantes del arboreto en dos grupos, el primero denominado recreacionistas (35,8%) compuesto principalmente por personas que disfrutaban de caminar, observar aves y pasar el tiempo

libre. El segundo segmento (64,2%), compuesto por visitantes que realizan actividades como fotografía, filmación, educación e investigación científica. A pesar de las diferencias en actividades, ambos grupos valoraron altamente el disfrute de la naturaleza. Mayor parte de los encuestados calificó los servicios del arboreto como "buenos" (60%) o "muy buenos" (35%) y alrededor del 5% "ni bueno ni malo", aunque el 39,7% destacaron la baja disponibilidad de baños y la falta de señalización como aspectos negativos; la mayor parte de ellos se enteraron del lugar a través de amigos o familiares. Las diferencias sociodemográficas mostraron una mayor proporción de mujeres en el grupo de fotógrafos y estudiantes, mientras que el grupo de recreacionistas tenía una ligera mayoría de hombres, en general de entre 21 y 30 años, y ambos grupos tenían un alto nivel educativo, siendo la mayoría estudiantes. El estudio reveló que el arboreto recibía visitas por razones ajenas a su propósito de creación, ya que caminar, pasar tiempo libre, tomar fotografías de la naturaleza y tomar fotografías (eventos recreativos) fueron las actividades más realizadas.

Así mismo, en Ecuador, Abarca Zaquinula et al. (2022) buscaron describir el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi, en tiempos de pandemia. Para aplicar la encuesta se seleccionaron 385 turistas de 10 atractivos turísticos de mayor frecuencia. La recolección de los datos se realizó mediante el cumplimiento de un cronograma de salidas de campo que duró 3 meses. Se encontró mayor predominancia de visitantes masculinos (53%), de nacionalidad ecuatoriana (97%), de entre los 28-32 años, solteros (59%), empleados públicos (33%), empleados privados (31%), con ingreso promedio de (\$400 a 1000 \$), con promedio de gasto de (\$50-100\$), quienes buscan relajación (86%), con tiempo promedio de visita de un día (80%), enterándose del lugar por redes sociales (50%), que prefieren el turismo de naturaleza (47%), además de comida típica (85%), y de viajar en transporte propio (80%). El promedio de turistas locales que integran la demanda turística que visita la provincia de Cotopaxi, se encuentra entre el 23,31% y el 35,38%, mientras que el promedio de turistas nacionales entre el 58,87% y el 77,22% y por último el promedio de turistas internacionales entre el 0,49% y el 4,68%, al año 2021.

# 4

## RESULTADOS

Los resultados presentados a continuación se basan en las respuestas de 885 visitantes que completaron la encuesta sobre el perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, Perú. Los participantes respondieron a una variedad de preguntas, tanto de opción múltiple como de opción única.

## 4.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

### Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según género

- La Figura 4, sobre el perfil sociodemográfico según género, muestra que el 54,80% (485 respuestas) se identifica como masculino, el 43,28% (383 respuestas) como femenino y el 1,92% (17 respuestas) se clasifica dentro de la categoría "Otros". Estos resultados evidencian una predominancia masculina en la muestra, acompañada de una representación notable del género femenino y una minoría que se adscribe a otras identidades de género.

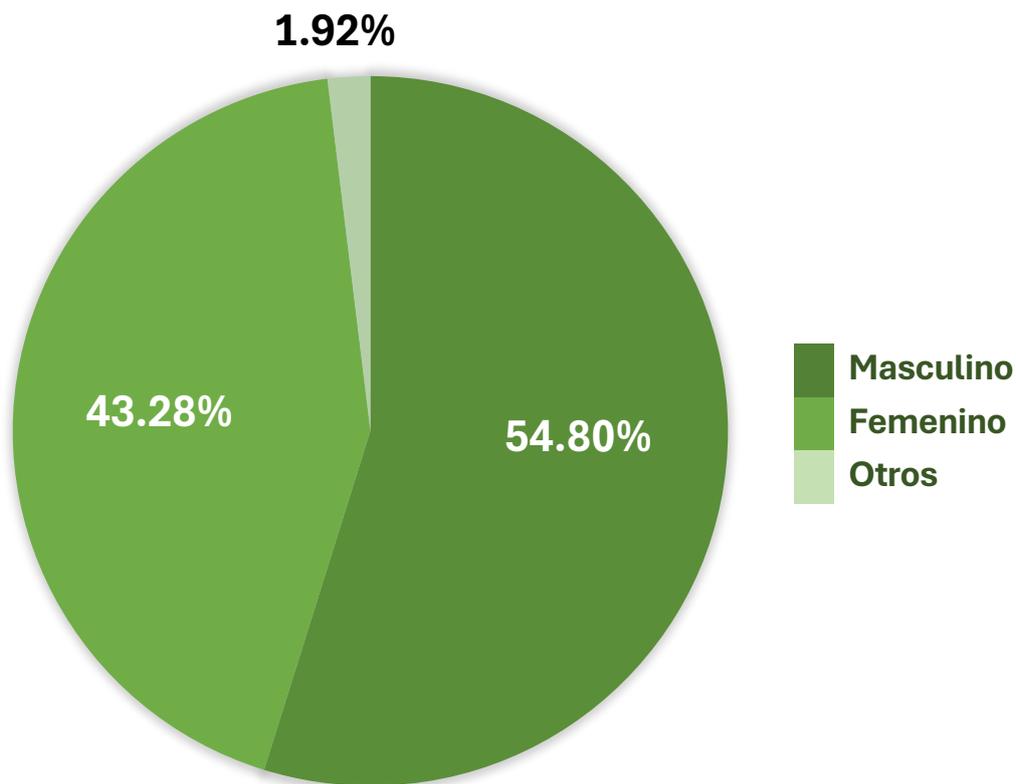


Figura 4. Perfil sociodemográfico según género

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según edad promedio

- Con respecto a la edad promedio de los visitantes encuestados, la Figura 5 evidencia que el 51,64% (457 respuestas) se encuentra en el rango de 30 a 64 años, mientras que el 44,52% (394 respuestas) tiene entre 18 y 29 años. Solo el 3,84% (34 respuestas) de los visitantes tiene más de 65 años. Estos resultados indican mayor número de adultos jóvenes y de mediana edad, con una menor representación de personas mayores.

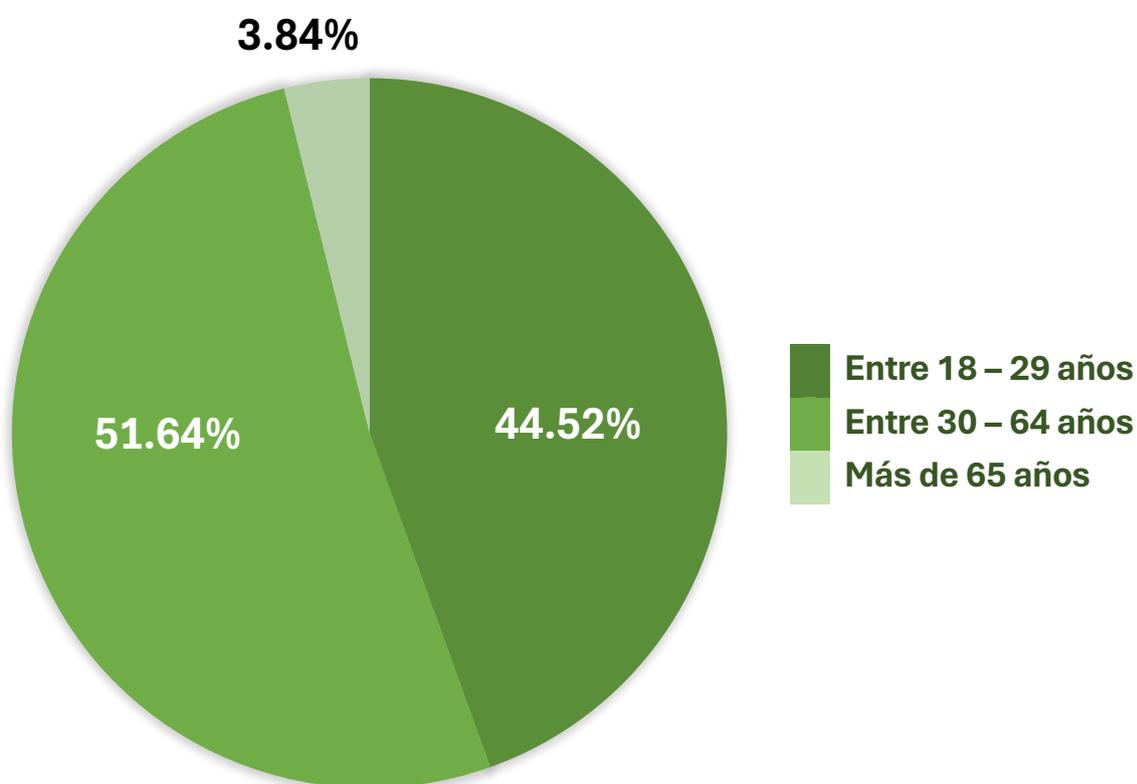


Figura 5. Perfil sociodemográfico según edad promedio

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según Top 5 de procedencia nacional

Al analizar los resultados sobre la procedencia de los visitantes, tanto nacionales como internacionales, se identificó un Top 5 para cada grupo. En la Tabla 3, que detalla el Top 5 de visitantes nacionales a la provincia de Alto Amazonas, Tarapoto destaca significativamente con un 10,17% (90 personas), seguido por Lima con un 6,10% (54 personas), Iquitos con un 5,20% (46 personas), Chiclayo con un 4,75% (42 personas), y Trujillo con un 3,85% (34 personas).

**Tabla 3.**

*Perfil sociodemográfico según top 5 de procedencia nacional*

Top 5 – Procedencia nacional	fr	f%
Tarapoto/San Martín /San Martín	90	10,17
Lima/Lima /Lima	54	6,10
Iquitos/Maynas /Loreto	46	5,20
Chiclayo/Chiclayo /Lambayeque	42	4,75
Trujillo/Trujillo /La Libertad	34	3,84

*Fuente:* Elaboración propia

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según Top 5 de procedencia internacional

- En cuanto a la Tabla 4 que muestra el Top 5 de visitantes internacionales, Colombia encabeza la lista con un 5,20% (46 personas), seguido por Venezuela con un 4,86% (43 personas), Argentina con un 1,81% (16 personas), y España y México con un 1,13% (10 personas) cada uno.

**Tabla 3.**

*Perfil sociodemográfico según top 5 de procedencia internacional*

Top 5 – Procedencia internacionales	fr	f%
Colombia (CO)	46	5,20
Venezuela (VE)	43	4,86
Argentina (AR)	16	1,81
España (ES)	10	1,13
México (MX)	10	1,13

*Fuente:* Elaboración propia

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según estado civil

La Figura 6, sobre la composición demográfica en términos de estado civil de los visitantes, evidencia que el 59,44% (526 respuestas) se identifica como soltero/a, seguidos por un 32,09% (284 respuestas) que están casados/as. Un pequeño porcentaje que representa el 3,84% (34 respuestas) están divorciados/as, mientras que el 2,71%, convive con su pareja (24 respuestas), y los viudos/as representan el grupo más pequeño con un 1,92% (17 respuestas). Este análisis revela que existe mayor número de visitantes solteros, seguidos por personas casadas, con una minoría que convive, está divorciada o es viuda.

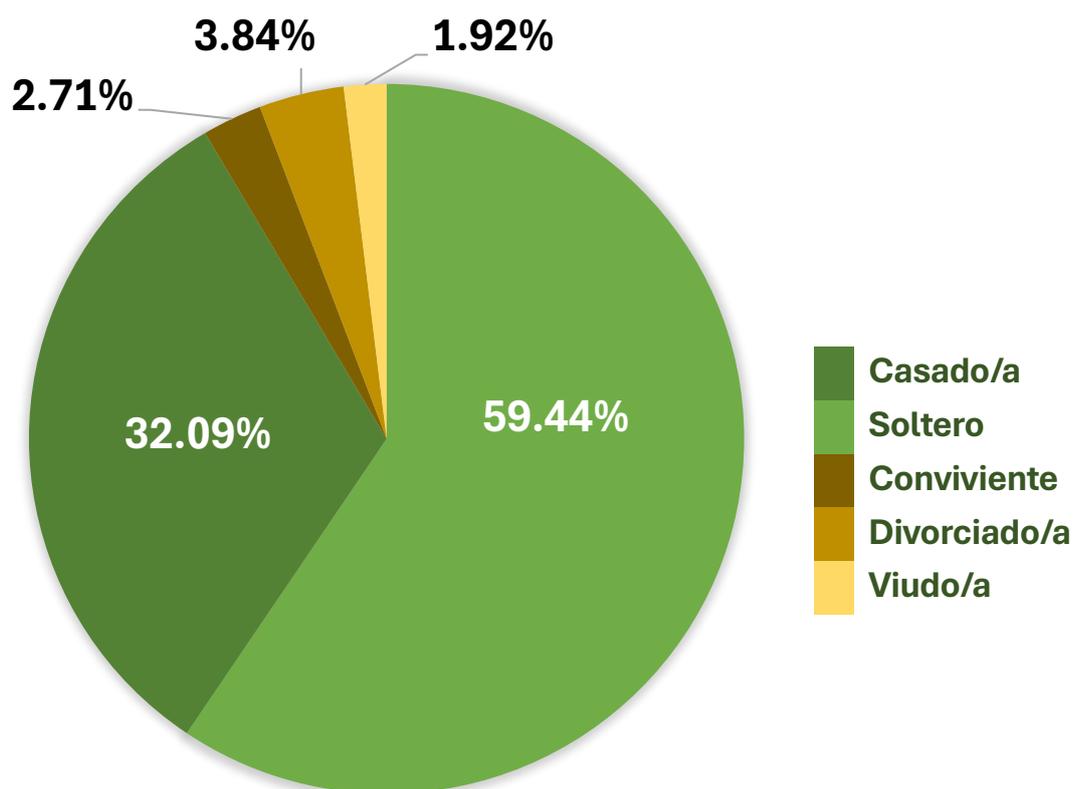


Figura 6. Perfil sociodemográfico según estado civil

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según nivel de educación

La distribución del nivel de educación de los visitantes presentada en la Figura 7, muestra que el 51,75% (458 respuestas) ha alcanzado un nivel de educación superior universitaria, lo que representa la mayoría del grupo encuestado. Seguido del 23,16% (205 respuestas) con educación superior tecnológica, se encuentra el 21,36% (189 respuestas) con educación secundaria. Un pequeño porcentaje, el 3,28% (29 respuestas), tiene educación primaria, mientras que solo el 0,45% (4 respuestas) no posee ningún nivel educativo formal. Este análisis muestra una predominancia significativa de visitantes con educación superior universitaria, seguidos por aquellos con educación tecnológica y secundaria, reflejando una diversidad en los niveles educativos de los encuestados en la provincia de Alto Amazonas.

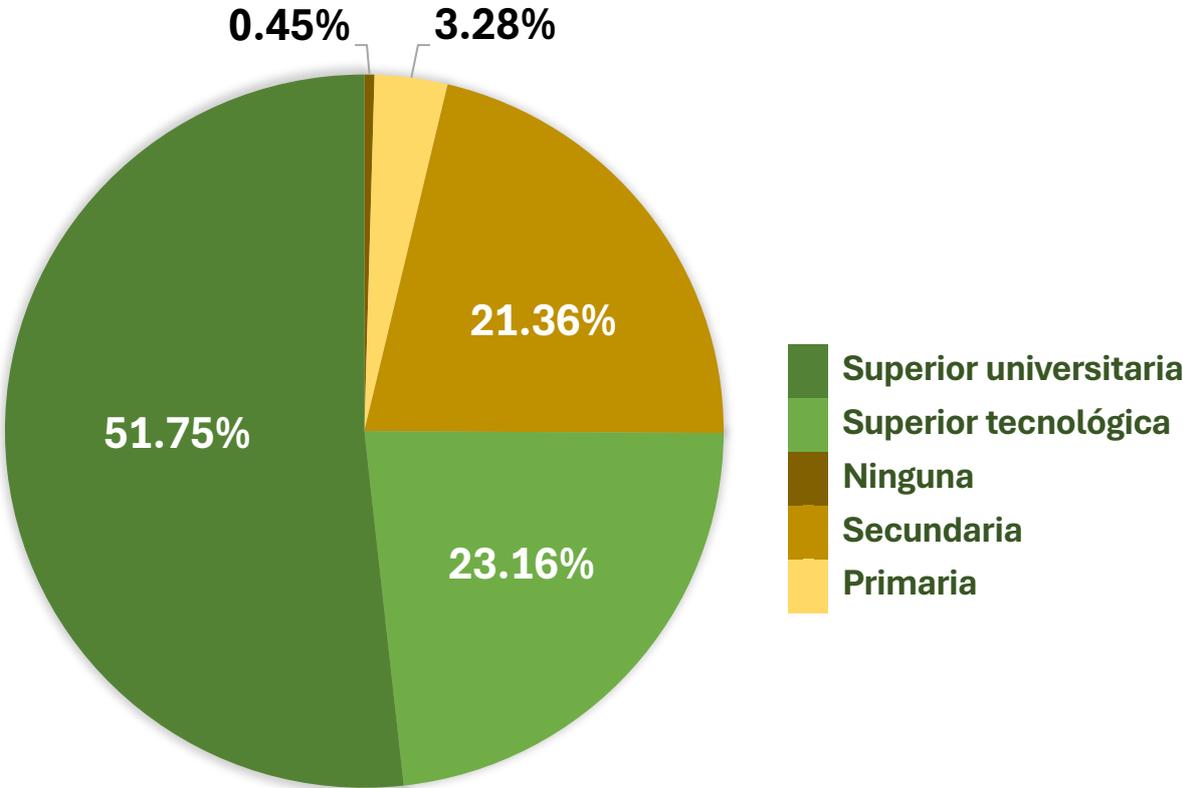


Figura 7. Perfil sociodemográfico según nivel de educación

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según profesión

Para analizar el perfil sociodemográfico según profesión, se realizó un Top 10 de profesiones más frecuentes entre los visitantes a la provincia de Alto Amazonas presentada en la Tabla 5, donde se identificó una predominancia de personas sin ocupación específica con el 15,48% (137 respuestas). Entre las profesiones definidas, Enfermería destaca con un 10,96% (97 respuestas), seguida por la Docencia con el 6,9% (61 respuestas), Administración con el 5,31% (47 respuestas), Contabilidad con el 4,52% (40 respuestas), y estudiantes universitarios y técnicos combinados representando el 3,62% (32 respuestas). Además, se observa una presencia significativa de Psicología con el 3,28% (29 respuestas), Abogados con el 2,82% (25 respuestas), Comercio con el 2,82% (25 respuestas), y Arquitectura con el 2,26% (20 respuestas). Este análisis proporciona una visión detallada de las ocupaciones más comunes entre los visitantes, destacando tanto profesiones específicas como la proporción de aquellos que no especifican una ocupación concreta.

**Tabla 4.**

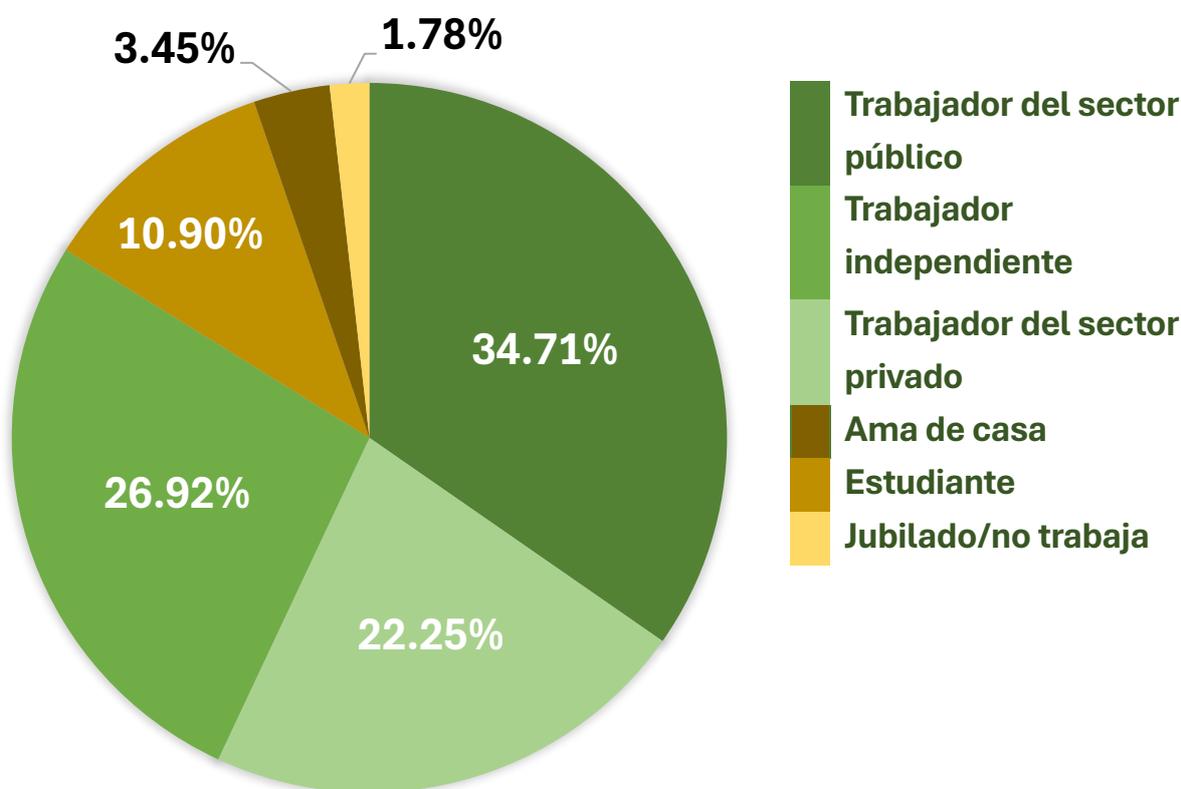
*Perfil sociodemográfico según profesión*

Top 10 – Profesiones más frecuentes entre los visitantes	fr	f%
Ninguna	137	15,48
Enfermería	97	10,96
Docencia	61	6,89
Administración	47	5,31
Contabilidad	40	4,52
Estudiante	32	3,62
Psicología	29	3,28
Abogado	25	2,82
Comercio	25	2,82
Arquitectura	20	2,26

*Fuente:* Elaboración propia

## Distribución porcentual del perfil sociodemográfico según ocupación

La Figura 8, revela los perfiles ocupacionales entre los encuestados, con un total de 899 datos de múltiples respuestas. La mayor parte de encuestados son trabajadores del sector público representado por el 34,71% (312 respuestas). Seguido se encuentran los trabajadores independientes con un 26,92% (242 respuestas) y los trabajadores del sector privado con un 22,25% (200 respuestas). Los estudiantes constituyen el 10,90% (98 respuestas) de los visitantes, mientras que las amas de casa y los jubilados/no trabajadores representan el 3,45% (31 respuestas) y el 1,78% (16 respuestas), respectivamente. Existiendo distribución variada de ocupaciones entre los visitantes, destacando la presencia significativa de trabajadores del sector público y trabajadores independientes, seguidos por los del sector privado y estudiantes, con una menor representación de amas de casa y jubilados.



**Figura 8.** Perfil sociodemográfico según ocupación

## 4.2. PERFIL SOCIOECONÓMICO

### Distribución porcentual del perfil socioeconómico según promedio de ingresos mensuales

De acuerdo al perfil socioeconómico, sobre el promedio de ingresos mensuales de los visitantes, la Figura 9 muestra predominancia en los ingresos mensuales entre S/1026.00 (US\$ 257) y S/2050.00 (US\$ 512), representando el 31,53% (279 respuestas) del total. Además, un 27,91% (247 respuestas) tienen ingresos inferiores a S/1025.00 (US\$ 256), mientras que el 18,98% (168 respuestas) se encuentran en el rango de S/2051.00 (US\$ 513) a S/3075.00 (US\$ 768). Por otro lado, solo un 12,43% (110 respuestas) tienen ingresos mensuales entre S/3076.00 (US\$ 769) y S/4100.00 (US\$ 1025), y el 9,15% (81 respuestas) reportan ingresos superiores a S/4100.00 (US\$ 1025). Por lo que existe distribución diversa en los niveles de ingresos mensuales de los visitantes, evidenciando una concentración significativa en el rango medio y variabilidad en los extremos superiores e inferiores de la escala de ingresos.

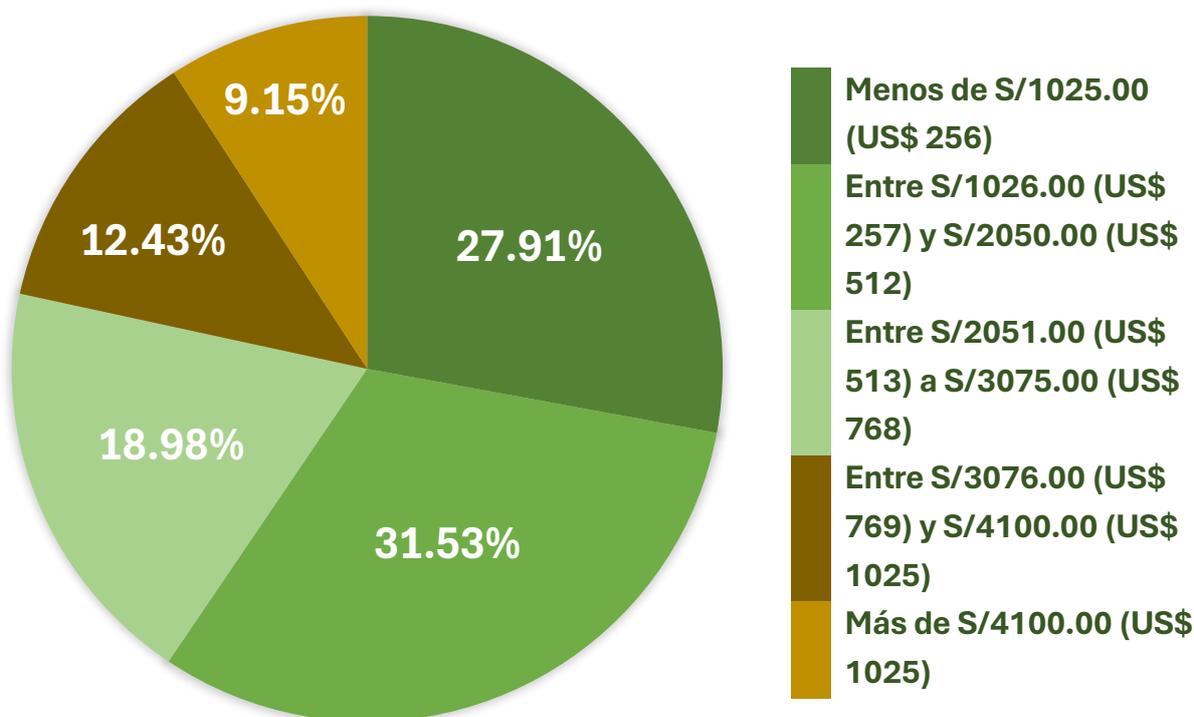
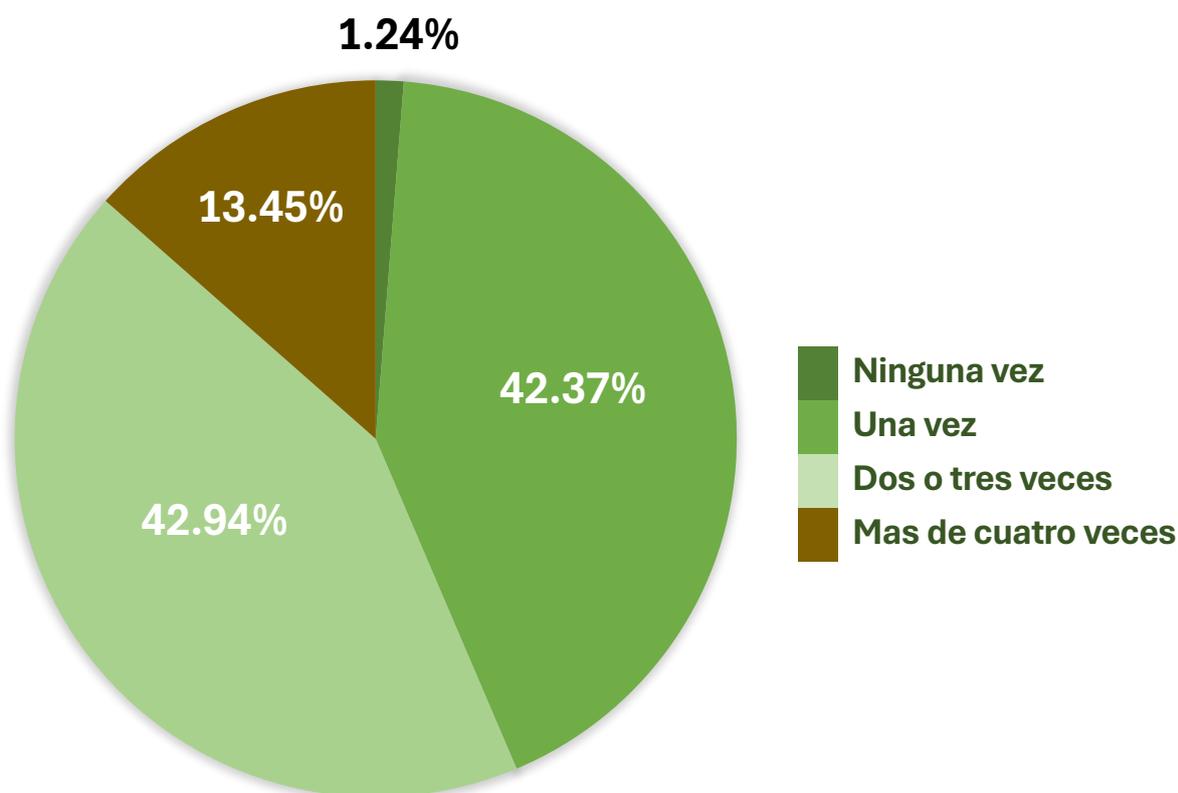


Figura 9. Perfil socioeconómico según promedio de ingresos mensuales

## Distribución porcentual del perfil socioeconómico según frecuencia de turismo nacional

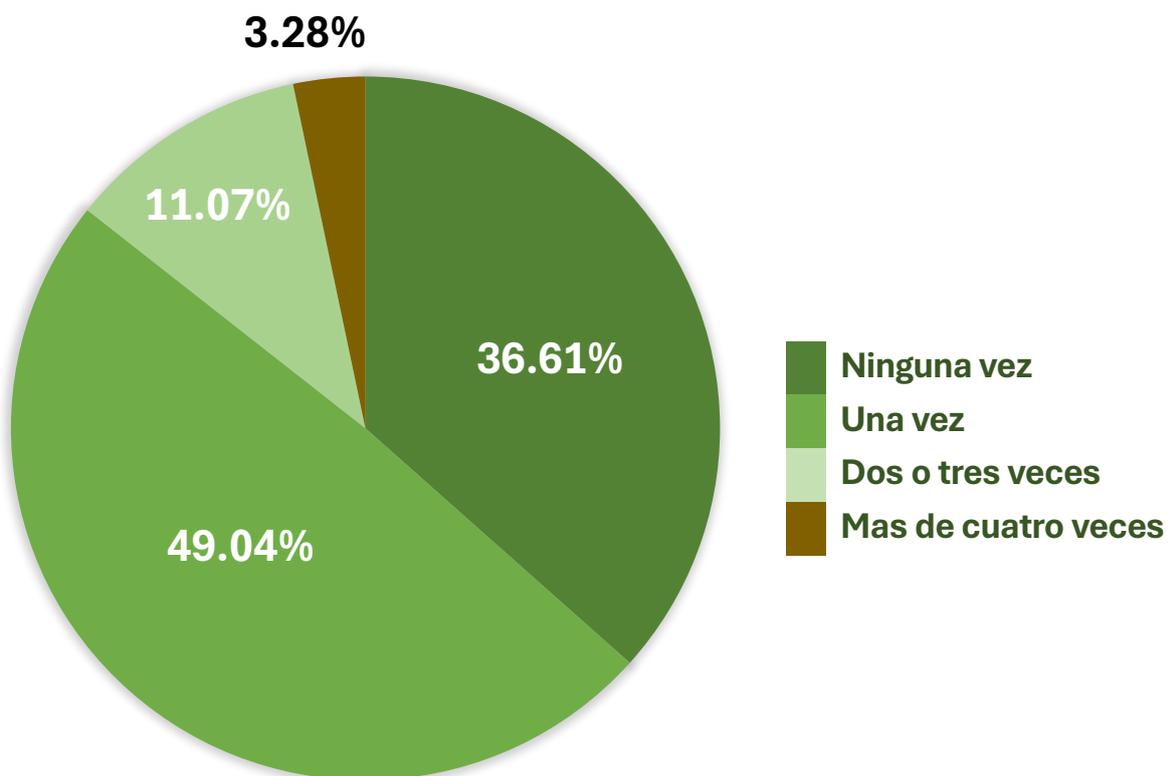
En cuanto a la frecuencia con la que los encuestados realizan turismo nacional, la Figura 10 revela que la mayoría lo hace una vez o dos o tres veces al año. Concretamente, el 42,94% (380 respuestas) de los encuestados declaró que realiza turismo nacional dos o tres veces al año, mientras que un 42,37% (375 respuestas) lo hace una vez al año. Además, un 13,45% (119 respuestas) lo realiza más de cuatro veces al año, y solo un 1,24% (11 respuestas) indicó que no realiza turismo nacional. Este análisis muestra una frecuencia diversa en la participación en el turismo nacional entre los encuestados, con una mayoría destacada en las categorías de una y dos o tres veces al año.



**Figura 10.** Perfil socioeconómico según frecuencia con la que hace turismo nacional

## Distribución porcentual del perfil socioeconómico según frecuencia de turismo internacional

Por otro lado, la frecuencia con la que los encuestados realizan turismo internacional de acuerdo a lo datos presentada en la Figura 11, revela que el 49,04% (434 respuestas) viaja al extranjero una vez al año. En contraste, el 36,61% (324 respuestas) nunca ha realizado turismo internacional. Un 11,07% (98 respuestas) realiza viajes internacionales dos o tres veces al año, mientras que solo un 3,28% (29 respuestas) viaja más de cuatro veces al año. Estos datos resaltan que, aunque casi la mitad de los encuestados realiza al menos un viaje internacional anualmente, un porcentaje considerable nunca ha tenido esta experiencia, lo que indica diferentes niveles de participación y oportunidades para fomentar la experiencia internacional entre ellos.



**Figura 11.** Perfil socioeconómico según frecuencia con la que hace turismo internacional

## 4.3. HÁBITOS DE VIAJE

### Distribución porcentual de hábitos de viaje según distritos visitados

La Figura 12 presenta los resultados de la encuesta sobre los distritos visitados o planeados para visitar en la provincia de Alto Amazonas, basada en 1586 respuestas donde los encuestados podían seleccionar múltiples opciones. Yurimaguas lidera como el distrito más frecuentado o planeado para visitar, con un 43,25% (686 respuestas) de las respuestas, seguido por Balsapuerto con el 23,33% (370 respuestas) y Lagunas con el 16,08% (255 respuestas). En contraste, los distritos menos visitados incluyen Teniente Cesar López Rojas con el 6,12% (97 respuestas), Santa Cruz con el 5,74% (91 respuestas) y Jeberos con el 5,49% (87 respuestas). Estos datos revelan una clara relación entre la popularidad de los destinos y las tasas de visita, destacando a Yurimaguas como el destino más popular seguido por Balsapuerto y Lagunas, mientras que Teniente Cesar López Rojas, Santa Cruz y Jeberos muestran niveles más bajos de atracción turística.

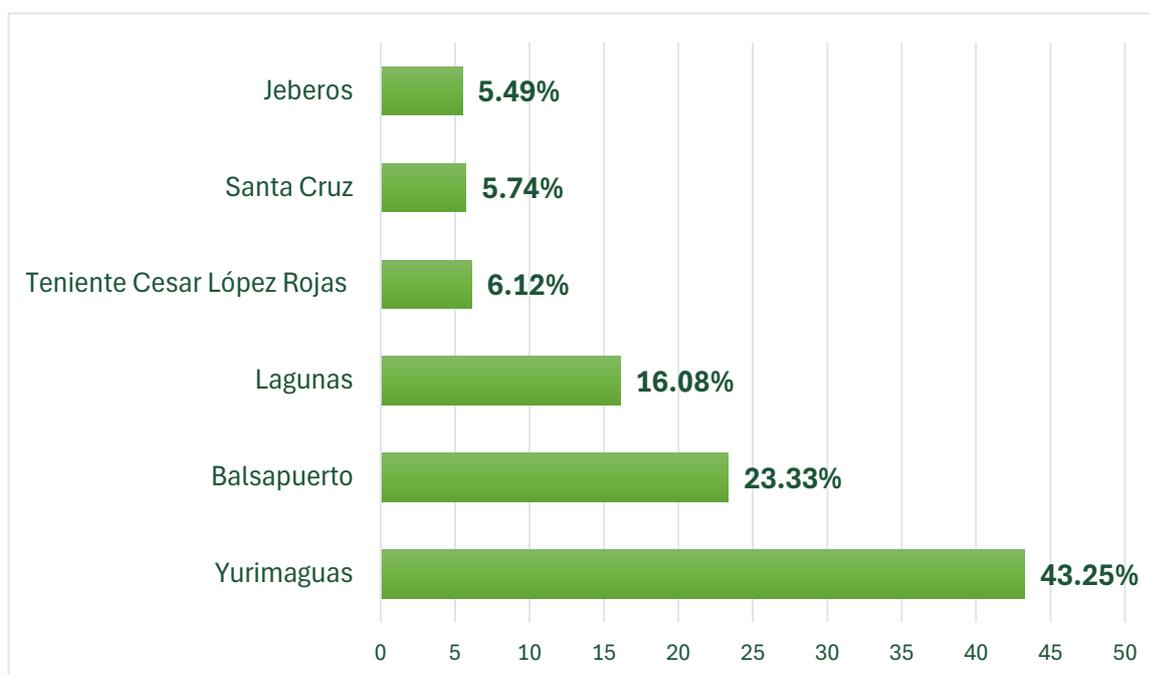
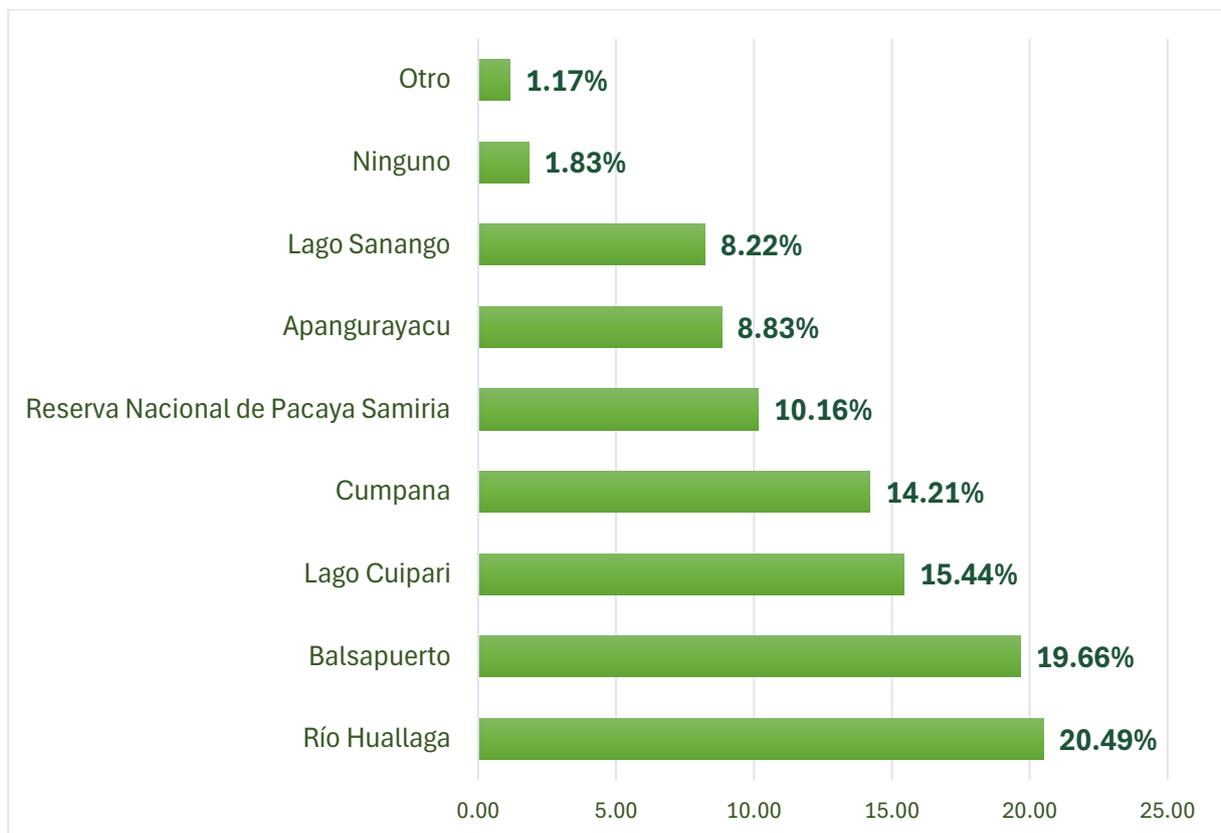


Figura 12. Hábitos de viaje según distritos visitados

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según destinos turísticos visitados

Del mismo modo a la figura anterior, de un total de 885 encuestados, se obtuvieron 1801 respuestas, donde los destinos turísticos más mencionados fue el Río Huallaga liderando con un 20,49% (369 respuestas), seguido por Balsapuerto con un 19,66% (354 respuestas) y Lago Cuipari con un 15,44% (278 respuestas), Otros destinos mencionados incluyen Cumpana con el 14,21% (256 respuestas). la Reserva Nacional de Pacaya Samiria con el 10,16% (183 respuestas), Apangurayacu con el 8,83% (159 respuestas), el Lago Sanango con el 8,22% (148 respuestas), y menciones de otros destinos representando el 1,17%. Además, un pequeño porcentaje indicó no haber visitado ningún destino específico, representado por el 1,83% (33 respuestas). Estos datos sugieren una distribución variada en las preferencias de visita entre los destinos turísticos de la provincia de Alto Amazonas.



**Figura 13.** Hábitos de viaje según destinos turísticos visitados

# Distribución porcentual de hábitos de viaje según comunidades originarias visitadas

Según los datos proporcionados sobre las comunidades originarias visitadas en la provincia de Alto Amazonas, un total de 1102 respuestas fueron registradas. De acuerdo a la Figura 14, entre las comunidades más mencionadas, los Shawi lideran con un 46,01% (507 respuestas), seguidos por ninguna comunidad específica mencionada por el 27,50% (303 respuestas), Cocama - Cocamilla con un 8,26% (91 respuestas), Quechua con un 5,35% (59 respuestas), Awajun con un 3,81% (42 respuestas), Achuar con un 2,81% (31 respuestas), Shiwilu con un 2,00% (22 respuestas), Candozi con un 1,54% (17 respuestas), y menciones menos frecuentes de Chapra, Wampis, Chamicuro, y otros que representan el 3,64% combinado. Estos datos reflejan una diversidad significativa en las visitas a comunidades originarias en la provincia, destacando la preferencia por los Shawi y la variedad de opciones culturales y étnicas exploradas por los visitantes.

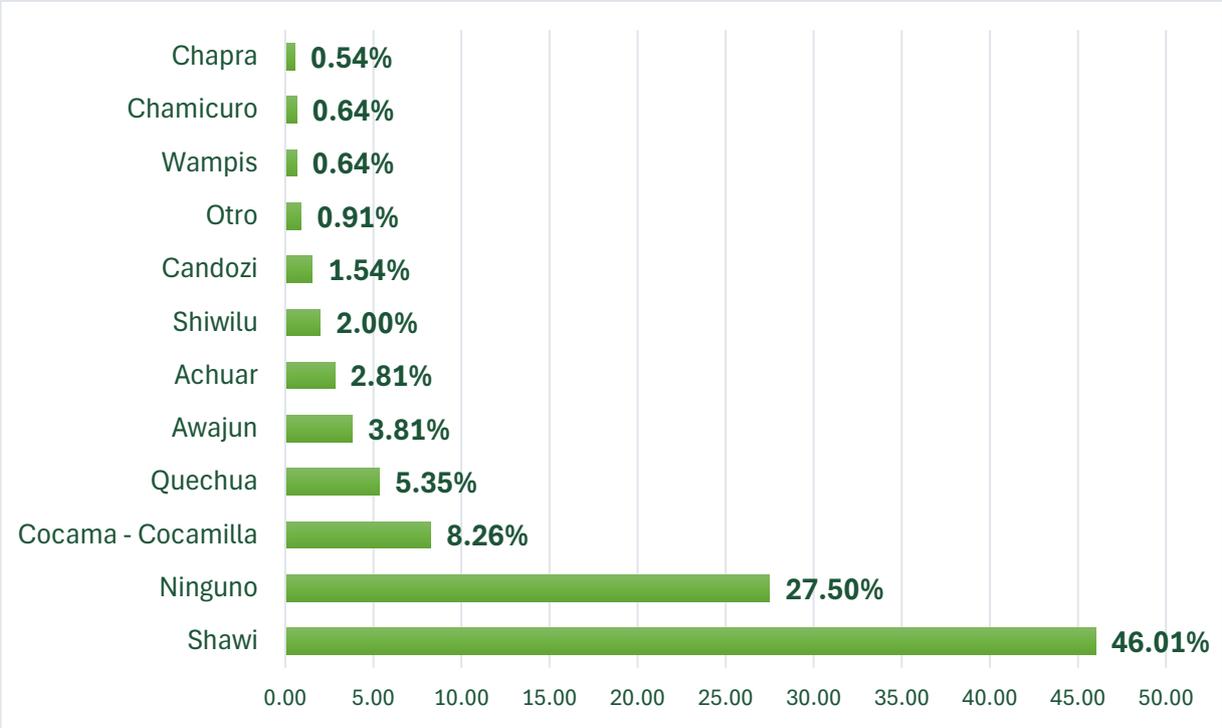


Figura 14. Hábitos de viaje según comunidades originarias visitadas

# Distribución porcentual de hábitos de viaje según frecuencia de visitas

Según los datos sobre la frecuencia de visitas a distritos, comunidades originarias o atractivos en la provincia de Alto Amazonas, muestra que, del total de encuestado, el 45,65% (404 respuestas) indicaron que era la primera vez que visitaban algún lugar en la provincia, mientras que el 42,60% (377 respuestas) afirmó haber visitado entre dos y cuatro veces. Por otro lado, el 11,75% (104 respuestas) de los encuestados declaró haber visitado más de cinco veces. Estos datos revelan que una parte significativa de los visitantes está explorando la provincia por primera vez, mientras que otro grupo sustancial ha realizado visitas múltiples, lo que sugiere tanto una atracción inicial como una fidelidad a ciertos destinos y comunidades originarias en Alto Amazonas.

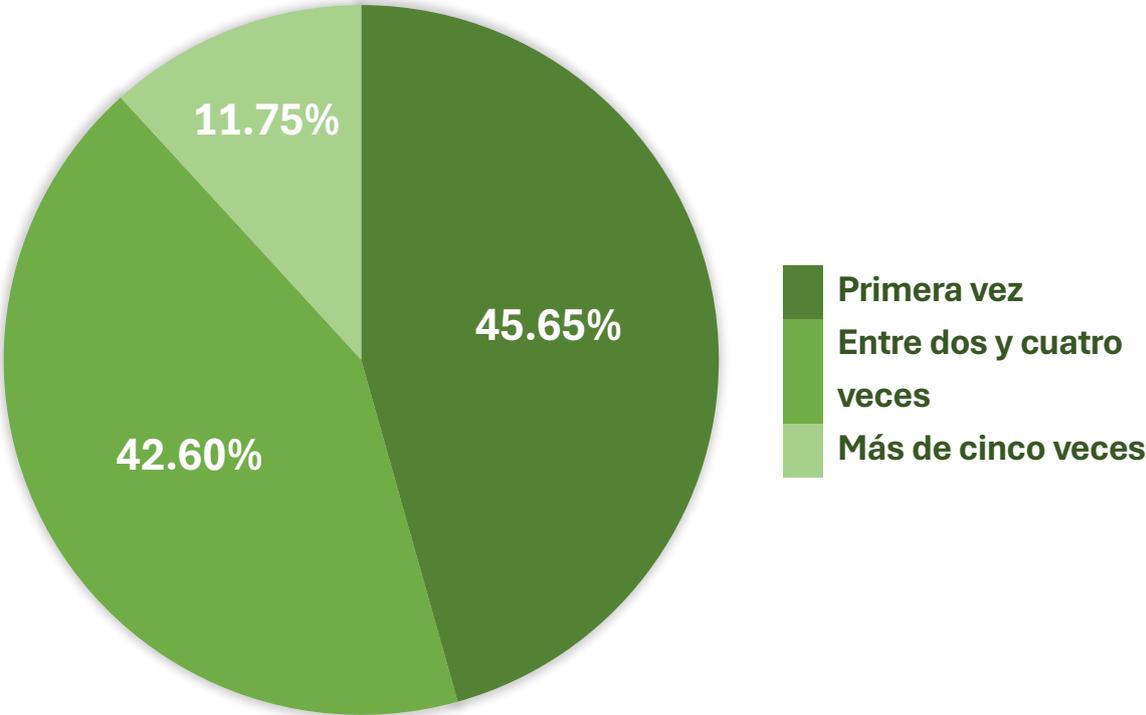
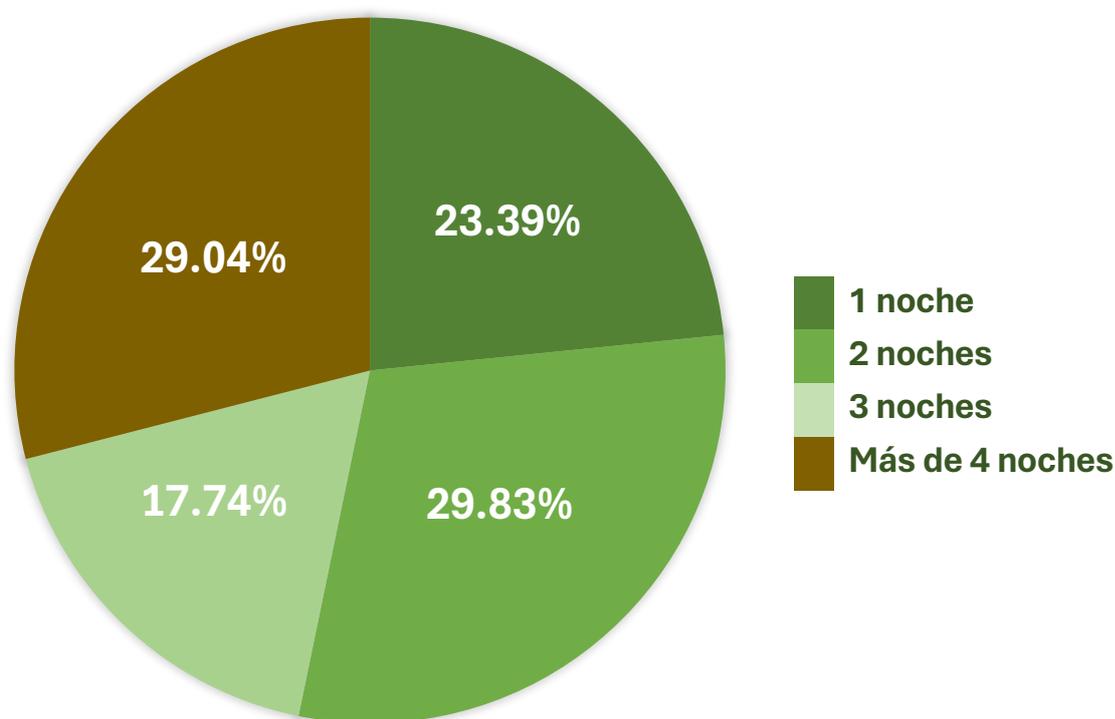


Figura 15. Hábitos de viaje según frecuencia de visitas

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según tiempo pernoctado

De acuerdo a los resultados, sobre la duración de pernoctaciones en distritos, comunidades originarias o atractivos en la provincia de Alto Amazonas, el 29,83% (264) reportó haber pernoctado por dos noches, mientras que el 29,04% (257 respuestas) reportó haber pernoctado por más de 4 noches. Un 23,39% (207 respuestas) de los encuestados mencionó haber pernoctado por una noche, y un 17,74% (157 respuestas) afirmó haber pernoctado por 3 noches. Estos datos sugieren una variedad en la duración de las estadias de los visitantes en la provincia, con una parte significativa optando por períodos más largos de exploración y experiencia en los destinos y comunidades originarias de Alto Amazonas.



**Figura 16.** Hábitos de viaje según tiempo pernoctado

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según tipo de hospedaje

La Figura 17 presenta 580 respuestas registradas sobre los lugares de hospedaje en la provincia de Alto Amazonas. Entre las opciones seleccionadas por los encuestados, el 55,52% (322 respuestas) mencionó haberse hospedado en hoteles, el 39,48% (229 respuestas) optó por hostales, el 2,59% (15 respuestas) prefirió albergues, el 1,90% (11 respuestas) eligió camping, y el 0,52% (3) mencionaron haberse alojado en casa de familiares o amigos. Estos datos destacan la diversidad en las preferencias de hospedaje, indicando una infraestructura turística variada y adaptada para los visitantes en la provincia de Alto Amazonas.

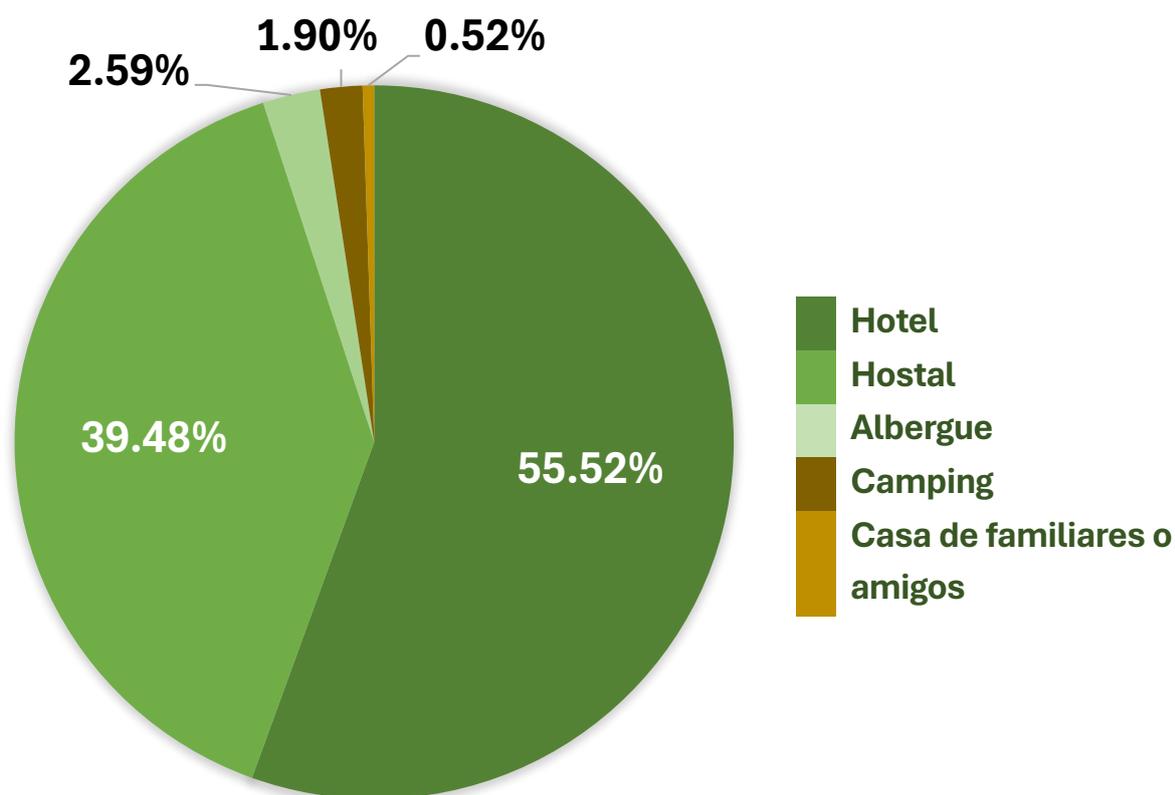
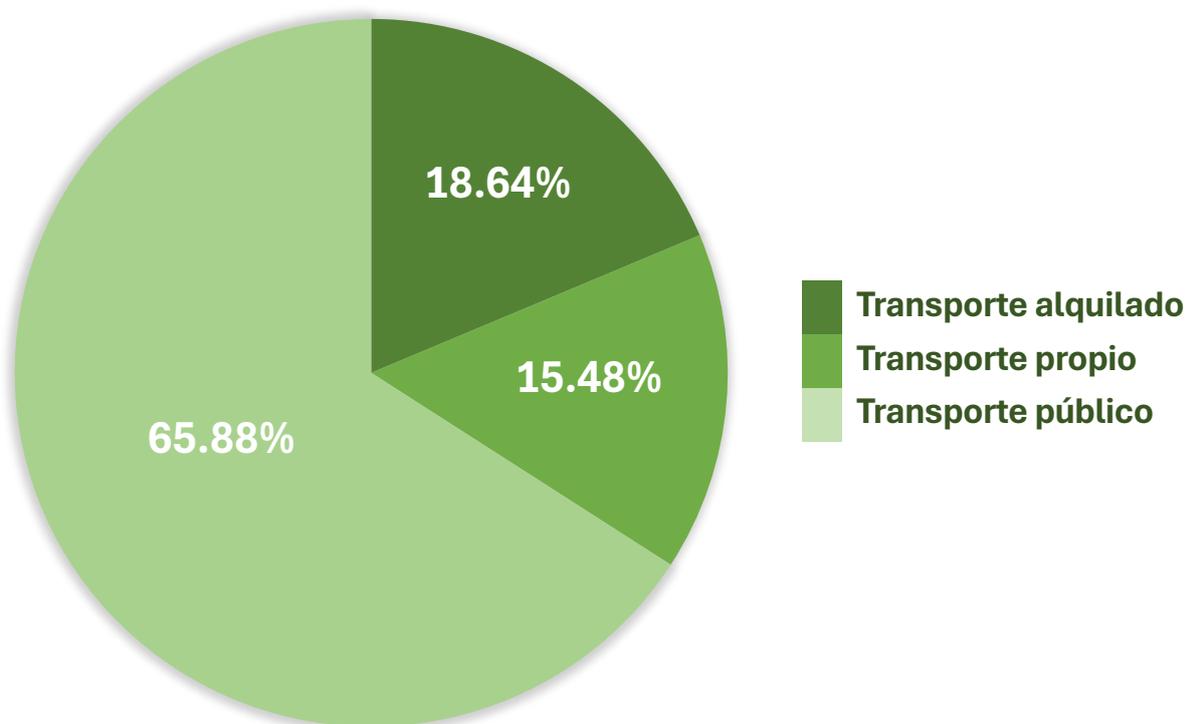


Figura 17. Hábitos de viaje según tipo de hospedaje

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según transporte empleado

La Figura 18, sobre el tipo de transportes utilizados para llegar a destinos la provincia de Alto Amazonas, entre las opciones seleccionadas por los encuestados, el 65,88% (583 respuestas) mencionó haber utilizado transporte público, indicando una preferencia dominante por esta opción debido posiblemente a la accesibilidad y disponibilidad en la región. Además, el 18,64% (165 respuestas) optó por transporte alquilado, lo que sugiere una elección conveniente para aquellos que prefieren flexibilidad en horarios y destinos. Por otro lado, el 15,48% (137 respuestas) utilizó transporte propio, reflejando la comodidad y autonomía que ofrece esta opción para explorar la provincia. Estos datos revelan una variedad de elecciones de transporte entre los visitantes, cada una con implicaciones únicas para la experiencia de viaje y exploración en Alto Amazonas.



**Figura 18.** Hábitos de viaje según transporte empleado

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según tipo de alimentación

Según los datos expuestos en la Figura 19 sobre el tipo de alimentación durante la estancia en la provincia de Alto Amazonas, se analizaron un total de 974 respuestas, de estos, el 52,36% (510 respuestas) mencionó haber disfrutado de gastronomía local, resaltando la preferencia por sabores auténticos y tradicionales de la región. Además, el 35,42% (345 respuestas) optó por gastronomía variada, reflejando una elección diversa que puede incluir tanto platos locales como opciones más internacionales. Un 9,65% (94 respuestas) indicó haber consumido comida rápida, mientras que un pequeño porcentaje del 2,57% (25 respuestas) prefirió gastronomía vegetariana. Estos datos subrayan la riqueza y variedad de opciones culinarias disponibles para los visitantes en Alto Amazonas, que van desde experiencias auténticas locales hasta opciones más globales y convenientes como la comida rápida.

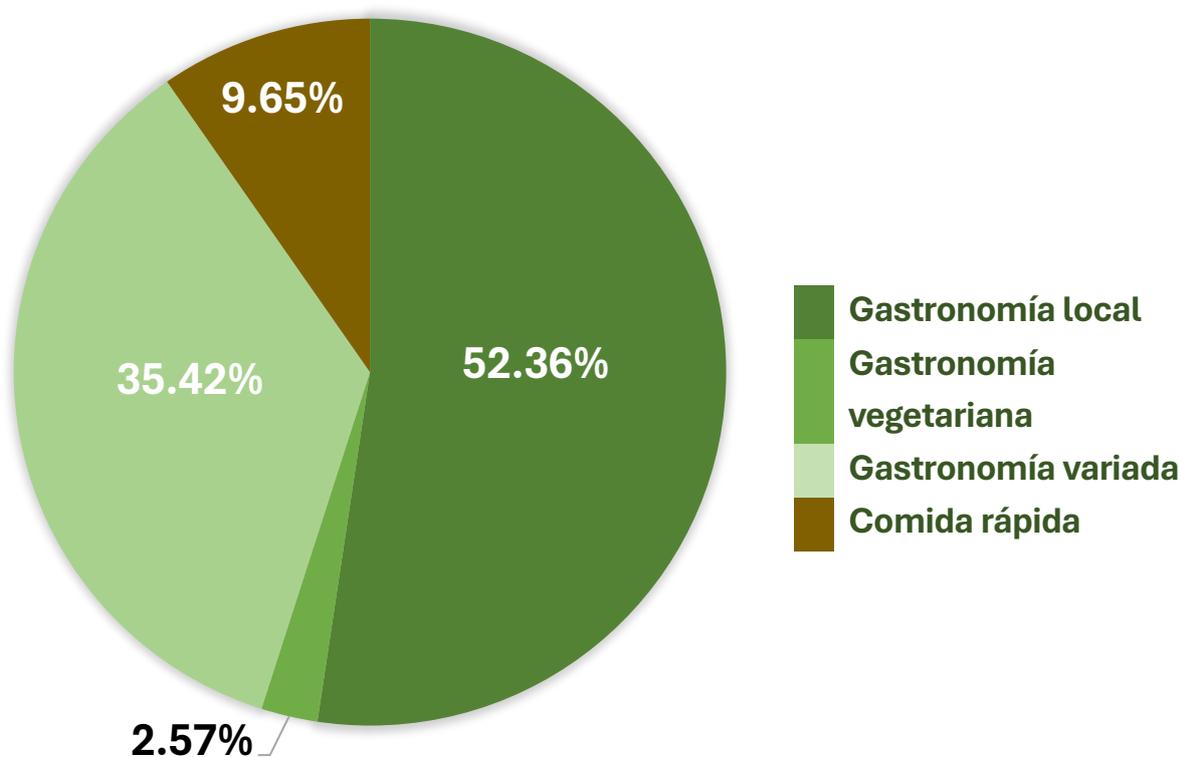
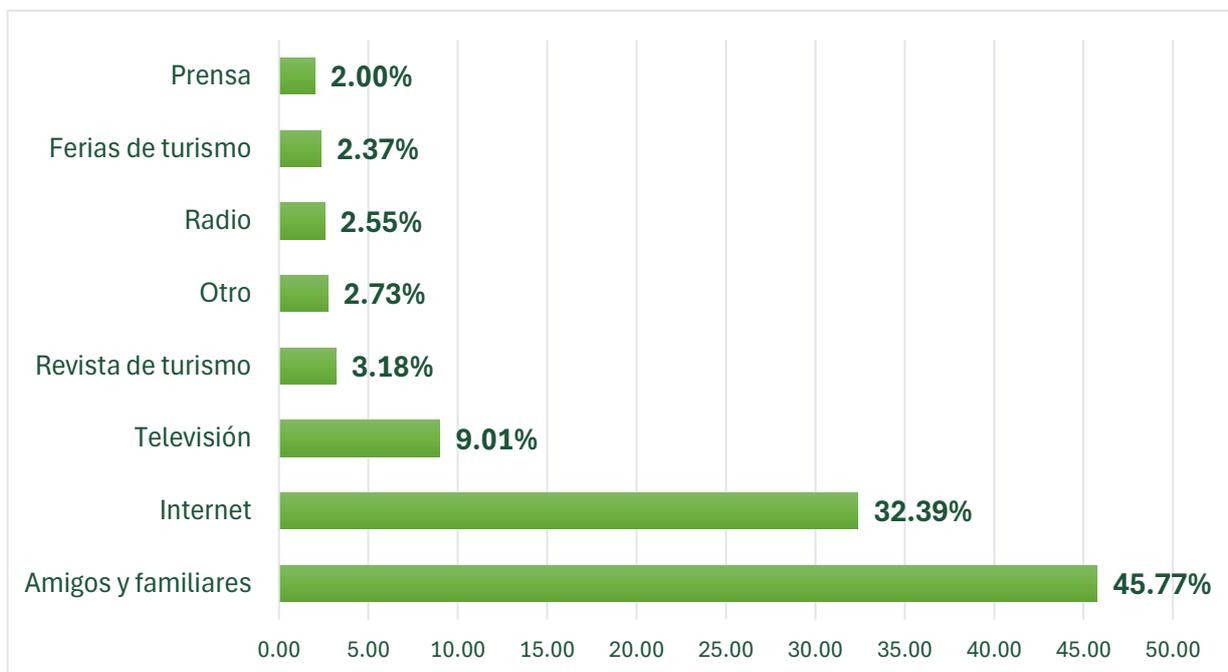


Figura 19. Hábitos de viaje según tipo de alimentación

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según medio de información de destinos

De acuerdo a las 1099 respuestas obtenidas sobre cómo se informaron los encuestados de los destinos que visitaron en la provincia de Alto Amazonas, el 45,77% (503 respuestas) de ellos mencionaron haberse informado a través de amigos y familiares, destacando la influencia interpersonal en las decisiones de viaje. Además, un 32,39% (356 respuestas) utilizó Internet como fuente principal de información, reflejando la prevalencia de plataformas online para buscar información turística. Otros medios menos utilizados incluyen la televisión con un 9,01% (99 respuestas), las revistas de turismo con un 3,18% (35 respuestas), la radio con un 2,55% (28 respuestas), y las ferias de turismo con un 2,37% (26 respuestas). Un pequeño porcentaje del 2,00% y 2,73% mencionó haberse informado a través de la prensa y otros medios respectivamente. Estos datos subrayan la diversidad de canales utilizados por los visitantes para obtener información sobre destinos en Alto Amazonas, destacando la importancia tanto de fuentes digitales como de recomendaciones personales en la planificación de viajes.



**Figura 20.** Hábitos de viaje según medio de información de destinos

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según red social de información de destinos

De las 356 respuestas obtenidas, en las que los encuestados indicaron que se informaron sobre destinos turísticos en la provincia de Alto Amazonas a través de internet, el 75,28% (268 respuestas) señalaron a Facebook como su principal fuente de información, seguido por YouTube con un 8,15% (29 respuestas), Instagram con un 6,46% (23 respuestas) y WhatsApp con un 6,18% (22 respuestas). Twitter y las páginas web fueron las menos utilizadas, con un 1,69% (8 respuestas) y un 2,25% (6 respuestas) respectivamente.

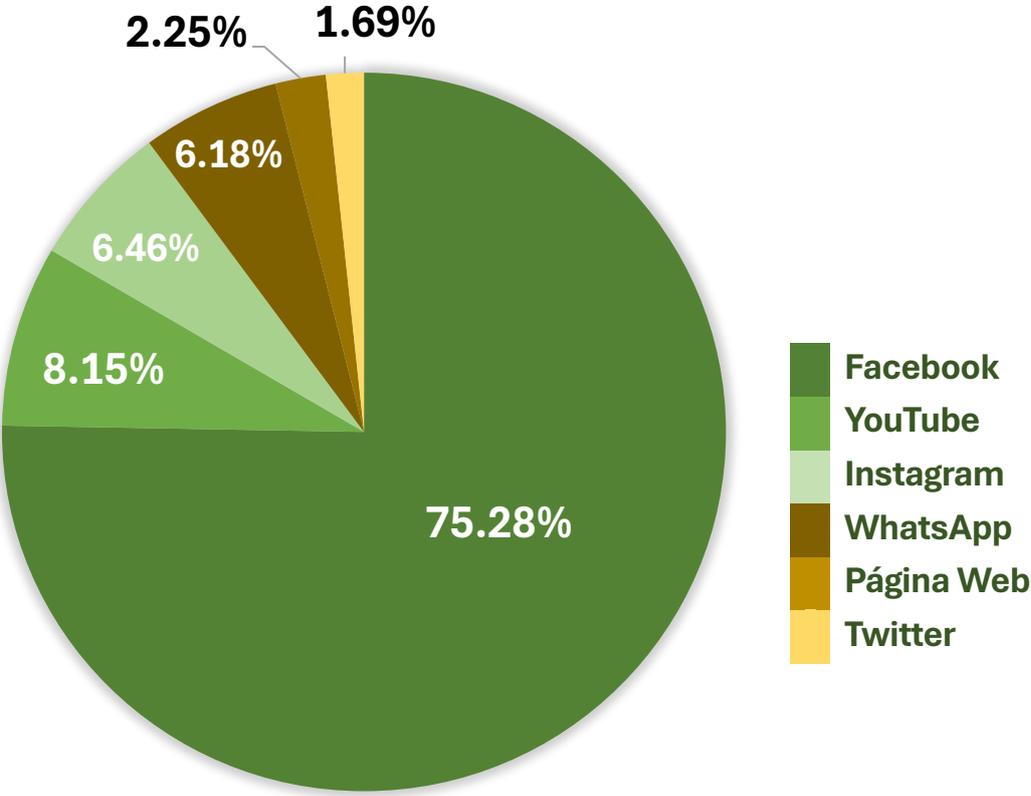
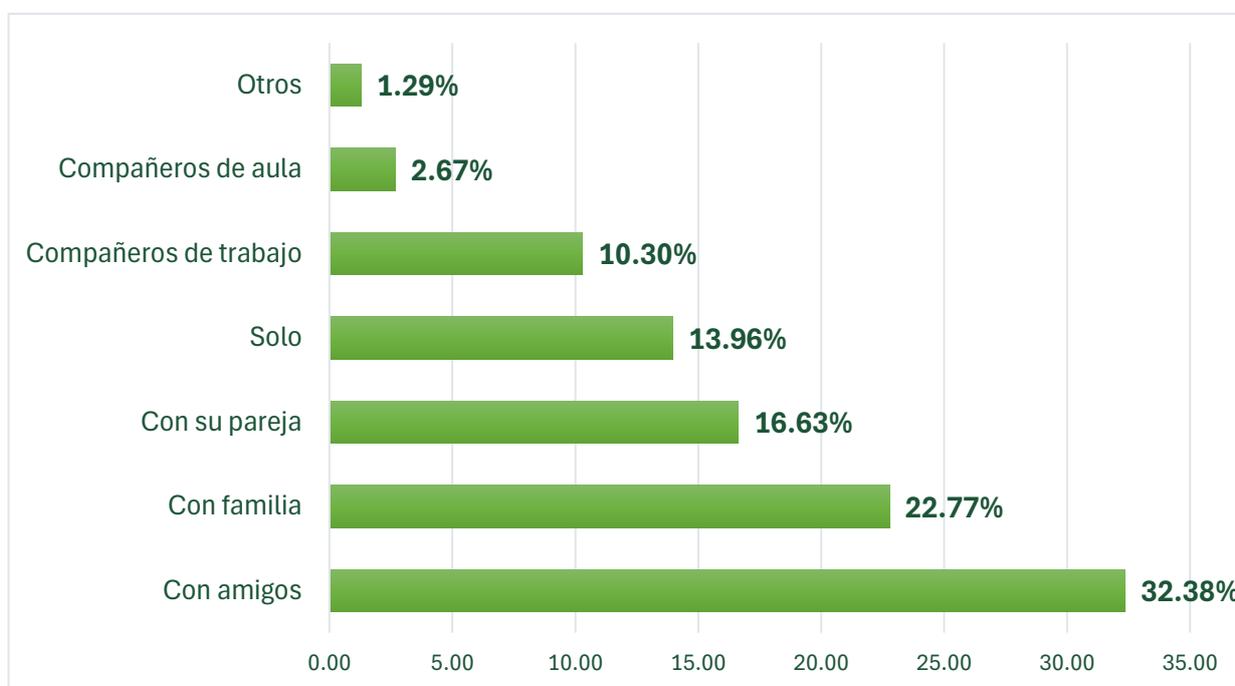


Figura 21. Hábitos de viaje según red social de información de destinos

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según acompañantes de viaje

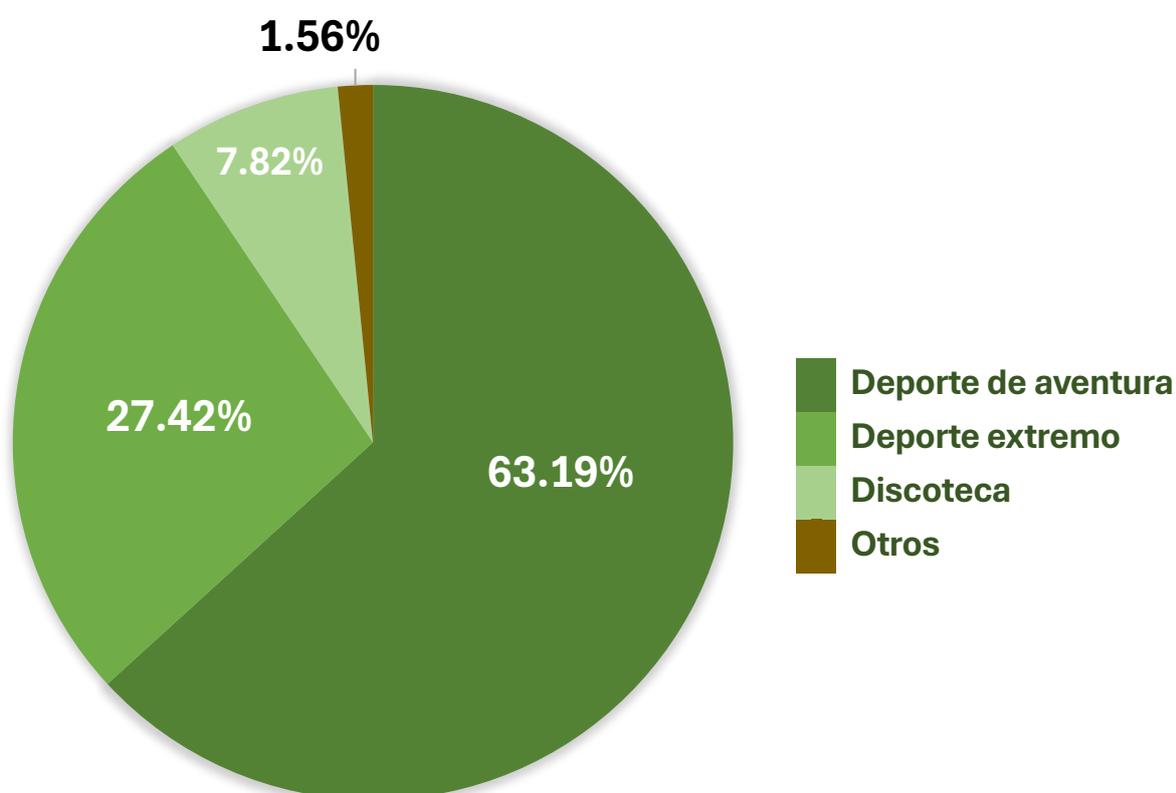
De acuerdo a la Figura 22, sobre quienes fueron los acompañantes de viaje de los encuestados a la provincia de Alto Amazonas, se obtuvieron un total de 1010 respuestas, donde el 32,38% (327 respuestas) mencionó haber viajado con amigos, reflejando una preferencia por compartir la experiencia con el círculo social cercano. El 22,77% (230 respuestas) viajó con la familia, subrayando el atractivo de la provincia como destino familiar. Un 16,63% (168 respuestas) indicó haber viajado con su pareja. Otros viajeros optaron por viajar solos representado por el 13,96% (141 respuestas), lo que indica que también es un destino atractivo para los viajeros independientes. Un significativo 10,30% (104 respuestas) prefirió por la compañía de compañeros de trabajo y compañeros de aula el 2,67% (27 respuestas). Por otro lado, un pequeño porcentaje del 1,29% (13 respuestas) viajó con otros acompañantes no especificados. Estos datos destacan la diversidad de grupos con los que los visitantes eligen explorar la provincia de Alto Amazonas, desde amigos y familiares hasta viajes en solitario.



**Figura 22.** Hábitos de viaje según acompañantes de viaje

## Distribución porcentual de hábitos de viaje según actividades alternativas

La Figura 23 presenta los resultados sobre las actividades alternativas que les gustaría realizar a los encuestados en la provincia de Alto Amazonas. En total, se analizaron 959 respuestas, de las cuales el 63,19% (606 respuestas) expresó interés en practicar deportes de aventura, lo que sugiere una fuerte preferencia por actividades emocionantes y al aire libre. El 27,42% (263 respuestas) mostró interés en deportes extremos, reflejando un deseo significativo por experiencias adrenalínicas y desafiantes. Un 7,82% (75 respuestas) indicó que le gustaría asistir a discotecas, mostrando interés en actividades sociales y de entretenimiento nocturno. Finalmente, un 1,56% (15 respuestas) mencionó otras actividades no especificadas. Estos datos destacan una clara inclinación hacia actividades físicas y emocionantes entre los visitantes, junto con un interés en la vida nocturna y otras opciones de entretenimiento en Alto Amazonas.

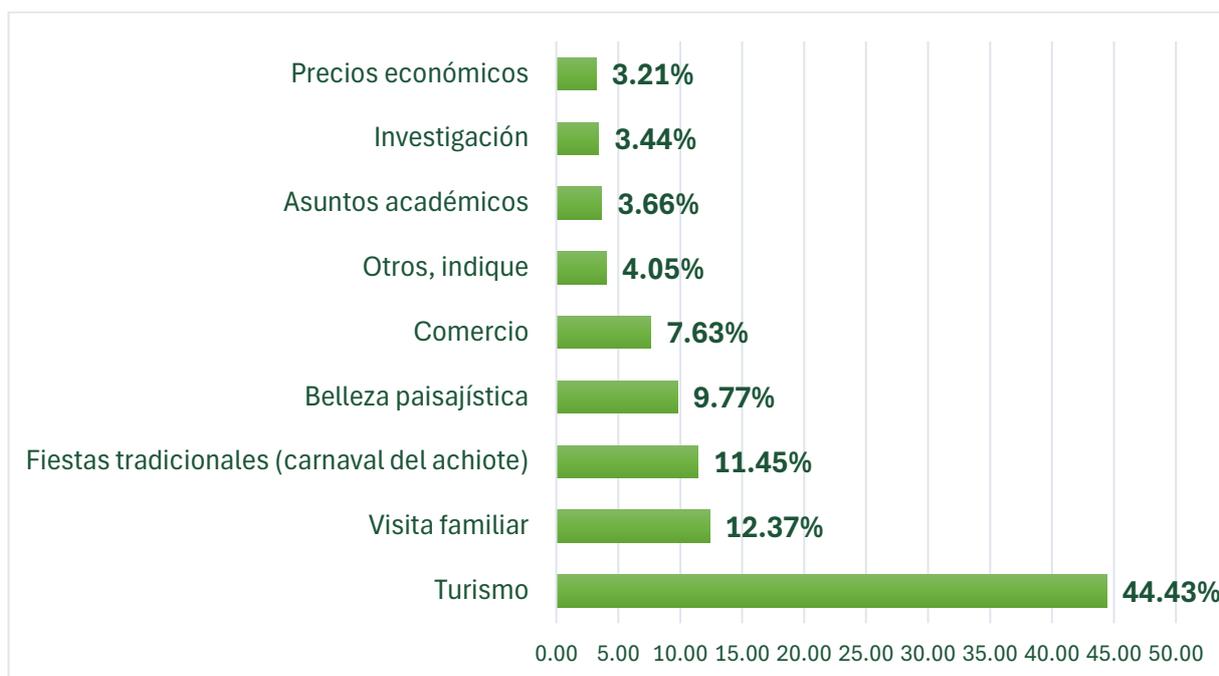


**Figura 23.** Hábitos de viaje según actividades alternativas

## 4.4. MOTIVACIONES DE VIAJE

### Distribución porcentual de principales motivaciones de viaje a la provincia de Alto Amazonas

De las 1310 respuestas sobre las principales motivaciones de los encuestados para visitar alguna ciudad, comunidad o atractivo de la provincia de Alto Amazonas como se evidencia en la Figura 24, por turismo se destacó como la principal motivación con un 44,43% (582 respuestas), seguido por visitas familiares con un 12,37% (162 respuestas) y fiestas tradicionales como el carnaval del achiote con un 11,45% (150 respuestas). La belleza paisajística atrajo al 9,77% (128 respuestas) de los encuestados, mientras que el comercio fue un motivo para el 7,63% (100 respuestas). Otros motivos incluyeron asuntos académicos con el 3,66% (48 respuestas), investigación con el 3,44% (45 respuestas), y precios económicos (3,21% o 42 respuestas), con un 4,05% (53 respuestas) mencionando otras motivaciones no especificadas. Estos datos reflejan una diversidad de razones para visitar Alto Amazonas, desde el atractivo turístico y natural hasta eventos culturales y actividades comerciales.

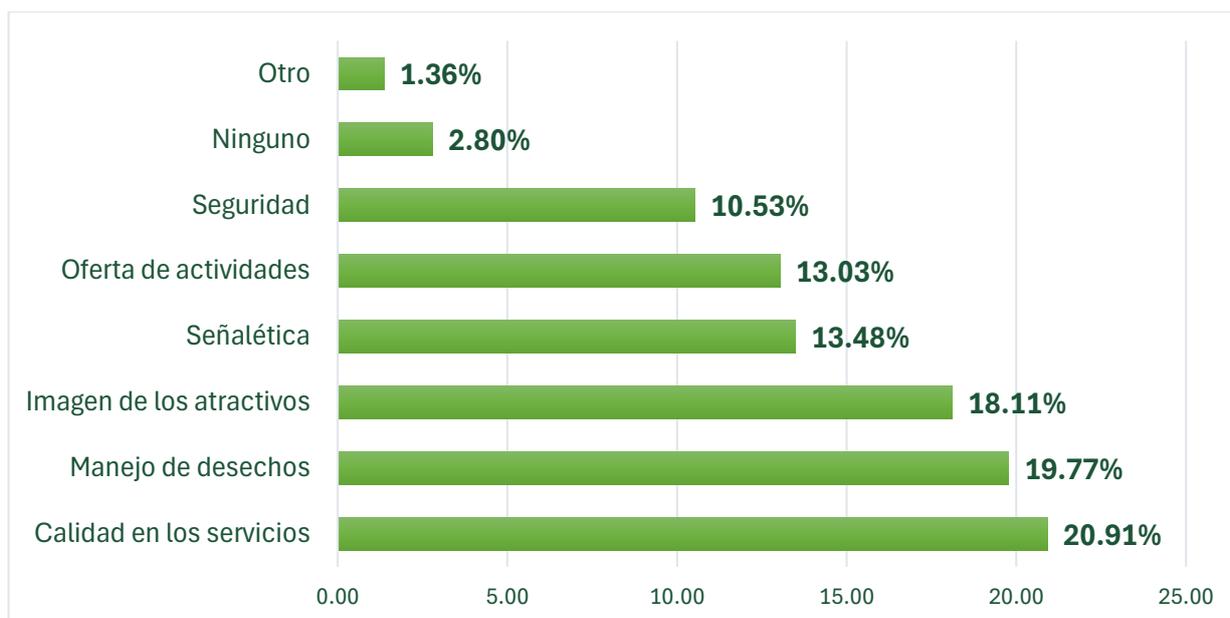


**Figura 24.** Principales motivaciones de viaje a la provincia de Alto Amazonas

## 4.5. INFORMACIÓN ADICIONAL

### Distribución porcentual de información adicional sobre recomendaciones de mejora

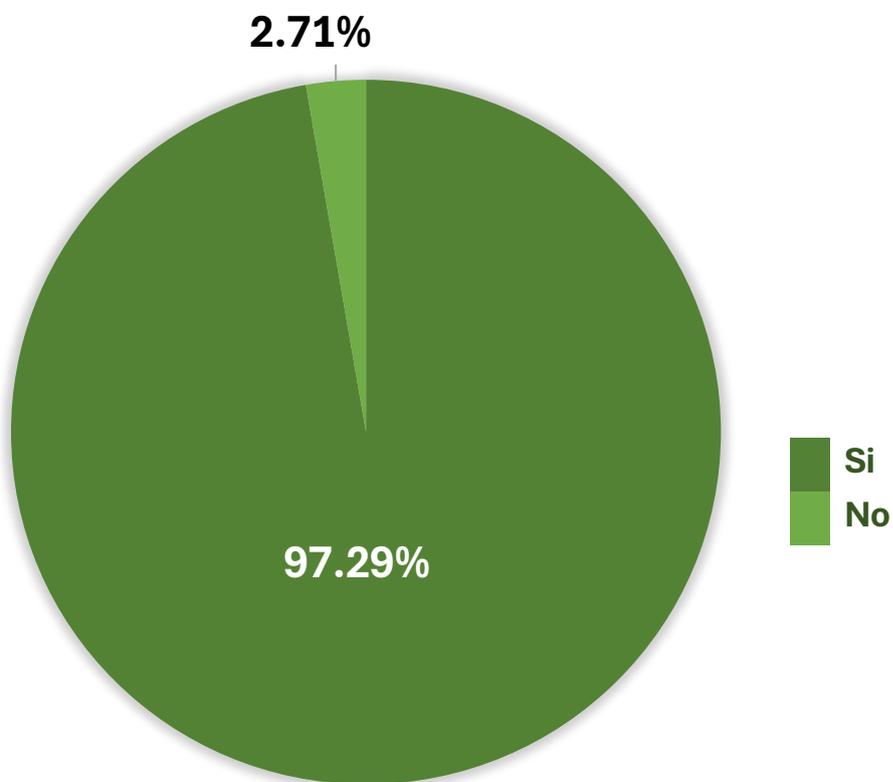
Según los datos sobre las áreas de mejora sugeridas por los encuestados para la ciudad, comunidad o atractivo que visitaron en la provincia de Alto Amazonas, se analizaron un total de 1320 respuestas, donde la calidad en los servicios fue identificada como el principal aspecto a mejorar, con un 20,91% (276 respuestas), seguida por el manejo de desechos con un 19,77% (261 respuestas) y la imagen de los atractivos con un 18,11% (239 respuestas). La señalética fue mencionada por el 13,48% (178 respuestas) y la oferta de actividades por el 13,03% (172 respuestas). La seguridad también fue una preocupación para el 10,53% (139 respuestas) de los encuestados. Un 2,80% (37 respuestas) indicó que no percibieron áreas por mejora, y un 1,36% (18 respuestas) mencionó otros aspectos no especificados. Estos datos destacan la necesidad de mejorar principalmente la calidad de los servicios, el manejo de desechos y la imagen de los atractivos para incrementar la satisfacción de los visitantes en Alto Amazonas.



**Figura 25.** Información adicional sobre recomendaciones de mejora

## Distribución porcentual de información adicional sobre intención de visita

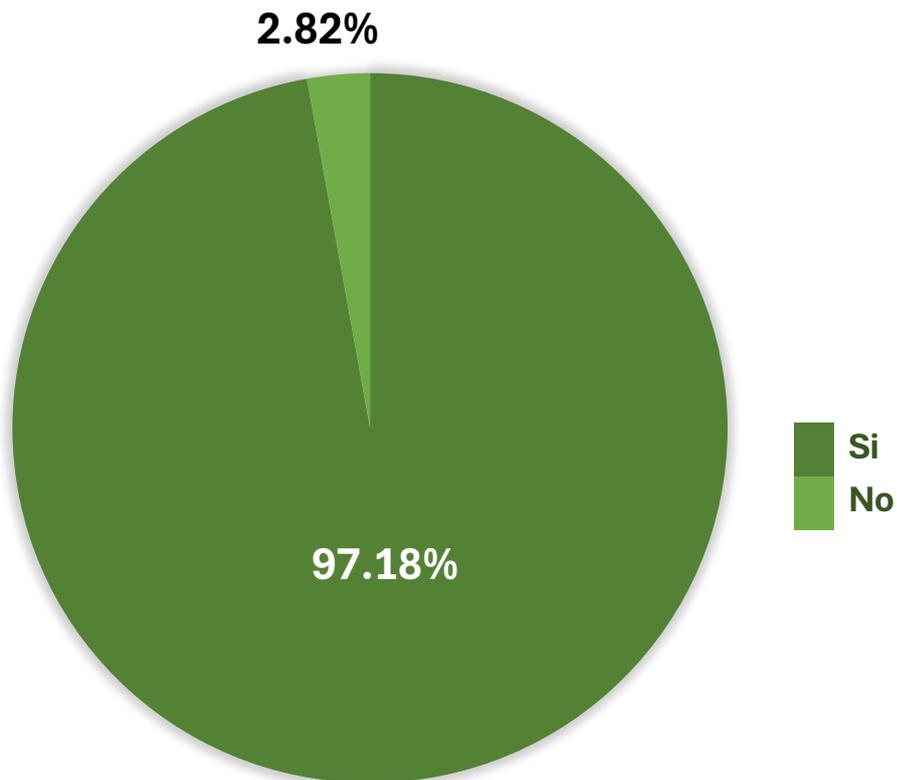
De acuerdo a la Figura 26, la intención de volver a visitar alguna ciudad, comunidad o atractivo en la provincia de Alto Amazonas basándose en la experiencia vivencial, el 97,29% (861 respuestas) indicó que sí volvería, mostrando una alta satisfacción y deseo de repetir la experiencia. Solo el 2,71% (24 respuestas) manifestó que no regresaría. Estos datos reflejan un alto nivel de satisfacción entre los visitantes de la provincia de Alto Amazonas, lo cual es un indicativo positivo para el turismo en la región.



**Figura 26.** Información adicional sobre intención de visita

## Distribución porcentual de información adicional sobre motivación a otras personas

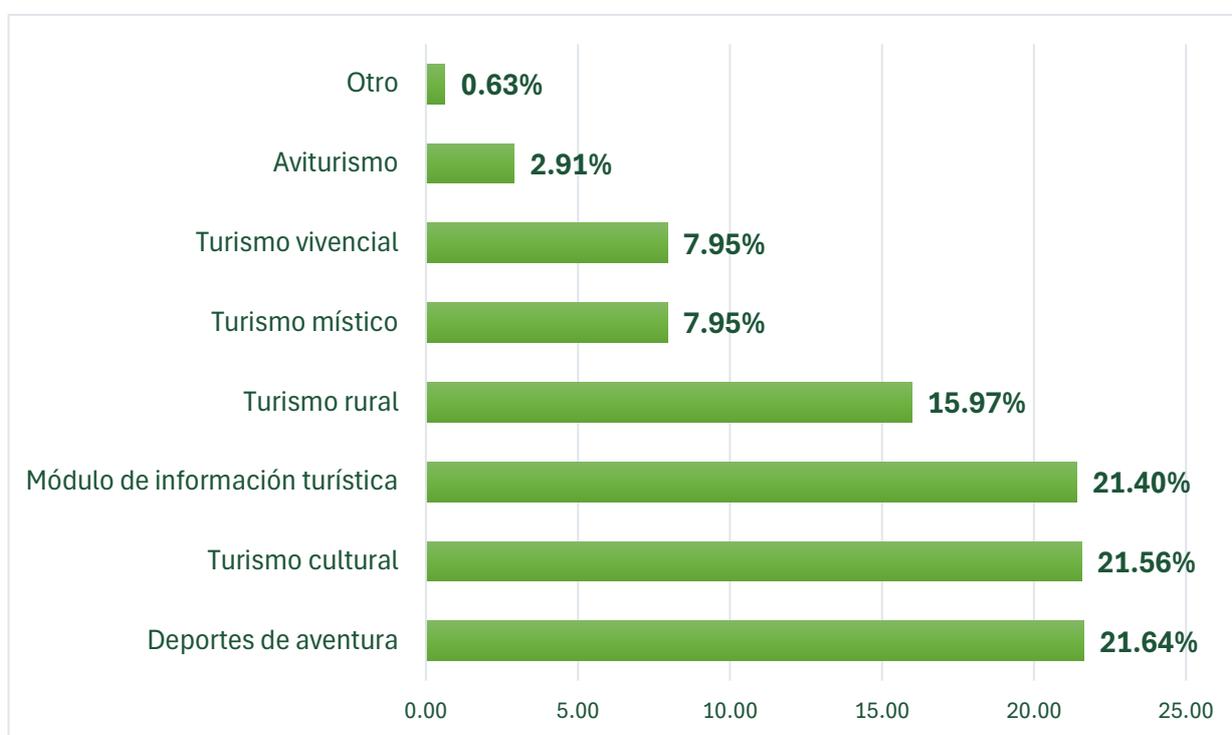
La Figura 27, sobre la disposición de los encuestados a motivar a otras personas para que visiten alguna ciudad, comunidad o atractivo en la provincia de Alto Amazonas, presenta que el 97,18% (860 respuestas) indicó que sí estaría dispuesto a motivar a otros, lo que refleja una alta satisfacción y un deseo de recomendar la experiencia a terceros. Solo el 2,82% (25 respuestas) manifestó que no lo haría. Estos datos subrayan el entusiasmo y la disposición de los visitantes a promover la provincia de Alto Amazonas como un destino turístico atractivo y recomendable.



**Figura 27.** Información adicional sobre motivación a otras personas

## Distribución porcentual de información adicional sobre recomendación de actividades en sector turístico

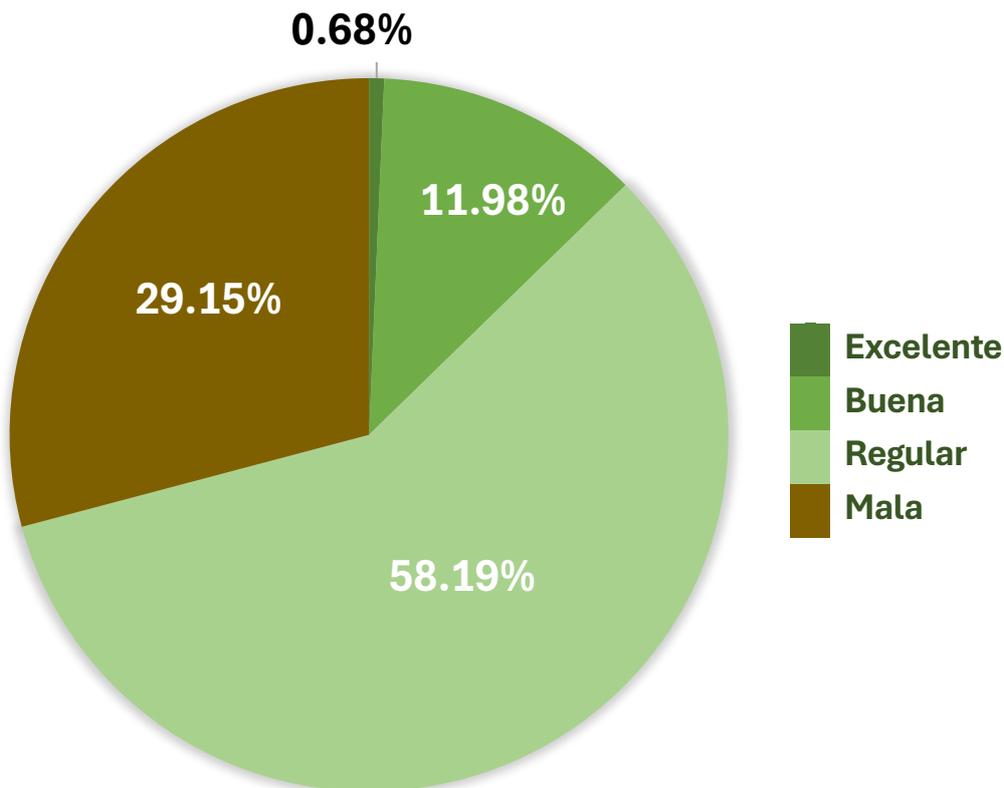
En relación a las implementaciones deseadas por los encuestados en el sector turístico de la provincia de Alto Amazonas, se registraron un total de 1271 respuestas, donde se encontró un interés considerable en la implementación de deportes de aventura con un 21,64% (275 respuestas) y turismo cultural con un 21,56% (274 respuestas). Los módulos de información turística también fueron altamente demandados con un 21,40% (272 respuestas), seguido por el turismo rural con un 15,97% (203 respuestas). Tanto el turismo místico como el turismo vivencial obtuvieron un 7,95% (101 respuestas cada uno). El aviturismo fue mencionado por un 2,91% (37 respuestas), y un pequeño porcentaje del 0,63% (8 respuestas) sugirió otras implementaciones no especificadas. Estos datos reflejan una diversidad de intereses entre los visitantes, con una clara preferencia por actividades y servicios que enriquezcan la experiencia turística en Alto Amazonas.



**Figura 28.** Información adicional sobre recomendación de actividades en sector turístico

## Distribución porcentual de información adicional sobre calificación de visita

Al concluir las preguntas del instrumento, se solicitó a los encuestados que evaluaran su experiencia durante la visita a la provincia de Alto Amazonas, utilizando una escala de valoración que incluía las categorías: excelente, buena, regular y mala. Según la Figura 29, el 58,19% (515 respuestas) calificó su experiencia como regular, mientras que el 29,15% (258 respuestas) la consideró mala. Solo el 11,98% (106 respuestas) la calificó como buena, y un pequeño 0,68% (6 respuestas) la evaluó como excelente. Estos datos revelan que la mayoría de los visitantes tuvieron una experiencia intermedia, con un número significativo reportando una experiencia insatisfactoria, lo que destaca áreas claras de mejora en la oferta turística de la provincia.



**Figura 29.** Información adicional sobre calificación de visita

# 5

## DISCUSIÓN

En esta sección se interpretan y contextualizan los hallazgos obtenidos en relación con los objetivos de la investigación y el marco teórico existente. Se analizan las implicaciones de los resultados, se comparan con estudios previos y se exploran las posibles razones detrás de los patrones observados en el perfil de los visitantes.



## 5 DISCUSIÓN

El perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas muestra una clara tendencia hacia un turismo que valora la naturaleza y la cultura, en línea con los conceptos teóricos sobre el turismo sostenible y cultural. Según Buhalis et al. (2023), el turismo no solo implica el acto de viajar, sino también la participación en actividades que satisfacen los deseos y necesidades de los turistas. Los hallazgos indican que los visitantes a Alto Amazonas buscan experiencias auténticas, reflejando una alineación con las teorías que enfatizan la importancia de la autenticidad y la sostenibilidad en la experiencia turística.

Los datos obtenidos revelan que los visitantes de Alto Amazonas tienen un alto nivel educativo, con un 51,75% de ellos con educación superior universitaria. Esto sugiere una demanda de productos turísticos sofisticados y enriquecedores culturalmente. La infraestructura y los servicios turísticos, como la calidad de los hoteles y el transporte público, son áreas que requieren atención, ya que un 55,52% opta por hospedarse en hoteles y un 65,88% utiliza el transporte público.

Comparando estos resultados, encontramos similitudes y diferencias. El perfil de los turistas que visitan la provincia de Alto Amazonas comparte características con los visitantes de La Serena en Chile, donde Araya-Pizarro & Álvarez Cortés (2020) encontraron que los turistas buscan desconexión de la rutina y disfrutan de la belleza natural y cultural del destino. Sin embargo, en Alto Amazonas, hay una mayor diversidad en las actividades preferidas, como deportes de aventura y turismo cultural, donde la oferta turística es más variada.

En estudios nacionales, como PromPerú (2023) sobre el perfil del turista extranjero, se observa que los visitantes de Estados Unidos, Chile y Colombia muestran aumento en la preferencia por actividades de naturaleza y aventura. Los visitantes de Alto Amazonas también muestran un interés en la naturaleza, con un 44,43% motivados por el turismo y un 27,42% interesados en deportes extremos. Esto refleja una alineación con las tendencias observadas a nivel nacional, pero con una mayor inclinación hacia actividades específicas en Alto Amazonas.

A nivel local, los hallazgos de Ibarra (2018) sobre el perfil del turista interno que visita Loreto muestran una preferencia similar por la naturaleza y la cultura. Sin embargo, los visitantes de Alto Amazonas destacan por su frecuencia de visitas repetidas y su alto nivel de satisfacción, con un 97,29% indicando que volverían a visitar la provincia. Esto sugiere que Alto Amazonas no solo atrae a nuevos visitantes, sino que también fomenta una fuerte lealtad entre aquellos que ya han visitado.

Las limitaciones del estudio incluyen el uso de un método de muestreo no probabilístico, lo que puede introducir sesgos en los resultados. Además, la recolección de datos se limitó a ciertos períodos y lugares específicos, lo que puede no capturar completamente la diversidad temporal y espacial de los visitantes. Estos factores deben ser considerados al interpretar los resultados y planificar estudios futuros para asegurar una representación más completa y precisa del perfil del visitante.

A pesar de estas limitaciones, los resultados proporcionan información valiosa para el desarrollo de estrategias turísticas en Alto Amazonas. La alta satisfacción y la disposición de los visitantes a recomendar la provincia indican un potencial significativo para el desarrollo turístico sostenible. Las autoridades locales y los empresarios del sector pueden utilizar estos datos para mejorar la infraestructura, diversificar la oferta turística y promover prácticas sostenibles que preserven el entorno natural y cultural.

El estudio proporciona una comprensión del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, destacando tanto las características sociodemográficas como los hábitos de viaje y las motivaciones de los turistas. Los visitantes predominan en el rango de edad de 30 a 64 años, con una notable mayoría procedente de Tarapoto y Lima. Se identificaron patrones claros en cuanto a la frecuencia de visitas, preferencias de alojamiento y medios de transporte utilizados, mostrando una inclinación hacia el uso de hoteles y transporte público. Además, las motivaciones principales para visitar la provincia incluyen el turismo, las visitas familiares y la participación en fiestas tradicionales.

La investigación revela que la provincia de Alto Amazonas atrae a una variedad de visitantes nacionales e internacionales, con una predominancia de turistas locales que buscan experiencias conectadas con la naturaleza y la cultura local. El perfil educativo y profesional de los visitantes sugiere un público con alto nivel educativo y diversidad ocupacional, lo que implica una demanda de servicios turísticos de calidad y variedad en las actividades ofrecidas. Además, el alto nivel de intención de recomendar y volver a visitar la provincia indica un potencial significativo para el desarrollo sostenible del turismo en Alto Amazonas.

Para mejorar y potenciar el turismo en la provincia de Alto Amazonas, se recomienda enfocar esfuerzos en la mejora de la infraestructura y la calidad de los servicios turísticos, especialmente en términos de manejo de desechos y señalética. La creación de productos turísticos específicos que respondan a las motivaciones de los visitantes, como deportes de aventura y turismo cultural, puede incrementar la atracción y satisfacción de los turistas. Además, es crucial implementar estrategias de promoción que utilicen tanto medios digitales como recomendaciones personales, dado el impacto de estos canales en la planificación de viajes.

Finalmente, el reporte del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas es una herramienta vital para el desarrollo y gestión del turismo en la región. Comprender quiénes son los visitantes, qué buscan y cómo interactúan con el destino permite diseñar experiencias turísticas que no solo satisfagan sus expectativas, sino que también promuevan la conservación del entorno natural y cultural. Con los hallazgos y recomendaciones presentados en este libro, las autoridades y

empresarios del sector turístico tienen una base para fomentar un turismo sostenible y enriquecedor tanto para los visitantes como para la comunidad local.

# 6

## CONCLUSIONES

En esta sección se resumen los hallazgos principales del análisis de datos. Se sintetizan los resultados más relevantes, se destacan las implicaciones prácticas para el desarrollo turístico en la región, y se explica cómo estos hallazgos responden a las preguntas de investigación. Además, se presentan las contribuciones del estudio al conocimiento actual y se sugieren posibles acciones para mejorar la experiencia del visitante y optimizar las estrategias de gestión turística en Alto Amazonas.

## 6 CONCLUSIONES

El estudio proporciona una comprensión del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas, destacando tanto las características sociodemográficas como los hábitos de viaje y las motivaciones de los turistas. Los visitantes predominan en el rango de edad de 30 a 64 años, con una notable mayoría procedente de Tarapoto y Lima. Se identificaron patrones claros en cuanto a la frecuencia de visitas, preferencias de alojamiento y medios de transporte utilizados, mostrando una inclinación hacia el uso de hoteles y transporte público. Además, las motivaciones principales para visitar la provincia incluyen el turismo, las visitas familiares y la participación en fiestas tradicionales.

La investigación revela que la provincia de Alto Amazonas atrae a una variedad de visitantes nacionales e internacionales, con una predominancia de turistas locales que buscan experiencias conectadas con la naturaleza y la cultura local. El perfil educativo y profesional de los visitantes sugiere un público con alto nivel educativo y diversidad ocupacional, lo que implica una demanda de servicios turísticos de calidad y variedad en las actividades ofrecidas. Además, el alto nivel de intención de recomendar y volver a visitar la provincia indica un potencial significativo para el desarrollo sostenible del turismo en Alto Amazonas.

Para mejorar y potenciar el turismo en la provincia de Alto Amazonas, se recomienda enfocar esfuerzos en la mejora de la infraestructura y la calidad de los servicios turísticos, especialmente en términos de manejo de desechos y señalética. La creación de productos turísticos específicos que respondan a las motivaciones de los visitantes, como deportes de aventura y turismo cultural, puede incrementar la atracción y satisfacción de los turistas. Además, es crucial implementar estrategias de promoción que utilicen tanto medios digitales como recomendaciones personales, dado el impacto de estos canales en la planificación de viajes.

Finalmente, el reporte del perfil del visitante a la provincia de Alto Amazonas es una herramienta vital para el desarrollo y gestión del turismo en la región. Comprender quiénes son los visitantes, qué buscan y cómo interactúan con el destino permite diseñar experiencias turísticas que no solo satisfagan sus expectativas, sino que también promuevan la conservación del entorno natural y cultural. Con los hallazgos y recomendaciones presentados en este libro, las autoridades y empresarios del sector turístico tienen una base para fomentar un turismo sostenible y enriquecedor tanto para los visitantes como para la comunidad local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca Zaquinaula, M., Vinueza Morales, D., & Andrade Ayala, A. (2022). Perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi. *Revista Recursos Naturales Producción Y Sostenibilidad*, 1(1), 61–73. <http://investigacion.utc.edu.ec/index.php/RENPPYS/article/view/403>
- Araya-Pizarro, S., & Álvarez Cortés, M. (2020). Characterization of the national and foreign tourist who visits the city of La Serena, Chile. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 16(1), 49–65. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2020000100049>
- Becerra Moreno, O., Becerra Moreno, T. E., & Becerra Santacruz, Z. (2023). El papel del turismo cultural en el desarrollo social de pueblos originarios de Michoacán: Una exploración de oportunidades y desafíos. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(6). <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1514>
- Berzina, I., & Balodis, E. (2020). *Testing an operation of prototype for automated assessment: case of visitor profile of Gauja National Park*. 154–161. <https://doi.org/10.22616/rrd.26.2020.023>
- Buhalis, D., Leung, X. Y., Fan, D., Darcy, S., Chen, G., Xu, F., Wei-Han Tan, G., Nunkoo, R., & Farmaki, A. (2023). Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint. *Tourism Review*, 78(2), 293–313. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2023-620>
- Condori Chura, D., & Flores-Vargas, S. A. (2023). Impactos económicos del turismo en proveedores de servicios turísticos a nivel mundial: Una revisión sistemática. *Puriq*, 5, e540. <https://doi.org/10.37073/puriq.5.540>
- Corozo-Angulo, C.-A., Ojeda-Morán, M. E., & Panchano-Valencia, N. del R. (2022). Patrimonio cultural inmaterial y turismo comunitario en el norte de la provincia de Esmeraldas. *Sociedad & Tecnología*, 6(1), 114–128. <https://doi.org/10.51247/st.v6i1.328>
- Dwyer, L. (2023). Tourism development and sustainable well-being: a Beyond GDP perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(10), 2399–2416. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1825457>
- Esparza Huamanchumo, R. M., Hernández-Rojas, R. D., Longa-López, R. A., & Cárdenas-Jarama, M. (2023). Gastronomy as an effect of visitor loyalty: the Peruvian (Lima) case. *International Journal of Tourism Cities*, 9(2), 362–376. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2022-0071>
- García-Reinoso, N., García-Moreira, D., & Quintero-Ichazo, Y. (2020). Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 16(2), 136–152. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2020000200136>
- Ibarra, C. (2018). *Perfil del Turista Interno que visita Loreto 2018*. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/553601/Loreto\\_Perfil\\_del\\_Turista\\_Interno\\_\\_2018.pdf?v=1586389109](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/553601/Loreto_Perfil_del_Turista_Interno__2018.pdf?v=1586389109)

- IEDEP. (2024). *Resiliencia turística: ¿cómo se perfila el sector para el 2024?* La Cámara de Comercio de Lima. <https://lacamara.pe/resiliencia-turistica-como-se-perfila-el-sector-para-el-2024/>
- Koliouska, C., & Andreopoulou, Z. (2023). E-Tourism for Sustainable Development through Alternative Tourism Activities. *Sustainability*, 15(11), 8485. <https://doi.org/10.3390/su15118485>
- McKercher, B., Prideaux, B., & Thompson, M. (2023). The impact of changing seasons on in-destination tourist behaviour. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2023-0420>
- Morelos-Gómez, J., Cardona-Arbeláez, D., & Lora-Guzmán, H. (2020). Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 11(1), 63–71. <https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n1.2020.11683>
- Naranjo Llupart, M., & Martínez Rodríguez, M. (2022). Reflexiones teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5). <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i.38169>
- Ojeda Bernuy, B. K. (2022). *Perfil y Satisfacción de los visitantes del museo Elba Aranda de Sarango, Paíta, Perú* [Universidad Nacional de Frontera]. <https://repositorio.unf.edu.pe/items/c6aaec04-04b6-453a-92b4-640f1ad71b18>
- Olmos Martínez, E., Almendarez-Hernández, M. A., & Ibáñez Pérez, R. M. (2021). Satisfacción del visitante a partir de los atributos de pueblos mágicos del noroeste mexicano. *Nova Scientia*, 13(26). <https://doi.org/10.21640/ns.v13i26.2724>
- OMT. (2024). *Barómetro OMT del Turismo Mundial y anexo estadístico, enero 2024* (Vol. 22, Número 1). UN Tourism. <https://doi.org/https://doi.org/10.18111/wtobarometeresp>
- PromPerú. (2022a). *Perfil del Turista extranjero 2022*. <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/cifras?tab1=turista-extranjero-pdf&ddlFiltroAnioCifras1=2022#turistaextranjero>
- PromPerú. (2022b). *Perfil del Vacacionista Nacional*. <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/reportes/detallereporte?reporte=272&redireccionar=1#turistaextranjero>
- Ramos Mogollon, K. M. (2024). *Perfil del turista ecuatoriano post COVID que arriba a la ciudad de Tumbes, Octubre – Diciembre 2023* [Universidad Nacional de Tumbes]. <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64984>
- Salas Medina, P. E., & Atiaja Freire, M. C. (2023). *Estudio de perfil del visitante de la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua* [Uniandes Ambato]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/16990>
- Salas Medina, P. E., & Caguana Tonato, Y. C. (2024). Perfil demográfico y comportamiento del turista en Ambato, Provincia de Tungurahua: un estudio detallado. *Dilemas*

*contemporáneos: Educación, Política y Valores.*

<https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i3.4227>

Salas Medina, P. E., & Villacís Carrillo, K. V. (2020). Mejora del turismo en un destino desde un diagnóstico de la demanda. Caso Patate – Ecuador. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v33i1.2147>

Sánchez Ruiz, J. J., & Paladines Sarango, T. (2021). Perfil del turista con capacidades especiales: Caso de estudio Parque Nacional Yacuri de la provincia de Loja-Ecuador. *Revista Reflexiones*, 100(2). <https://doi.org/10.15517/rr.v100i2.43326>

Vasiliki Georgoula, Despina Chrisidou, & Spyridoula Dimitra Souki. (2021). Visitor Motivations and Barriers for Sustainable Music Festival Tourism: The Case of Street Mode & Reworks Festivals. *J. of Tourism and Hospitality Management*, 9(1). <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2021.01.002>

Yusof, N. S., Ramli, K. I., & Anwar, R. M. (2021). An analysis of visitor profiles and satisfaction towards jungleland adventure theme park, Sentul city Bogor, Indonesia. *Journal of Event, Tourism and Hospitality Studies (JETH)*, 1, 1–25. <https://doi.org/10.32890/jeth2021.1.1>

Zelege, A. N., & Deniz, T. (2023). The Impact of Visitor Profile on Effective Management of Protected Areas: A Case of Atatürk Arboretum. *Sustainability*, 15(6), 5208. <https://doi.org/10.3390/su15065208>