

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA
FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA



TESIS:

**“Perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de
Huanta, 2025”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Sociología

AUTOR:
Apolinario Quispe, Irma

ASESOR:
Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez

CO-ASESOR:
Ph.D. Faustino Cccama Uchiri

HUANTA – PERÚ

2026

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS IRMA APOLINARIO.docx



RECuento DE PALABRAS

20479 Words

RECuento DE CARACTERES

119923 Characters

RECuento DE PÁGINAS

107 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

6.3MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 9, 2026 8:46 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 9, 2026 8:52 AM GMT-5

● 14% de similitud general

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

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen

**“PERFIL DEL VISITANTE DE LA CASCADA DE
OCCOCHACA DEL DISTRITO DE HUANTA, 2025”**

IRMA APOLINARIO QUISPE

TESIS DE LICENCIATURA

ASESOR: MTRO. WILLIS RUFINI PALOMINO CORTEZ

CO-ASESOR: PHD. FAUSTINO CCAMA UCHIRI

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

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

HUANTA

2026



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

Creada por Ley N° 29658

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN

"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE Y HOTELERÍA**

En la ciudad de Huanta, en el Aula A01 - Estudios Generales de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, ubicado en el Jr. Miguel Lazón N° 370 – cinco esquinas, a los 06 días del mes de octubre de 2026, siendo las 10:00 horas, se dio inicio al acto académico de sustentación de tesis con la presencia de los miembros del jurado calificador:

Dr. Richard Olivera Villegas	Miembro Titular 1 (Presidente)
Mtro. Cristian José Neyra Olivera	Miembro Titular 2
Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez	Miembro Titular 3
Mtro. Federico Arturo Hoffmeister Gima	Miembro Suplente

Acto seguido se procedió a dar lectura de la Resolución de Vicepresidencia Académica N° 176-2026-CO-UNAH, en la que señala fecha, hora y designación de jurado evaluador para la sustentación de tesis de la **Bach. Irma Apolinario Quispe**, con la tesis titulada: **"Perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta, 2025"** asesorado por el Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez y Coasesor el Ph.D. Faustino Ccama Uchiri, para optar el Título profesional de Licenciado en Administración de Turismo Sostenible y Hotelería.

Terminada la sustentación se procedió a la formulación de preguntas por los miembros del jurado evaluador, los mismos que fueron defendidos y absueltos por la tesis. Acto seguido se procedió a calificar con el resultado siguiente:

Aprobado Regular	()
Aprobado Bueno	()
Aprobado Muy Bueno	()
Aprobado Excelente	(x)

Con la calificación de **dieciocho** (**18**)

Siendo las **10:55** se da por finalizada el acto académico de sustentación de tesis pasando a firmar los miembros del jurado evaluador.

.....
Dr. Richard Olivera Villegas
Miembro Titular 1 (Presidente)

.....
Mtro. Cristian José Neyra Olivera
Miembro Titular 2

.....
Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez
Miembro Titular 3

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi refugio en los momentos de cansancio y mi fuerza cuando parecía no poder continuar. Por darme la calma, la salud y la fe necesarias para seguir adelante paso a paso.

A mi familia, por su amor incondicional, por sostenerme con paciencia y comprensión, y por cada sacrificio silencioso que hizo posible llegar hasta aquí. Su apoyo fue mi mayor impulso para no rendirme.

A las personas que estuvieron a mi lado en los días buenos y, sobre todo, en los difíciles; a quienes escucharon mis preocupaciones, me animaron cuando flaqueé y celebraron conmigo cada logro. Su apoyo sincero hizo que este camino no se sintiera solitario.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por acompañarme de manera constante a lo largo de este proceso formativo y brindarme la fortaleza interior necesaria para perseverar hasta su culminación.

A mis asesores, Mtro. Willis Rufini Palomino Cortez y PhD. Faustino Ccama Uchiri, por su orientación académica, disposición permanente y acompañamiento responsable, los cuales fueron fundamentales para el adecuado desarrollo de esta investigación.

A mi familia, por su apoyo incondicional en los ámbitos moral, económico y emocional, por su comprensión y paciencia durante cada etapa de este camino, y por constituirse en el principal sostén que me impulsó a seguir adelante.

A la Universidad Nacional Autónoma de Huanta y a la Escuela Profesional de Administración de Turismo Sostenible y Hotelería, por brindar la formación académica, las herramientas necesarias y el entorno adecuado para mi desarrollo profesional.

A los visitantes de la cascada de Occochaca, del distrito de Huanta, por su disposición, tiempo y colaboración al brindar la información necesaria, haciendo posible la realización de esta investigación.

RESUMEN

La presente investigación, titulada “*Perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta, 2025*”, tuvo como objetivo describir el perfil del visitante durante dicho año. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, diseño no experimental de corte transversal y método descriptivo-analítico. La población estuvo conformada por 818 visitantes y la muestra por 262, seleccionados mediante muestreo probabilístico aleatorio simple. Se aplicó una encuesta mediante un cuestionario estructurado en cinco dimensiones, con preguntas cerradas y escala Likert, validado por expertos. Los resultados evidenciaron que predominan las mujeres (67,2%), jóvenes de 18 a 25 años (42,4%) y de 26 a 35 años (30,5%), solteros (50,4%), estudiantes (37%) y procedentes del ámbito regional (53,4%) y local (38,5%). Las principales motivaciones fueron la búsqueda de nuevas experiencias (98,1%), el contacto con la naturaleza (97,7%) y el descanso y la relajación (92%), con predominio de un nivel medio de motivación (64,9%). En cuanto al comportamiento, destacan la visita al museo de sitio (30,9%), el picnic (21,8%) y la fotografía (21,4%), con una permanencia de 1 a 3 horas (73,3%) y gasto de S/21 a S/50 (81,7%). La valoración global del destino se concentró en niveles bajos (49,6%) y medios (36,6%); no obstante, la satisfacción general (98,9%) y la disposición a recomendar el atractivo (99,6%) fueron altas. Se concluye que el visitante es principalmente joven, local o regional, motivado por la naturaleza y el descanso, con corta permanencia y gasto moderado, cuya experiencia positiva está condicionada por limitaciones en infraestructura, servicios y seguridad. Estos resultados aportan información para la gestión y el desarrollo turístico sostenible de Huanta.

Palabras clave: Perfil del visitante, característica sociodemográfica, conducta del visitante, característica motivacional, evaluación del destino.

ABSTRACT

This study, entitled “*Visitor Profile of the Occochaca Waterfall in the District of Huanta, 2025*,” aimed to describe the profile of visitors to the Occochaca Waterfall during that year. The study employed a quantitative approach, descriptive research type, a non-experimental cross-sectional design, and a descriptive-analytical method. The population consisted of 818 visitors, and the sample comprised 262, selected using simple random probability sampling. The results showed that visitors were predominantly female (67.2%), young adults aged 18–25 years (42.4%) and 26–35 years (30.5%), single (50.4%), students (37%), and from the regional (53.4%) and local (38.5%) areas. The main motivations were seeking new experiences (98.1%), contact with nature (97.7%), and rest and relaxation (92%), with a predominance of a medium level of motivation (64.9%). Regarding visitor behavior, the main activities included visiting the site museum (30.9%), having picnics (21.8%), and taking photographs (21.4%), with a typical length of stay of 1–3 hours (73.3%) and expenditure between S/ 21 and S/ 50 (81.7%). Overall destination evaluations were concentrated at low (49.6%) and medium (36.6%) levels; nevertheless, overall satisfaction (98.9%) and willingness to recommend the attraction (99.6%) were high. It is concluded that visitors are predominantly young, local or regional, motivated by nature and relaxation, with short stays and moderate expenditure, whose positive experience is conditioned by limitations in infrastructure, services, and safety. These findings provide useful information for tourism management and sustainable tourism development in Huanta.

Keywords: Visitor profile, sociodemographic characteristics, visitor behavior, motivational characteristics, destination evaluation.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I	19
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.1. Descripción de la realidad problemática	19
1.2. Formulación del problema de investigación	21
1.2.1. Problema general.....	21
1.2.2. Problemas específicos	21
1.3. Objetivos de la investigación	21
1.3.1. Objetivo general	21
1.3.2. Objetivos específicos	21
1.4. Justificación.....	22
1.4.1. Justificación práctica.....	22
1.4.2. Justificación teórica.....	22
1.4.3. Justificación metodológica.....	22
1.4.4. Justificación social	22
1.4.5. Justificación legal.....	23
1.4.6. Justificación epistemológica	23
1.5. Hipótesis.....	23
1.6. Delimitación del estudio	23
1.6.1. Delimitación conceptual.....	23
1.6.2. Delimitación social	23
1.6.3. Delimitación espacial	23
1.6.4. Delimitación temporal.....	23
1.7. Identificación de variables	24

1.7.1. Variable 1: Perfil del visitante.....	24
1.8. Operacionalización de variables	25
CAPÍTULO II	28
MARCO TEÓRICO	28
2.1. Antecedentes del problema	28
2.1.2. Antecedentes internacionales	28
2.1.2. Antecedentes nacionales	30
2.2. Bases teóricas	33
2.2.1. Perfil del visitante	33
2.2.2. Características del perfil del visitante	34
2.2.3. Dimensiones del perfil del visitante	36
2.3. Definición de términos	39
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA	41
3.1. Metodología de la Investigación	41
3.1.1. Tipo de Investigación	41
3.1.2. Enfoque de la investigación	41
3.1.3. Nivel de la investigación.....	41
3.1.4. Diseño de la investigación	41
3.1.5. Método de la investigación	42
3.2. Ámbito temporal y espacial	42
3.2.1. Ámbito temporal	42
3.2.2. Ámbito espacial.....	42
3.3. Población y muestra	43
3.3.1. Población.....	43
3.3.2. Muestra.....	44
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	44
3.4.1. Técnicas.....	44
3.4.2. Instrumentos	45
3.5. Validación y confiabilidad de los instrumentos	45
3.5.1. Validación del instrumento	45
3.5.2. Confiabilidad del instrumento.....	46
3.6. Métodos y técnicas para la presentación y análisis de datos.....	47
CAPÍTULO IV	49

RESULTADOS Y DISCUSIÓN	49
4.1. Análisis de los resultados	49
4.1.2. Análisis de la dimensión geográfica del visitante	55
4.1.3. Análisis de la dimensión motivacional del visitante	60
4.1.4. Análisis de la dimensión conductual del visitante	67
4.1.5. Análisis de la dimensión evaluativa del visitante	72
4.2. Discusión.....	80
4.2.1. Dimensión sociodemográfica.....	81
4.2.2. Dimensión geográfica	81
4.2.3. Dimensión motivacional	82
4.2.4. Dimensión conductual.....	82
4.2.5. Dimensión evaluativa.....	83
CAPÍTULO V.....	85
CONCLUSIONES.....	85
CAPÍTULO VI	87
RECOMENDACIONES.....	87
CAPÍTULO VII.....	89
REFERENCIAS	89
CAPÍTULO VIII	94
ANEXOS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variable	25
Tabla 2. Lista de expertos que validaron el instrumento.....	46
Tabla 3. Distribución de los visitantes según sexo	49
Tabla 4. Distribución de los visitantes según edad	50
Tabla 5. Distribución de los visitantes según estado civil	51
Tabla 6. Distribución de los visitantes según ocupación	52
Tabla 7. Distribución de los visitantes según nivel educativo	53
Tabla 8. Distribución de los visitantes según ingreso mensual aproximado.....	54
Tabla 9. Distribución de los visitantes según procedencia.....	55
Tabla 10. Distribución de los visitantes según lugar de residencia actual	56
Tabla 11. Distribución de los visitantes según frecuencia de visita.....	57
Tabla 12. Distribución de los visitantes según medio de transporte utilizado	58
Tabla 13. Distribución de los visitantes según tiempo de llegada al lugar	59
Tabla 14. Baremos de la dimensión motivacional del visitante.....	60
Tabla 15. Nivel de la dimensión motivacional del visitante	60
Tabla 16. Visita a la cascada por interés en la naturaleza	61
Tabla 17. Búsqueda de descanso y relajación durante la visita	62
Tabla 18. Información sobre la cascada mediante redes sociales o recomendaciones	63
Tabla 19. Cumplimiento de las expectativas sobre el atractivo turístico	64
Tabla 20. Preferencia por realizar la visita acompañado de familiares o amigos	65
Tabla 21. Búsqueda de nuevas experiencias y contacto con la naturaleza	66
Tabla 22. Distribución de los visitantes según actividades realizadas.....	67
Tabla 23. Distribución de los visitantes según tiempo de permanencia.....	68
Tabla 24. Distribución de los visitantes según gasto promedio durante la visita.	69
Tabla 25. Consumo local de alimentos y productos	70
Tabla 26. Percepción del comportamiento responsable con el ambiente.....	71
Tabla 27. Baremos de la dimensión evaluativa del visitante	72
Tabla 28. Nivel de la dimensión evaluativa del visitante.....	73
Tabla 29. Satisfacción general con la visita	74
Tabla 30. Calidad percibida del servicio	75
Tabla 31. Percepción de la infraestructura del lugar	76

Tabla 32. Percepción de la atención recibida	77
Tabla 33. Percepción de la limpieza del atractivo.....	78
Tabla 34. Percepción de la seguridad durante la visita	79
Tabla 35. Intención de recomendar el atractivo a otros visitantes	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de los visitantes según sexo	49
Figura 2. Distribución de los visitantes según edad.....	50
Figura 3. Distribución de los visitantes según estado civil	51
Figura 4. Distribución de los visitantes según ocupación	52
Figura 5. Distribución de los visitantes según nivel educativo.....	53
Figura 6. Distribución de los visitantes según ingreso mensual aproximado	54
Figura 7. Distribución de los visitantes según procedencia	55
Figura 8. Distribución de los visitantes según lugar de residencia actual.....	56
Figura 9. Distribución de los visitantes según frecuencia de visita	57
Figura 10. Distribución de los visitantes según medio de transporte utilizado....	58
Figura 11. Distribución de los visitantes según tiempo de llegada al lugar.....	59
Figura 12. Nivel de la dimensión motivacional del visitante.....	61
Figura 13. Visita a la cascada por interés en la naturaleza	62
Figura 14. Búsqueda de descanso y relajación durante la visita.....	63
Figura 15. Información sobre la cascada mediante redes sociales o recomendaciones	64
Figura 16. Cumplimiento de las expectativas sobre el atractivo turístico	65
Figura 17. Preferencia por realizar la visita acompañado de familiares o amigo	66
Figura 18. Búsqueda de nuevas experiencias y contacto con la naturaleza	67
Figura 19. Distribución de los visitantes según actividades realizadas	68
Figura 20. Distribución de los visitantes según tiempo de permanencia	69
Figura 21. Distribución de los visitantes según gasto promedio durante la visit.	70
Figura 22. Consumo local de alimentos y productos	71
Figura 23. Percepción del comportamiento responsable con el ambiente	72
Figura 24. Nivel de la dimensión evaluativa del visitante	73
Figura 25. Satisfacción general con la visita	74
Figura 26. Calidad percibida del servicio	75
Figura 27. Percepción de la infraestructura del lugar	76
Figura 28. Percepción de la atención recibida	77
Figura 29. Percepción de la limpieza del atractivo	78
Figura 30. Percepción de la seguridad durante la visita.....	79
Figura 31. Intención de recomendar el atractivo a otros visitantes.....	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Mapa de ubicación de la Cascada de Occochaca según el Sistema de Información Geográfica de Recursos Turísticos del Perú.....	43
--	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de investigación	94
Anexo 2. Matriz de consistencia	96
Anexo 3. Matriz de operacionalización de variables	97
Anexo 4. Tabla de validación por juicio de expertos	99
Anexo 5. Certificado validado por el juez N° 1	100
Anexo 6. Certificado validado por el juez N° 2	101
Anexo 7. Certificado validado por el juez N° 3	102
Anexo 8. Cálculo del coeficiente de validez	103
Anexo 9. Base de datos	104
Anexo 10. Evidencia fotográfica	105

INTRODUCCIÓN

El turismo de naturaleza ha adquirido una relevancia creciente en los últimos años, especialmente en territorios con recursos naturales de alto valor paisajístico y cultural, donde la afluencia de visitantes representa tanto una oportunidad para el desarrollo local como un desafío para la gestión sostenible de los destinos. En este contexto, conocer las características, motivaciones, comportamientos y percepciones de los visitantes se convierte en un insumo fundamental para la planificación turística, la mejora de los servicios y la conservación de los atractivos naturales.

El distrito de Huanta, ubicado en la región Ayacucho, cuenta con diversos recursos turísticos de carácter natural, entre los cuales destaca la cascada de Occochaca, un atractivo que ha experimentado un incremento progresivo en la afluencia de visitantes locales y regionales. Sin embargo, pese a su importancia turística, no se contaba con información sistematizada y actualizada sobre el perfil del visitante que permita orientar adecuadamente las decisiones de gestión, promoción y acondicionamiento del destino.

Frente a esta realidad, la presente investigación se desarrolló con el objetivo de describir el perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta durante el año 2025, considerando cinco dimensiones fundamentales: sociodemográfica, geográfica, motivacional, conductual y evaluativa. El estudio adoptó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, aplicándose un cuestionario estructurado a una muestra de visitantes seleccionados mediante muestreo probabilístico aleatorio simple.

Los resultados obtenidos permitieron identificar las principales características del visitante, sus motivaciones de viaje, las actividades que realiza durante su visita, su comportamiento de consumo y su nivel de satisfacción y valoración del destino, evidenciando fortalezas asociadas a la experiencia turística, así como limitaciones vinculadas a la infraestructura, los servicios y la percepción de seguridad del atractivo.

La tesis se encuentra organizada en ocho capítulos. En el Capítulo I se presenta el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación, las hipótesis y la delimitación del estudio. El Capítulo II desarrolla el marco teórico, que incluye

los antecedentes de investigación, las bases teóricas del perfil del visitante y la definición de los principales términos utilizados. En el Capítulo III se describe la metodología de la investigación, detallando el enfoque, el diseño, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos empleados para la recolección y análisis de los datos.

El Capítulo IV expone los resultados y la discusión, organizados según las dimensiones del perfil del visitante, contrastando los hallazgos con estudios previos y referentes teóricos. En el Capítulo V se presentan las conclusiones derivadas del estudio, mientras que en el Capítulo VI se formulan recomendaciones orientadas a la gestión turística y al fortalecimiento del atractivo. Finalmente, el Capítulo VII contiene las referencias bibliográficas utilizadas y el Capítulo VIII incluye los anexos que respaldan el desarrollo de la investigación.

De este modo, la presente investigación aporta información relevante y contextualizada que puede servir como base para la toma de decisiones en materia de planificación y desarrollo turístico sostenible del distrito de Huanta, contribuyendo a la mejora de la experiencia del visitante y a la valorización de la cascada de Occochaca como recurso turístico natural.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

El perfil del visitante se entiende como el conjunto de características demográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas que permiten comprender integralmente el comportamiento del turista, orientar la gestión turística y adecuar la oferta a sus necesidades, preferencias y nivel de satisfacción (Caguana Tonato, 2023; Arias Calderón, 2023). Esta variable constituye un insumo esencial para planificar estrategias de promoción, mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la competitividad de los destinos turísticos.

A nivel internacional, investigaciones recientes han demostrado la importancia de caracterizar al visitante para gestionar eficazmente los recursos turísticos. Allauca Iza y Núñez Muñoz (2025) estudiaron la ruta Quilotoa-Chugchilán, en Ecuador, encontrando que los turistas nacionales provenían principalmente de Cotopaxi, mientras que los extranjeros eran de Estados Unidos e Israel; sus motivaciones se centraron en la naturaleza, el turismo de aventura y las actividades al aire libre. De manera complementaria, Plaza Mejía y Yunga Lalvay (2025) analizaron a turistas extranjeros en los museos de Cuenca post COVID-19, evidenciando que priorizaban experiencias culturales y educativas. Ambos estudios resaltan que el conocimiento del perfil del visitante permite optimizar la gestión, diversificar la oferta y orientar estrategias de promoción adaptadas a intereses y expectativas reales.

En el contexto nacional, diversos estudios han abordado la caracterización del visitante en distintos destinos turísticos peruanos. Atiaja Freire (2023) determinó las características sociodemográficas y motivacionales de turistas nacionales y extranjeros en Baños de Agua Santa, Ecuador. Caguana Tonato (2023) evidenció la necesidad de información actualizada para generar estrategias efectivas de promoción y gestión turística en Ambato. Salazar Torres (2023) y Marín Vargas y Pereyra Sampi (2019) concluyeron que conocer el perfil del visitante es fundamental para diversificar productos turísticos, mejorar la experiencia del turista y planificar la oferta local. Asimismo, Acosta Carrasco y Bermudez Sevillano (2024) demostraron que la adaptación de la oferta turística al perfil del visitante

impacta directamente en la dinamización de la economía local y en la satisfacción del turista.

A nivel local, la Municipalidad Provincial de Huanta (2022), a través de la División de Turismo, Cultura y Artesanía, realizó un estudio del perfil del visitante que llega a la provincia de Huanta, aplicando un total de 400 encuestas en diferentes locaciones, en coordinación con estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta. Los resultados evidenciaron que los recursos turísticos más visitados fueron el Mirador del Cristo Blanco, seguido de la Cascada de Occochaca, la Plaza de Armas de Huanta y otros atractivos. Asimismo, se identificó que la mayor proporción de visitantes provenía del ámbito local, seguida por turistas de Lima y de la región Huancavelica, además de visitantes procedentes de Huancayo, Cusco y otras regiones del país. En cuanto al rango de edad, predominó la población entre 18 y 25 años, seguida por los grupos de 26 a 35, 36 a 45 y 46 a 59 años, registrándose una mínima participación de personas de 60 años a más. Respecto a los motivos de viaje, el principal fue vacaciones, recreación u ocio, seguido por la visita a amigos o familiares, y en menor proporción otros motivos. La municipalidad señaló que dicha información les permitiría alinear estrategias de gestión y promoción en beneficio del público objetivo.

Por otro lado, respecto al lugar de estudio, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2022), la Cascada de Occochaca, ubicada en el distrito de Huanta, provincia de Huanta, departamento de Ayacucho, es un recurso natural de categoría 1 – Sitios Naturales, tipo caídas de agua, subtipo cascadas, con jerarquía 1 y altitud de 2,950 metros sobre el nivel del mar (Código: 11784). A pesar de su atractivo y potencial turístico, actualmente no existe información actualizada sobre el perfil de los visitantes que acuden a este destino, lo que limita la planificación estratégica, la gestión de servicios e infraestructura, y el diseño de productos turísticos adaptados a las necesidades y expectativas de los turistas.

Consecuentemente, el problema central radicó en que no se conoce el perfil del visitante de la Cascada de Occochaca en el año 2025, lo que limita la identificación de sus características sociodemográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas, así como la posibilidad de mejorar la experiencia turística y la satisfacción de los visitantes. Esta carencia de información

también dificulta la generación de estrategias de promoción y planificación basadas en evidencia. Por ello, se hace necesaria una investigación que permita caracterizar integralmente al visitante en todas estas dimensiones, con el propósito de orientar la gestión turística, fortalecer la promoción del destino y contribuir al desarrollo sostenible del turismo en la región.

1.2. Formulación del problema de investigación

1.2.1. Problema general

PG. ¿Cuál es el perfil del visitante que acude a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?

1.2.2. Problemas específicos

PE1. ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?

PE2. ¿Cuáles son las características geográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?

PE3. ¿Cuáles son las motivaciones de los visitantes que acuden a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?

PE4. ¿Cuáles son las características conductuales de los visitantes durante su visita a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?

PE5. ¿Cuáles son las características evaluativas del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

OG. Describir el perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.

1.3.2. Objetivos específicos

OE1. Identificar las características sociodemográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.

OE2: Determinar las características geográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.

OE3. Describir las motivaciones de los visitantes que acuden a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.

OE4. Describir las características conductuales de los visitantes durante su visita a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.

OE5. Describir las características evaluativas del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación práctica

Los resultados permiten a las autoridades locales y operadores turísticos conocer mejor a los visitantes, optimizar la oferta turística, mejorar la infraestructura y orientar estrategias de promoción que fortalezcan el desarrollo sostenible del destino.

1.4.2. Justificación teórica

Este estudio amplió el conocimiento sobre el comportamiento y características de los visitantes en espacios naturales, aportando evidencias científicas sobre el perfil del visitante en la Cascada de Occochaca. Los resultados fortalecen la comprensión teórica del turismo local y sirve de base para futuras investigaciones sobre destinos similares en contextos rurales.

1.4.3. Justificación metodológica

Metodológicamente, la investigación aporta un instrumento estandarizado y validado que puede ser utilizado por otros investigadores para estudiar perfiles de visitantes en diferentes atractivos turísticos. El uso del enfoque cuantitativo y del software SPSS v. 27 garantizó la fiabilidad y validez de los datos obtenidos.

1.4.4. Justificación social

El estudio contribuye al fortalecimiento del turismo responsable y al reconocimiento del valor natural y cultural de la Cascada de Occochaca. Además, fomenta la participación de la comunidad y la generación de oportunidades económicas para el poblador local.

1.4.5. Justificación legal

El estudio se amparó en la Ley Nro. 32392, Nueva Ley General de Turismo (2025), que impulsa la investigación y gestión sostenible de los destinos turísticos. En este marco, la investigación aporta información valiosa sobre el perfil del visitante de la cascada de Occochaca, contribuyendo al desarrollo responsable del turismo en Huanta.

1.4.6. Justificación epistemológica

El estudio se sustentó en el paradigma positivista, que permite conocer objetivamente la realidad turística mediante la observación y medición de datos. Con ello, se buscó describir el perfil del visitante de la cascada de Occochaca y aportar al conocimiento científico del turismo como fenómeno social medible.

1.5. Hipótesis

No se formula hipótesis, por tratarse de una investigación descriptiva de una sola variable (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, 2018).

1.6. Delimitación del estudio

1.6.1. Delimitación conceptual

La investigación se centró en el perfil del visitante, entendido como el conjunto de características sociodemográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas que describen a quienes visitan la Cascada de Occochaca.

1.6.2. Delimitación social

El estudio comprendió a los visitantes locales y nacionales de la Cascada de Occochaca durante 2025.

1.6.3. Delimitación espacial

La investigación se desarrolló en el entorno de la Cascada de Occochaca, ubicada en el distrito de Huanta, provincia y región de Ayacucho.

1.6.4. Delimitación temporal

El estudio se ejecutó durante el año 2025.

1.7. Identificación de variables

1.7.1. *Variable 1: Perfil del visitante.*

Definición conceptual. Conjunto de características demográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas que permiten comprender integralmente el comportamiento del turista, orientar la gestión turística y adecuar la oferta a las necesidades, preferencias y grado de satisfacción de los visitantes (Caguana Tonato, 2023; Arias Calderón, 2023)

Definición operacional: Conjunto de dimensiones e indicadores medidos mediante cuestionario estructurado, para identificar el perfil completo del visitante de la cascada de Occochaca.

1.8. Operacionalización de variables

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de variable

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Tipo de escala	Forma
Variable 1: Perfil del visitante Conjunto de características demográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas que permiten comprender integralmente el comportamiento del turista, orientar la gestión turística y adecuar la oferta a las necesidades, preferencias y grado de satisfacción de los visitantes (Caguana Tonato, 2023; Arias Calderón, 2023)	Dimensión 1: Sociodemográfica Información general sobre los visitantes que permite analizar la composición social y económica del grupo, incluyendo variables como edad, sexo, estado civil, ocupación, nivel educativo e ingresos (Caguana Tonato, 2023; Atiaja Freire, 2023).	Sexo	1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro	Nominal	Categórica
		Edad	2. Edad: ☐ <18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ >45	Ordinal	Categórica
		Estado civil	3. Estado civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Otro	Nominal	Categórica
		Ocupación	4. Ocupación: ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Ama de casa ☐ Otro	Nominal	Categórica
		Nivel educativo	5. Nivel educativo: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐ Posgrado	Ordinal	Categórica
	Dimensión 2: Geográfica Localización y lugar de procedencia del turista, considerando distintos niveles territoriales (barrios, cantones, provincias, regiones, naciones) para adaptar la oferta turística y comprender	Ingreso	6. Ingreso mensual: ☐ <S/500 ☐ S/501–1000 ☐ S/1001–2000 ☐ >S/2000	Ordinal	Categórica
		Procedencia	7. Procedencia: ☐ Local ☐ Regional ☐ Nacional ☐ Extranjero	Nominal	Categórica
		Residencia	8. Lugar de residencia: _____	Abierta	Texto
		Frecuencia de visita	9. Frecuencia: ☐ Primera vez ☐ Ocasional ☐ Frecuente	Ordinal	Categórica

patrones de desplazamiento (Ramírez Orrala, 2019; Hurtado Meza, 2018; Arias Calderón, 2023) Dimensión 3: Motivacional Factores internos y externos que impulsan al turista a realizar un viaje, determinan la elección del destino y orientan su comportamiento, incluyendo intereses, necesidades y búsqueda de experiencias nuevas (Andrade Delgado, 2016; Atiaja Freire, 2023) Dimensión 4: Conductual Comportamiento observable del turista frente a productos y servicios, incluyendo la forma de elegir destinos,	Medio de transporte	10. Medio: ☐ Particular ☐ Público ☐ Tours ☐ Otro	Nominal	Categórica
	Tiempo de llegada	11. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1–3h ☐ >3h	Ordinal	Categórica
	Interés en naturaleza	12. Visito este lugar por interés en la naturaleza	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Descanso y relajación	13. Busco descanso y relajación durante mi visita	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Fuente de información	14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Cumplimiento de expectativas	15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Acompañantes	16. Prefiero visitar acompañado por familia o amigos	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Experiencia buscada	17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Actividades realizadas	18. Actividades: ☐ Caminata ☐ Baño ☐ Fotografía ☐ Picnic ☐ Visita a museo de sitio ☐ Otro	Nominal	Categórica múltiple
	Tiempo de permanencia	19. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1–3h ☐ >3h	Ordinal	Categórica

actividades realizadas, consumo, frecuencia de visitas y comportamiento responsable dentro del destino (Caguana Tonato, 2023; Andrade Delgado, 2016; Atiaja Freire, 2023).	Gasto promedio	20. Gasto: ☐ <S/20 ☐ S/21–50 ☐ S/51–100 ☐ >S/100	Ordinal	Categórica
	Consumo local	21. Consumo local: ☐ Sí ☐ No	Nominal	Categórica
	Comportamiento responsable	22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Satisfacción	23. Satisfacción general con la visita	Likert	1=Muy insatisfecho, 2=Insatisfecho, 3=Ni satisfecho ni insatisfecho, 4=Satisfecho, 5=Muy satisfecho
Dimensión 5: Evaluativa Percepción y valoración del turista sobre su experiencia en el destino, reflejada en el grado de satisfacción y en la comparación entre expectativas y calidad de servicios y productos, incluyendo atención, infraestructura, seguridad y disposición a recomendar el destino (Andrade Delgado, 2016; Allauca Iza & Núñez Muñoz, 2025; Hinojosa Chacón & Romero Mejía, 2022)	Calidad percibida	24. Calidad percibida del servicio	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Infraestructura	25. Infraestructura del lugar	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Atención	26. Atención recibida	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Limpieza	27. Limpieza del atractivo	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Seguridad	28. Seguridad percibida	Likert	1=Muy inseguro, 2=Inseguro, 3=No estoy seguro, 4=Seguro, 5=Muy seguro
	Disposición a recomendación	29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes	Likert	1=Definitivamente no, 2=Probablemente no, 3=No estoy seguro, 4=Probablemente sí, 5=Definitivamente sí

Nota. Elaboración propia a partir de las fuentes citadas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.2. Antecedentes internacionales

Allauca Iza y Núñez Muñoz (2025), en su investigación “*Análisis del perfil del turista: caso de estudio ruta Quilotoa-Chugchilán, provincia de Cotopaxi*”, tuvieron como objetivo analizar sus características, motivaciones e intereses. El estudio fue descriptivo, cuantitativo y empleó datos del INEC y del Ministerio de Turismo del Ecuador (2015-2023), complementados con encuestas a visitantes y pobladores, sin cálculo de muestra. Se utilizaron la observación directa y la encuesta mediante un cuestionario sobre procedencia, comportamiento, intereses y satisfacción. Los resultados mostraron que los turistas nacionales procedían principalmente de Cotopaxi y los extranjeros de Estados Unidos e Israel, con predominio del género masculino y preferencia por el turismo de aventura, los paisajes naturales y las actividades al aire libre. Se concluyó que la ruta posee potencial para el turismo sostenible y requiere estrategias de promoción y capacitación comunitaria para mejorar la calidad del servicio y su posicionamiento turístico.

Plaza Mejía y Yunga Lalvay (2025), en su investigación “*Análisis del perfil del turista extranjero en los museos de la ciudad de Cuenca post pandemia COVID-19*”, tuvieron como objetivo analizar sus preferencias, motivaciones y comportamientos turísticos. El estudio fue de enfoque mixto, alcance descriptivo y corte transversal; la muestra estuvo conformada por 437 turistas seleccionados mediante muestreo aleatorio simple y tres actores vinculados al sector museístico. Se emplearon el análisis bibliográfico, revisión de registros, entrevistas semiestructuradas y socialización de resultados. Los resultados evidenciaron que los turistas extranjeros mostraron mayor interés por actividades culturales, educativas y artísticas orientadas al enriquecimiento de sus conocimientos y desarrollo personal. Se concluyó que esta información permite mejorar la gestión y promoción de los museos mediante estrategias adaptadas a las motivaciones y expectativas del visitante.

Atiaja Freire (2023), en su investigación “Estudio de perfil del visitante de la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua”, tuvo como objetivo identificar las características del visitante nacional y extranjero para actualizar la información y orientar la gestión y promoción turística. El estudio fue de enfoque mixto, diseño descriptivo y de campo; la población estuvo conformada por 30 000 turistas y la muestra por 377, distribuida en 302 nacionales y 75 extranjeros mediante muestreo estratificado. Se aplicaron cuestionarios estructurados, con una confiabilidad de 87 % según el Alfa de Cronbach, y entrevistas semiestructuradas. Los resultados permitieron determinar características demográficas, psicográficas y conductuales de los visitantes, evidenciando además la necesidad de actualizar los registros turísticos. Se concluyó que fortalecer la difusión y gestión mediante información turística actualizada favorecería la toma de decisiones y el desarrollo sostenible del destino.

Caguana Tonato (2023), en su investigación “*Perfil de visitante del cantón Ambato, provincia de Tungurahua*”, tuvo como objetivo determinar el perfil del visitante a partir de sus características demográficas, psicográficas y conductuales para generar estrategias que fortalezcan la competitividad turística. El estudio presentó un enfoque cuali-cuantitativo y diseño no experimental transversal; la muestra estuvo conformada por 267 visitantes nacionales y extranjeros, seleccionados mediante muestreo aleatorio. Se aplicó una encuesta mediante un cuestionario estandarizado, cuya confiabilidad alcanzó un Alfa de Cronbach de 0,93. Los resultados permitieron identificar las necesidades, motivaciones, preferencias y satisfacción de los visitantes respecto a los servicios, espacios e infraestructura turística, destacando la importancia de disponer de información actualizada para mejorar la gestión y promoción del destino. Se concluyó que conocer el perfil del visitante aporta información para fortalecer el posicionamiento turístico y orientar la planificación y el desarrollo sostenible.

Toledo López et al. (2020), en su investigación “*Perfil del turista de la generación Z en Ecuador*”, tuvieron como objetivo determinar el perfil de consumo de los turistas de la generación Z, considerando sus características, motivaciones y comportamientos. El estudio presentó un enfoque cuantitativo, diseño transversal y alcance descriptivo; la muestra estuvo conformada por 388 turistas de la ciudad de Guayaquil. Se aplicó una encuesta estructurada mediante un cuestionario basado en

la revisión de literatura y adaptado al contexto del estudio. Los resultados evidenciaron que la principal motivación fue vacacionar con amigos, con preferencia por destinos naturales como montañas y playas, además de valorar experiencias positivas compartibles en redes sociales. Se concluyó que las estrategias de marketing turístico deben incorporar experiencias tecnológicas y emocionales acordes con los intereses y hábitos de la generación Z para fortalecer la competitividad del sector.

Ramírez Orrala (2019), en su investigación “El perfil del turista que visita la comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017”, tuvo como objetivo identificar las características, motivaciones y satisfacción del visitante para generar información útil para la planificación y gestión turística. El estudio fue exploratorio, de enfoque cuantitativo y empleó los métodos analítico y descriptivo; la población estuvo conformada por 1 530 personas y la muestra por 336, seleccionadas mediante muestreo probabilístico estratificado. Se aplicaron encuestas, entrevistas y fichas de observación a turistas y prestadores de servicios. Los resultados mostraron predominio femenino (50,33%), edades de 25 a 35 años, procedencia local y nacional (50,98%), viajes familiares o en grupos pequeños (63,40%) y satisfacción con los servicios turísticos (84,64%), destacando el senderismo y el alquiler de caballos entre las actividades realizadas. Se concluyó que predomina un visitante familiar interesado en la naturaleza y la relajación, aunque persisten limitaciones en infraestructura y diversificación de productos, por lo que se requiere fortalecer la gestión turística y la capacitación local.

2.1.2. Antecedentes nacionales

En Lima, Acosta Carrasco y Bermudez Sevillano (2024), en su investigación “*Perfil del turista interno que visita el Distrito de Barranco, Lima - Perú 2024*”, tuvieron como objetivo determinar el perfil del turista interno a partir de sus características demográficas, geográficas, psicográficas y actitudinales. El estudio fue aplicado, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental; la muestra estuvo conformada por 384 turistas nacionales. Se aplicó una encuesta mediante un cuestionario estructurado de 15 preguntas. Los resultados evidenciaron que predominaban los visitantes de 18 a 30 años (52%), mujeres (60,68%) y procedentes de otros distritos de Lima (64,58%); asimismo, el 42,19% visitaba Barranco por turismo y recreación y el 31,77% lo hacía acompañado. Se concluyó

que conocer el perfil y comportamiento del turista permite adaptar la oferta y diseñar productos acordes con sus necesidades, contribuyendo a dinamizar la economía local.

En Cajamarca, Lescano Pretel (2024), en su investigación “*Perfil y nivel de satisfacción de los turistas que visitan el distrito de Contumazá, región Cajamarca, 2023*”, tuvo como objetivo determinar el perfil y nivel de satisfacción de los turistas que visitan el distrito de Contumazá. El estudio fue descriptivo y empleó los métodos analítico-sintético y etnográfico; la muestra estuvo conformada por 163 turistas y cinco representantes de entidades públicas y privadas, seleccionados mediante muestreo no probabilístico intencional. Se aplicaron la observación directa, entrevista y encuesta, mediante instrumentos de registro, cuestionarios y medios audiovisuales. Los resultados evidenciaron predominio femenino, edades entre 25 y 45 años, estado civil soltero, educación superior y procedencia principalmente de Trujillo, Cajamarca y Lima; la estadía promedio fue de cuatro días y el gasto aproximado de S/238. La principal motivación fue la visita a familiares y se identificó una satisfacción moderada respecto a diversos servicios turísticos, con mejor valoración del alojamiento, artesanía y seguridad en la ciudad. Se concluyó que el visitante presenta un perfil mayoritariamente femenino, adulto joven y profesional, con satisfacción positiva moderada, por lo que se requiere mejorar la infraestructura, señalización y oferta turística para fortalecer la experiencia y el desarrollo sostenible.

En Amazonas, Salazar Torres (2023), en su investigación “*Perfil del turista nacional que visita Chachapoyas, 2021*”, tuvo como objetivo determinar el perfil del turista nacional que visitó la ciudad de Chachapoyas durante 2021. El estudio fue descriptivo, de enfoque cuantitativo y diseño transversal; la población estuvo conformada por 35 261 turistas que visitaron Kuélap entre enero y agosto de 2021, de los cuales se seleccionó una muestra de 715 mediante muestreo aleatorio simple. Se empleó la encuesta estructurada y fichas documentales. Los resultados mostraron un predominio de adultos jóvenes de 31 a 50 años, con ligera mayoría masculina, educación superior y ocupación independiente o privada; asimismo, destacaron las motivaciones vinculadas al turismo de naturaleza y cultura, los viajes en grupos de familiares o amigos y un alto nivel de satisfacción con los servicios turísticos. Se concluyó que conocer este perfil permite fortalecer la gestión, mejorar

los servicios y diseñar estrategias de promoción segmentadas para incrementar la competitividad del destino.

En Cajamarca, Arias Calderón (2023), en su investigación “*Perfil del turista que visita el Conjunto Monumental Belén durante la pandemia Covid-19 en el año 2021*”, tuvo como objetivo determinar el perfil del turista que visitó dicho atractivo durante la pandemia. El estudio fue descriptivo-propositivo, de diseño no experimental y transversal, aplicando los métodos inductivo y analítico-sintético; la muestra estuvo conformada por 432 visitantes, de los cuales 420 fueron nacionales y 12 extranjeros, además de dos guías turísticos. Se emplearon encuestas y entrevistas mediante cuestionarios estructurados. Los resultados mostraron predominio de jóvenes adultos, mujeres, solteros y profesionales, principalmente procedentes de Lima, La Libertad, Cajamarca y Ecuador; asimismo, viajaban generalmente en grupos familiares, de manera independiente, con una estancia promedio de tres noches, y sus principales motivaciones fueron el enriquecimiento cultural y la seguridad sanitaria. Las redes sociales constituyeron su principal fuente de información turística. Se concluyó que el perfil estuvo condicionado por un comportamiento cauteloso frente a la pandemia, lo que evidenció la necesidad de fortalecer la promoción digital y las medidas de seguridad para fomentar un turismo responsable.

En Lambayeque, Vidaurre López (2020), en su investigación “*Perfil del turista nacional que visita el Santuario Histórico Bosque de Pómac – Región Lambayeque*”, tuvo como objetivo determinar las características demográficas, socioeconómicas y relacionadas con el viaje del turista nacional. El estudio fue descriptivo, cuantitativo, no experimental y transversal; debido al desconocimiento de la población total, se trabajó con una muestra de 150 turistas nacionales que visitaron el área natural protegida entre mayo y junio de 2019. Se empleó la investigación documental y la encuesta estructurada, mediante fichas bibliográficas y un cuestionario. Los resultados permitieron identificar características, motivaciones y comportamientos de los visitantes en este destino natural y cultural. Se concluyó que la información obtenida constituye un insumo para fortalecer la gestión turística, optimizar la oferta y diversificar las actividades del Santuario Histórico Bosque de Pómac.

En Loreto, Marín Vargas y Pereyra Sampi (2019), en su investigación “*Análisis del perfil del turista en el distrito de Iquitos, año 2017*”, tuvieron como objetivo analizar las características del perfil del turista que visita Iquitos. El estudio presentó un diseño descriptivo simple; la población estuvo conformada por 2 500 turistas nacionales y la muestra por 328, seleccionados mediante muestreo probabilístico. Se aplicó una encuesta estructurada para recopilar información personal, motivacional y de procedencia. Los resultados mostraron predominio de hombres de 25 a 34 años, procedentes principalmente de Lima, con estudios superiores y ocupación profesional o ejecutiva; asimismo, destacaron los viajes por vacaciones y recreación, generalmente por cuenta propia, con preferencia por atractivos naturales y culturales. Se concluyó que el perfil del visitante está compuesto principalmente por adultos jóvenes interesados en el ocio y la naturaleza, cuyo conocimiento permite orientar estrategias de promoción, diversificación y sostenibilidad turística.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Perfil del visitante

El perfil del visitante se define como el conjunto de características demográficas, sociales y cognitivas que distinguen a cada persona durante su estancia en un destino turístico. Incluye información sobre residencia, género, edad, nacionalidad y ocupación, así como aspectos relacionados con la motivación del viaje, duración de la estancia, consumo de bienes y servicios turísticos y nivel de satisfacción con la experiencia (Salvador, 2017, citado por Caguana Tonato, 2023).

Según Kotler y Keller (2006), el perfil del turista se determina a partir de distintos criterios de segmentación de mercado. Estos incluyen la localización geográfica, que permite identificar características medibles y accesibles; las variables demográficas, como edad, género, ingresos y nivel educativo; los aspectos psicográficos, que abarcan personalidad, actitudes, estilo de vida y valores; y las características conductuales, que revelan la forma en que el viajero se relaciona con el producto turístico.

Arias Calderón (2023), señala que el perfil del turista constituye una herramienta estratégica de gestión y planificación, que permite comprender integralmente las características, motivaciones y comportamientos de los visitantes.

Su análisis no solo facilita la identificación de deficiencias en la oferta turística, sino que orienta la toma de decisiones, la formulación de políticas y la adecuación de los servicios a las preferencias reales del visitante, fortaleciendo la sostenibilidad y competitividad del destino.

Asimismo, Bigné, Font y Andreu (2000, citado por Quenta Tuni y Fernández Huesembe, 2017) señalan que el perfil del visitante permite segmentar el mercado turístico al identificar grupos de consumidores con características y comportamientos similares. Esta segmentación facilita diseñar estrategias diferenciadas que respondan de manera más efectiva a las necesidades, deseos y expectativas de cada grupo.

Consecuentemente, se puede deducir que el perfil del visitante constituye un eje esencial para la comprensión integral del comportamiento turístico, ya que permite identificar no solo las características demográficas y sociales, sino también los factores psicológicos que influyen en las decisiones de viaje. El análisis de los perfiles aporta información clave para diseñar estrategias de marketing segmentadas, fortalecer la gestión del destino y mejorar la experiencia del visitante.

2.2.2. Características del perfil del visitante

De acuerdo con Atiaja Freire (2023), el perfil del visitante integra un conjunto de características que posibilitan comprender de manera holística el comportamiento del viajero dentro de un destino turístico. Estas características abarcan factores ideológicos, reflejados en la libertad y flexibilidad para viajar sin itinerarios definidos; psicológicos, vinculados a las motivaciones internas de evasión y bienestar emocional; demográficos, referidos a variables objetivas como edad, género, nivel educativo, ingresos o nacionalidad; psicográficos, que incluyen actitudes, intereses, estilos de vida y valores que influyen en la elección del destino; y conductuales, que explican los patrones de consumo y las respuestas del turista frente a estímulos del mercado o experiencias promocionales. En conjunto, estas características permiten analizar y segmentar con precisión a los visitantes, optimizando la planificación y gestión turística hacia un enfoque más adaptado al perfil real del viajero.

Las características sociodemográficas y psicográficas son esenciales para definir el perfil del visitante y su relación con un producto o servicio. Las primeras

se refieren a variables objetivas y medibles, como sexo, edad, nivel educativo, estado civil o ingresos; mientras que las segundas abarcan aspectos intangibles, vinculados a los motivos, intereses, actitudes y valores personales que influyen en su comportamiento turístico (Quenta Tuni y Fernandez Huesembe, 2017).

Por otro lado, Hurtado Meza (2018), perfil del visitante se determina mediante una segmentación de mercado que permite agrupar a los turistas con características afines según sus necesidades, comportamientos y vínculo con la oferta turística. Dicha segmentación considera aspectos geográficos como el lugar de procedencia; demográficos, relacionados con la edad, ocupación, religión, etnia o tamaño familiar; de género, vinculados al estilo de vida y consumo; económicos, asociados al nivel de ingresos y capacidad adquisitiva; y psicográficos, que comprenden los valores, gustos, personalidad y preferencias del individuo. Esta clasificación posibilita identificar grupos homogéneos de visitantes y desarrollar estrategias diferenciadas que respondan de manera efectiva a sus demandas y expectativas turísticas.

Finalmente, Arias Calderón (2023), señala que el perfil del turista se conforma por un conjunto de dimensiones sociodemográficas, económicas, motivacionales y conductuales que permiten comprender de manera integral su comportamiento y orientar la gestión turística. Estas dimensiones incluyen las características sociodemográficas, como edad, género, estado civil, nivel educativo, ocupación, nacionalidad y procedencia; las económicas, relacionadas con el nivel de ingresos, capacidad de gasto y acceso a bienes y servicios; las preferencias, que reflejan las decisiones del visitante sobre los bienes o servicios que considera beneficiosos, influenciadas por la cultura, el género o las tendencias del mercado; las motivaciones, que impulsan el viaje por razones intrínsecas, como el placer o la satisfacción personal; o extrínsecas, como recompensas o factores externos; y los aspectos previos a la visita, vinculados con la planificación, la búsqueda de información o la seguridad del destino. En conjunto, estas características posibilitan identificar las necesidades reales del visitante y diseñar estrategias turísticas sostenibles y adaptadas a su perfil.

2.2.3. Dimensiones del perfil del visitante

El perfil del visitante se construye a partir de diversas dimensiones que permiten comprender integralmente su comportamiento y orientar la gestión turística. Entre estas, se destacan:

2.2.3.1. Sociodemográfica

Las características sociodemográficas de acuerdo con Caguana Tonato (2023), comprenden información general sobre un grupo de personas, incluyendo edad, sexo, lugar de residencia y factores socioeconómicos como ocupación, situación familiar e ingresos, lo que permite registrar y analizar la composición y distribución poblacional, así como los cambios en las dinámicas sociales, económicas y culturales.

Así mismo, Atiaja Freire (2023), menciona que la dimensión sociodemográfica se refiere a la información general de los individuos dentro de un grupo, incluyendo variables como edad, sexo, lugar de residencia, ocupación, estado civil, ingresos, nivel educativo y otros factores sociales, económicos y culturales. Estas permiten analizar cuantitativamente la composición, estructura y evolución de la población, facilitando la comprensión de sus diferencias y patrones de comportamiento.

2.2.3.2. Geográfica

De acuerdo con Ramírez Orrala (2019), la dimensión geográfica permite identificar el lugar de procedencia del turista, facilitando la comprensión de sus patrones de desplazamiento y adaptando la oferta turística a las características del mercado de origen.

Así mismo, Hurtado Meza (2018), señala que la dimensión geográfica busca clasificar a los turistas según su lugar de residencia o procedencia, abarcando distintos niveles territoriales como barrios, parroquias, cantones, provincias, regiones, estados o naciones. Esta clasificación permite adaptar la oferta turística y las estrategias de promoción a las particularidades de cada área, optimizando la gestión del destino y la satisfacción de los visitantes (Arias Calderón, 2023).

2.2.3.3. Motivacional

Las motivaciones del viajero se refieren a los factores que impulsan a los individuos a realizar un viaje, derivadas de sus experiencias, creencias y percepciones sobre los beneficios del turismo. Estas motivaciones reflejan intereses, necesidades y la búsqueda de nuevas experiencias, constituyendo el motor que orienta la conducta turística de cada persona (Caguana Tonato, 2023)

Para Devesa et al., (2010, citado por Andrade Delgado, 2016), la motivación del turista influye directamente en la actividad turística, determinando las razones para viajar, la elección del destino y el grado de satisfacción del viaje, pudiendo ser inducida por factores externos del destino (cultura, arquitectura, naturaleza) o por motivaciones internas del individuo (descanso, aventura, relajación) (Devesa, Laguna y Palacios, 2010).

Por otro lado, Atiaja Freire (2023), señala que la motivación del viajero se configura como un proceso dinámico e interdependiente, en el que influyen el estilo de vida, la personalidad y la imagen proyectada, generando diferentes impulsos para la elección de productos y servicios turísticos. Además, los turistas buscan experiencias culturales, originales y exclusivas, apoyándose en información de medios digitales y redes sociales que facilitan la interacción con agentes especializados. En este sentido, la motivación constituye el motor del comportamiento turístico, determinando las decisiones de viaje y la participación en actividades, lo que requiere un enfoque estratégico para estimular la demanda y optimizar la gestión turística.

2.2.3.4. Conductual

Las características conductuales se refieren a las acciones y comportamientos que manifiesta el turista en relación con su viaje, incluyendo la forma de elegir destinos, la interacción con los atractivos turísticos (naturaleza, cultura, alojamiento, hospitalidad) y el consumo de servicios, así como la manera en que se desenvuelve en el entorno visitado (Caguana Tonato, 2023).

Así mismo, Atiaja Freire (2023), refiere que la dimensión conductual se define por las acciones y actitudes del turista, influenciadas tanto por su aprendizaje como por estímulos externos, como campañas publicitarias, que moldean su

comportamiento hacia un destino, producto o servicio específico, reflejando patrones de elección y consumo.

Finalmente, Andrade Delgado (2016), indica que las características conductuales del turista se analizan a partir de su interacción con productos y servicios turísticos, incluyendo el tipo de alojamiento elegido (hotelero o extrahotelero), el medio de transporte utilizado para desplazarse dentro del destino, los canales de información por los cuales conoce el lugar y la recurrencia de sus visitas, lo que permite identificar patrones de comportamiento y preferencias específicas.

2.2.3.5. Evaluativa

La dimensión evaluativa del perfil del turista se centra en el nivel de satisfacción experimentado durante la visita al destino, considerando la medida en que sus expectativas fueron satisfechas por los productos y servicios recibidos. Incluye la calificación de la atención, identificación de problemas durante el viaje, percepción de seguridad, actitud de la población local, y aspectos a mejorar en la oferta turística. Además, contempla la percepción individual del turista sobre su experiencia y la valoración final de los servicios, tanto en términos de calidad como de costos, permitiendo ajustar la gestión turística según las necesidades y expectativas reales de los visitantes (Andrade Delgado, 2016).

Allauca Iza y Núñez Muñoz (2025), se refiere al grado de satisfacción del turista, entendido como la valoración que realiza sobre la calidad de los servicios ofrecidos por los operadores turísticos, considerando su experiencia durante la visita y el grado en que estos servicios cumplen o superan sus expectativas.

La dimensión evaluativa del perfil del turista analiza cómo el visitante percibe y valora su experiencia en el destino, constituyendo una respuesta emocional resultante de la comparación entre sus expectativas y la calidad de los productos y servicios recibidos. Esta evaluación abarca la percepción de la atención, los aspectos tangibles del servicio, la seguridad, la actitud de la población local y el cumplimiento de sus expectativas generales, siendo esencial para medir la satisfacción y guiar mejoras en la oferta turística (Hinojosa Chacón y Romero Mejía, 2022).

2.3. Definición de términos

Acompañantes. Personas con quienes el visitante realiza el viaje, como familia o amigos.

Atención. Calidad de la interacción y servicio recibido por el visitante durante su estadía.

Conducta turística. Acciones y comportamientos del visitante frente a productos, servicios y atractivos del destino.

Dimensión conductual. Aspecto del perfil del visitante que analiza sus hábitos, elecciones de alojamiento, transporte, consumo y actividades.

Dimensión evaluativa. Nivel de satisfacción y valoración que realiza el visitante sobre su experiencia y los servicios del destino.

Dimensión geográfica. Información sobre el lugar de residencia o procedencia del visitante, útil para segmentar el mercado.

Dimensión motivacional. Razones, necesidades e intereses que impulsan al visitante a realizar un viaje y elegir un destino.

Dimensión sociodemográfica. Información general y cuantificable del visitante, como edad, sexo, estado civil, ocupación, ingresos y nivel educativo.

Excursionista. Visitante que realiza un viaje de corta duración (menos de 24 horas) sin pernoctar en el destino.

Frecuencia de visita. Número de veces que un visitante regresa al destino.

Gasto promedio. Monto aproximado que el visitante invierte en productos y servicios durante su visita.

Infraestructura. Conjunto de servicios, instalaciones y equipamiento del destino que facilitan la visita del turista.

Medio de transporte. Vehículo o método utilizado por el visitante para llegar y desplazarse dentro del destino.

Motivación turística. Impulso interno o externo que orienta la decisión de viajar y participar en actividades turísticas.

Museo de sitio. Espacio cultural ubicado en el lugar del patrimonio arqueológico o histórico, destinado a su conservación, interpretación y difusión contextual.

Percepción de seguridad. Evaluación que realiza el visitante sobre la seguridad física y social durante su estadía.

Perfil del visitante. Conjunto de características demográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas que describen al visitante y orientan la gestión turística.

Picnic. Actividad recreativa al aire libre que consiste en consumir alimentos en espacios abiertos, asociada al disfrute del entorno y la experiencia turística.

Procedencia. Lugar de origen del visitante, que puede ser local, regional, nacional o extranjero.

Recurrencia. Repetición de visitas de un mismo visitante a un destino.

Satisfacción. Grado en que las expectativas del visitante sobre productos y servicios son cumplidas o superadas.

Turista. Visitante que permanece al menos 24 horas en el destino, consumiendo alojamiento y otros servicios turísticos.

Visitante. Persona que se desplaza temporalmente a un destino distinto de su residencia, estos pueden ser turistas y/o excursionistas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Metodología de la Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

Según Vásquez Ramírez et al. (2022), la investigación básica busca comprender los principios fundamentales y generar nuevos conocimientos sin una aplicación inmediata. Su finalidad es ampliar la comprensión teórica de los fenómenos y servir de base para futuras investigaciones aplicadas. En este estudio, se adoptó este enfoque para describir y analizar científicamente el perfil del visitante desde una perspectiva explicativa y formativa.

3.1.2. Enfoque de la investigación

Según Vásquez Ramírez et al. (2022), la investigación cuantitativa se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para medir variables y describir fenómenos de manera objetiva. Este enfoque permite identificar patrones y obtener resultados verificables. En el presente estudio, se adoptó este enfoque para analizar de manera estadística las características, motivaciones y percepciones de los visitantes de la cascada de Occochaca.

3.1.3. Nivel de la investigación

Según Vásquez Ramírez et al. (2022), la investigación descriptiva tiene como finalidad detallar con precisión las características y comportamientos de un fenómeno determinado, permitiendo identificar patrones, tendencias y relaciones entre variables sin establecer causalidad. En el presente estudio, este enfoque posibilitó describir de manera sistemática el perfil de los visitantes de la cascada de Occochaca a partir de datos objetivos y verificables.

3.1.4. Diseño de la investigación

Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), el diseño no experimental se basa en observar los fenómenos tal como ocurren, sin manipular variables. El investigador analiza relaciones entre variables ya existentes, sin intervenir en su desarrollo. Este diseño es apropiado cuando no es posible o ético modificar las condiciones del estudio. En esta investigación, se aplicó este diseño

para analizar las percepciones y características de los visitantes de la Cascada Occochaca.

3.1.5. Método de la investigación

El método descriptivo - analítico permite caracterizar un fenómeno y descomponerlo en sus elementos esenciales para comprender sus causas y relaciones, analizando cada parte en función del conjunto (Universidad Peruana de los Andes, 2009). En esta investigación, el método se utilizó para analizar las características y motivaciones de los visitantes de la Cascada de Occochaca, a fin de comprender su perfil integral.

3.2. Ámbito temporal y espacial

3.2.1. Ámbito temporal

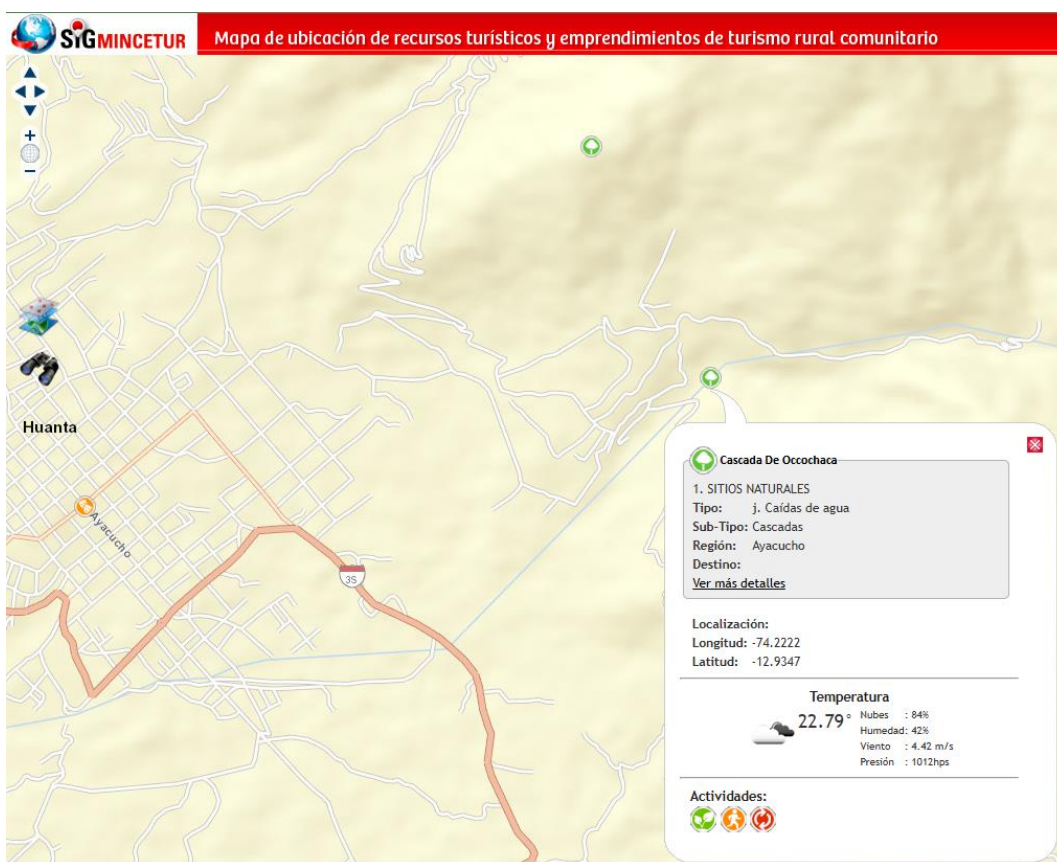
Se desarrolló durante el año 2025.

3.2.2. Ámbito espacial

Cascada de Occochaca, ubicado en el distrito de Huanta, provincia y región de Ayacucho.

Ilustración 1.

Mapa de ubicación de la Cascada de Occochaca según el Sistema de Información Geográfica de Recursos Turísticos del Perú



Nota. El mapa muestra la localización geográfica de la Cascada de Occochaca, elaborada con información proveniente del Sistema de Información Geográfica de Recursos Turísticos del MINCETUR (SIGMINCETUR, 2022).

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2018), la población se define como el conjunto total de elementos que cumplen con características específicas y sobre los cuales se desea generalizar los resultados. En esta investigación, la población está conformada por 818 visitantes de la Cascada de Occochaca, según el Informe Nro. 153-2022 de la Municipalidad Provincial de Huanta, que incluye 393 excursionistas locales y 425 turistas nacionales (MINCETUR, 2022).

3.3.2. Muestra

Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), la muestra constituye una parte representativa de la población que permite obtener información válida y confiable sin estudiar la totalidad del universo. En esta investigación, se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio simple, garantizando que todos los visitantes de la Cascada de Occochaca tuvieran la misma probabilidad de ser seleccionados, eliminando sesgos en la recolección de datos. El tamaño muestral se calculó con la fórmula para poblaciones finitas:

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

Sustituyendo los valores específicos del estudio.

Dónde:

- n : Tamaño de la muestra estimada.
- Z : Nivel de confianza 95% (1.96).
- N : Tamaño de la población (818).
- p : Probabilidad de ocurrencia (0.5).
- q : Probabilidad de no ocurrencia (0.5).
- e : Precisión o margen de error 5% (0.05).

Se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 818 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(818 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = \frac{785.5272}{3.0029} = 262$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra determinado para este estudio fue de 262 visitantes, seleccionados aleatoriamente entre los visitantes de la Cascada de Occochaca, entre turistas y excursionistas.

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

3.4.1. Técnicas

Encuesta. La encuesta es una técnica de investigación que permite recopilar información de un gran número de personas sobre sus comportamientos, actitudes, opiniones y características demográficas, utilizando como instrumento el

cuestionario. Esta herramienta es versátil, eficiente y económica, y puede aplicarse de manera presencial, telefónica, por correo o en línea. Su correcta aplicación requiere asegurar la confiabilidad y validez del cuestionario, organizar las preguntas de forma lógica y, cuando incluye preguntas abiertas, agrupar las respuestas según fundamentos teóricos. Principalmente genera datos cuantitativos, que se presentan mediante tablas y figuras, y puede emplearse tanto como técnica de recolección de datos como parte de un método de investigación más amplio (Medina Romero et al., 2023). En esta investigación, se aplicó la encuesta como técnica para recolectar información directamente de los visitantes de la Cascada de Occochaca, con el objetivo de caracterizar su perfil.

3.4.2. Instrumentos

Cuestionario. El cuestionario es un instrumento de investigación utilizado para recopilar información sobre comportamientos, actitudes, opiniones y características demográficas. Su diseño debe ser claro, objetivo y confiable, garantizando la confidencialidad de los participantes. Puede aplicarse de manera presencial, por correo o en línea, con formatos dicotómicos, politómicos, escalas tipo Likert o preguntas abiertas, y permite obtener datos cuantitativos que facilitan el análisis y la prueba de hipótesis en la investigación (Medina Romero et al., 2023). En esta investigación, se aplicó un cuestionario estructurado (Anexo 1) con 29 ítems dirigido a los visitantes de la Cascada de Occochaca, diseñado para recopilar información sociodemográfica, geográfica, motivacional, conductual y evaluativa, con el fin de caracterizar de manera integral su perfil

3.5. Validación y confiabilidad de los instrumentos

3.5.1. Validación del instrumento

La validación de un instrumento de investigación se refiere al grado en que dicho instrumento mide lo que se pretende medir, asegurando que los ítems reflejen de manera precisa la variable de estudio. Es un proceso crítico para garantizar que los datos recolectados sean válidos y representativos del fenómeno investigado (Hernández Sampieri et al., Metodología de la investigación, 2014).

Para esta investigación, la validación del cuestionario se realizó mediante juicio de expertos, aplicando el Método Delphi, con el objetivo de evaluar el grado

en que cada ítem refleja la variable: el perfil del visitante de la Cascada de Occochaca.

Se invitó a tres expertos en turismo e investigación, quienes evaluaron cada ítem según criterios de claridad, relevancia y pertinencia, utilizando una escala dicotómica:

$$DA (De acuerdo) = 1$$

$$ED (En desacuerdo) = 2$$

Los resultados se registraron en una matriz de análisis de juicio de expertos, sumando los acuerdos (TA) y desacuerdos (TD) de todos los ítems. El coeficiente de validez se calculó con la fórmula:

$$Validez = \frac{\text{Total de Acuerdo (TA)}}{\text{Total de Acuerdo (TA)} + \text{Total de Desacuerdo (TD)}}$$

En este estudio, los 29 ítems evaluados obtuvieron TA = 87 y TD = 0, por lo que:

$$Validez = \frac{87}{87 + 0} = 1.00$$

Este valor corresponde a un nivel Excelente / Muy alto, lo que confirma que los ítems son claros, pertinentes y coherentes. Por lo tanto, el cuestionario es válido para su aplicación en la investigación.

Tabla 2.

Lista de expertos que validaron el instrumento

Experto	Especialidad
Mtra. Rocío Edith Torres Rivero	Turismo, hotelería y gastronomía
Mtra. Rosario del Pilar Vega Yépez	Turismo y hotelería
Mtra. Acero Cáceres Santusa	Turismo y hotelería

Nota. Elaboración propia.

3.5.2. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad se refiere al grado de consistencia interna de un instrumento de medición, es decir, a la estabilidad y coherencia de los resultados que produce cuando se aplica a una población con características similares (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado que contiene ítems de naturaleza descriptiva y categórica (dimensiones sociodemográfica, geográfica y conductual), así como ítems tipo Likert (dimensiones motivacional y evaluativa). En ese sentido, la evaluación de la confiabilidad se realizó únicamente en las dimensiones que conforman escalas de percepción, dado que los ítems descriptivos no requieren análisis de consistencia interna.

Para las dimensiones motivacional y evaluativa, cuyos ítems se midieron mediante una escala tipo Likert de cinco categorías, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach, por ser el estadístico más adecuado para este tipo de medición.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Dimensión motivacional (6 ítems): $\alpha = 0,290$
- Dimensión evaluativa (7 ítems): $\alpha = 0,406$

De acuerdo con la literatura metodológica, en estudios de carácter descriptivo y exploratorio, valores de Alfa de Cronbach inferiores a 0,70 pueden considerarse aceptables, especialmente cuando el instrumento integra ítems que exploran percepciones diversas del fenómeno estudiado (Hernández Sampieri y Mendoza Torres, 2018).

En consecuencia, los resultados evidencian una consistencia interna moderada, considerada suficiente para los fines descriptivos de la presente investigación, permitiendo recopilar información válida sobre el perfil del visitante de la cascada de Occhohaca, sin pretensiones inferenciales ni correlacionales.

3.6. Métodos y técnicas para la presentación y análisis de datos

El análisis y presentación de datos constituyen una etapa fundamental del estudio, al permitir transformar la información recolectada en conocimiento significativo (Hernández Sampieri et al., 2014). Para ello, se realizó trabajo de campo en la Cascada de Occhohaca, donde, con el consentimiento de cada visitante, se aplicó el cuestionario para recopilar información directamente sobre su perfil.

Posteriormente, los datos recolectados fueron organizados y depurados en Excel, eliminando inconsistencias y asegurando la calidad de la información. Luego, se procesaron en SPSS, aplicando estadística descriptiva para calcular

frecuencias absolutas, relativas y porcentajes, con su representación correspondiente en tablas y gráficos.

Además, se aplicaron técnicas comparativas e interpretativas para contrastar los resultados con el marco teórico y antecedentes, garantizando la coherencia y validez de los hallazgos. Finalmente, los datos se interpretaron conforme a los objetivos del estudio, permitiendo una comprensión analítica del perfil de los visitantes y asegurando la confiabilidad de las conclusiones.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de los resultados

4.1.1. Análisis de la dimensión sociodemográfica del visitante

4.1.1.1. Sexo

Tabla 3.

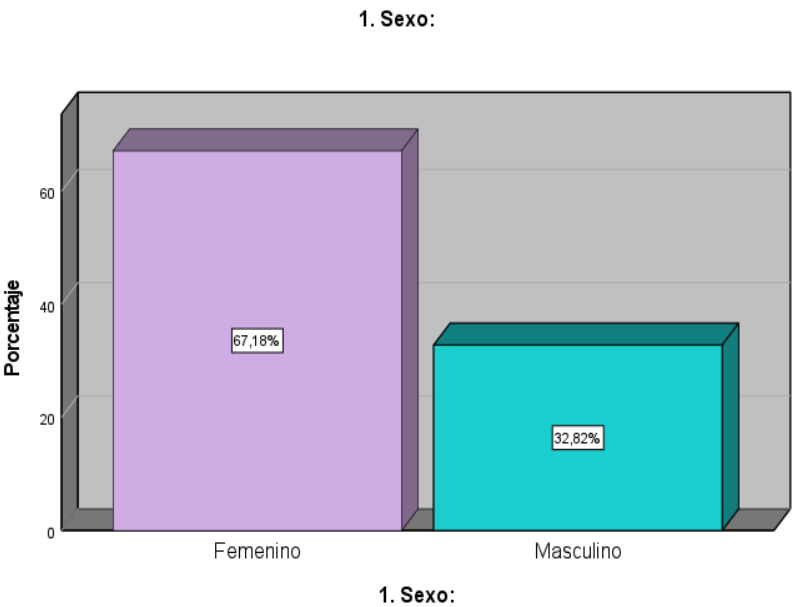
Distribución de los visitantes según sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Femenino	176	67,2
Masculino	86	32,8
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 1.

Distribución de los visitantes según sexo



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: Los resultados muestran una mayor presencia de visitantes de sexo femenino (67,2%) frente al masculino (32,8%). Esto indica que la afluencia al atractivo es predominantemente femenina, lo cual puede estar asociado a intereses recreativos, familiares o sociales vinculados al tipo de experiencia que ofrece el lugar.

4.1.1.2. Edad

Tabla 4.

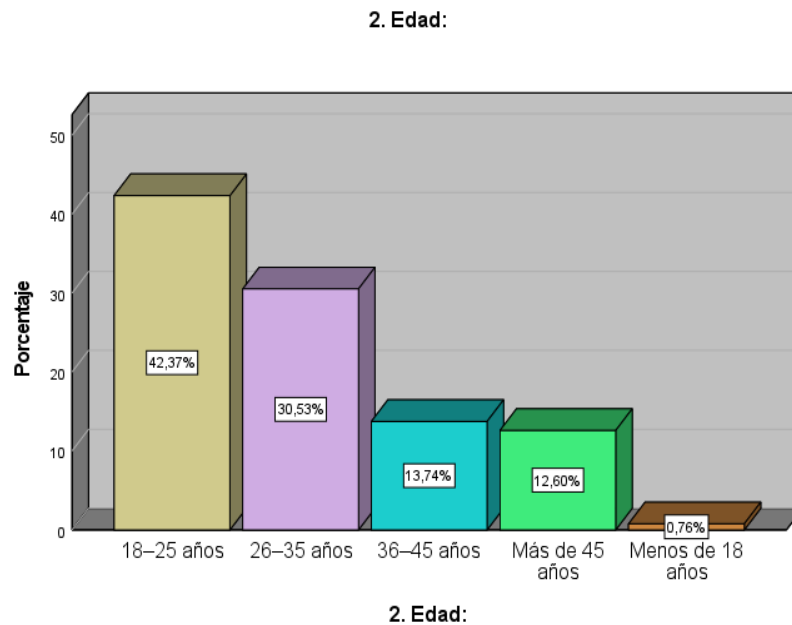
Distribución de los visitantes según edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
18–25 años	111	42,4
26–35 años	80	30,5
36–45 años	36	13,7
Más de 45 años	33	12,6
Menos de 18 años	2	0,8
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 2.

Distribución de los visitantes según edad



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El grupo más frecuente correspondió a jóvenes de 18–25 años (42,4%), seguido por el rango de 26–35 años (30,5%). Los visitantes de 36–45 años representaron el 13,7%, mientras que quienes superaban los 45 años fueron el 12,6%. Este patrón indica que la cascada de Occochaca atrae principalmente a jóvenes adultos, quienes probablemente buscan experiencias recreativas y de contacto con la naturaleza.

4.1.1.3. Estado civil

Tabla 5.

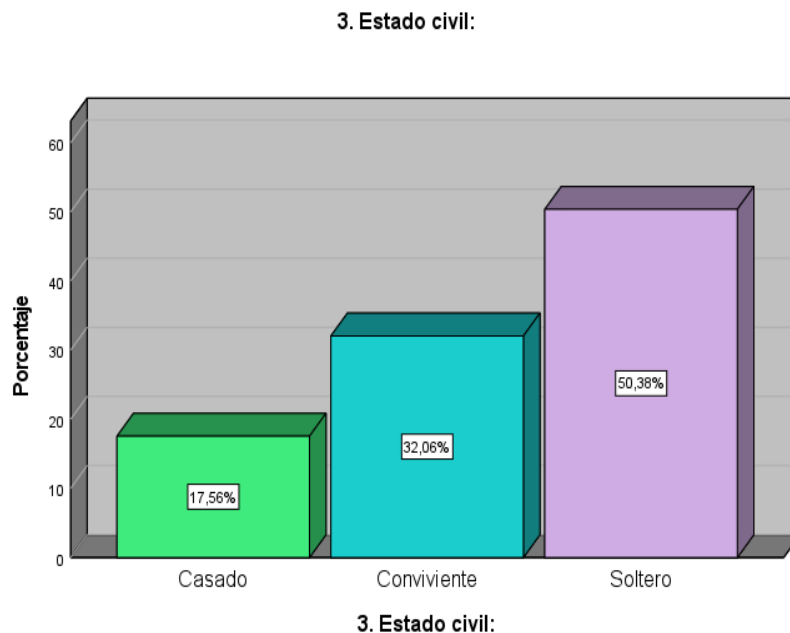
Distribución de los visitantes según estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Casado	46	17,6
Conviviente	84	32,1
Soltero	132	50,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 3.

Distribución de los visitantes según estado civil



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 50,4% de los visitantes eran solteros, el 32,1% convivientes y el 17,6% casados. Esto sugiere que el atractivo es visitado principalmente por personas sin compromisos familiares formales, aunque también es un destino para grupos familiares o parejas en convivencia.

4.1.1.4. Ocupación

Tabla 6.

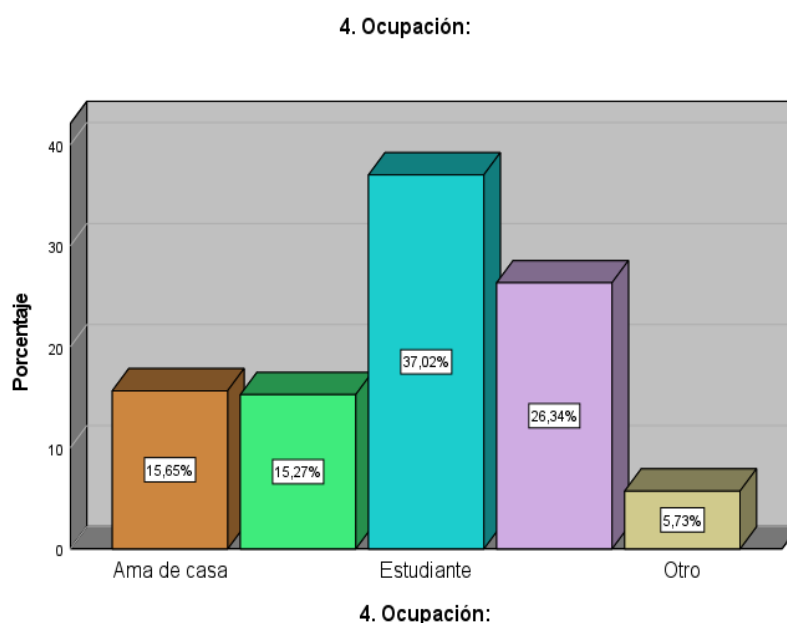
Distribución de los visitantes según ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Ama de casa	41	15,6
Empleado	40	15,3
Estudiante	97	37,0
Independiente	69	26,3
Otro	15	5,7
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 4.

Distribución de los visitantes según ocupación



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El mayor grupo lo constituyeron los estudiantes (37%), seguidos por independientes (26,3%) y amas de casa (15,6%). Los empleados representaron el 15,3% y otras ocupaciones el 5,7%. Esto refleja que los visitantes tienen disponibilidad temporal variable y que el turismo hacia la cascada se combina con actividades educativas y laborales.

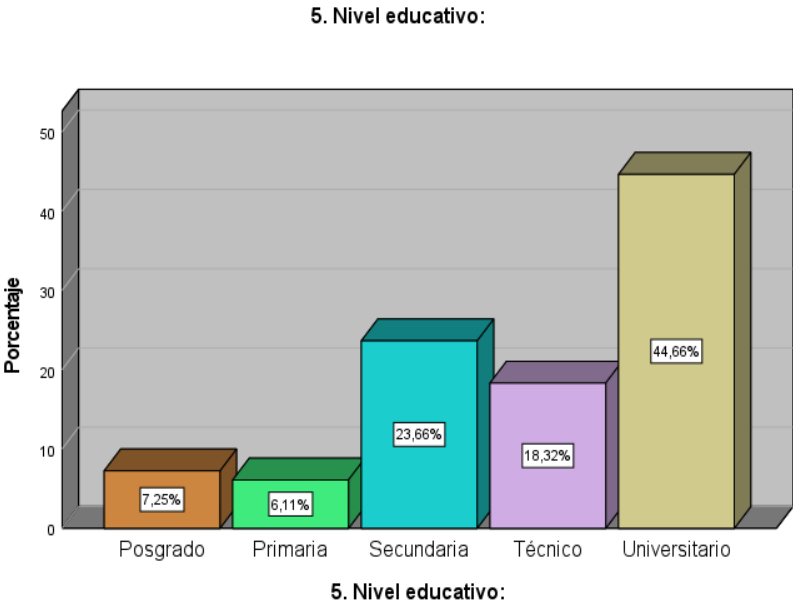
4.1.1.5. Nivel educativo

Tabla 7.
Distribución de los visitantes según nivel educativo

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Posgrado	19	7,3
Primaria	16	6,1
Secundaria	62	23,7
Técnico	48	18,3
Universitario	117	44,7
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 5.
Distribución de los visitantes según nivel educativo



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: La mayoría de los visitantes contaba con educación universitaria (44,7%), seguido por secundaria (23,7%) y técnico (18,3%). Los posgraduados fueron el 7,3% y la primaria el 6,1%. Este resultado sugiere que el atractivo recibe un público con alto nivel de escolaridad, lo que podría influir en la percepción de calidad y las expectativas durante la visita.

4.1.1.6. Ingreso mensual aproximado

Tabla 8.

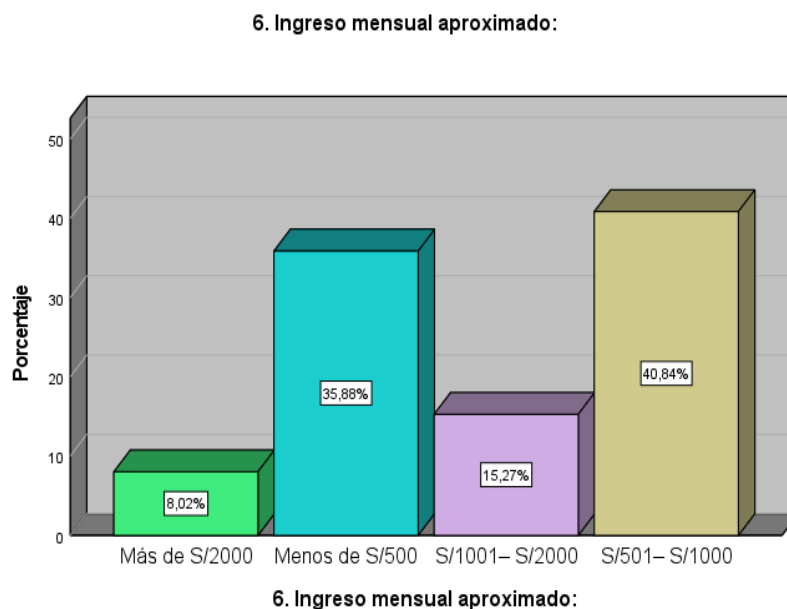
Distribución de los visitantes según ingreso mensual aproximado

Ingreso mensual aproximado	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Más de S/ 2000	21	8,0
Menos de S/ 500	94	35,9
S/ 1001–S/ 2000	40	15,3
S/ 501–S/ 1000	107	40,8
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 6.

Distribución de los visitantes según ingreso mensual aproximado



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 40,8% percibió ingresos entre S/501–1000, el 35,9% menos de S/500, el 15,3% entre S/1001–2000 y el 8% más de S/2000. Esto indica que la cascada atrae principalmente a visitantes de ingresos bajos y medios, lo que debe considerarse para estrategias de gestión turística y precios de servicios asociados.

4.1.2. Análisis de la dimensión geográfica del visitante

4.1.2.1. Procedencia

Tabla 9.

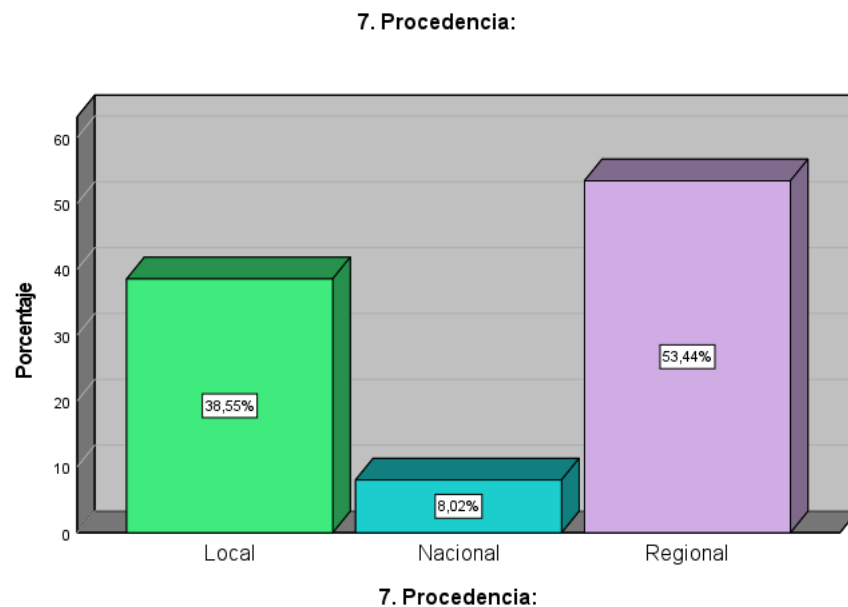
Distribución de los visitantes según procedencia

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Local	101	38,5
Nacional	21	8,0
Regional	140	53,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 7.

Distribución de los visitantes según procedencia



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 53,4% procedía de la región, el 38,5% era local y solo el 8% nacional. Esto evidencia que la cascada de Occhochaca es un atractivo regional, con limitada afluencia nacional, lo que orienta estrategias de promoción hacia la población regional y local.

4.1.2.2. Lugar de residencia actual

Tabla 10.

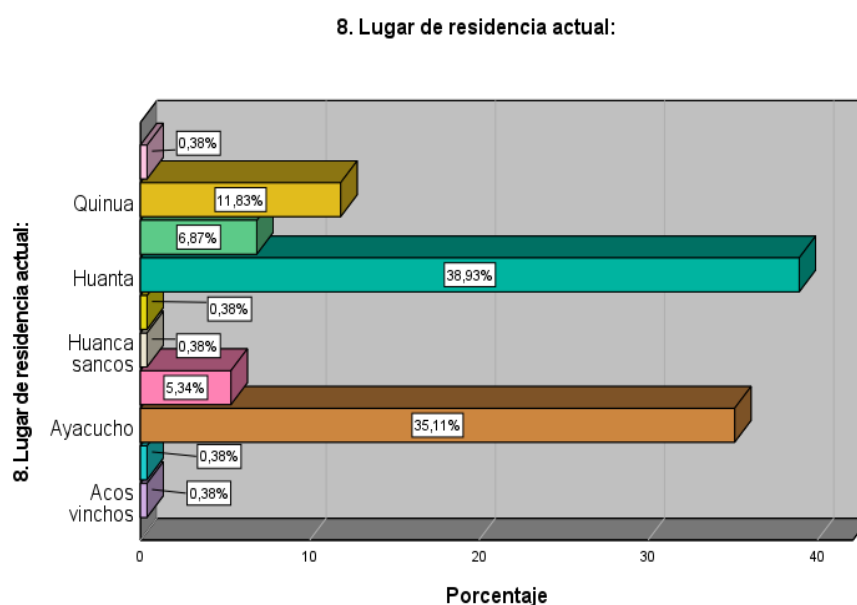
Distribución de los visitantes según lugar de residencia actual

Lugar de residencia actual	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Acos Vinchos	1	0,4
Arequipa	1	0,4
Ayacucho	92	35,1
Huamanga	14	5,3
Huanca Sancos	1	0,4
Huancayo	1	0,4
Huanta	102	38,9
Lima	18	6,9
Quinua	31	11,8
Vinchos	1	0,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 8.

Distribución de los visitantes según lugar de residencia actual



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: Los principales residentes provienen de Huanta (38,9%) y Ayacucho (35,1%), seguidos por Quinua (11,8%) y Lima (6,9%). Otros lugares representaron menos del 5% del total. Esto confirma que la mayor afluencia corresponde a localidades cercanas, lo que puede explicar la alta frecuencia de visitas ocasionales y primeras visitas.

4.1.2.3. Frecuencia de visita

Tabla 11.

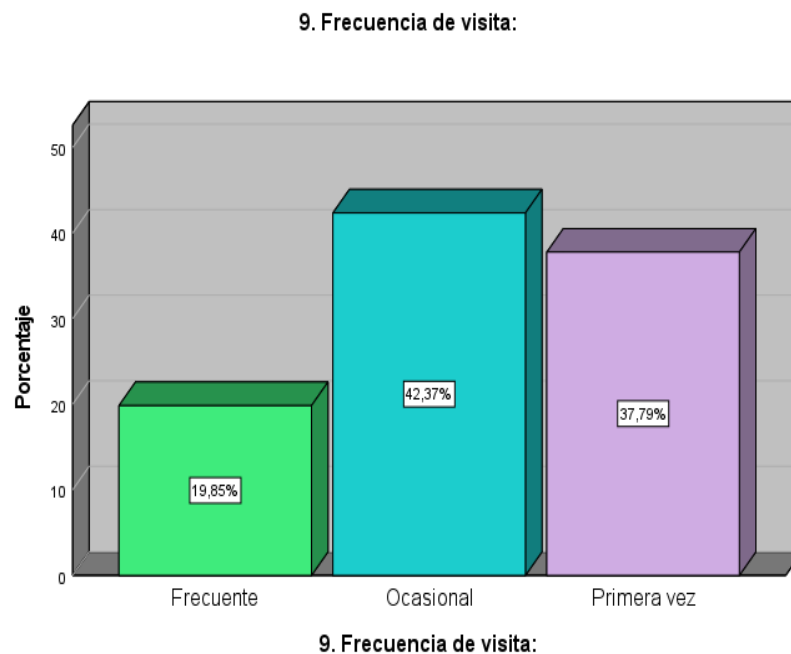
Distribución de los visitantes según frecuencia de visita

Frecuencia de visita	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Frecuente	52	19,8
Ocasional	111	42,4
Primera vez	99	37,8
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 9.

Distribución de los visitantes según frecuencia de visita



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 42,4% visitó el lugar de manera ocasional, 37,8% por primera vez y 19,8% frecuente. Esto indica que la cascada atrae tanto a visitantes regulares como a turistas que descubren el sitio por primera vez, lo que permite identificar oportunidades de fidelización.

4.1.2.4. Medio de transporte utilizado

Tabla 12.

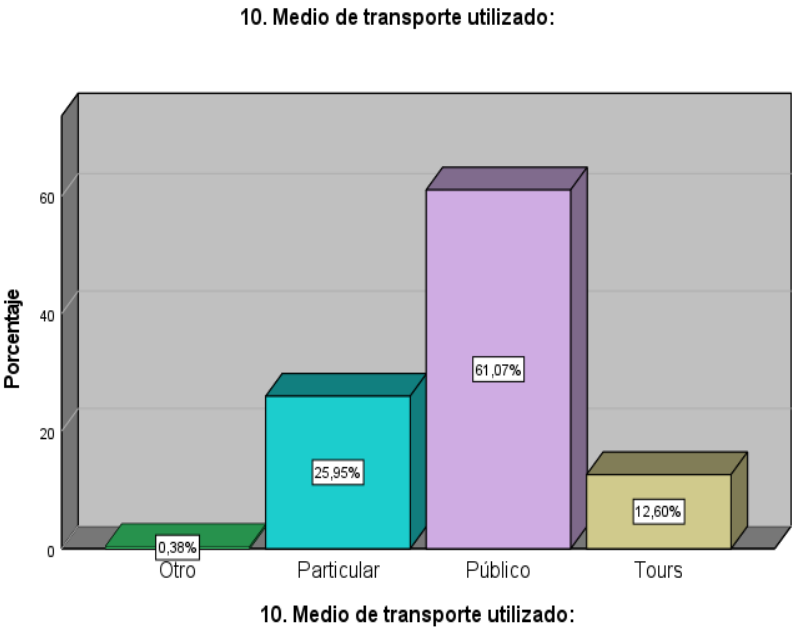
Distribución de los visitantes según medio de transporte utilizado

Medio de transporte utilizado	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Otro	1	0,4
Particular	68	26,0
Público	160	61,1
Tours	33	12,6
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 10.

Distribución de los visitantes según medio de transporte utilizado



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El transporte público fue utilizado por el 61,1%, particular por el 26% y tours organizados por 12,6%. Esto refleja que la mayoría accede mediante transporte colectivo, lo que puede implicar la necesidad de mejorar la conectividad y seguridad en los recorridos.

4.1.2.5. Tiempo de llegada al lugar

Tabla 13.

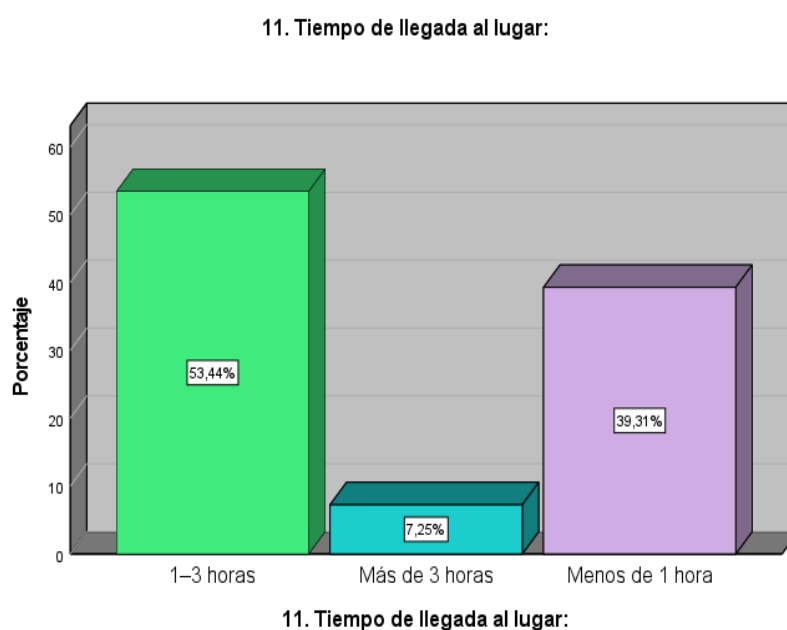
Distribución de los visitantes según tiempo de llegada al lugar

Tiempo de llegada al lugar	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
1–3 horas	140	53,4
Más de 3 horas	19	7,3
Menos de 1 hora	103	39,3
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 11.

Distribución de los visitantes según tiempo de llegada al lugar



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 53,4% tardó entre 1–3 horas, el 39,3% menos de 1 hora y solo el 7,3% más de 3 horas. Esto indica accesibilidad relativa del sitio para la mayoría de los visitantes, favoreciendo el turismo de fin de semana o visitas cortas.

4.1.3. Análisis de la dimensión motivacional del visitante

4.1.3.1. Baremos de la dimensión motivacional del visitante

Tabla 14.

Baremos de la dimensión motivacional del visitante

Dimensión	Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto
Motivación del visitante	16 – 24	25 – 26	27 – 30

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: Según los baremos establecidos para la dimensión motivacional del visitante, el 35,1% se ubicó en nivel bajo (16–24), mientras que el 64,9% alcanzó nivel medio (25–26). No se registró nivel alto (27–30). Esto evidencia que la mayoría de los visitantes posee motivaciones moderadas para acudir a la cascada, centradas en el disfrute de la naturaleza, la recreación y la búsqueda de descanso, mientras que un porcentaje menor presenta motivación limitada para la visita.

4.1.3.2. Nivel de la dimensión motivacional del visitante

Tabla 15.

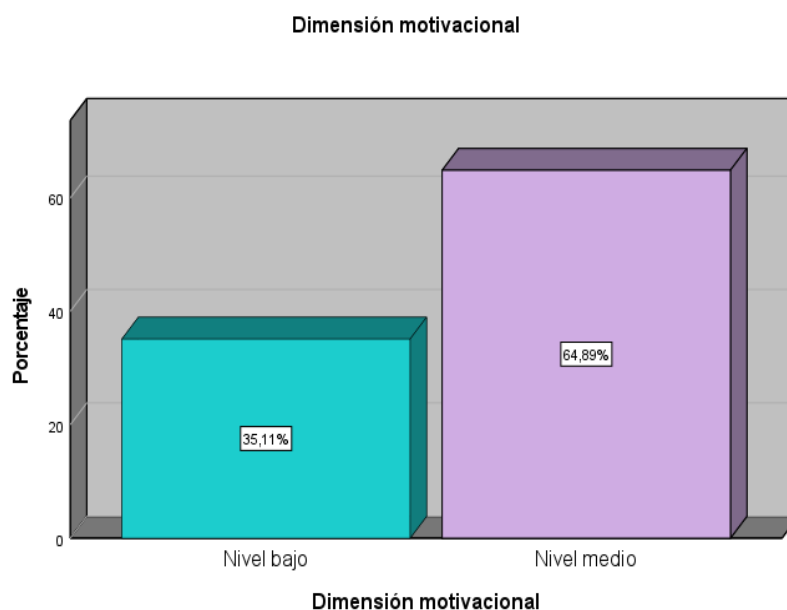
Nivel de la dimensión motivacional del visitante

Nivel	Frecuencia f	Porcentaje %
Nivel bajo	92	35,1
Nivel medio	170	64,9
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 12.

Nivel de la dimensión motivacional del visitante



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 64,9% presentó un nivel medio de motivación y 35,1% bajo. Esto evidencia que la mayoría de los visitantes posee motivaciones moderadas para visitar la cascada, principalmente relacionadas con la recreación, el contacto con la naturaleza y la búsqueda de descanso.

4.1.3.3. Ítems de la dimensión motivacional del visitante

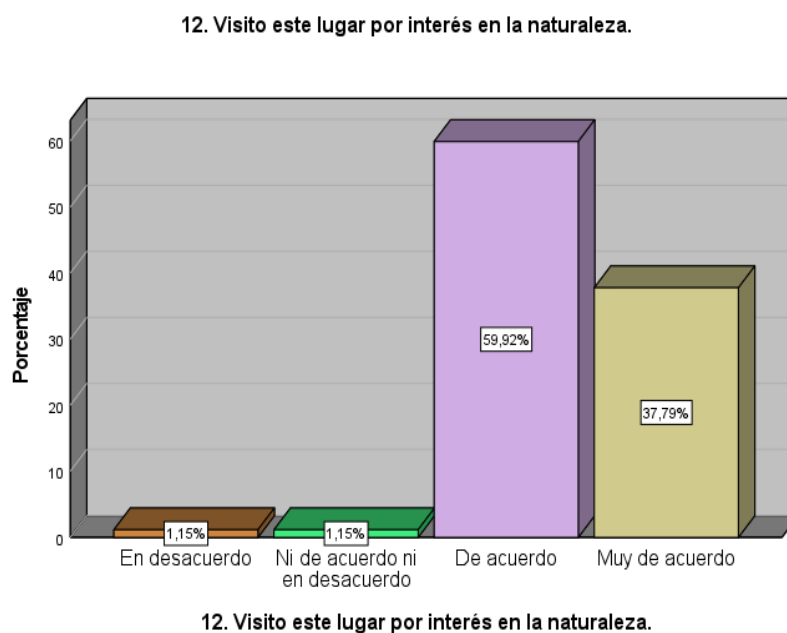
4.1.3.3.1. Visito este lugar por interés en la naturaleza

Tabla 16.

Visita a la cascada por interés en la naturaleza

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	3	1,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,1
De acuerdo	157	59,9
Muy de acuerdo	99	37,8
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 13.*Visita a la cascada por interés en la naturaleza*

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

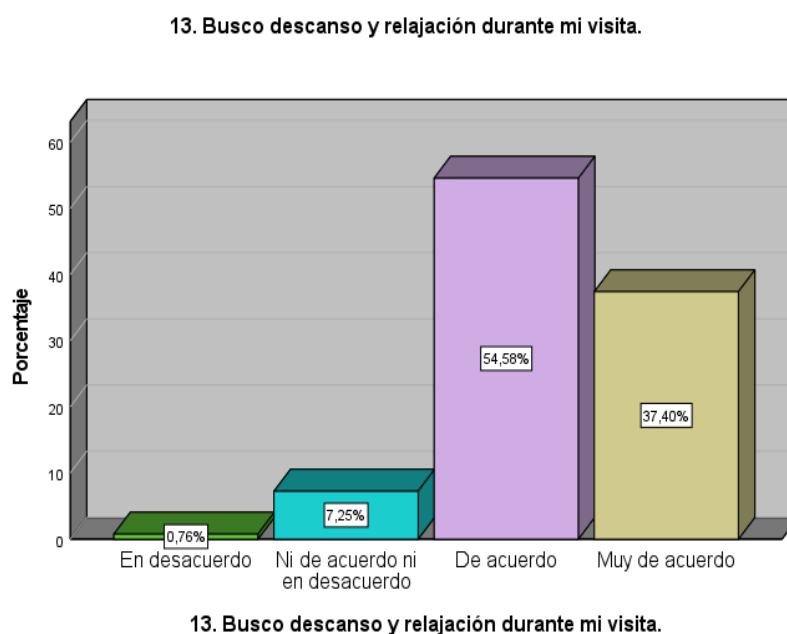
Interpretación: El 59,9% de los visitantes manifestó estar “De acuerdo” y el 37,8% “Muy de acuerdo” con que su visita está motivada por interés en la naturaleza. Solo un 1,1% se mostró en desacuerdo y otro 1,1% neutral. Esto evidencia que la mayoría de los turistas reconoce el contacto con la naturaleza como un factor importante en su visita, mientras que un porcentaje mínimo no lo considera relevante.

4.1.3.3.2. Busco descanso y relajación durante mi visita

Tabla 17.*Búsqueda de descanso y relajación durante la visita*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	2	0,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	7,3
De acuerdo	143	54,6
Muy de acuerdo	98	37,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 14.*Búsqueda de descanso y relajación durante la visita*

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: Un 54,6% indicó estar “De acuerdo” y un 37,4% “Muy de acuerdo” con que su visita tiene fines de descanso y relajación. El 7,3% se ubicó en posición neutral y solo un 0,8% en desacuerdo. Esto refleja que la búsqueda de bienestar es un motivador central, aunque hay una minoría que visita por otros motivos.

4.1.3.3.3. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones

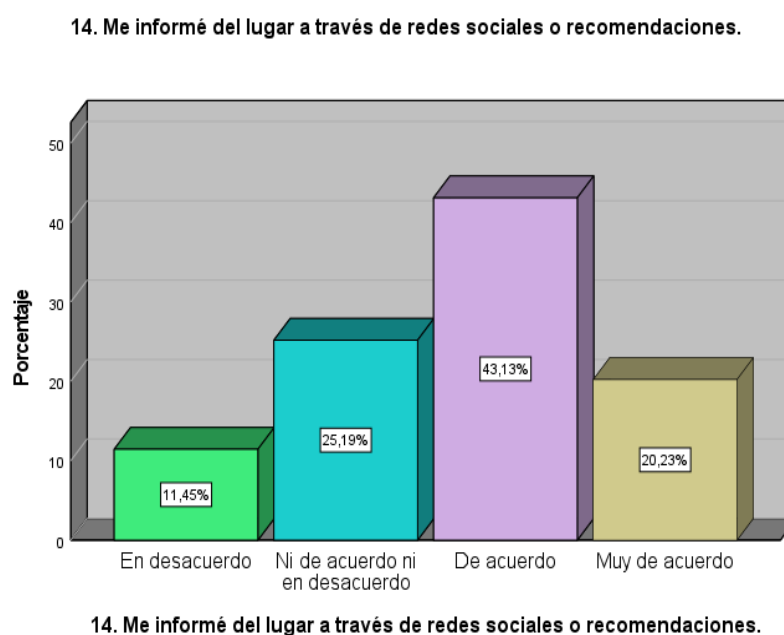
Tabla 18.*Información sobre la cascada mediante redes sociales o recomendaciones*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	30	11,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	66	25,2
De acuerdo	113	43,1
Muy de acuerdo	53	20,2
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 15.

Información sobre la cascada mediante redes sociales o recomendaciones



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 43,1% de los visitantes estuvo “De acuerdo” y el 20,2% “Muy de acuerdo” con haberse informado mediante redes sociales o recomendaciones. Un 25,2% se mostró neutral y un 11,5% en desacuerdo. Esto indica que las fuentes digitales y personales influyen en la decisión de visitar, pero existe un grupo importante que no utiliza estos canales.

4.1.3.3.4. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron

Tabla 19.

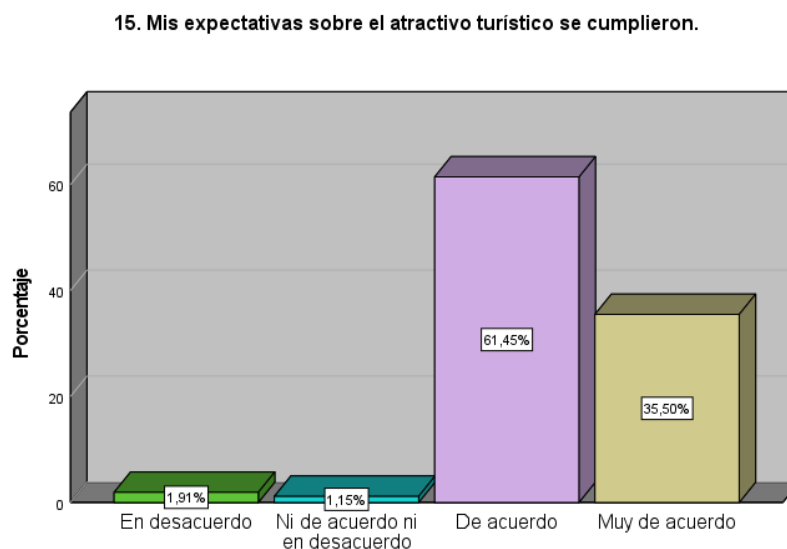
Cumplimiento de las expectativas sobre el atractivo turístico

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	5	1,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	1,1
De acuerdo	161	61,5
Muy de acuerdo	93	35,5
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 16.

Cumplimiento de las expectativas sobre el atractivo turístico



15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron.

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 61,5% de los visitantes señaló “De acuerdo” y un 35,5% “Muy de acuerdo” respecto al cumplimiento de sus expectativas. Solo el 1,1% fue neutral y 1,9% en desacuerdo. Esto evidencia que la mayoría percibe que la experiencia ofrecida por la cascada cumple con lo esperado.

4.1.3.3.5. *Prefiero realizar la visita acompañado por familia o amigos*

Tabla 20.

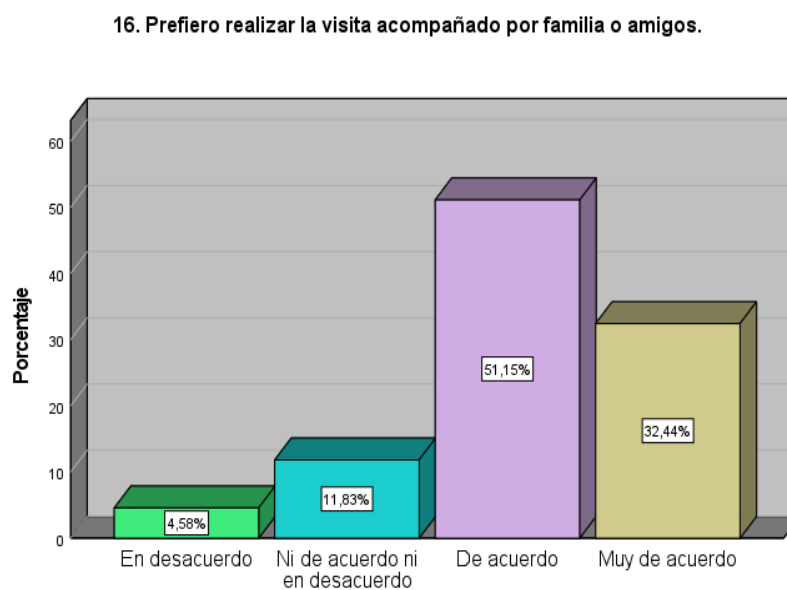
Preferencia por realizar la visita acompañado de familiares o amigos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	12	4,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	11,8
De acuerdo	134	51,1
Muy de acuerdo	85	32,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 17.

Preferencia por realizar la visita acompañado de familiares o amigos



16. Prefiero realizar la visita acompañado por familia o amigos.

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 51,1% de los visitantes indicó “De acuerdo” y un 32,4% “Muy de acuerdo”, mientras que un 11,8% fue neutral y 4,6% en desacuerdo. Esto refleja que la visita al atractivo tiene un carácter social, siendo común realizarla en compañía de familiares o amigos, aunque existe un grupo minoritario que prefiere visitarla solo.

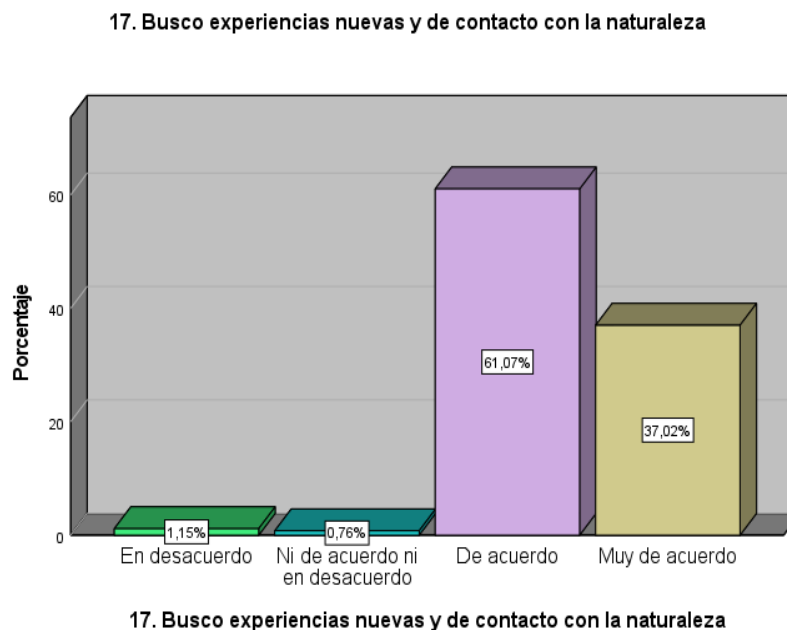
4.1.3.3.6. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza

Tabla 21.

Búsqueda de nuevas experiencias y contacto con la naturaleza

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	3	1,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	0,8
De acuerdo	160	61,1
Muy de acuerdo	97	37,0
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 18.*Búsqueda de nuevas experiencias y contacto con la naturaleza*

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 61,1% de los visitantes señaló “De acuerdo” y el 37,0% “Muy de acuerdo” respecto a la búsqueda de experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza. Solo un 1,9% se ubicó en posiciones neutras o en desacuerdo, evidenciando que la mayoría busca exploración y vivencias recreativas en el entorno natural.

4.1.4. Análisis de la dimensión conductual del visitante

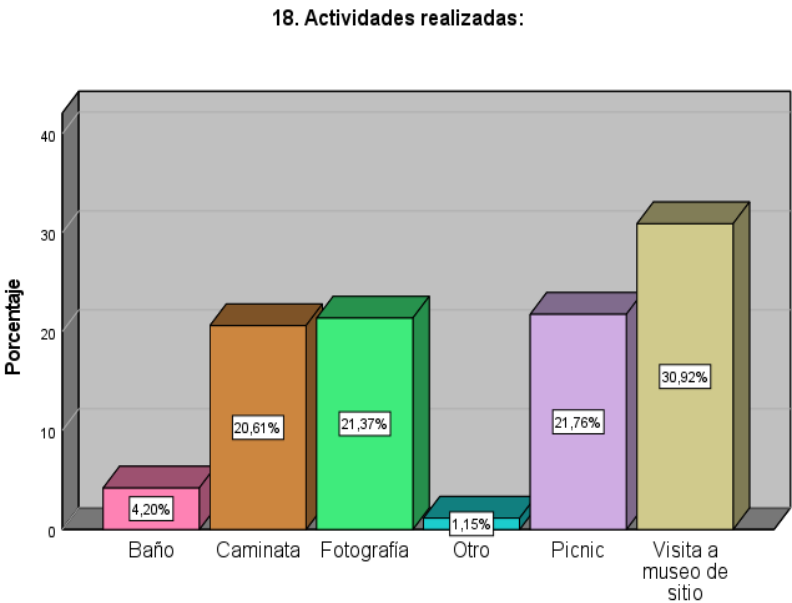
4.1.4.1. Actividades realizadas

Tabla 22.*Distribución de los visitantes según actividades realizadas*

Actividades realizadas	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Baño	11	4,2
Caminata	54	20,6
Fotografía	56	21,4
Otro	3	1,1
Picnic	57	21,8
Visita a museo de sitio	81	30,9
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 19.
Distribución de los visitantes según actividades realizadas



18. Actividades realizadas:
Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: La actividad más frecuente fue la “Visita a museo de sitio” (30,9%), seguida de “Picnic” (21,8%), “Fotografía” (21,4%) y “Caminata” (20,6%). Las actividades de baño y otras representaron porcentajes mínimos (4,2% y 1,1%, respectivamente). Esto muestra que los visitantes realizan principalmente actividades culturales, recreativas y de interacción con el entorno.

4.1.4.2. Tiempo de permanencia

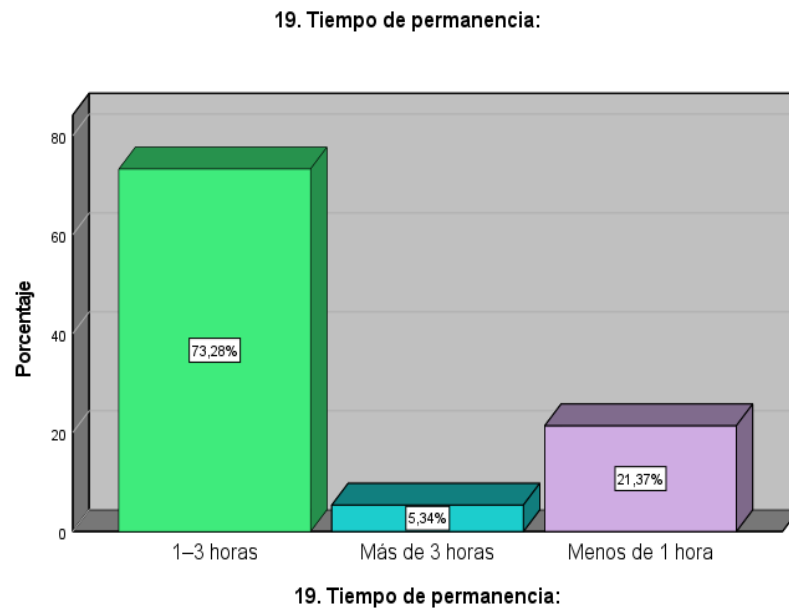
Tabla 23.
Distribución de los visitantes según tiempo de permanencia

Tiempo de permanencia	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
1–3 horas	192	73,3
Más de 3 horas	14	5,3
Menos de 1 hora	56	21,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 20.

Distribución de los visitantes según tiempo de permanencia



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: La mayor parte de los visitantes (73,3%) permaneció entre 1 y 3 horas, el 21,4% menos de 1 hora y solo el 5,3% más de 3 horas. Esto indica que la duración de la visita es generalmente moderada, suficiente para realizar varias actividades, pero pocos extienden su estancia por periodos prolongados.

4.1.4.3. Gasto promedio durante la visita

Tabla 24.

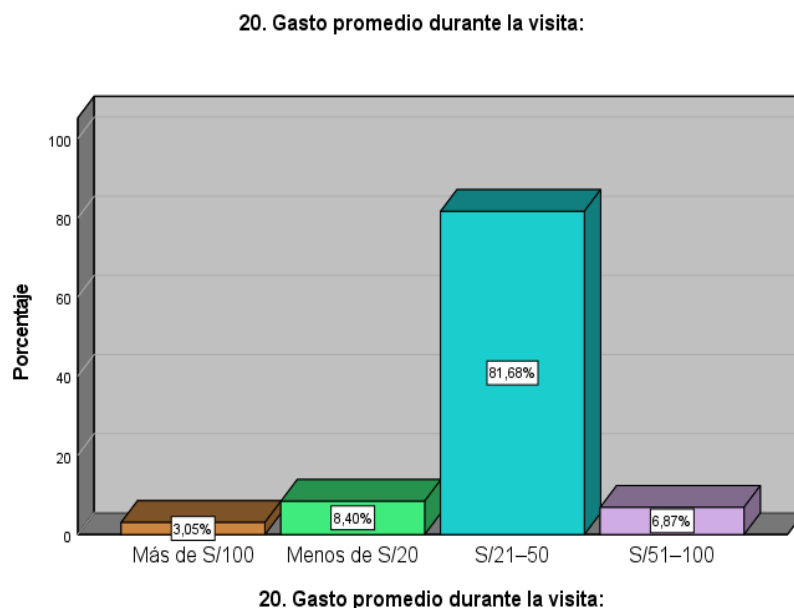
Distribución de los visitantes según gasto promedio durante la visita

Gasto promedio durante la visita	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Más de S/ 100	8	3,1
Menos de S/ 20	22	8,4
S/ 21-50	214	81,7
S/ 51-100	18	6,9
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 21.

Distribución de los visitantes según gasto promedio durante la visita



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 81,7% de los visitantes gastó entre S/21–50, el 6,9% entre S/51–100, un 8,4% menos de S/20 y un 3,1% más de S/100. Esto evidencia que la mayoría mantiene un gasto moderado, reflejando accesibilidad económica y consumo controlado durante la visita.

4.1.4.4. Consumo local (alimentos/productos)

Tabla 25.

Consumo local de alimentos y productos

Consumo local de alimentos y productos	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
No	6	2,3
Sí	256	97,7
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 22.*Consumo local de alimentos y productos*

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 97,7% consumió productos o alimentos locales, mientras que solo el 2,3% no lo hizo. Esto evidencia un fuerte vínculo con la economía local y el apoyo a productores, resaltando la importancia del turismo en el desarrollo local.

4.1.4.5. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente

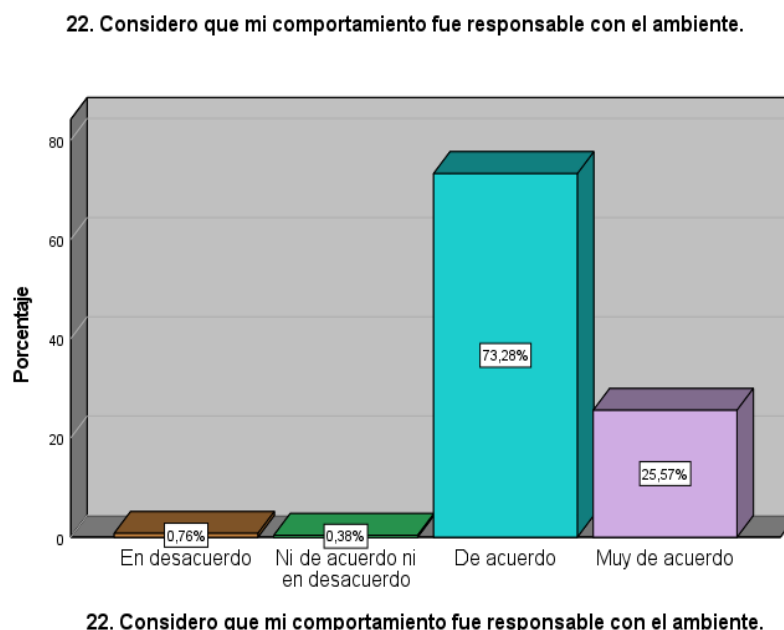
Tabla 26.*Percepción del comportamiento responsable con el ambiente*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
En desacuerdo	2	0,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	0,4
De acuerdo	192	73,3
Muy de acuerdo	67	25,6
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 23.

Percepción del comportamiento responsable con el ambiente



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 73,3% se ubicó en “De acuerdo” y el 25,6% en “Muy de acuerdo” sobre la responsabilidad ambiental durante la visita. Solo un 1,2% mostró neutralidad o desacuerdo. Esto indica que los visitantes son conscientes de la necesidad de cuidar el entorno natural durante su experiencia turística.

4.1.5. Análisis de la dimensión evaluativa del visitante

4.1.5.1. Baremos de la dimensión evaluativa del visitante

Tabla 27.

Baremos de la dimensión evaluativa del visitante

Dimensión		Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto
Evaluativa	del	21 – 28	29 – 30	31 – 35
visitante				

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: Según los baremos de la dimensión evaluativa, el 49,6% de los visitantes se ubicó en nivel bajo (21–28), el 36,6% en nivel medio (29–30) y el 13,7% en nivel alto (31–35). Esto indica que casi la mitad de los visitantes percibe la experiencia del atractivo de manera limitada, un porcentaje importante tiene una percepción intermedia y solo una minoría valora altamente la cascada. Estos

resultados evidencian áreas de mejora en infraestructura, atención, limpieza, seguridad y satisfacción general.

4.1.5.2. Nivel de la dimensión evaluativa del visitante

Tabla 28.

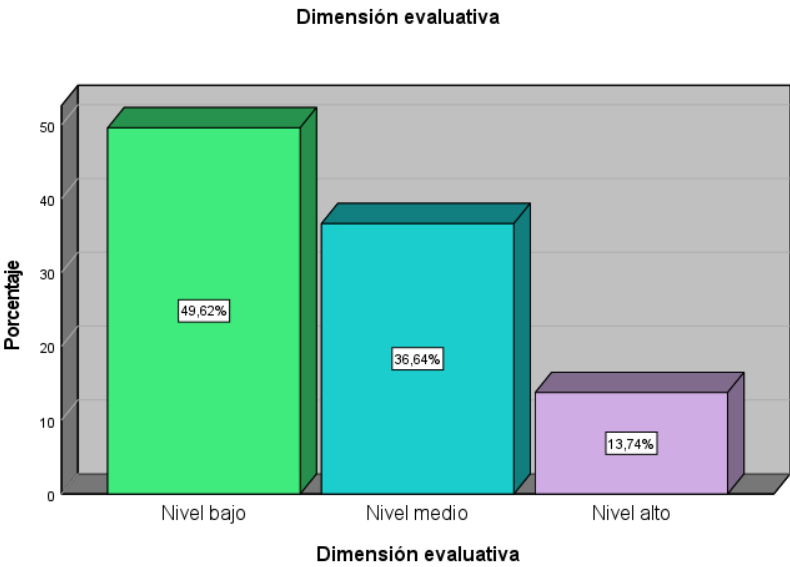
Nivel de la dimensión evaluativa del visitante

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Nivel bajo	130	49,6
Nivel medio	96	36,6
Nivel alto	36	13,7
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 24.

Nivel de la dimensión evaluativa del visitante



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 49,6% de los visitantes presentó un nivel bajo en la dimensión evaluativa, el 36,6% nivel medio y solo el 13,7% nivel alto. Esto indica que casi la mitad de los turistas percibe aspectos del atractivo con evaluaciones limitadas, un grupo importante muestra una percepción intermedia, mientras que solo una minoría valora altamente la cascada, lo que evidencia oportunidades de mejora en la calidad de la experiencia, infraestructura, atención y satisfacción general.

4.1.5.3. Ítems de la dimensión motivacional del visitante

4.1.5.3.1. Satisfacción general con la visita

Tabla 29.

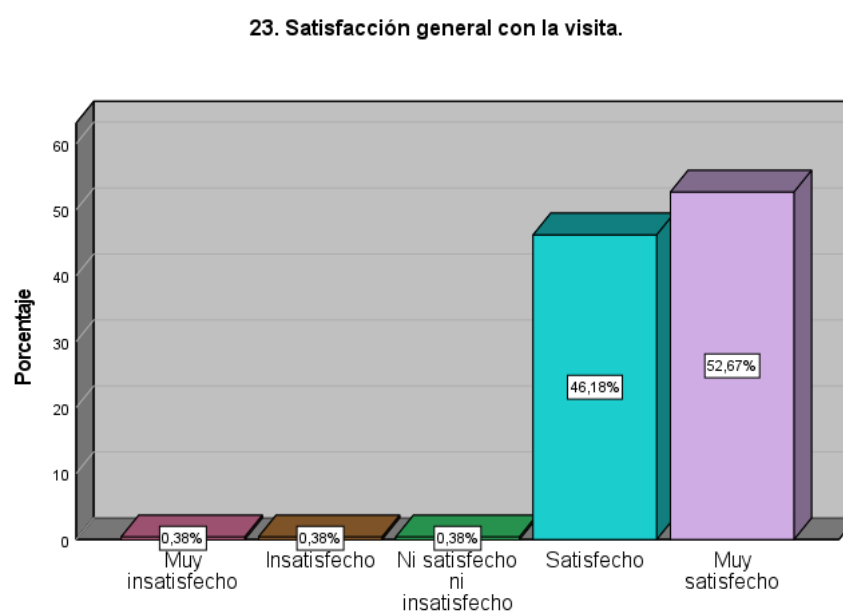
Satisfacción general con la visita

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Muy insatisfecho	1	0,4
Insatisfecho	1	0,4
Ni satisfecho ni insatisfecho	1	0,4
Satisfecho	121	46,2
Muy satisfecho	138	52,7
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 25.

Satisfacción general con la visita



23. Satisfacción general con la visita.

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 46,2% manifestó estar “Satisfecho” y el 52,7% “Muy satisfecho”, con un 1,2% restante en niveles de insatisfacción o neutralidad. Esto evidencia un nivel muy alto de satisfacción general, indicando que la experiencia en la cascada cumple con las expectativas de los visitantes.

4.1.5.3.2. Calidad percibida del servicio

Tabla 30.

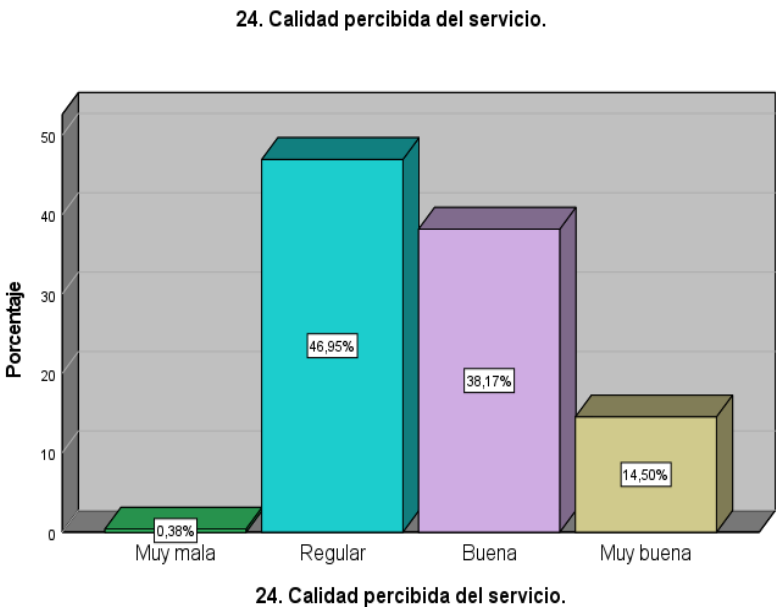
Calidad percibida del servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Muy mala	1	0,4
Regular	123	46,9
Buena	100	38,2
Muy buena	38	14,5
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 26.

Calidad percibida del servicio



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 38,2% calificó el servicio como “Buena” y el 14,5% como “Muy buena”, mientras que el 46,9% lo percibió como “Regular” y solo un 0,4% como “Muy mala”. Esto evidencia que la percepción de calidad es mayormente positiva, aunque existe un grupo significativo que la considera promedio, señalando áreas de mejora.

4.1.5.3.3. Infraestructura del lugar

Tabla 31.

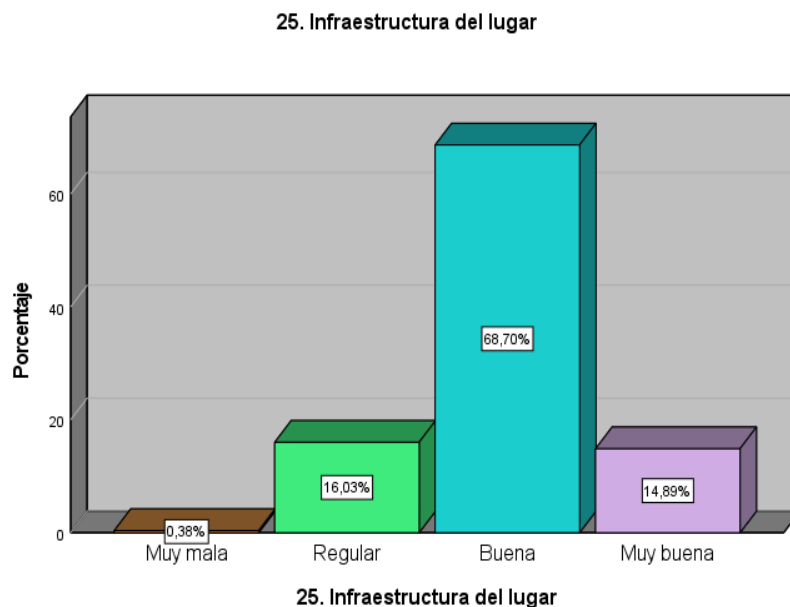
Percepción de la infraestructura del lugar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Muy mala	1	0,4
Regular	42	16,0
Buena	180	68,7
Muy buena	39	14,9
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 27.

Percepción de la infraestructura del lugar



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 68,7% percibió la infraestructura como “Buena” y el 14,9% como “Muy buena”, un 16,0% como “Regular” y solo 0,4% como “Muy mala”. Esto indica que la infraestructura es adecuada y contribuye positivamente a la experiencia del visitante, con pocas críticas negativas.

4.1.5.3.4. Atención recibida

Tabla 32.

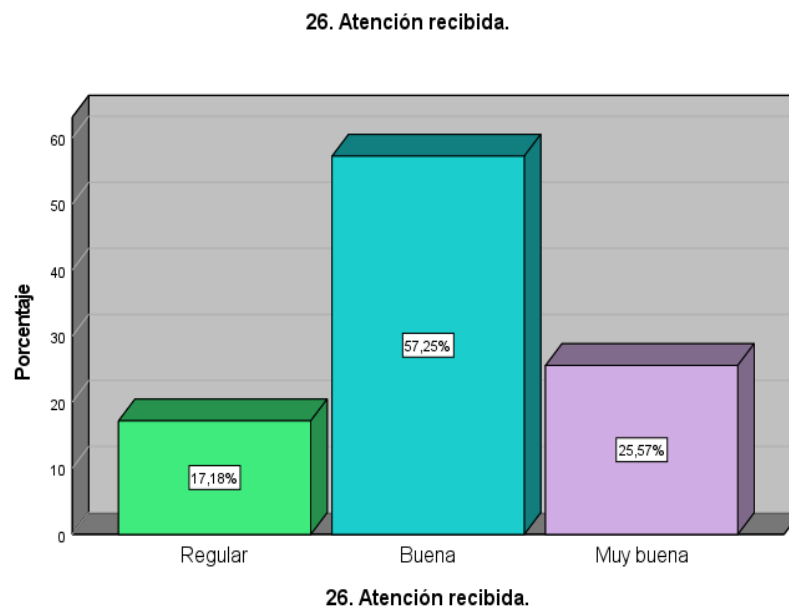
Percepción de la atención recibida

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Regular	45	17,2
Buena	150	57,3
Muy buena	67	25,6
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 28.

Percepción de la atención recibida



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 57,3% evaluó la atención como “Buena” y el 25,6% como “Muy buena”, mientras que 17,2% la consideró “Regular”. Esto evidencia que la atención es percibida de manera satisfactoria por la mayoría, aunque un grupo minoritario identifica oportunidades de mejora en el servicio.

4.1.5.3.5. Limpieza del atractivo

Tabla 33.

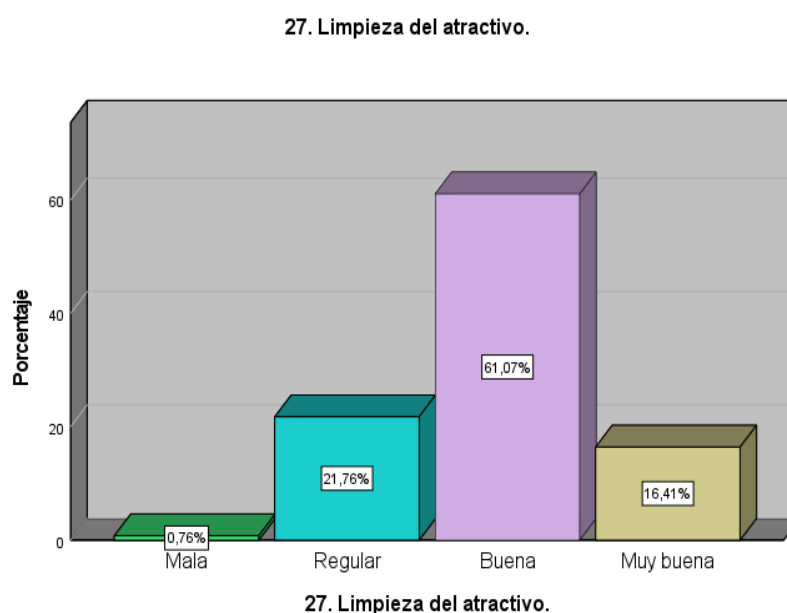
Percepción de la limpieza del atractivo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Mala	2	0,8
Regular	57	21,8
Buena	160	61,1
Muy buena	43	16,4
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 29.

Percepción de la limpieza del atractivo



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 61,1% calificó la limpieza como “Buena” y 16,4% como “Muy buena”, el 21,8% como “Regular” y solo 0,8% como “Mala”. Esto refleja que la limpieza es generalmente apreciada, aunque algunos visitantes perciben que aún puede mejorarse.

4.1.5.3.6. Seguridad percibida

Tabla 34.

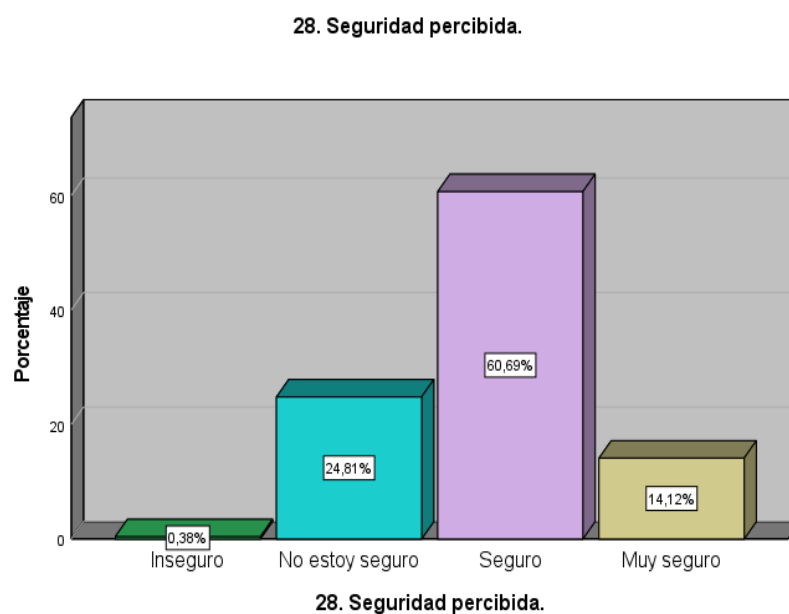
Percepción de la seguridad durante la visita

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Inseguro	1	0,4
No estoy seguro	65	24,8
Seguro	159	60,7
Muy seguro	37	14,1
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 30.

Percepción de la seguridad durante la visita



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 60,7% percibió la seguridad como “Segura” y el 14,1% como “Muy segura”, mientras que 24,8% expresó incertidumbre y 0,4% inseguridad. Esto indica que la mayoría se siente protegida, pero existe un porcentaje relevante que requiere mayor confianza en medidas de seguridad.

4.1.5.3.7. Recomendaría este atractivo a otros visitantes

Tabla 35.

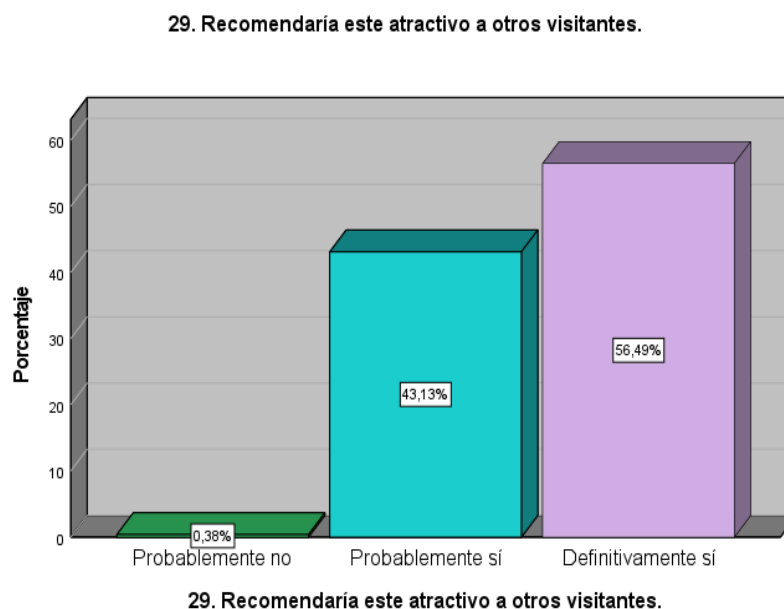
Intención de recomendar el atractivo a otros visitantes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
	f	%
Probablemente no	1	0,4
Probablemente sí	113	43,1
Definitivamente sí	148	56,5
Total	262	100,0

Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Figura 31.

Intención de recomendar el atractivo a otros visitantes



Nota. Resultados del tratamiento estadístico realizado en SPSS v. 27, 2025.

Interpretación: El 43,1% indicó “Probablemente sí” y el 56,5% “Definitivamente sí”, mientras solo 0,4% señaló “Probablemente no”. Esto evidencia una disposición muy alta a recomendar la cascada, reflejando experiencias satisfactorias y percepción positiva del lugar.

4.2. Discusión

Los resultados obtenidos en la presente investigación permitieron describir el perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta durante el año 2025, a partir de las dimensiones sociodemográfica, geográfica, motivacional, conductual y evaluativa, en correspondencia con el objetivo general del estudio. La

discusión de los hallazgos se realiza considerando los antecedentes nacionales e internacionales, así como el marco teórico que sustenta la investigación, manteniendo un enfoque descriptivo y analítico.

4.2.1. Dimensión sociodemográfica

En relación con el objetivo específico 1, orientado a identificar las características sociodemográficas de los visitantes, los resultados evidencian una predominancia del sexo femenino (67,2%), así como una mayor concentración en los rangos de edad de 18 a 25 años (42,4%) y de 26 a 35 años (30,5%), lo que refleja un perfil mayoritariamente joven. Asimismo, se identificó que el 50,4% de los visitantes son solteros y que la ocupación predominante corresponde a estudiantes (37%), lo cual sugiere una mayor disposición de este grupo poblacional para realizar visitas recreativas a destinos naturales cercanos.

Estos hallazgos guardan similitud con los estudios realizados por Atiaja Freire (2023) en Baños de Agua Santa y Acosta Carrasco y Bermúdez Sevillano (2024) en el distrito de Barranco, quienes identificaron una mayor presencia de visitantes jóvenes y de sexo femenino en destinos turísticos de carácter recreativo y natural. Desde el marco teórico, Kotler y Keller (2006) sostienen que variables como la edad, el sexo y la ocupación constituyen criterios fundamentales de segmentación del mercado turístico, lo que confirma que la cascada de Occochaca atrae principalmente a un segmento joven con interés por experiencias accesibles y de corta duración.

4.2.2. Dimensión geográfica

Respecto al objetivo específico 2, referido a determinar las características geográficas de los visitantes, los resultados muestran que la mayoría procede del ámbito regional (53,4%) y local (38,5%), principalmente de Huanta y Ayacucho. En cuanto al medio de transporte, se evidenció un uso predominante del transporte público (61,1%), mientras que el tiempo de llegada más frecuente se sitúa entre 1 y 3 horas (53,4%).

Este comportamiento coincide con lo reportado por Ramírez Orrala (2019) en la comuna Dos Mangas y Vidaurre López (2020) en el Santuario Histórico Bosque de Pómac, donde se determinó que los atractivos naturales reciben mayoritariamente visitantes de zonas cercanas. De acuerdo con Hurtado Meza

(2018) y Arias Calderón (2023), la procedencia del visitante influye directamente en la frecuencia de visita, el tipo de transporte utilizado y la duración del desplazamiento, lo que permite afirmar que la cascada de Occochaca funciona como un atractivo de alcance principalmente regional, aún en proceso de consolidación dentro del circuito turístico.

4.2.3. Dimensión motivacional

En cuanto al objetivo específico 3, orientado a describir las motivaciones de los visitantes, los resultados evidencian un predominio del nivel medio (64,9%), seguido del nivel bajo (35,1%), asimismo, se evidencia que la visita a la cascada de Occochaca está principalmente asociada a motivaciones vinculadas a la recreación, el contacto con la naturaleza y el descanso, destacando el interés por la naturaleza (97,7%), la búsqueda de nuevas experiencias (98,1%) y el descanso y la relajación (92%). Asimismo, se identificó que los visitantes suelen acudir acompañados de familiares o amigos, lo que refuerza el carácter recreativo y social del destino.

Estos resultados concuerdan con lo planteado por Devesa, Laguna y Palacios (2010), quienes señalan que las motivaciones internas, como la evasión de la rutina y el bienestar personal, influyen significativamente en la elección de destinos naturales. Del mismo modo, Atiaja Freire (2023) sostiene que la motivación constituye el motor del comportamiento turístico y se ve influenciada por el estilo de vida y las expectativas del visitante, lo que explica la preferencia por espacios naturales accesibles y de fácil visita, como la cascada de Occochaca.

4.2.4. Dimensión conductual

En relación con el objetivo específico 4, referido a describir la conducta del visitante durante su visita, esta conducta se manifiesta en las actividades realizadas, el tiempo de permanencia y el nivel de gasto, configurando un patrón de visita de corta duración y consumo moderado. Entre las actividades más realizadas, destacan la visita al museo de sitio (30,9%), el picnic (21,8%), la toma de fotografías (21,4%) y las caminatas recreativas (20,6%). Respecto al tiempo de permanencia, la mayoría de los visitantes permanece entre 1 y 3 horas (73,3%), mientras que el gasto promedio se concentra entre S/21 y S/50 (81,7%), lo que refleja una conducta propia de excursionistas y visitantes de corta estancia.

Estos resultados coinciden con los estudios de Caguana Tonato (2023) en Ambato y Marín Vargas y Pereyra Sampi (2019) en Iquitos, quienes identificaron que los visitantes de destinos naturales regionales presentan patrones de consumo moderado y estancias breves. Desde el enfoque teórico, Andrade Delgado (2016) señala que la conducta del visitante se expresa a través de la elección de actividades, el tiempo de permanencia y el consumo local, aspectos que permiten comprender la forma en que el turista interactúa con el destino. En este sentido, la conducta observada en la cascada de Occochaca responde a un patrón típico de atractivos naturales emergentes.

4.2.5. Dimensión evaluativa

Finalmente, en relación con el objetivo específico 5, referido a describir las características evaluativas del visitante, los resultados muestran un predominio del nivel bajo (49,6%) y medio (36,6%) en la valoración global del destino. No obstante, indicadores específicos como la satisfacción general (98,9%) y la disposición a recomendar la cascada (99,6%) presentan valores elevados, lo que evidencia una experiencia positiva a nivel general.

Esta aparente contradicción se explica por la valoración regular de indicadores como la calidad percibida del servicio (46,9%), la infraestructura y la percepción de seguridad, donde un 24,8% manifestó sentirse solo medianamente seguro. Estos resultados guardan relación con los estudios de Ramírez Orrala (2019) y Lescano Pretel (2024), quienes identificaron niveles evaluativos moderados en destinos naturales debido a limitaciones en infraestructura y servicios complementarios. Desde el marco teórico, Andrade Delgado (2016) y Hinojosa Chacón y Romero Mejía (2022) sostienen que la dimensión evaluativa integra diversos indicadores, por lo que deficiencias específicas pueden influir en la valoración global del destino, aun cuando la experiencia general sea favorable.

En conjunto, los resultados obtenidos en esta investigación, de acuerdo a los objetivos planteados, permiten afirmar que el perfil del visitante de la cascada de Occochaca se caracteriza por ser mayoritariamente joven, de procedencia local y regional, motivado por el contacto con la naturaleza y el descanso, con un comportamiento turístico de corta duración y gasto moderado, y con una valoración general positiva, aunque condicionada por limitaciones en infraestructura y

servicios. Estos hallazgos confirman lo señalado por Arias Calderón (2023) y Bigné, Font y Andreu (2000), en cuanto a que el análisis del perfil del visitante constituye una herramienta estratégica para la planificación y gestión turística, al permitir identificar tanto las fortalezas como los aspectos susceptibles de mejora en el desarrollo del destino.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con el objetivo general, se concluye que el perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta durante el año 2025 se caracteriza por ser mayoritariamente joven, de procedencia local y regional, motivado principalmente por el contacto con la naturaleza, la búsqueda de nuevas experiencias, el descanso y la recreación. Su conducta se manifiesta en visitas de corta duración (mayoría entre 1 y 3 horas) y gasto moderado (81,7% entre S/21 y S/50), mientras que la valoración general del atractivo se ubica principalmente en niveles bajos (49,6%) y medios (36,6%), aunque con indicadores específicos como satisfacción general (98,9%) y disposición a recomendar (99,6%) muy elevados. Estos resultados proporcionan información integral que permite orientar estrategias de planificación y gestión turística para el fortalecimiento del destino.
2. De acuerdo con el objetivo específico 1, sobre la dimensión sociodemográfica, se concluye que los visitantes presentan un perfil sociodemográfico predominantemente femenino (67,2%), concentrado en los rangos de edad de 18 a 25 años (42,4%) y 26 a 35 años (30,5%), mayoritariamente solteros (50,4%) y con ocupación principal de estudiantes (37%). Esto evidencia que el atractivo es frecuentado principalmente por un segmento joven con disponibilidad de tiempo y preferencia por actividades recreativas accesibles.
3. De acuerdo con el objetivo específico 2, en relación con la dimensión geográfica, se concluye que la mayoría de los visitantes procede del ámbito regional (53,4%) y local (38,5%), especialmente de Huanta y Ayacucho, utilizando principalmente transporte público (61,1%) y con un tiempo de desplazamiento de entre 1 y 3 horas (53,4%). Esto confirma que la cascada funciona como un destino turístico de alcance regional, dirigido principalmente a visitantes cercanos.
4. De acuerdo con el objetivo específico 3, respecto a la dimensión motivacional, se concluye que la mayoría de los visitantes presenta un nivel medio de motivación (64,9%), seguido del nivel bajo (35,1%), orientado principalmente al interés por la naturaleza (97,7%), la búsqueda de nuevas experiencias (98,1%) y el descanso y la relajación (92%), además de la posibilidad de

compartir la experiencia con familiares o amigos. Esto evidencia que el atractivo cumple una función recreativa, natural y social para el visitante.

5. De acuerdo con el objetivo específico 4, en cuanto a la dimensión conductual, se concluye que los visitantes de la cascada de Occochaca presentan un comportamiento caracterizado por actividades recreativas diversas, destacando la visita al museo de sitio (30,9%), picnic (21,8%), fotografía (21,4%) y caminatas recreativas (20,6%). La mayoría de los visitantes permanece entre 1 y 3 horas (73,3%) y realiza un gasto promedio moderado de S/21 a S/50 (81,7%), lo que evidencia un patrón propio de excursionistas y visitantes de corta estancia en destinos naturales emergentes.
6. De acuerdo con el objetivo específico 5, en relación con la dimensión evaluativa, se concluye que la valoración global del destino se ubica mayoritariamente en niveles bajos (49,6%) y medios (36,6%). Sin embargo, indicadores específicos como satisfacción general (98,9%) y disposición a recomendar la cascada (99,6%) presentan valores muy altos. Esta discrepancia se explica por percepciones regulares en la calidad percibida del servicio (46,9%), infraestructura, limpieza y seguridad (24,8% se sintieron medianamente seguros), evidenciando la necesidad de mejoras para fortalecer la experiencia turística y elevar la evaluación global del atractivo.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

1. De acuerdo con el objetivo general, orientado a describir el perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025, se recomienda que los administradores del recurso turístico, en coordinación con la Municipalidad Provincial de Huanta y los actores locales del sector turismo, utilicen la información obtenida sobre las características del visitante como base para la planificación y gestión del atractivo, a fin de orientar adecuadamente las acciones de promoción, mejora de servicios y conservación del entorno, contribuyendo a un desarrollo turístico ordenado y sostenible del distrito.
2. De acuerdo con el objetivo específico 1, referido a identificar las características sociodemográficas del visitante, y considerando la dimensión sociodemográfica, se recomienda diseñar estrategias de promoción turística dirigidas principalmente al segmento joven, tomando en cuenta que la mayor proporción de visitantes se concentra entre los 18 y 35 años de edad, con predominancia del sexo femenino y presencia significativa de estudiantes, incorporando actividades recreativas, experiencias de contacto con la naturaleza y opciones de bajo costo, difundidas a través de redes sociales y medios digitales como principales canales de comunicación.
3. De acuerdo con el objetivo específico 2, relacionado con las características geográficas del visitante, y en atención a la dimensión geográfica, se recomienda fortalecer la articulación de la cascada de Occochaca dentro del circuito turístico local y regional, mejorando la señalización vial, la información sobre accesos y la coordinación de servicios básicos de transporte, considerando que la mayoría de los visitantes procede del ámbito local y regional y utiliza transporte público, lo que permitirá facilitar el desplazamiento y consolidar el atractivo como un destino turístico de alcance regional.
4. De acuerdo con el objetivo específico 3, orientado a describir las motivaciones de los visitantes, y en relación con la dimensión motivacional, se recomienda potenciar la puesta en valor del recurso natural mediante la implementación de actividades recreativas y de contacto con la naturaleza que respondan a las motivaciones predominantes de recreación, descanso y búsqueda de nuevas experiencias, tales como la habilitación de zonas de descanso, áreas para picnic

y espacios interpretativos básicos, asegurando que estas intervenciones no afecten el equilibrio ambiental del entorno.

5. De acuerdo con el objetivo específico 4, referido a describir las características conductuales del visitante, y considerando la dimensión conductual, se recomienda implementar acciones orientadas a incrementar el tiempo de permanencia y el nivel de gasto del visitante, incentivando el consumo local a través de la oferta de productos artesanales, servicios básicos de alimentación y actividades complementarias. Asimismo, se sugiere promover prácticas de conductas responsable mediante señalización ambiental y campañas de sensibilización, considerando que la conducta observada corresponde principalmente a visitas de corta duración y consumo moderado.
6. De acuerdo con el objetivo específico 5, orientado a describir las características evaluativas del visitante, y en relación con la dimensión evaluativa, se recomienda priorizar la mejora progresiva de la infraestructura turística, los servicios básicos, la limpieza y la seguridad del atractivo, debido a que estos aspectos influyen directamente en la valoración global del visitante. A pesar de registrarse niveles favorables de satisfacción general y disposición a recomendar el destino, el fortalecimiento continuo de estos elementos permitirá mejorar la calidad percibida y consolidar una experiencia turística integral.
7. Finalmente, se recomienda que futuras investigaciones amplíen el análisis del perfil del visitante incorporando nuevas variables o desarrollando el estudio en distintas temporadas del año, con la finalidad de contar con información comparativa que contribuya a una planificación turística sostenible, estratégica y basada en evidencia para el distrito de Huanta.

CAPÍTULO VII

REFERENCIAS

- Acosta Carrasco, B. N., & Bermudez Sevillano, L. M. (2024). *Perfil del turista interno que visita el distrito de Barranco, Lima - Perú 2024* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/168147/Acosta_CBN-Bermudez_SLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Allauca Iza, J. E., & Núñez Muñoz, J. L. (2025). Análisis del perfil del turista: Caso de estudio ruta Quilotoa-Chugchilán, provincia de Cotopaxi. *Sinergia Académica*, 8(1). <https://doi.org/10.51736/pxywve75>
- Andrade Delgado, T. G. (2016). *Perfil del turista que visita la ciudad de Cuenca, influido por su reconocimiento como Ciudad Patrimonio de la Humanidad* [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional de la Universidad de Cuenca. <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c05ee10c-fcbd-4da9-b6f3-288e2037bc96/content>
- Arias Calderón, P. L. (2023). *Perfil del turista que visita el Conjunto Monumental Belén durante la pandemia COVID-19 en el año 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cajamarca. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/6090/LEONARDO%20ARIAS%20CALDER%c3%93N.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Atiaja Freire, M. C. (2023). *Estudio de perfil del visitante de la ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua* [Tesis de licenciatura, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio Institucional de la UNIANDES. <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/16990/1/UA-TURL-PDI-016-2023.pdf>
- Caguana Tonato, Y. C. (2023). *Perfil de visitante del cantón Ambato, provincia de Tungurahua* [Tesis de licenciatura, Universidad Regional Autónoma de los

Andes]. Repositorio Institucional de la UNIANDES.
<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/16840/1/UA-TURL-PDI-014-2023.pdf>

Congreso de la República del Perú. (2025). *Ley N.º 32392, Nueva Ley General de Turismo*. Diario Oficial El Peruano. https://img.lpderecho.pe/wp-content/uploads/2025/06/Ley-32392-LPDerecho.pdf?utm_source=chatgpt.com

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores.
https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores. <https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>

Hinojosa Chacón, M. M., & Romero Mejía, A. K. (2022). *Análisis del perfil del turista y su relación con el grado de satisfacción del servicio del turista que visita la Casa Museo Mario Vargas Llosa, Arequipa 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica de Santa María.
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d87b9aa1-118e-4c34-8f3d-ee2173791ba7/content>

Hurtado Meza, P. W. (2018). *Análisis del perfil del turista que visita el cantón Rioverde, provincia de Esmeraldas, en el periodo julio-diciembre 2017* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d8ebe5f1-56bd-4553-9700-b62c259e4204/content>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing* (12.^a ed.). Pearson Educación de México.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf
- Lescano Pretel, F. K. (2024). *Perfil y nivel de satisfacción de los turistas que visitan el distrito de Contumazá, región Cajamarca, 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Trujillo.
<https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/843a03c7-daea-432a-a7a4-ab917fe4968b/content>
- Marín Vargas, V. del R., & Pereyra Sampi, P. G. (2019). *Análisis del perfil del turista en el distrito de Iquitos, año 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. <https://api-repositorio.unapiquitos.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b09a4cb7-6860-4796-8c95-22afb2326da2/content>
- Medina Romero, M. Á., Rojas León, C. R., Bustamante Hoces, W., Loaiza Carrasco, R. M., Martel Carranza, C. P., & Castillo Acobo, R. Y. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú.
<https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022a). *Sistema de Información Geográfica de Recursos Turísticos del MINCETUR*. SIGMINCETUR.
https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=11784
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022b). *Sistema de Información Geográfica de Recursos Turísticos del Perú*. SIGMINCETUR.
<https://sigmincetur.mincetur.gob.pe/sigmincetur/>
- Municipalidad Provincial de Huanta. (2022, 24 de septiembre). *Perfil del visitante de Huanta*. <https://www.gob.pe/institucion/munihuanta/noticias/654189-perfil-del-visitante-la-municipalidad-provincial-de-huanta-a-traves-de-la-division-de-turismo-cultura-y-artesania-realizo-un-estudio-del-p>

- Plaza Mejía, K., & Yunga Lalvay, H. (2025). *Análisis del perfil del turista extranjero en los museos de la ciudad de Cuenca post-pandemia Covid-19* [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional de la Universidad del Azuay. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/13914/1/19437.pdf>
- Quenta Tuni, E., & Fernandez Huesembe, A. M. (2017). *Perfil del visitante del Parque Nacional del Manu (2014) y su aporte al desarrollo sostenible en las provincias de Manu-Paucartambo* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios. <https://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14070/225/004-3-12-023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez Orrala, D. J. (2019). *El perfil del turista que visita la comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio Institucional del UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ac0694a6-fc05-4fe9-affb-b26ed58e0f65/content>
- Salazar Torres, M. (2023). *Perfil del turista nacional que visita Chachapoyas, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3676/Magali%20Salazar%20Torres%20-%20FACEA.pdf?sequence=1>
- Toledo López, N. A., Bermúdez Gallegos, C., & Coronel Pérez, V. (2020). Perfil del turista de la generación Z en Ecuador. *Revista Universidad de Guayaquil*, 131(2). <https://doi.org/10.53591/rug.v131i2.1351>
- Universidad Peruana de los Andes. (2009). *Metodología de la investigación: Excelencia académica*. https://s3139b353a45d038b.jimcontent.com/download/version/1531871829/module/10942355860/name/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION%20Resumen%20UPLA.pdf

- Vásquez Ramírez, A. A., Guanuchi Orellana, L. M., Cahuana Tapia, R., Vera Teves, R., & Holgado Tisoc, J. (2023). *Métodos de investigación científica*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.094>
- Vidaurre López, T. L. (2020). *Perfil del turista nacional que visita el Santuario Histórico Bosque de Pómac-Región Lambayeque* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <https://repositorio.usat.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b3608071-0093-48d8-928a-349a92f07b7d/content>

CAPÍTULO VIII

ANEXOS

Anexo 1.

Instrumento de investigación

CUESTIONARIO ESTRUCTURADO:

PERFIL DEL VISITANTE

Estimado(a) visitante:

Reciba un cordial saludo. Le invitamos a responder este cuestionario con sinceridad. Su información será confidencial y utilizada únicamente con fines de investigación.

Instrucciones:

Marque con un aspa (X) la alternativa que considere correcta o que más se aproxime a su opinión. La información será confidencial y usada solo con fines académicos.

- | | |
|---|--|
| I. DIMENSIÓN SOCIODEMOCRÁFICA | ☐ Nacional |
| 1. Sexo: | ☐ Extranjero |
| ☐ Masculino | 8. Lugar de residencia actual: |
| ☐ Femenino | |
| ☐ Otro | 9. Frecuencia de visita: |
| 2. Edad: | ☐ Primera vez |
| ☐ Menos de 18 años | ☐ Ocasional |
| ☐ 18–25 años | ☐ Frecuente |
| ☐ 26–35 años | 10. Medio de transporte utilizado: |
| ☐ 36–45 años | ☐ Particular |
| ☐ Más de 45 años | ☐ Público |
| 3. Estado civil: | ☐ Tours |
| ☐ Soltero | ☐ Otro |
| ☐ Casado | 11. Tiempo de llegada al lugar: |
| ☐ Conviviente | ☐ Menos de 1 hora |
| ☐ Otro | ☐ 1–3 horas |
| 4. Ocupación: | ☐ Más de 3 horas |
| ☐ Estudiante | III. DIMENSIÓN MOTIVACIONAL |
| ☐ Empleado | 12. Visito este lugar por interés en la naturaleza. |
| ☐ Independiente | ☐ Muy en desacuerdo |
| ☐ Ama de casa | ☐ En desacuerdo |
| ☐ Otro | ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| 5. Nivel educativo: | ☐ De acuerdo |
| ☐ Primaria | ☐ Muy de acuerdo |
| ☐ Secundaria | 13. Busco descanso y relajación durante mi visita. |
| ☐ Técnico | ☐ Muy en desacuerdo |
| ☐ Universitario | ☐ En desacuerdo |
| ☐ Posgrado | ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| 6. Ingreso mensual aproximado: | ☐ De acuerdo |
| ☐ Menos de S/500 | ☐ Muy de acuerdo |
| ☐ S/501– S/1000 | 14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones. |
| ☐ S/1001– S/2000 | ☐ Muy en desacuerdo |
| ☐ Más de S/2000 | ☐ En desacuerdo |
| II. DIMENSIÓN GEOGRÁFICA | ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| 7. Procedencia: | ☐ De acuerdo |
| ☐ Local | |
| ☐ Regional | |

15. ☐ Muy de acuerdo
Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron.
☐ Muy en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Muy de acuerdo
16. Prefiero realizar la visita acompañado por familia o amigos.
☐ Muy en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Muy de acuerdo
17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza.
☐ Muy en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
☐ De acuerdo
☐ Muy de acuerdo
- IV. DIMENSIÓN CONDUCTUAL**
18. Actividades realizadas:
☐ Caminata
☐ Baño
☐ Fotografía
☐ Picnic
☐ Visita a museo de sitio
☐ Otro
19. Tiempo de permanencia:
☐ Menos de 1 hora
☐ 1–3 horas
☐ Más de 3 horas
20. Gasto promedio durante la visita:
☐ Menos de S/20
☐ S/21–50
☐ S/51–100
☐ Más de S/100
21. Consumo local (alimentos/productos):
☐ Sí
☐ No
22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente.
☐ Muy en desacuerdo
☐ En desacuerdo
☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

- ☐ De acuerdo
☐ Muy de acuerdo
- V. DIMENSIÓN EVALUATIVA**
23. Satisfacción general con la visita.
☐ Muy insatisfecho
☐ Insatisfecho
☐ Ni satisfecho ni insatisfecho
☐ Satisfecho
☐ Muy satisfecho
24. Calidad percibida del servicio.
☐ Muy mala
☐ Mala
☐ Regular
☐ Buena
☐ Muy buena
25. Infraestructura del lugar.
☐ Muy mala
☐ Mala
☐ Regular
☐ Buena
☐ Muy buena
26. Atención recibida.
☐ Muy mala
☐ Mala
☐ Regular
☐ Buena
☐ Muy buena
27. Limpieza del atractivo.
☐ Muy mala
☐ Mala
☐ Regular
☐ Buena
☐ Muy buena
28. Seguridad percibida.
☐ Muy inseguro
☐ Inseguro
☐ No estoy seguro
☐ Seguro
☐ Muy seguro
29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes.
☐ Definitivamente no
☐ Probablemente no
☐ No estoy seguro
☐ Probablemente sí
☐ Definitivamente sí
- ¡Gracias por su participación!

Anexo 2.

Matriz de consistencia

Título: “Perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta, 2025”

Problema	Objetivo	Variables	Metodología
Interrogante General	Objetivo General	Variable: Perfil del visitante	Tipo y nivel de investigación: Tipo: Básica.
PG. ¿Cuál es el perfil del visitante que acude a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?	OG. Describir el perfil del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.	Dimensión 1: Sociodemográfica Edad, sexo, ocupación, nivel educativo, ingreso, estado civil	Enfoque: Cuantitativo. Nivel: Descriptivo. Diseño de investigación Diseño: No experimental, transversal.
Interrogantes Específicos	Objetivos Específicos	Dimensión 2: Geográfica: Procedencia, lugar de residencia, frecuencia de visita, medio de transporte, tiempo de llegada	Método: Descriptivo–analítico. Unidad de análisis: Visitantes de la Cascada de Occochaca.
PE1. ¿Cuáles son las características sociodemográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?	OG1. Identificar las características sociodemográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.	Dimensión 3: Motivacional Motivo de visita, fuente de información, expectativas, acompañantes, experiencia buscada	Población y muestra: Población: 818 visitantes Muestra: 262 visitantes Muestreo: Probabilístico aleatorio simple
PE2. ¿Cuáles son las características geográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?	OG2: Determinar las características geográficas de los visitantes de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.	Dimensión 4: Conductual Actividades realizadas, tiempo de permanencia, gasto promedio, consumo local, comportamiento responsable	Instrumento de investigación: Cuestionario estructurado validado (29 ítems)
PE3. ¿Cuáles son las motivaciones de los visitantes que acuden a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?	OG3. Describir las motivaciones de los visitantes que acuden a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.	Dimensión 5: Evaluativa Satisfacción, calidad percibida, infraestructura, atención, limpieza, seguridad, disposición a recomendar	Técnica de investigación: Encuesta directa
PE4. ¿Cuáles son las características conductuales de los visitantes durante su visita a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?	OG4. Describir las características conductuales de los visitantes durante su visita a la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.		Escala de medición: Nominal, ordinal y Likert de 5 puntos.
PE5. ¿Cuáles son las características evaluativas del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025?	OG5. Describir las características evaluativas del visitante de la cascada de Occochaca del distrito de Huanta en el año 2025.		Análisis de datos: SPSS 27.

Nota. PG = problema general; PE = problema específico; OG = objetivo general; OE = objetivo específico.

Anexo 3.

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Tipo de escala	Forma
Variable 1: Perfil del visitante Conjunto de características demográficas, geográficas, motivacionales, conductuales y evaluativas que permiten comprender integralmente el comportamiento del turista, orientar la gestión turística y adecuar la oferta a las necesidades, preferencias y grado de satisfacción de los visitantes (Caguana Tonato, 2023; Arias Calderón, 2023)	Dimensión 1: Sociodemográfica	Sexo	1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro	Nominal	Categórica
		Edad	2. Edad: ☐ <18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ >45	Ordinal	Categórica
		Estado civil	3. Estado civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Otro	Nominal	Categórica
		Ocupación	4. Ocupación: ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Ama de casa ☐ Otro	Nominal	Categórica
	Dimensión 2: Geográfica	Nivel educativo	5. Nivel educativo: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐ Posgrado	Ordinal	Categórica
		Ingreso	6. Ingreso mensual: ☐ <S/500 ☐ S/501–1000 ☐ S/1001–2000 ☐ >S/2000	Ordinal	Categórica
		Procedencia	7. Procedencia: ☐ Local ☐ Regional ☐ Nacional ☐ Extranjero	Nominal	Categórica
		Residencia	8. Lugar de residencia: _____	Abierta	Texto
		Frecuencia de visita	9. Frecuencia: ☐ Primera vez ☐ Ocasional ☐ Frecuente	Ordinal	Categórica
		Medio de transporte	10. Medio: ☐ Particular ☐ Público ☐ Tours ☐ Otro	Nominal	Categórica
		Tiempo de llegada	11. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1–3h ☐ >3h	Ordinal	Categórica
		Interés en naturaleza	12. Visito este lugar por interés en la naturaleza	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Dimensión 3: Motivacional	Descanso y relajación	13. Busco descanso y relajación durante mi visita	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
		Fuente de información	14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo

de experiencias nuevas (Andrade Delgado, 2016; Atiaja Freire, 2023)	Cumplimiento de expectativas	15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Acompañantes	16. Prefiero visitar acompañado por familia o amigos	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Experiencia buscada	17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Dimensión 4: Conductual	18. Actividades: ☐ Caminata ☐ Baño ☐ Fotografía ☐ Picnic ☐ Visita a museo de sitio ☐ Otro	Nominal	Categórica múltiple
	Comportamiento observable del turista frente a productos y servicios, incluyendo la forma de elegir destinos, actividades realizadas, consumo, recurrencia de visitas y comportamiento responsable dentro del destino (Caguana Tonato, 2023; Andrade Delgado, 2016; Atiaja Freire, 2023).	19. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1–3h ☐ >3h	Ordinal	Categórica
		20. Gasto: ☐ <S/20 ☐ S/21–50 ☐ S/51–100 ☐ >S/100	Ordinal	Categórica
		21. Consumo local: ☐ Sí ☐ No	Nominal	Categórica
		22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente	Likert	1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Muy de acuerdo
	Dimensión 5: Evaluativa	23. Satisfacción general con la visita	Likert	1=Muy insatisfecho, 2=Insatisfecho, 3=Ni satisfecho ni insatisfecho, 4=Satisfecho, 5=Muy satisfecho
	Percepción y valoración del turista sobre su experiencia en el destino, reflejada en el grado de satisfacción y en la comparación entre expectativas y calidad de servicios y productos, incluyendo atención, infraestructura, seguridad y disposición a recomendar el destino (Andrade Delgado, 2016; Allauca Iza & Núñez Muñoz, 2025; Hinojosa Chacón & Romero Mejía, 2022)	24. Calidad percibida del servicio	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Infraestructura	25. Infraestructura del lugar	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Atención	26. Atención recibida	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Limpieza	27. Limpieza del atractivo	Likert	1=Muy mala, 2=Mala, 3=Regular, 4=Buena, 5=Muy buena
	Seguridad	28. Seguridad percibida	Likert	1=Muy inseguro, 2=Inseguro, 3=No estoy seguro, 4=Seguro, 5=Muy seguro
	Disposición a recomendación	29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes	Likert	1=Definitivamente no, 2=Probablemente no, 3=No estoy seguro, 4=Probablemente sí, 5=Definitivamente sí

Nota. Elaboración propia a partir de las fuentes citadas.

Anexo 4.

Tabla de validación por juicio de expertos

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Investigación: Perfil del visitante de la Cascada de Occochaca, Distrito de Huanta, 2025

Instrumento: Cuestionario estructurado

Número de ítems: 29

Instrucciones para el evaluador:

Se solicita evaluar cada ítem del cuestionario según su claridad, relevancia y pertinencia utilizando la escala:

DA (De Acuerdo) = 1

ED (En Desacuerdo) = 0

Marque con una "X" la opción que considere para cada ítem y, si lo desea, agregue comentarios o sugerencias para mejorar claridad o pertinencia.

CRITERIOS	OPINIÓN		OBSERVACIONES
	DA	ED	
1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro			
2. Edad: ☐ <18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–45 ☐ >45			
3. Estado civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Otro			
4. Ocupación: ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Ama de casa ☐ Otro			
5. Nivel educativo: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐ Posgrado			
6. Ingreso mensual: ☐ <S/500 ☐ S/501–1000 ☐ S/1001–2000 ☐ >S/2000			
7. Procedencia: ☐ Local ☐ Regional ☐ Nacional ☐ Extranjero			
8. Lugar de residencia:			
9. Frecuencia: ☐ Primera vez ☐ Ocasional ☐ Frecuente			
10. Medio: ☐ Particular ☐ Público ☐ Tours ☐ Otro			
11. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1–3h ☐ >3h			
12. Visito este lugar por interés en la naturaleza			
13. Busco descanso y relajación durante mi visita			
14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones			
15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron			
16. Prefiero visitar acompañado por familia o amigos			
17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza			
18. Actividades: ☐ Caminata ☐ Baño ☐ Fotografía ☐ Picnic ☐ Visita a museo de sitio ☐ Otro			
19. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1–3h ☐ >3h			
20. Gasto: ☐ <S/20 ☐ S/21–50 ☐ S/51–100 ☐ >S/100			
21. Consumo local: ☐ Sí ☐ No			
22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente			
23. Satisfacción general con la visita			
24. Calidad percibida del servicio			
25. Infraestructura del lugar			
26. Atención recibida			
27. Limpieza del atractivo			
28. Seguridad percibida			
29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes			

Datos del juez validador:

Nombre completo: _____

DNI: _____

Especialidad: _____

Huanta, ____ del mes de _____ del 2025

Firma del juez experto

Anexo 5.

Certificado validado por el juez N° 1

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Investigación: Perfil del visitante de la Cascada de Occochaca, Distrito de Huanta, 2025

Instrumento: Cuestionario estructurado

Número de ítems: 29

Instrucciones para el evaluador:

Se solicita evaluar cada ítem del cuestionario según su claridad, relevancia y pertinencia utilizando la escala:

- DA (De Acuerdo) = 1
- ED (En Desacuerdo) = 0

Marque con una "X" la opción que considere para cada ítem y, si lo desea, agregue comentarios o sugerencias para mejorar claridad o pertinencia.

CRITERIOS	OPINIÓN		OBSERVACIONES
	DA	ED	
1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro	X		
2. Edad: ☐ <18 ☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ >45	X		
3. Estado civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Otro	X		
4. Ocupación: ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Ama de casa ☐ Otro	X		
5. Nivel educativo: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐ Posgrado	X		
6. Ingreso mensual: ☐ <\$500 ☐ \$501-1000 ☐ \$1001-2000 ☐ >\$2000	X		
7. Procedencia: ☐ Local ☐ Regional ☐ Nacional ☐ Extranjero	X		
8. Lugar de residencia:	X		
9. Frecuencia: ☐ Primera vez ☐ Ocasional ☐ Frecuente	X		
10. Medio: ☐ Particular ☐ Público ☐ Tours ☐ Otro	X		
11. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1-3h ☐ >3h	X		
12. Visito este lugar por interés en la naturaleza	X		
13. Busco descanso y relajación durante mi visita	X		
14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones	X		
15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron	X		
16. Prefiero visitar acompañado por familia o amigos	X		
17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza	X		
18. Actividades: ☐ Caminata ☐ Baño ☐ Fotografía ☐ Picnic ☐ Visita a museo ☐ Otro	X		
19. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1-3h ☐ >3h	X		
20. Gasto: ☐ <\$20 ☐ \$21-50 ☐ \$51-100 ☐ >\$100	X		
21. Consumo local: ☐ Sí ☐ No	X		
22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente	X		
23. Satisfacción general con la visita	X		
24. Calidad percibida del servicio	X		
25. Infraestructura del lugar	X		
26. Atención recibida	X		
27. Limpieza del atractivo	X		
28. Seguridad percibida	X		
29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes	X		

Datos del juez validador:

Nombre completo: Rozay Edith Torres Rivero

DNI:

Especialidad: 79050619
Licenciada Turismo, Hotelería y gastronomía

Huanta, 06 del mes de diciembre del 2025

Firma del juez experto

Anexo 6.

Certificado validado por el juez N° 2

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Investigación: Perfil del visitante de la Cascada de Ococchaca, Distrito de Huanta, 2025

Instrumento: Cuestionario estructurado

Número de ítems: 29

Instrucciones para el evaluador:

Se solicita evaluar cada ítem del cuestionario según su claridad, relevancia y pertinencia utilizando la escala:

• DA (De Acuerdo) = 1

• ED (En Desacuerdo) = 0

Marque con una "X" la opción que considere para cada ítem y, si lo desea, agregue comentarios o sugerencias para mejorar claridad o pertinencia.

CRITERIOS	OPINIÓN		OBSERVACIONES
	DA	ED	
1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro	X		
2. Edad: ☐ <18 ☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ >45	X		
3. Estado civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Otro	X		
4. Ocupación: ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Ama de casa ☐ Otro	X		
5. Nivel educativo: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐ Posgrado	X		
6. Ingreso mensual: ☐ <S/500 ☐ S/501-1000 ☐ S/1001-2000 ☐ >S/2000	X		
7. Procedencia: ☐ Local ☐ Regional ☐ Nacional ☐ Extranjero	X		
8. Lugar de residencia:	X		
9. Frecuencia: ☐ Primera vez ☐ Ocasional ☐ Frecuente	X		
10. Medio: ☐ Particular ☐ Público ☐ Tours ☐ Otro	X		
11. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1-3h ☐ >3h	X		
12. Visito este lugar por interés en la naturaleza	X		
13. Busco descanso y relajación durante mi visita	X		
14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones	X		
15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron	X		
16. Prefiero visitar acompañado por familia o amigos	X		
17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza	X		
18. Actividades: ☐ Caminata ☐ Baño ☐ Fotografía ☐ Picnic ☐ Visita a museo ☐ Otro	X		
19. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1-3h ☐ >3h	X		
20. Gasto: ☐ <S/20 ☐ S/21-50 ☐ S/51-100 ☐ >S/100	X		
21. Consumo local: ☐ Sí ☐ No	X		
22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente	X		
23. Satisfacción general con la visita	X		
24. Calidad percibida del servicio	X		
25. Infraestructura del lugar	X		
26. Atención recibida	X		
27. Limpieza del atractivo	X		
28. Seguridad percibida	X		
29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes	X		

Datos del juez validador:

Nombre completo: Rosendo del Pilar Vega Lopez

DNI: 4330521

Especialidad: Lic. Turismo y Hotelería

Huanta, 22 del mes de noviembre del 2025

aurp

Firma del juez experto

Anexo 7.

Certificado validado por el juez N° 3

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Investigación: Perfil del visitante de la Cascada de Ocochaca, Distrito de Huanta, 2025

Instrumento: Cuestionario estructurado

Número de ítems: 29

Instrucciones para el evaluador:

Se solicita evaluar cada ítem del cuestionario según su claridad, relevancia y pertinencia utilizando la escala:

• DA (De Acuerdo) = 1

• ED (En Desacuerdo) = 0

Marque con una "X" la opción que considere para cada ítem y, si lo desea, agregue comentarios o sugerencias para mejorar claridad o pertinencia.

CRITERIOS	OPINIÓN		OBSERVACIONES
	DA	ED	
1. Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino ☐ Otro	X		
2. Edad: ☐ <18 ☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ >45	X		
3. Estado civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Conviviente ☐ Otro	X		
4. Ocupación: ☐ Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Ama de casa ☐ Otro	X		
5. Nivel educativo: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnico ☐ Universitario ☐ Posgrado	X		
6. Ingreso mensual: ☐ <S/500 ☐ S/501-1000 ☐ S/1001-2000 ☐ >S/2000	X		
7. Procedencia: ☐ Local ☐ Regional ☐ Nacional ☐ Extranjero	X		
8. Lugar de residencia:	X		
9. Frecuencia: ☐ Primera vez ☐ Ocasional ☐ Frecuente	X		
10. Medio: ☐ Particular ☐ Público ☐ Tours ☐ Otro	X		
11. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1-3h ☐ >3h	X		
12. Visito este lugar por interés en la naturaleza	X		
13. Busco descanso y relajación durante mi visita	X		
14. Me informé del lugar a través de redes sociales o recomendaciones	X		
15. Mis expectativas sobre el atractivo turístico se cumplieron	X		
16. Prefiero visitar acompañado por familia o amigos	X		
17. Busco experiencias nuevas y de contacto con la naturaleza	X		
18. Actividades: ☐ Caminata ☐ Baño ☐ Fotografía ☐ Picnic ☐ Visita a museo ☐ Otro	X		
19. Tiempo: ☐ <1h ☐ 1-3h ☐ >3h	X		
20. Gasto: ☐ <S/20 ☐ S/21-50 ☐ S/51-100 ☐ >S/100	X		
21. Consumo local: ☐ Si ☐ No	X		
22. Considero que mi comportamiento fue responsable con el ambiente	X		
23. Satisfacción general con la visita	X		
24. Calidad percibida del servicio	X		
25. Infraestructura del lugar	X		
26. Atención recibida	X		
27. Limpieza del atractivo	X		
28. Seguridad percibida	X		
29. Recomendaría este atractivo a otros visitantes	X		

Datos del juez validador:

Nombre completo: Santosa Aurora Cáceres

DNI: 42006998

Especialidad: Magister en Turismo y Hotelería

Huanta, 03 del mes de diciembre del 2025

Santosa

Firma del juez experto

Anexo 8.

Cálculo del coeficiente de validez

CÁLCULO DEL COEFICIENTE DE VALIDEZ

La validez indica el grado en que el cuestionario mide correctamente la variable de estudio. Este instrumento se somete a consulta de expertos utilizando el Método Delphi.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE JUICIO DE EXPERTOS

CRITERIOS	JUECES			TA
	J1	J2	J3	
Pregunta N° 1 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 2 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 3 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 4 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 5 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 6 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 7 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 8 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 9 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 10 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 11 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 12 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 13 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 14 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 15 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 16 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 17 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 18 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 19 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 20 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 21 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 21 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 23 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 24 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 25 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 26 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 27 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 28 y sus alternativas.	1	1	1	3
Pregunta N° 29 y sus alternativas.	1	1	1	3
TOTAL	29	29	29	87

Cada ítem del cuestionario se evaluó mediante una escala dicotómica: DA (De Acuerdo = 1) y ED (En Desacuerdo = 0). Los resultados de los jueces se registraron en una matriz de análisis, sumando los acuerdos (TA) y desacuerdos (TD) de todos los ítems.

FÓRMULA DEL COEFICIENTE DE VALIDEZ:

$$Validez = \frac{\text{Total de Acuerdo (TA)}}{\text{Total de Acuerdo (TA)} + \text{Total de Desacuerdo (TD)}}$$

$$Validez = \frac{87}{87 + 0} = 1$$

CONCLUSIÓN:

El instrumento alcanzó un coeficiente de validez de 1.00, correspondiente a un nivel Excelente / Muy alto, lo que confirma que los ítems son claros, pertinentes y coherentes. En consecuencia, el cuestionario es válido para su aplicación en la investigación.

NOTA:

Valores del coeficiente entre 0.90 y 1.00 indican validez excelente; de 0.80 a 0.89, validez buena; de 0.70 a 0.79, validez aceptable; de 0.60 a 0.69, baja validez; y valores menores a 0.60 indican que el instrumento no es válido y requiere rediseño.

Anexo 9.

Base de datos

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1030	1031	1032	1033	1034	1035	1036	1037	1038	1039	1040	1041	1042	1043	1044	1045	1046	1047	1048	1049	1050	1051	1052	1053	1054	1055	1056	1057	1058	1059	1060	1061	1062	1063	1064	1065	1066	1067	1068	1069	1070	1071	1072	1073	1074	1075	1076	1077	1078	1079	1080	1081	1082	1083	1084	1085	1086	1087	1088	1089	1090	1091	1092	1093	1094	1095	1096	1097	1098	1099	1100	1101	1102	1103	1104	1105	1106	1107	1108	1109	1110	1111	1112	1113	1114	1115	1116	1117	1118	1119	1120	1121	1122	1123	1124	1125	1126	1127	1128	1129	1130	1131	1132	1133	1134	1135	1136	1137	1138	1139	1140	1141	1142	1143	1144	1145	1146	1147	1148	1149	1150	1151	1152	1153	1154	1155	1156	1157	1158	1159	1160	1161	1162	1163	1164	1165	1166	1167	1168	1169	1170	1171	1172	1173	1174	1175	1176	1177	1178	1179	1180	1181	1182	1183	1184	1185	1186	1187	1188	1189	1190	1191	1192	1193	1194	1195	1196	1197	1198	1199	1200	1201	1202	1203	1204	1205	1206	1207	1208	1209	1210	1211	1212	1213	1214	1215	1216	1217	1218	1219	1220	1221	1222	1223	1224	1225	1226	1227	1228	1229	1230	1231	1232	1233	1234	1235	1236	1237	1238	1239	1240	1241	1242	1243	1244	1245	1246	1247	1248	1249	1250	1251	1252	1253	1254	1255	1256	1257	1258	1259	1260	1261	1262	1263	1264	1265	1266	1267	1268	1269	1270	1271	1272	1273	1274	1275	1276	1277	1278	1279	1280	1281	1282	1283	1284	1285	1286	1287	1288	1289	1290	1291	1292	1293	1294	1295	1296	1297	1298	1299	1300	1301	1302	1303	1304	1305	1306	1307	1308	1309	1310	1311	1312	1313	1314	1315	1316	1317	1318	1319	1320	1321	1322	1323	1324	1325	1326	1327	1328	1329	1330	1331	1332	1333	1334	1335	1336	1337	1338	1339	1340	1341	1342	1343	1344	1345	1346	1347	1348	1349	1350	1351	1352	1353	1354	1355	1356	1357	1358	1359	1360	1361	1362	1363	1364	1365	1366	1367	1368	1369	1370	1371	1372	1373	1374	1375	1376	1377	1378	1379	1380	1381	1382	1383	1384	1385	1386	1387	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397	1398	1399	1400	1401	1402	1403	1404	1405	1406	1407	1408	1409	1410	1411	1412	1413	1414	1415	1416	1417	1418	1419	1420	1421	1422	1423	1424	1425	1426	1427	1428	1429	1430	1431	1432	1433	1434	1435	1436	1437	1438	1439	1440	1441	1442	1443	1444	1445	1446	1447	1448	1449	1450	1451	1452	1453	1454	1455	1456	1457	1458	1459	1460	1461	1462	1463	1464	1465	1466	1467	1468	1469	1470	1471	1472	1473	1474	1475	1476	1477	1478	1479	1480	1481	1482
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Anexo 10.*Evidencia fotográfica*