

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



Análisis de las potencialidades turísticas de la provincia de
Utcubamba, región Amazonas 2022

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS
TURÍSTICOS

AUTOR

Monica Janett Pardo Chuquipul

ASESOR

Fanny Mabel Guadalupe Manay

<https://orcid.org/0000-0002-3475-3399>

Chiclayo, 2025

**Análisis de las potencialidades turísticas de la provincia
de Utcubamba, región Amazonas 2022**

PRESENTADA POR

Monica Janett Pardo Chuquipul

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE
SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADA POR

Yesenia Aylén Serruto Perea
PRESIDENTE

Gonzalo Andrés Amaro Saldarriaga
SECRETARIO

Fanny Mabel Manay Guadalupe
VOCAL

Dedicatoria

Dedico este trabajo en mi primer lugar a mi hija quien es mi fortaleza a seguir adelante, a mi madre quien ha sido una de los pilares a continuar mi carrera y a toda mi familia que siempre me motiva con sus consejos para ser profesional. También dedico esta investigación a mi asesora por su apoyo y su tiempo, motivándome a seguir adelante con el desarrollo de la tesis.

Agradecimientos

Agradezco a Dios porque a pesar de las dificultades que se me han presentado, he logrado culminar con éxito mi informe de tesis y a mis padres por su apoyo incondicional y emocional. También agradezco a mi asesora por su tiempo, por cada asesoría brindada y orientación para la mejora de mi investigación. Finalmente, estaré agradecida por las fuerzas que me da mi hija para estar firme ante todo obstáculo.

Análisis de las potencialidades turísticas de la provincia de Utcubamba, región Amazonas 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	www.dspace.uce.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	www.pasosonline.org Fuente de Internet	1%
4	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	ciencialatina.org Fuente de Internet	1%
6	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	rua.ua.es Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
Revisión de literatura	9
Materiales y métodos	12
Resultados y discusión	13
Conclusiones	21
Recomendaciones.....	21
Referencias.....	23
Anexos.....	25

Resumen

En estos últimos años se ha visto que el turismo en la provincia de Utcubamba ha mejorado, sin embargo, no se explota el potencial turístico, por ello se ha desarrollado esta investigación, en la que las potencialidades turísticas al día de hoy, es considerada

como competencia clave para tener más afluencia turística, en base a ello se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es el potencial turístico de la provincia de Utcubamba, Región Amazonas? Teniendo como objetivo general, analizar el potencial turístico de la Provincia de Utcubamba, región Amazonas. Respecto a la metodología, se ha podido señalar que el tipo de investigación, fue aplicada, con un enfoque mixto, con un diseño concurrente y no experimental/ de corte transversal y nivel descriptivo simple, se ha recurrido a la recolección de datos, por medio de entrevistas con una muestra de 5 especialistas en turismo y encuestas con una muestra de 381 visitantes. Los resultados han señalado que existe un alto potencial turístico, ya que cuenta con recursos turísticos inventariados, la oferta turística en cuanto al distrito más visitado de la provincia es Bagua Grande con una frecuencia de 145 visitantes; ya que es el distrito que cuentan con servicios básicos de alimentos y hospedaje, así como también cuentan con sitios turísticos accesibles para su visita; por otro lado existen tendencias de mercado los cuales han sido aceptados de forma positiva por ellos, dentro de ello es el realizar turismo de aventura y de naturaleza a lo que han respondido los encuestados.

Palabras clave: potencial turístico, oferta, demanda, competencias, tendencias

Abstract

In recent years it has been seen that tourism in the province of Utcubamba has improved, however, the tourist potential is not exploited, for this reason this research has been developed, in which the tourist potential to date is considered as key competence to have more tourist influx, based on this, the following research question was raised: What is the tourist potential of the province of Utcubamba, Amazonas Region? Having as a general objective, to analyze the tourist potential of the Province of Utcubamba, Amazonas region. Regarding the methodology, it has been possible to point out that the type of research was applied, with a mixed approach, with a concurrent and non-experimental / cross-sectional design and a simple descriptive level, data collection has been used, through from interviews with a sample of 5 tourism specialists and surveys with a sample of 381 visitors. The results have indicated that there is a high tourist potential, since it has inventoried tourist resources, the tourist offer in terms of the most visited district of the province is Bagua Grande with a frequency of 145 visitors; Since it is the district that has basic food and lodging services, as well as accessible tourist sites for your visit; On the other hand, there are market trends which have been positively accepted by them, within this is adventure and nature tourism to which the respondents have responded.

Keywords: tourism potential, supply, demand, skills, trends

Introducción

En la actualidad, el turismo se ha notado como un gran potencial tanto en el aspecto económico y social, beneficiando a los pobladores como a los turistas, para ello es necesario conocer cuáles son los tipos de turismo que se practiquen para llevarlo a cabo. Por otra parte, hay ciertos aspectos básicos para el análisis de las potencialidades turísticas; tales como: el analizar características geográficas y demográficas; la infraestructura; servicios básicos; disponibilidad de atractivos turísticos culturales o naturales; existencia de organismos públicos o privados vinculados a la actividad turística; servicios relacionados al turismo: alojamiento, restauración, actividades recreativas, etc.; ya que, si no presenta ciertos requisitos existirá una escasa percepción y poca afluencia de turismo. (Toselli, 2019)

Según El Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR, 2020) se elaboró un plan que permitió el desarrollo de la actividad turística en Amazonas, así como a potenciar su competitividad y sostenibilidad del turismo en la zona, y tomando como prioridad el bienestar de los ciudadanos. Así mismo el plan se fundamenta en ciertos pilares que permitieron dar el soporte para la gestión del desarrollo turístico. Se habla de pilares fundamentales como institucionalidad, territorio, oferta y demanda, los cuales son importantes porque permiten generar competitividad y sostenibilidad; por otro lado, la calidad, inclusión, facilitación y seguridad, son quienes van a dar el soporte para la visita o la realización del turismo.

La provincia de Utcubamba, que se encuentra ubicada en la región Amazonas, posee 55 recursos turísticos inventariados de tipo arqueológico, cultural y natural, ello de acuerdo a las fichas de inventario que gestiona la subgerencia de turismo de la municipalidad de la provincia de Utcubamba y además solo uno ha sido considerado como destino turístico y cuenta con el sello de Safe Travel.

Sin embargo, se ha identificado una problemática latente en la gestión pública para la puesta en valor de los recursos y promoción o difusión turística del territorio, ya que las autoridades del sector al no conocer dicho potencial turístico, no lo consideran dentro de sus políticas públicas, no logrando por ello ejecutar los planes y proyectos que permitan convertir dichos recursos en atractivos.

Además, las empresas prestadoras de servicios como alojamiento y alimentación, no cuentan con equipamiento, ni categorización que permita brindar al turista un servicio de calidad en la zona.

Todo ello repercute en el desarrollo turístico del lugar y en el incremento de su economía a través de la generación de emprendimientos en las comunidades cercanas a su zona de amortiguamiento.

Por consiguiente, se llega a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el potencial turístico de la provincia de Utcubamba, Región Amazonas? Teniendo como objetivo general, analizar el potencial turístico de la Provincia de Utcubamba, región Amazonas. Y por consiguiente se tienen los siguientes objetivos específicos: Describir su oferta turística, identificar su demanda turística, identificar la competencia en cuanto a las estrategias para el desarrollo del turismo e Identificar las tendencias del mercado que intervienen en el turismo.

El presente estudio se justifica por su importancia de dar a conocer a fondo el potencial turístico que cuenta la provincia de Utcubamba a través de los 55 recursos turísticos a nivel arqueológico, natural y cultural. Además, permitirá potenciar el desarrollo y la competitividad a través de dicho conocimiento para la provincia de Utcubamba. Por último, este trabajo aporta al vacío del conocimiento para la comprensión a los actores de la industria del turismo acerca del potencial que posee para que puedan generar proyectos y planes de desarrollo para la zona.

Revisión de literatura

Según Toselli (2019), El autor tiene como objetivo realizar un estudio de evaluación del potencial turístico cultural de dichas aldeas. Por consiguiente, los resultados fue que el tipo de turismo que realizan en dicha provincia, es el turismo de aventura; y que además cuenta con potencial turístico que hace accesible la realización de dicha actividad. Guardiola (2019); en su artículo tiene como objetivo analizar el potencial turístico de Santa Marta. Los resultados obtenidos fueron que los turistas más allegados a Santa Marta son para hacer turismo de sol y playa; y dentro de ello también se realizó una tabla considerando ítems en el que se conozca en que más gastan su dinero al viajar a dicho lugar, teniendo en cuenta que el resultado menor fue en compras de souvenir; ya que, no existe identidad cultural, ni gran explotación a sus patrimonios turísticos.

Según los autores Gambarota, Leonardi, & Elías (2018), cuyo objetivo de la investigación es el análisis del termalismo como patrimonio natural y cultural, así como su potencialidad turística en la ciudad de Bahía Blanca, Argentina. Se obtuvo resultados de que Bahía Blanca, tiene buen potencial para el turismo receptivo, y al considerar al termalismo como fuente importante de turismo, pues Bahía Blanca encontraría una nueva actividad turística productiva, que le dará mejor imagen para el turismo y así también se reconocerá mejor el patrimonio cultural que tiene Argentina.

Mientras que para Walkowski (2019) en su investigación plantea como objetivo manifestar el potencial de producción del turismo en Joinville, el resultado fue que lo que más se puede apreciar es en cuanto a su infraestructura y sus áreas naturales y paisajísticas que tiene Joinville para la puesta del turismo. Por otro lado, Valle (2020) en su artículo científico tuvo como

objetivo describir, ilustrar, argumentar la contribución del potencial de recursos turísticos para la recuperación económica en comunidades campesinas de la región Apurímac. Y los resultados fue la recuperación económica es factible, por el poco monto de inversión, permitiendo actividades directas e indirectas, refiriéndose al ecoturismo: hiking, trekking, acampar, andinismo, paisajismo, visita a sitios arqueológicos.

En cuanto a las bases teóricas, Según Mikery & Pérez (2014) se interpreta al potencial como la suma de posibilidades de que el ambiente natural y social pone a disposición las actividades turísticas. Por ello se debería contar con un inventario de los recursos que se tiene sobre el espacio donde se practicara el turismo, por tal motivo se ha visto en la necesidad de ver la clasificación de los atractivos en reales y potenciales para su interpretación. Para los autores Rodríguez et al (2017) el potencial turístico es apropiado ver en cuanto a la oferta que tenga el lugar que se practicaría el turismo y la demanda que se pueda evaluar de un destino a otro, así como recopilar información de los destinos en cuanto a su infraestructura y su buen acceso de acogida para el turista, podemos por lo tanto evaluar tanto como turistas como empresario la competitividad, el momento de elección en recorrer nuestras rutas y no de la competencia. Se realiza este tipo de potencialidad para que el valor del turismo crezca y que también por parte del turista se sienta satisfecho con el valor agregado que las entidades puedan realizar para que haya mejoramiento en lo que un sitio turístico tenga que otro no y que éste conlleve a visitarlo.

Para analizar el potencial turístico, se va a trabajar con el modelo de leader II (Zimmer & Grassmann, 1996), de acuerdo a las dimensiones que analiza, se trabajara con la oferta, demanda, competencias y tendencias del mercado.

Zimmer & Grassmann (1996), según los autores de acuerdo a dimensión oferta, son todos los bienes y servicios que están en el mercado laboral para ser ofrecidos, para ellos es importante realizar un inventario de factores naturales, factores socioeconómicos, factores culturales, deportes y ocio, entre otros; ya que con estos inventarios va a permitir reconocer que ofertar para que el turista visite o pernocte en el destino turístico y por ende el lugar ofertado o puesto en el mercado va a ser rentable. Así mismo, para Toselli (2019) menciona que para realizar un análisis de la oferta de las potencialidades turísticas, se tiene que evaluar todo aquello que tenga que ver con el desarrollo del turismo, cabe mencionar a dicha autora que en su investigación en la provincia de Entre Ríos, Argentina; realizado el estudio hacen análisis a la oferta del turismo, y hay escases en cuanto a hoteles y restauración, porque solo cuentan con 2 establecimientos hoteleros y dos establecimientos de restaurantes en la localidad de San Antonio, como también el acceso es difícil para poder llegar, también hace falta personal capacitado para el turismo y prestadores en el rubro turístico para así ser más viable el turismo.

Rocabado (2020) cita a Zamorano Casal, en la cual el tipo de turismo alternativo llega a ser la reactivación de actividades en zonas rezagadas y además es la conservación de la naturaleza o de aquellos patrimonios culturales que año tras año se logra mantener en un estado idóneo para la visita de los turistas. Así mismo, el turismo alternativo se encarga de que las personas tengan un respeto y que con la visita a dichas áreas se encarguen de disfrutar y conocer de las áreas verdes, como también es una fuente importante para la oferta turística.

Para Zimmer & Grassmann (1996) la segunda dimensión demanda es la cantidad medible para la producción de bienes o servicios para ofrecer a las necesidades de las personas, por ende, sirve para responder a preguntas de cuestiones cuantitativas e informaciones cualitativas. Mediante las preguntas aplicadas a turistas y/o excursionistas, uno podrá evaluar si existe demanda turística en cierto lugar. Para Llanos, Menacho, & Cerrón (2021), la demanda son todos los productos y servicios, que se pueda ofrecer para la satisfacción del cliente o turista de acuerdo a sus necesidades, por ello también se toma en cuenta los gastos para la productividad de ello y si van a ser rentables para el lugar donde se va a producir la demanda de lo tangible o intangible. Por ello para analizar la demanda de ciertos lugares, se necesita hacer un estudio de campo en el cual se obtenga información acerca de turistas en el terreno, y sus estadías en los alojamientos. Así como nos hace ver si es demandante el lugar turístico y si tiene lugares apropiados para realizar turismo, y mediante las encuestas aplicadas también podemos concluir si la oferta es adecuada y si no fuese así que cambios de oferta se haría para dicho territorio.

La tercera dimensión competencia; según el autor podría referirse al desarrollo de cierto lugar y que este suele ser muy competitivo por lo que posee como naturaleza propia, o ya sea por mano del hombre. El tema competencia es muy amplio, ya que día a día se ve mucha oferta y demanda y por lo tanto el mundo es competitivo, y más aún cuando existe turismo en las localidades, ya sea en el mismo entorno o lugares que están cercas entre sí y según lo que ofrezcan pueden ser más competitivos y sacar provecho de ello para obtener más visitas o turistas. El autor propone estrategias para analizar la competitividad, así como: Imitar a la competencia, inspirarse en la competencia y desmarcarse de la competencia. Estos ayudan a ver los errores de las competencias para evitarlas y ser mejores en el mercado (Zimmer & Grassmann, 1996). Para Rodríguez et al (2017) la competitividad tiene que tener valor en cuanto a las características para el impulso del desarrollo turístico, cuyos elementos sean primordiales para la visita del destino. Así como, por ejemplo: los destinos competidores existentes y destinos competidores potenciales.

Zimmer & Grassmann (1996), la cuarta dimensión tendencias del mercado según los autores van ligados a las nuevas expectativas de los turistas o clientes, de lo cual se ve en ellos el

comportamiento y por esto el autor propone estar anticipado a los riesgos y las oportunidades que pueden ocasionar las tendencias del mercado, ya que, en su totalidad son

buenas porque mediante estas los turistas pueden desplazarse de un lugar a otro viendo lo que le corresponde y si cumple su nivel de satisfacción, porque puede buscar en otro lo que no encontró en uno. En las tendencias se apreciará el comportamiento de los turistas por aquellas tendencias que maneje cada destino turístico, y por ello esto ayudara para la prevención de oportunidades y los riesgos que se puedan cometer; entre los métodos más recalcados por el autor se recomienda hacer pequeños debates entre turistas, pobladores y expertos; esto ayudará a ver aquellas tendencias de la localidad y evitar gastos innecesarios en aquellas tendencias que se desee implementar. Nuevas tendencias y diferenciación: Rocabado (2020) habla sobre la concientización que hoy en día se practica en el turismo, y por ende es una de las nuevas tendencias, en lo que respecta existe una diferencia con tendencias en el mercado de lo nuevo, a lo que se practicaría una tendencia por la conservación de las áreas naturales, así como las áreas protegidas por el estado. Es conveniente para que exista concientización de cuidar la naturaleza y de nuestros recursos, la práctica de diferentes tipos de turismo, así tales como turismo de aventura, ecoturismo, entre otros; los cuales ayudan a la preservación de estos. Dentro de estas nuevas tendencias se evidencia una preferencia por la singularidad, la diferenciación, la autenticidad y los espacios no degradados desde el punto de vista ambiental. (Toselli, 2019)

Materiales y métodos

La presente investigación fue de tipo básica, con un enfoque mixto, en el cual se aplicó un diseño concurrente, se tuvo en cuenta la técnica cualitativa y cuantitativa para un mejor entendimiento y medición del potencial turístico. En cuanto al enfoque cualitativo, el diseño fue de tipo narrativo y en relación al enfoque cuantitativo, con respecto al diseño, es no experimental, de corte transversal, el nivel es descriptivo, porque se pretendió conocer y describir el comportamiento de la comunidad (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La población de estudio fueron los turistas nacionales que visitan Utcubamba desde los 18 a 60 años, por ende, la cantidad de la población es finito. Según MINCETUR, en el año 2018, los visitantes nacionales a establecimientos de hospedajes en la región Amazonas, registró una cifra de 9,7 % de turistas, que corresponde a un total de 460 mil viajes registrados en la misma región; y en referencia para Utcubamba se obtuvo como resultado 44 620 visitantes registrados. Por consiguiente, según la fórmula aplicada de aleatorio simple se obtiene una muestra de 381 turistas nacionales.

Los criterios de selección a considerar fueron de inclusión, en cuanto al enfoque cuantitativo son turistas locales y nacionales, entre ellos mujeres y varones desde los 18 a 60 años, y mediante el enfoque cualitativo fueron el sub gerente de turismo, el especialista en turismo y emprendedores comerciales en el rubro turístico, quienes se encuentran laborando en la misma provincia de Utcubamba.

De acuerdo al enfoque cuantitativo se realizó la técnica de encuesta, utilizando también para ello el instrumento de cuestionario, siendo 27 preguntas, con escala ordinal de Likert cuyo valor 1 (totalmente en desacuerdo), 2 (desacuerdo), 3 (indeciso), 4 (de acuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo); así mismo, la validación fue de contenido por parte del criterio de jueces expertos que garantizaron que las preguntas presenten el contenido que se quiere medir, el segundo se obtuvo a través una confiabilidad del Alfa de Cronbach de 0,664.

En el procedimiento, se realizaron 5 entrevistas a profundidad a especialistas en turismo públicos y privados, como el sub gerente de turismo de la municipalidad de la provincia de Utcubamba, emprendedores turísticos formalizados y que se encuentren operando en el sector por más de 5 años. Los instrumentos de entrevistas y encuestas se aplicaron durante el segundo semestre del año 2022 y a inicios del mes de abril del presente año, mediante redes sociales y también en forma presencial. Por otra parte, en cuanto al enfoque cuantitativo, se realizó un cuestionario, el cual para que sea elaborado se ha operativizado la variable Potencial Turístico, siendo las dimensiones oferta, demanda, competencias y tendencias turísticas. Después de aplicar el cuestionario se descargó la base de datos de Google Drive y el procesamiento se realizó en el IBM SPSS (Alfa de Cronbach) y siendo finalmente los resultados descriptivos.

Resultados y discusión

O.E1: Describir la oferta turística de la provincia de Utcubamba, región Amazonas.

Debido a los instrumentos aplicados, se denota que existe un alto potencial de oferta turística los cuales los más visitados de la provincia de Utcubamba, son Bagua Grande, Cumba, Cajaruro, según las entrevistas.

Tabla 1

<i>Escala de frecuencia de distritos visitados</i>		
	Frecuencia	Porcentaje
Bagua Grande	145	38,1
Jamalca	90	23,6
Cajaruro	60	15,7
Lonya Grande	45	11,8
Cumba	33	8,7
Yamón	1	0,3
El Milagro	7	1,8
Total	381	100,0

Se muestra, en los datos estadísticos que los lugares más visitados, son Bagua grande (38 %), Jamalca (23%) y Cajaruro (15 %); cuyo factor determinante para su visita es porque cuentan con planta turística y servicios básicos de restauración y hospedaje. Por otro lado, se obtiene que Cumba, Yamón, El Milagro, tienen porcentajes bajos; ya que, ellos no cuentan con servicios de hospedaje y restauración.

Cabe resaltar que Bagua Grande cuenta con un destino turístico que es la laguna de Burlan; con sello internacional, lo cual se le ha dado por tener servicios básicos como (restauración, hotelería, apto para actividades de aventura).

Por otro lado, según la entrevista al sub gerente; existe un inventario de museos con restos arqueológicos: Museo Quebrada Seca Alta, el cual cuenta con restos arqueológicos y paleontológicos (no existe un estudio de ellos) Pachallama, nuevo Amazonas, Las tres Naranjas y Cerro la Torita. Algunos de ellos declarados como patrimonio cultural, pero no son trabajados. También se está trabajando en otro recurso para ser destino turístico de la provincia que es la Catarata del Loroñuna situada en el distrito de Jamalca. Así mismo, también existen patrimonios culturales como: Cerro la Torita, Cerro las Tres Naranjas, Sitio Arqueológico paleontológico Quebrada Seca Alta, Pinturas Rupestres de Tamboli. El acceso es un poco difícil, no hay un adecuado cuidado y buen manejo de conservación por parte de las autoridades. Muchas veces son los mismos pobladores que lo deterioran, no tienen educación o conciencia turística y por ende no cuidan el patrimonio. De acuerdo a ello, a pesar de su problemática se justifica los resultados obtenidos por los indicadores mencionados.

Tabla 2

Escala de medición del servicio de restauración

Valor	Frecuencia	Porcentaje
4	182	47,8
2	117	30,7
3	78	20,5
1	2	,5
5	2	,5
Total	381	100,0

Se obtuvo un 48% con escala 4 del ítem de acuerdo, los visitantes estaban de acuerdo en cuanto al equipamiento de restauración y que para otros es un 31% desacuerdo con escala 2; ya que no todos los distritos cuentan con servicio de restaurantes, así mismo, teniendo el porcentaje más bajo con 5% en totalmente de acuerdo con valor 5, fue porque en el distrito visitado si contaban con restaurantes. Con valor 1 del ítem totalmente desacuerdo con 5%, porque no todos los distritos contaban con restauración. Teniendo como resultado que el distrito de Bagua Grande es la carretera central y cuenta con servicios básicos, en relación a la planta turística con hoteles y restaurantes. A la fecha de acuerdo al directorio de empresas formalizadas de la Sub Gerencia de la provincia de Utcubamba, existe 98 establecimientos de restauración el cual brindan servicios de alimentos y bebidas, sin embargo, no son restaurantes con categorización turística; en su mayoría cuentan con visitas de saneamiento y tienen registro sanitario. (anexo 5)

Tabla 3

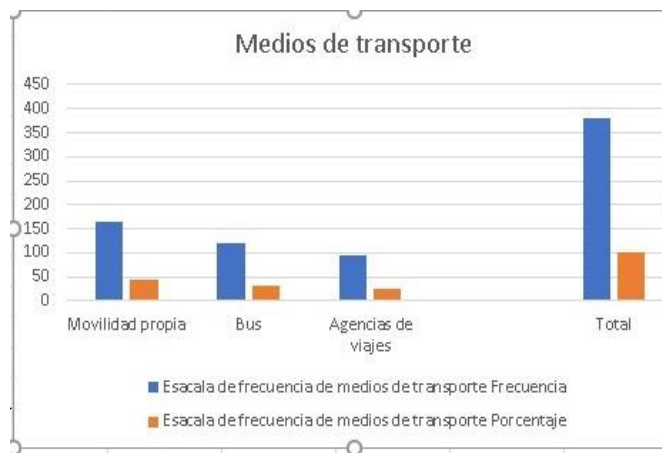
Valor	Frecuencia	Porcentaje
2	154	40,4
4	138	36,2
3	61	16,0
1	15	3,9
5	13	3,4
Total	381	100,0

Escala de medición del servicio alojamiento

Se obtuvo que el ítem desacuerdo con valor 2, tiene un porcentaje más alto con 40% en cuanto al servicio de alojamiento, ya que no todos los distritos de la provincia de Utcubamba brindan servicios de hospedaje, así mismo, el porcentaje más bajo fue un 3.4% con valor 5 del ítem totalmente de acuerdo era porque los turistas encuestados si habían pernoctado en ese distrito. También como resultado mediante la entrevista, se dijo que no hay categorización turística, pero si prestan los servicios básicos para hospedarse. Se cuenta con 39 hospedajes en el directorio turístico, sin categorización turística (anexo 6). Entre las opiniones tanto de

entrevista como las encuestas se recopiló que en equipamiento hotelero no está muy bien calificado, esta entre un servicio regular del que brindan (limpieza, orden, atención al público) y su clasificación es de 1 a 3 estrellas; y solo existen 5 hoteles con el sello Safe Travel, que han sido evaluados para ser ligados al sector turístico.

Figura 1



En cuanto a los operadores de turismo, Bagua Grande, como capital de Utcubamba no cuenta con agencias de viajes las cuales estén dedicadas al servicio turístico, por lo mismo no existe una promoción turística adecuada; donde se brinde información o den paquetes turísticos para promocionar los diferentes atractivos o recursos turísticos como cavernas, lagunas, quebradas, cataratas, etc.

Según Herrera de la Cruz (2022), en cuanto a la dimensión de comercialización turística los entes trabajadores que se encargan de promocionar el turismo, son desde la municipalidad a través de la sub gerencia de turismo y desde el espacio abierto se creó al ente gestor de turismo, así también la Organización pública (Municipalidad) quien desarrolla la promoción turística para el turismo interno.

Sin embargo, la municipalidad cuenta con presupuesto bajo para poder trabajar en el sector turístico y promocionarlo; y en relación a las entidades pública les falta motivación y conocimiento para poder potenciar los recursos e inversión para mejorar las accesibilidades a dichos lugares, convirtiéndola en una de las provincias más visitadas por turistas nacionales y no solo locales. Mientras que las respuestas de las encuestas se obtuvieron que los canales para promocionar el turismo son por intermedio de redes sociales: Asociación de hoteles, restaurantes (Ahora); Facebook; PROMPERU; Y tú qué planes.

Al describir la oferta turística según lo menciona el entrevistado licenciado en turismo Herrera de la Cruz (2022), existe recursos inventariados, y que en la provincia hay un alto potencial turístico los cuales concuerdan con la investigación de Walkowski (2019) en su

investigación plantea que lo que más se puede apreciar es en cuanto a su infraestructura y sus áreas naturales y paisajísticas que tiene Joinville para la puesta del turismo. Así mismo, también con el autor Toselli (2019) sostiene que para que exista oferta turística tiene que haber accesibilidad de recursos para poder practicar diferentes deportes, también mencionan los encuestados que es el deporte y el tipo de turismo de aventura que más practican. Además, que los autores base Zimmer & Grassmann (1996), en su análisis de la oferta turística menciona elementos que son importantes, como factores naturales, la restauración, deportes y ocio, alojamiento tal como también se ha obtenido entre los resultados de las encuestas y entrevistas.

OE 2: Identificar la demanda turística de la provincia de Utcubamba, región Amazonas.

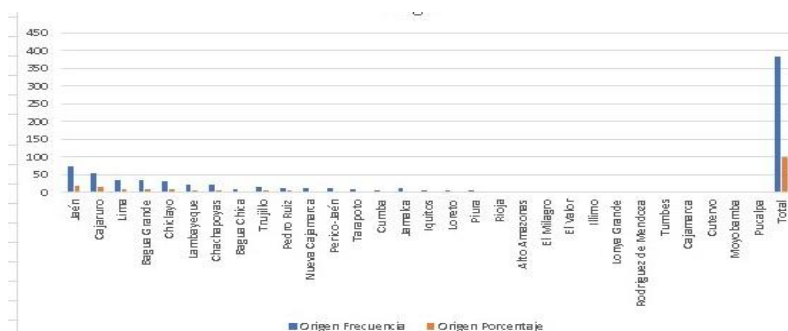
Figura 1



Nota. Extraído de IBM SPSS Statistics según la base de datos de encuestados

Según los datos obtenidos, la mayor afluencia turística es de género femenino con una frecuencia de 211 y la menor frecuencia es de 170 de género masculino. Además, por parte de las entrevistas se obtuvo información de flujo turístico de 3 000 visitantes mensuales en el distrito de Bagua Grande, en el destino turístico de Laguna de Burlan, esto quiere decir que la gente que visita este sitio turístico, va por que brindan servicios de restauración y para practicar deportes (natación, paseo en moto acuáticas y en botes). Si cuentan con un registro de pernотaciones de turistas los cuales son enviados a la SECTUR Bagua, luego a la DIRCETUR y luego se consolide enviando al MINCETUR.

Figura 2. Porcentajes de visitantes a la provincia de Utcubamba



Según el porcentaje el que mayor visita la provincia de Utcubamba, son turistas locales siendo uno de ellos Jaén con un 18%, el que más se desplaza y visita los distritos de la provincia y teniendo puntos más bajos con 0,3% Cajamarca, Cutervo y Pucallpa, que han sido en minoría los encuestados que han visitado Utcubamba.

Guardiola (2019) define que la escasez de demanda turística se debe a la poca identidad cultural, y que no existe explotación de los recursos. Sin embargo, para Gambarota, Leonardi, & Elías (2018), en su artículo consideran que para que exista demanda turística se tiene que analizar en cuanto a los patrimonios y lo que brinde como lugar turístico. Siendo así, en las entrevistas y las encuestas analizadas se obtuvo que la provincia de Utcubamba no hay gran demanda turística por falta de operadores e infraestructura turística, y tampoco una buena promoción turística, a pesar de contar con atractivos turísticos. Y en relación a los autores base Zimmer & Grassmann (1996), para que exista demanda tiene que ver en cuanto a la producción de bienes o servicios para ofrecer a las necesidades de las personas.

OE 3: Identificar la competencia en cuanto a las estrategias de la provincia de Utcubamba, región Amazonas para el desarrollo del turismo.

Se ha podido ver que entre los distritos existe escasez de competitividad; ya que, no existe destinos turísticos, a pesar de haber 55 recursos inventariados; pues en su mayoría o son difíciles en el acceso o simplemente no se conocen. Sin embargo, con la entrevista con el Lic. en turismo de la municipalidad provincial de Utcubamba, menciona que existe turismo competitivo en las demás provincias de la región Amazonas, ya sea porque tienen destinos turísticos y atractivos turísticos.

No manejan un plan de desarrollo turístico, el cual le permita tener estrategias de mejora y de competitividad para incrementar el turismo y exponer su potencial a su máximo nivel. En la provincia de Utcubamba cuenta con atracciones turísticas, una de ellas es la laguna Burlan a 10 minutos de Bagua Grande, puntos altos que se desarrollaron los antiguos conocidos Pacamuros, Chachapuyos o los Baguas, diversidad de pisos altitudinales, pero no están trabajados como los restos arqueológicos.

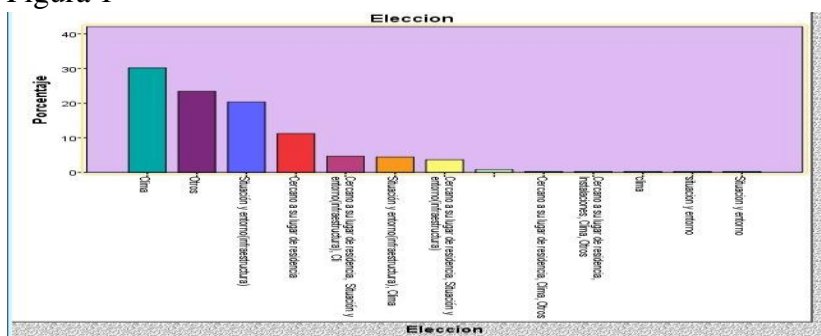
La competencia directa por flujo turístico Kuélap (segundo Macchu Picchu), Cataratas de Gocta, Yumbilla, ya tienen certificados internacional; Chachapoyas el centro histórico, museo casual de Bagua Chica, Jaén tiene flujo de visitas turísticas. El potencial que tienen los destinos competidores es la accesibilidad para los destinos, seguridad, espacios y el involucramiento de las entidades para el mayor apoyo para organizar y capacitar para generar mayores atracciones. Para ser competentes debe haber identidad cultural, trabajar otros recursos turísticos para ser

destinos y mayor inversión para convertir los atractivos en destinos. Los puntos débiles es no contar con un plan de desarrollo, accesos, clima; y los puntos fuertes es que teniendo lugares para el desarrollo turístico y considerarlos puesta en valor, ciudad emergente y puede ser un destino principal de arribo para realizar actividad turística.

Toselli (2019), al mencionar que, si un lugar posee de actividades para practicar turismo, este brinda una competencia directa; ya que, está teniendo un alto potencial para la afluencia de turistas. Así como también menciona Valle (2020), que la poca valoración de los lugares, y que no exista inversión en infraestructuras o equipamiento, no permitirá la realización de actividades o deportes turísticos, ya que son estos los que motivan a viajar a un destino y no a otro, por lo tanto también en los resultados de acuerdo a las encuestas y las entrevistas solo se visita lugares o destinos turísticos en la provincia de Utcubamba que se practiquen turismo de aventura, teniendo como competencias directas a Jaén, Bagua Chica y Kuélap. Sin embargo, Zimmer & Grassmann (1996), mediante estrategias aplicada como imitar a la competencia, inspirarse en la competencia y desenmarcarse de la competencia, muestran como resultados que el conocimiento de los puntos débiles y fuertes de los territorios de la competencia permite una mejor evaluación del potencial y riesgos del propio territorio.

OE4: Identificar las tendencias del mercado que intervienen en el turismo en la Provincia de Utcubamba, región Amazonas.

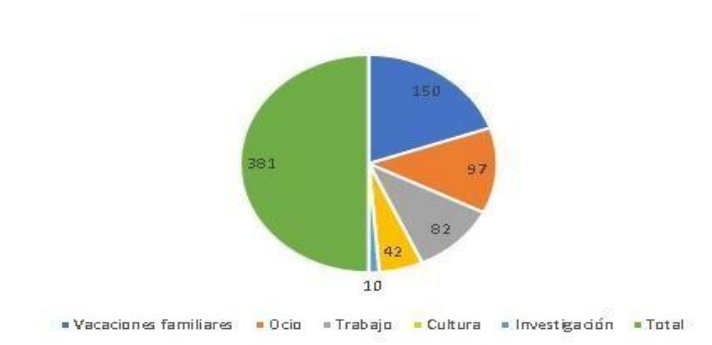
Figura 1



Según la elección de visita a las provincias de Utcubamba, es que visitan esos destinos por el ítem clima siendo un 30% uno de sus preferencias, los que marcaron por el ítem otros que tiene un porcentaje de 23%, entre sus respuestas que dieron es por lo que brindan como turismo de aventura y poder practicar deportes, así también por la conservación de patrimonios naturales y culturales.

Figura 2

Medición de porcentaje de la finalidad de viaje



En cuanto al porcentaje del porque su visita en la provincia de Utcubamba, dio un alto porcentaje lo hacían por motivos de vacaciones familiares con 39%, en segundo lugar con 25% visitaban los destinos turísticos por motivo de ocio y conocer más sobre los lugares, sin embargo, se obtuvo un 2,6% en cuanto a investigación, esto quiere decir que no hay un alto índice en descubrir nuevas zonas y sitios turísticos; concluyendo que las visitas tienen acogidas por turistas de aventura, que el impacto es positivo en cuanto a las tendencias, ya que se las tendencias del mercado han sido los diferentes deportes que se practican.

Por otro lado, de acuerdo a las entrevistas, indican que existe una gama de tendencias del mercado como recursos naturales, recursos culturales, actividades tecnocientíficas, patrones culturales de identidad. Formalizar la creación de agencias de viajes dedicadas al rubro turístico, para visitar las rutas (pinturas rupestres, cataratas, áreas de conservación, de restos arqueológicos, lagunas, de actividades de deportes ya que existe áreas para poder realizarlas).

Los efectos positivos que genera en el mercado turístico es que la gente se involucra más con el turismo; ya que, en las visitas a ciertos lugares turísticos practican diferentes tipos de deportes o también realizan el turismo de aventura, inversiones como restaurantes y locales para practicar deportes. Las nuevas tendencias turísticas de la provincia han sido implementar deportes los cuales han llevado a cabo para hacer crecer el turismo en algunos atractivos, destinos o sitios turísticos como buceo/diving, canotaje, natación, pesca deportiva, paseo en moto acuática, entre otros. Por otro lado, los efectos negativos es que existen recursos, pero hay limitantes por lo que no se conocen y no existe el apoyo para el desarrollo, así como la escasez de concientización de conservación de los espacios por la tala y el cuidado del medio ambiente. Consideran que las tendencias turísticas implementadas servirán de ejemplo para mejorar y desarrollar el turismo entre los distritos de Utcubamba.

Finalmente, según las entrevistas, respondieron que existe tendencias turísticas, como recursos culturales, naturales, y existencia de artes rupestres, sin embargo, estas se han quedado

como recursos inventariados. Los cuales tienen similitud, con los resultados del autor Valle (2020) en su artículo científico, el resultado que muestra, que han tenido efectos positivos en cuanto a las actividades directas o indirectas al ecoturismo practicándose dichos deportes como hiking, trekking, acampar, andinismo, paisajismo, visita a sitios arqueológicos. Por otro lado, uno de los entrevistados, respondió que Utcubamba ha respondido de manera positiva a las tendencias del mercado, como son innovaciones de deportes como canopy, buceo, driving, etc. Por otro lado, también con los autores Gaborata, Leonardi, & Elías (2018) mencionan que las mejores tendencias es la inversión en deportes, la conservación de patrimonios para un alto potencial turístico, también en sus resultados consideran que encuentran una nueva actividad turística en el termalismo, lo cual tiene un efecto positivo en el turista. Así mismo, para Zimmer & Grassmann (1996), concluye en su investigación que las personas que viajan lo hacen por descanso, vacacionar y buscan un entorno bien conservado; mientras y que la nueva generación sus gustos son otros y se adaptan rápido a las tendencias del mercado.

Conclusiones

Las empresas prestadoras de servicios turísticos, como hoteles y restaurantes con las que cuenta actualmente el distrito, no poseen categorización, ni estándares de calidad en su atención, así mismo por la deficiente gestión pública en el sector, no se promueve la generación de emprendimientos locales ni de operadores turísticos.

Los turistas que visitan en un mayor índice los distritos de la provincia de Utcubamba, son turistas locales, no contando con el arribo de turistas nacionales, ya que ello se debe a que el distrito no cuenta con infraestructura, ni equipamiento turístico, lo que conlleva a que no pernocten en el lugar, visiten otros recursos y no hagan uso de otros servicios complementarios.

Las entidades públicas no realizan un plan de ejecución para obtener a los recursos inventariados como sitios turísticos, por ende, falta mejor organización a los entes privados y gestores públicos para convertir a Utcubamba en destino turístico y ser competitivo directamente con los destinos potenciales, aprovechando que existe riquezas naturales y recursos inventariados, los cuales son un potencial turístico aprovechable.

La actual tendencia del mercado se relaciona con el turismo de naturaleza, aventura y de la práctica de deportes que promuevan la salud y diversión del visitante, como canopy, buceo/diving, canotaje, natación, pesca deportiva, paseo en moto acuática, entre otros. Ello permite dar una ventaja competitiva al distrito de Utcubamba, ya que los recursos potenciales estudiados son de la misma clasificación con las que se promueve dichas tendencias.

Recomendaciones

Los entes públicos deberían formar alianzas con emprendedores turísticos y facilitar la formalización de empresas prestadoras de servicios como hospedajes y restauración en los distritos que no cuentan con servicios básicos y estos a su vez deberían asociarse con agencias de viajes y estar conectados entre distritos para la realización de la oferta turística.

La Sub gerencia de turismo debe fomentar la formalización de operadores de turismo en la provincia de Utcubamba, quienes deberán diseñar y ofertar paquetes turísticos especializados en naturaleza y de aventura, los cuales se complementen con servicios de transporte, alojamiento y restauración, logrando una mayor satisfacción del visitante y por ende el incremento de la afluencia turística en los 7 distritos de Utcubamba.

Las autoridades deberían poner más énfasis en las localidades que pueden ser principales receptores turísticos, ya que ellos tienen ventajas por contar con atractivos, recursos naturales que se prestan para hacer diferentes actividades en cuanto al turismo de aventura y de naturaleza para poder ser destinos competitivos potenciales, por ende, es importante que trabajen que trabajen de la mano con todos los organismos e instituciones correspondientes al ente gestor.

Se debe sensibilizar a la comunidad local de la zona de amortiguamiento para recibir a los visitantes y en otro plano se debe preparar el recurso para la actividad turística en cuanto al turismo de aventura y turismo de naturaleza para poder facilitar a las tendencias del mercado según las capacidades de la localidad a ser aprovechables.

Referencias

- Gamborata, D., Leonardi, V., & Elias, S. (2018). Las aguas termales como patrimonio natural y cultural. Potencialidad turística en Bahía Blanca. (Argentina). 17.
- Guardiola, A. d. (2019). Potencial Turístico de Santa Marta (Colombia): Una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras. *Espacios*, 14.
- Hernández, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexicana, Reg. Num. 736.
- Llanos Flores, J., Menacho Carhuamaca, J., & Cerrón Alcocer, M. (2021). Análisis del turismo sostenible en la provincia de Utcubamba, Amazonas-Perú. 16.
- Mikery Gutiérrez, M., & Pérez Vázquez, A. (2014). *Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342014001301729&script=sci_arttext
- Nunes Medeiros, H. M., de Moura Guerreiro, L., Almeida Vieira, T., Sousa da Silva, S. M., & Silva Steel Lace, A. I. (2021). Turismo alternativo e impactos ambientales: percepción de los habitantes de una reserva extractiva en la Amazonía brasileña. 29.
- PERTUR. (2020). *PERTUR-AMAZONAS 2020-2029*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1242794/PERTUR-Amazonas.pdf>
- Pineda Reasco, A. P., Sojos López, G. L., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador.
- REPORTUR. (2020). WTTC lanza protocolos globales para reactivar el turismo.
- Rocabado, A. E. (2020). El cicloturismo y su aporte a la oferta turística de la región Valles.
- Rodríguez Torres, F., Vargas Martínez, E., Andrade Vallejo, M., & Bedolla Becerril, J. (2017). Potencial turístico en micro destinos con intervención pública: criterios de valoración. 25.
- Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *PASOS*, 19.
- Valle Díaz, F. R. (2020). Potencial de los recursos turísticos como oportunidad de recuperación económica en la región Apurímac, Perú, frente al Covid-19. 26.
- Walkowski, M. d. (2019). O Potencial da Produção Associada ao Turismo e o Turismo de Base Comunitária em Joinville-SC. 18.

Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*.
Obtenidode <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2017/01/267-evaluar-el-potencial-turistico-de-un-territorio.pdf>

Anexos

Anexo 1 Operacionalización de variables

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	Técnicas e instrumentos	
Potencial Turístico	Para que un determinado lugar tenga un potencial de desarrollo turístico tiene que optar con unas determinadas inversiones que es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. (Zimmer & Grassmann, 1996)	Oferta	Inventarios de factores naturales	Likert	Entrevista/guía de preguntas	
			Inventarios de factores culturales			
			Deportes y ocio			
			Alojamiento			
			Restauración			
		Demanda	Población local		Guía de revisión documental	
			Organizaciones turísticas locales			
			Comercialización Turística			
			Registro de huéspedes en alojamientos turísticos			Guía de revisión documental Encuestas / Cuestionario
			Análisis cuantitativo- Análisis cualitativo			
Competencias	Destinos competidores existentes					
	Destinos competidores potenciales	Entrevista / guía de preguntas				
	Efecto positivo/negativo en el destino					
Tendencias del mercado	Efecto positivo/negativo en los destinos competidores		Encuestas/ Cuestionario			
	Evolución de la demanda					
			Oportunidades			

Anexo 2

Matriz de consistencia del Análisis de las potencialidades turísticas de la provincia de Utcubamba, región Amazonas 2022

Problema de investigación	Objetivo principal	Variable/dimensiones	Indicadores	
¿Cuál es el potencial turístico de la provincia de Utcubamba, región Amazonas?	Objetivos específicos	Oferta	Variable: Potencial turístico Inventarios de factores culturales Deportes y ocio Alojamiento Restauración Población local Organizaciones turísticas locales Comercialización turística	
		Demanda	Registro de huéspedes en alojamientos turísticos Análisis cuantitativo-Análisis cualitativo	
		Competencias	Destinos competidores existentes Destinos competidores potenciales	
		Tendencias	Efecto positivo/negativo en el destino Efecto positivo/negativo en los destinos competidores Evolución de la demanda Oportunidades	
Describir la oferta turística de la provincia de Utcubamba, región Amazonas.				
Identificar la demanda turística de la provincia de Utcubamba, región Amazonas				
Identificar la competencia en cuanto a las estrategias del turismo de la provincia de Utcubamba, región Amazonas para el desarrollo del turismo.				
Identificar las tendencias del mercado que intervienen en el turismo en la Provincia de Utcubamba, región Amazonas.				
	Metodología		Técnicas e instrumentos de recolección de datos	Procedimiento y procesamiento de datos
Mixto Diseño concurrente	Cuantitativo Nivel: Descriptivo simple Tipo: aplicada Diseño: no experimental/ de corte transversal	Población: turistas nacionales Muestra: 381 Muestreo: aleatorio simple	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	El cuestionario será validado por expertos del tema y luego pasará por un criterio de fiabilidad a través del Alfa de Cronbach como resultado de una prueba piloto. Luego el cuestionario se aplicará utilizando el google drive. Para la tabulación de los datos se usará el SPSS interpretando los datos con la estadística descriptiva.
	Cualitativo Nivel: Descriptivo Diseño: narrativo	Población: especialistas en turismo públicos y privados, Muestra: 5 Muestreo: probabilístico	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de preguntas	La guía de preguntas será validada por expertos, y se contactará con ellos a través de correos electrónicos y/o teléfonos los cuales serán entrevistados de manera presencial o por zoom. La interpretación de los resultados será utilizando Word.

Anexo 3



Instrumento de recolección de datos: cuestionario dirigido a los turistas

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos

¡Un cordial saludo! Me dirijo a usted, solicitando su colaboración, a fin de recolectar los datos requeridos para el desarrollo de un proyecto de investigación.

Encuesta para medir el análisis de las potencialidades turísticas de la provincia de Utcubamba, región Amazonas 2022.

Sexo

Femenino

Masculino

Lugar de origen:

Edad

18-24 años

25-34 años

35-44 años

45-64 años

Su estadía en la provincia de Utcubamba, región Amazonas ha tenido lugar por recomendación de:

Amigos

Otras personas

Por anuncio o artículo de periódico

Agencia de viajes

Facebook

Por medio televisivo

Redes sociales

¿Qué distritos usted ha visitado?

Bagua Grande

Cajaruro

Cumba

Jamalca

El Milagro

Lonya Grande

Yamón

Que atractivos turísticos usted ha visitado:(marque las alternativas según su criterio)

Laguna Burlan

Cascada la doncella

Cascada San Antonio

Laguna del Pato

Aguas Termales Nina Yacu

Catarata la lejía

Catarata chorro blanco

Caverna del pez Blanco

Río Utcubamba

Tinajas de Cumba ()

Criterios que le han hecho elegir su visita a la provincia de Utcubamba. () Buen equipamiento hotelero

- () Clima agradable
- () Buena gastronomía
- () Agradable paisaje
- () Atractivos turísticos
- () Cercanía a su residencia

Finalidad de su estancia

- () Trabajo
- () Ocio
- () Cultura
- () Investigación
- () Vacaciones familiares

Usted viaja en:

- () Bus
- () Movilidad propia
- () Agencias de viajes

Según usted, ¿cuáles son los requisitos para que su descanso en un hotel sea placentero

- () Limpieza y orden
- () Buena atención
- () Trato agradable
- () Precios accesibles
- () Calidad de servicios

En relación a los servicios que se ofrecen en hoteles y/o restaurantes, cree usted que:

- () Es barato
- () Apropiado
- () Muy caro

Según la escala de Likert marque de acuerdo a su opinión, teniendo en cuenta el valor de cada ítem:

Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Indeciso 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
----------------------------	-----------------	------------	--------------	-------------------------

Alojamiento

- () Totalmente en desacuerdo
- () En desacuerdo
- () Indeciso
- () De acuerdo
- () Totalmente de acuerdo

Restauración

- () Totalmente en desacuerdo
- () En desacuerdo
- () Indeciso
- () De acuerdo
- () Totalmente de acuerdo

Centros de esparcimientos:

- () Totalmente en desacuerdo
- () En desacuerdo
- () Indeciso

- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Excursiones

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Que tan importante es para usted la seguridad alimentaria

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Usted cree que los desastres naturales afectan la visita al destino (lluvias, derrumbes, entre otras)

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Para su estadía en este sitio turístico es importante el nivel de delincuencia (robos, intimidación, carteristas, etc.)

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

Usted cree que afecta la inestabilidad política a la visita del destino: Totalmente desacuerdo

- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Qué percepción tiene sobre la relación calidad - precio de los servicios turísticos que ofrecen

- Totalmente desacuerdo
- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cuál es su valoración sobre el clima?

- Totalmente desacuerdo
- En desacuerdo
- Indeciso
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

¿Cómo calificaría la calidad de la comida?

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indeciso

De acuerdo

Totalmente desacuerdo

El trato es amable de los residentes

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indeciso

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Atención de los guías turísticos

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indeciso

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

La imagen del destino cumple con las expectativas

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indeciso

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Estuvo satisfecho con los sitios turísticos para visitar, existe buena o fácil accesibilidad para llegar

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indeciso

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los sitios turísticos le ofrecen las comodidades necesarias

Totalmente desacuerdo

En desacuerdo

Indeciso

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Anexo 4

Instrumento de recolección de datos: Guía de preguntas dirigida a expertos del sector turístico
Entrevista realizada con la finalidad medir el análisis potencialidades turísticas de la provincia de Utcubamba, región Amazonas 2022.



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela de Administración Hotelera y de Servicios

Turísticos Apellidos y nombre del entrevistado:

Fec

ha:

Ho

ra:

Cargo:

Buenos días, mi nombre es Mónica Pardo Chuquipul, soy estudiante de la carrera de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La siguiente entrevista es semi estructurada y tiene como finalidad medir las potencialidades turísticas de la provincia de Utcubamba 2021, región Amazonas.

Instrucciones:

La presente entrevista semi estructurada es de carácter personal y anónima. Por favor responda con sinceridad.

Cuestionario semiestructurado

Variable Potencial Turístico
Dimensión 1: Oferta
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles son los factores naturales que existen en la provincia? ¿Considera usted que la flora y la fauna está en su ambiente adecuado a su naturaleza? ¿Cuáles son? 2. ¿Qué patrimonios culturales registrados hay en la provincia de Utcubamba? ¿Cuál es su estado de conservación, existe un inventario de ello? 3. ¿Cuál es el turismo que se realiza en esta localidad? ¿Existe un registro de deportes que practiquen los turistas que visitan o van a los lugares turísticos? ¿En cuanto a la infraestructura, cree usted que es apropiada para realizar turismo y que tipo de turismo se practica? 4. ¿Qué deportes se practican en los destinos turísticos? ¿Qué podrían implementar para una mayor acogida turística? 5. ¿Usted, como parte de la entidad pública y experto en turismo considera que en el sector hotelero está bien equipado para ofrecer al turista un buen ambiente? ¿Cuántos hoteles están registrados que solo se dedican al sector turístico? ¿los hoteles registrados tienen categorización y clasificación? ¿Hasta qué categoría y clasificación tienen? 6. ¿Cree usted que los restaurantes cuentan con un ambiente de confort para el servicio de los turistas? ¿ay un registro de restaurantes que estén liados a las actividades turísticas, cuantos hay? ¿Todos los servicios de restauración cuentan con registro sanitario? ¿En tiempos de pandemia, cree usted que se ha podido controlar el protocolo para evitar contagios? 7. ¿Cuáles son las inquietudes de la población local para el desarrollo del turismo? ¿Cree usted que es importante la participación de la población con el municipio para mejorar el desarrollo turístico, ya que en su mayoría la misma población es la que brinda el servicio de restauración y hospedajes a los turistas? ¿cuáles son las atracciones turísticas de los distritos de la provincia de Utcubamba? 8. ¿Existe sensibilidad turística por parte de los pobladores? ¿Cómo cooperan en el desarrollo del turismo? 9. ¿Quién está encargado de promocionar el turismo en la provincia? ¿Existe alguna organización turística que apoye al turismo interno y como lo promociona? ¿Cuáles son las organizaciones que apoyan al turismo en la provincia de Utcubamba?

10. ¿Con qué presupuesto trabajan?
11. ¿Cuál es la comercialización turística que manejan para que exista oferta turística?
12. ¿Existe ya un plan de desarrollo turístico?

Dimensión 2: Demanda

1. ¿Cuentan con un registro en hoteles de los turistas en la localidad?
2. ¿Cuántos son los destinos más apropiados para realizar turismo?
3. ¿Existen registros de pernотaciones o solo de excursionistas en la provincia de Utcubamba?

Dimensión 3: Competencia

1. ¿Cuál es la competencia directa que tienen en el rubro turístico?
2. ¿Qué potencial tienen otros destinos que en el distrito de Utcubamba no lo tenga?
3. ¿Qué potencialidades turísticas pueden faltar para ser competidores fuertes?
4. ¿Cuál creen que son los puntos débiles o fuertes para ser destino competidor con los destinos locales?

Dimensión 4: Tendencias del mercado

1. ¿Qué oportunidades existe con el turismo en el distrito?
2. ¿Qué efecto positivo o negativo ha generado la tendencia del mercado turístico?
3. ¿Cómo afectaría una nueva tendencia en el mercado a los pobladores?
4. ¿Cómo se podría beneficiar la provincia con esta evolución?

Anexo 5

Recolección de datos: revisión documental directorio turístico de restauración

BASE DE DATOS DECLARACIONES JURADAS RESTAURANTES ARTICULO 7º D.S. 025 - 2004 - MINCETUR														
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DOMICILIO	DISTRITO	PROVINCIA	TELÉFONO	Nº MESAS	Nº SILLAS	E_MAIL	LICENCIA MUNICIPAL	TIPO DE COMIDA	DECLARACIÓN JURADA	CONSTANCIA	OBSERVACIONES
RESTAURANT ROMANA EIRL	RESTAURANT ROMANA EIRL	ISALO HERNANDEZ LEYVA ESP	JR. SAN MARTIN 346	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	041-479164	22	88	ayra_Coacubamb@mail.co	SI	Nacional, internacional, mond.	SI	SI	
RESTAURANT POLLERIA CASA BLANCA	RESTAURANT POLLERIA CASA BLANCA	JONALDO CAMPOS FERNANDEZ	JR. ANGHAMOS 463	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	979619985	16	64	stolocarablanca463@gmail.co	SI	Nacional, internacional, mond.	NO	NO	
REST. POLLERIA LA GRANJA	REST. POLLERIA LA GRANJA	TRIA BERBAYIL CARRONERO	JR. ANGHAMOS 463	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	97981030	25	100		NO	Nacional, regional y mond.	NO	NO	
RESTAURANT PANCATERIA ESTELITA	RESTAURANT PANCATERIA ESTELITA	JMA ESTEITA PINEDO GUAYAN	JR. ANTONIO JOSE DE SUCRE 1244	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	989702549	16	72		SI	Cocina y pastelería	NO	NO	
RECORO TURISTICO LOS DELFINES	RECORO TURISTICO LOS DELFINES	ANOSCAR RAMIREZ ALTAMIRA	JR. CONDORCAMOVI 277	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	94691077	30	120		SI	Pastelería y Heladería	NO	SI	
LUSO ELY JIMENEZ DELGADO	RESTAURANT PANCATERIA A LA VALENTINA	LUSO ELY JIMENEZ DELGADO	JR. CIRCONVALACION 345	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	96899429	10	72	luz_83@hotmail.com	SI	Nacional (cocina, pastelería, etc.) y regional.	NO	NO	
NINA ISABEL CARRANZA GUEVARA	RESTAURANT EVELYN	NINA ISABEL CARRANZA GUEVARA	JR. CIRCONVALACION 343	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	98910390	10	40		SI	Regional y típica.	NO	NO	
NEYDI CARRANZA GUEVARA	RESTAURANT CASA BLANCA	NEYDI CARRANZA GUEVARA	JR. CIRCONVALACION 374	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	97272442	8	32	neydi83@hotmail.com	SI	MENU	NO	NO	
NANCY LILY PERALTA CUETA	RECORO MROMINA	NANCY LILY PERALTA CUETA	JR. CIRCO ALEGRIA 1021	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	964856405	24	96	nillylilyperalta30@gmail.com	SI	Cocina y pastelería	NO	NO	
INVERSIONES CORRALITO SAC	CORRALITO	NAPOLEON GARCIA TORRES	AV. CHACHAPOTAS 1654	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	958135241	50	200		SI	Pastelería, panadería y platos a la carta.	NO	NO	
JHON DARLY ZAGAGETA ROJAS	JUGERIA - HELADERIA - SNAOK - DIFRUTA	JHON DARLY ZAGAGETA ROJAS	AV. CHACHAPOTAS 1932	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	93961687	10	40		SI	JUGERIA/HELADERIA	NO	NO	JUGERIA
FLOR ANGELICA SANCHEZ DE CHIPILLON	HELADERIA EL REFUGIO	ANGELICA SANCHEZ DE CHIPILLON	AV. CHACHAPOTAS 1990	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA		31	120		SI	HELADERIA	NO	NO	HELADERIA
PANADERIA Y PASTELERIA ANIMO EIRL	PANADERIA Y PASTELERIA ANIMO EIRL	LIDONIL OLIVERA RAMIREZ	AV. CHACHAPOTAS 2592	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	93192729	4	16		SI	Pastelería	NO	NO	
ALEJANDRINO GONZALES DIAZ	RESTAURANT HAWAY	ALEJANDRINO GONZALES DIAZ	AV. CHACHAPOTAS 2440	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	96840293	16	64		SI	Nacional, regional y mond.	NO	NO	
NILDA VASQUEZ CORDOYA	RESTAURANT TERMINAL	NILDA VASQUEZ CORDOYA	AV. CHACHAPOTAS 2440	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	94481040	9	36		SI	MENU	NO	NO	
NOE GUEVARA CORONEL	CENTRO RECREACIONAL ZAFIRO	NOE GUEVARA CORONEL	JR. AGUSTIN GAMARRA 216	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	94933050	30	120	zafirocentrocbg@gmail.com	SI	Nacional, regional, mond y Heladería	NO	NO	
SILVER VIDAL	YLLAYAYU	SILVER VIDAL	FR. MANO INCHA 150	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	942745017	50	200		SI	Cocina, regional	NO	NO	
NILTON CESAR RIOS AGUILAR	MARISQUERIA Y PANCATERIA EL ZURDO	NILTON CESAR RIOS AGUILAR	JR. MICHAEL BASTIDAS 200	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	97825611	16	64		SI	Cocina y camarótera	SI	SI	
DEBI CHAVEZ ZUMETA	LOS CANTAROS	DEBI CHAVEZ ZUMETA	JR. MICHAEL BASTIDAS 240	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	96844840	30	120	giacubamb0@gmail.com	SI	Pastelería, Heladería, cafetería y regional	SI	SI	
HUGO HUMBERTO TARRILLO CALLE	RESTAURANTE MARISQUERIA EL PALACIO D	HUGO HUMBERTO TARRILLO CALLE	AV. CHACHAPOTAS 2497	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	95389090	5	20		NO	Cocina, crujidos, corts	NO	NO	
FLOR MARILU TARRILLO CARRANZA	MARISQUERIA LIMON Y AJI	OR MARILU TARRILLO CARRANZA	AV. CHACHAPOTAS 3600	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	96840251	10	40		SI	MENU, regional.	NO	NO	
ELINA TROYES VALLEJOS	MARISQUERIA EL BUHO	ELINA TORRES VALLEJOS	JR. CRISTOBAL COLON 1253	BAGUA GRANDE	UTCUBAMBA	93770342	35	140		SI	Pastelería y Heladería	SI	SI	

Anexo 6 Recolección de datos: revisión documental directorio turístico de hospedajes

RELACION DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE LA PROVINCIA DE UTCUBAMBA

Nº	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	TELEFONO	DIRECCION	CLASE	CATEG.	Nº HABITAC.	Nº DE CAMAS
01	HOTEL "RIO HOTEL"	CARLOS ALBERTO, RUIZ PAREDEZ	041-795860	Jr. Capac Milu Nº 115 - San Luis	Hotel	3 estrellas	38	46
02	HOTEL "NIEVA" E.I.R.L.		041-474365	Jr. Felipe Santiago Nº 640	Hotel	3 estrellas	24	30
03	HOTEL "JARD ROCK"	JOSE OMAR, OCAMPO ROMERO	041-474649	Jr. Rodriguez de Mendoza Nº 330	Hotel	3 estrellas	21	32
04	HOTEL "BAGUA GRANDE"	DANTE LOAYZA VALDEIGLESIAS	041-474813	Av. Chachapoyas Nº 2126	Hotel	3 estrellas	30	46
05	HOTEL "MEJIA"	EDUVIJES, INGA HERRERA	041-474852	Jr. Mesones Muro Nº 282-2do piso	Hotel	3 estrellas	45	48
06	HOTEL "EL EDEN"	BRITALDO MOLOCHO CHUQUICAH	041-475004	Av. Chachapoyas Nº 2801	Hotel	3 estrellas	22	39
07	HOTEL "SIGAPUR"	EDGARDO, GARCIA ALVARADO	041-474572	Jr. San Martin Nº 319	Hotel	3 estrellas	15	30
08	HOTEL "IRIS"	OSCAR A. UBILLUS MONTOYA	041-474115	Av. Chachapoyas Nº 2390	Hotel	2 estrellas	32	50
09	HOTEL "LEYVA"	MARIA M. LEYVA CUBAS	041-793989	Av. Chachapoyas Nº 2840 -2do piso	Hotel	2 estrellas	26	26
10	HOTEL "ADRIAN" E.I.R.L.		943972447	Av. Chachapoyas Nº 2206	Hotel	2 estrellas	22	31
11	HOTEL "BARCELONA"	ARBILDO, RIVERA MALLAP	041-317542	Jr. Angamos Nº 199	Hotel	2 estrellas	13	25
12	HOSTAL "DANNA"	ORLANDO, LEYVA CASTAÑEDA	041-503244	Av. Chachapoyas Nº 2444	Hostal	2 estrellas	11	14
13	HOSTAL "UNIVERSO"	OSCAR, TANTALEAN CABRERA	041-474262	Av. Chachapoyas Nº 2672	Hotel	2 estrellas	10	10
14	HOSTAL "MARAÑÓN"			Jr. Oriente Nº 245 - Cumba	Hostal	2 estrellas	12	18
15	HOSTAL "MONTECRISTO"	BRENILDA, VERA SOTO	041-475216	Av. Chachapoyas Nº 2274	Hostal	2 estrellas	25	36
16	HOSTAL "TAVARIZ"	SEGUNDO A. VELAYARCE CHUQU	041-474041	Av. Chachapoyas Nº 2511	Hostal	2 estrellas	11	17
17	HOSTAL "VILLEGAS"	PETRONILA, SANDOVAL DE VILLEG	041-503169	Av. Chachapoyas Nº 2540	Hostal	2 estrellas	10	12
18	HOSTAL "SANTA FE" EIRL	OLGA E. MENDOZA VASQUEZ	041-474626- 994452442	Av. Mariano Melgar Nº	Hostal	2 estrellas	18	24
19	HOSTAL "CESAR"	CESAR A. TAFUR ESTELA	941878389	Av. Chachapoyas Nº 1921	Hostal	2 estrellas	6	7
20	HOSTAL "LA POSADA"			Jr. Simon Bolivar Nº 406	Hostal	2 estrellas	9	13
21	HOSTAL "PAULINA"	MELCHORA, CERNA RODAS		Av. Chachapoyas Nº 2209	Hostal	2 estrellas	37	76
22	HOSTAL "GRAN ATLANTA"			Av. Chachapoyas Nº 2446	Hostal	2 estrellas	28	30
23	HOSTAL "RENACER"	GRISIELIA, TICLLA IDROGO	979762298	Jr. Jorge Chavez S/n - Lonya Gde.	Hostal	1 estrella	6	8
24	HOSPEDAJE "VIVIND"	VICTOR R. GUIPE IÑIGO	#964954291	Jr. Circunvalacion Nº 1440	Hospedaje	--	5	6
25	HOSPEDAJE "CAJAMARCA"	SEGUNDO A. VILCHEZ REATEGUI	041-503015	Jr. Garcilazo de la Vega Nº 101	Hospedaje	--	12	12
26	HOSPEDAJE "CIEZA"	WILSON B. CIEZA FERNANDEZ	041-317560	Jr. Angamos Nº 248	Hospedaje	--	10	10
27	HOSPEDAJE "ALPHA"	ESTHER E. DIAZ ALEJANDRIA	041-474273	Av. Chachapoyas Nº 1750	Hospedaje	--	6	6
28	HOSPEDAJE "ANI LUZ"	MARIA A. VILLEGAS DE CORNEJO	041-317694 - 941714897	Av. Chachapoyas Nº 2268	Hospedaje	--	11	20
29	HOSPEDAJE "M&M"	ROSA. MIRANDA REATEGUI		Jr. Garcilazo de la Vega Nº 350	Hospedaje	--	11	11
30	HOSPEDAJE "RAIN"	SEGUNDO D. CHAVEZ FERNANDEZ	041-474346	Av. Mariano Melgar Nº 341	Hospedaje	--	6	8
31	HOSPEDAJE "SANTA ISABEL"	ESTEBAN, HIDALGO VELA	3,49E+10	Jr. Garcilazo de la Vega Nº 473	Hospedaje	--	23	24
32	HOSTAL "SAN FERNANDO"	LUZ FGLINA, HUAMAN VALDIVIA	#975350610	Av. Chachapoyas N° 2089	Hostal	2 estrellas	10	10
33	"SOL DEL VALLE"	JOSE , BENAVIDES ESTELA	966952381	Carretera F. Belaudes N° 230.5 A	Hotel	2 estrellas	16	32
34	"AMAZONAS"	NIRSA HERRERA CARRANZA	041-793008	Av. Chachapoyas N° 2284	Hostal	2 estrellas	28	28
35	"SOL RADIANTE"	JUAN MIGUEL, HEREDIA TROYA	3,7E+09	Jr. Nicolas de Pierola N° 260	Hostal	2 estrellas	15	15
36	"SOL DE UTCUBAMBA" HOTEL	ROSA ELENA, CRUZALEGUI PARDI	990110757	Jr. Sinchi Roca Nº 301 Caserio San Lu	Hotel	2 estrellas	13	15

Anexo 7 fichas de expertos
Experto 1



CARTA DE INVITACIÓN A EXPERTO – VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Chiclayo, 24 de octubre del 2022

Mtro. Fanny Mabel Manay

Guadalupe,

Cargo: Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales

Presente.

Me dirijo a usted en calidad de estudiante de la carrera profesional de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Actualmente, me encuentro elaborando mi tesis, estando en la fase de recolección de datos de mi investigación.

En ese sentido, el objetivo de la presente comunicación es solicitar su valiosa colaboración en la validación del instrumento que utilizaré para la recolección de datos del informe de tesis titulado **“Análisis de las Potencialidades Turísticas de la provincia de Utcubamba, región Amazonas 2022”**.

Agradezco anticipadamente las observaciones y sugerencias brindadas, ya que me permitirán mejorar la versión final del instrumento de recolección de datos. Para ello, adjunto la matriz de consistencia, diseño del instrumento y la hoja de registro e instrumento del juez.

Esperando contar pronto con su respuesta, teniendo como medio de contacto el siguiente mail: monicapardo49@gmail.com

Atentamente,

MONICA JANETT PARDO CHUQUIPUL



HOJA DE REGISTRO DEL JUEZ –VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Estimado Juez Experto, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento de recolección de datos, donde se debe establecer la pertinencia de cada ítem contemplado, según estime conveniente y marcando una alternativa de acuerdo al siguiente baremo:

- a) Esencial: Ítem coherente con la dimensión/variable y de fácil comprensión
- b) Importante: Aunque no esencial, el ítem aporta a la dimensión/variable y es de fácil comprensión.

- c) Innecesario: El ítem no es coherente con la dimensión/variable y no es de fácil comprensión.

A continuación, por favor identifique el ítem o pregunta y marque con un aspa en la casilla que usted considere conveniente. Además, se agradece anticipadamente si contempla alguna observación.

NOMBRE DE LA VARIABLE: Potencialidades Turísticas

N°	ÍTEMS	ESENCIAL	IMPORTANTE	INNECESARIO	OBSERVACIONES
1					
2					
3					
	Amplíe según estime conveniente				

I. SUGERENCIAS: (realizar todas las observaciones, críticas o recomendaciones que considere oportunas para mejorar el instrumento)

1. Se envían observaciones como comentarios al documento. Debería ser con calificación de bueno, muy buena. Por otros medios de comunicación. Redes sociales.
2. Agregar la opción de atractivos turísticos, además muchos querrán marcar varias opciones, no sola una. Opción investigación.
3. Eliminar "cortés"
4. Hay varias preguntas en la redacción, deberá dividir las
5. La entrevista me parece adecuada

I. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Levantar observaciones para poder aplicar instrumentos.



Fanny Mabel Manay Guadalupe

Experto 2



CARTA DE INVITACIÓN A EXPERTOS – VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Chiclayo, 24 de octubre del 2022

Lic. Jean Carlo Esparta, especialista en turismoPresente.

Me dirijo a usted en calidad de estudiante de la carrera profesional de Administración de Hotelera y de Servicios Turísticos de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Actualmente, me encuentro elaborando mi tesis, estando en la fase de recolección de datos de mi investigación.

En ese sentido, el objetivo de la presente comunicación es solicitar su valiosa colaboración en la validación del instrumento que utilizaré para la recolección de datos del informe de tesis titulado **“Análisis de las Potencialidades Turísticas de la provincia de Utcubamba, región Amazonas 2022”**.

Agradezco anticipadamente las observaciones y sugerencias brindadas, ya que me permitirán mejorar la versión final del instrumento de recolección de datos. Para ello, adjunto la matriz de consistencia, diseño del instrumento y la hoja de registro e instrumento del juez.

Esperando contar pronto con su respuesta, teniendo como medio de contacto el siguiente mail: monicapardo49@gmail.com

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Pardo', is shown within a rectangular box.

MONICA JANETT PARDO CHUQUIPUL

HOJA DE REGISTRO DEL JUEZ – VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Estimado Juez Experto, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento de recolección de datos, donde se debe establecer la pertinencia de cada ítem contemplado, según estime conveniente y marcando una alternativa de acuerdo al siguiente baremo:

- a) **Esencial:** Ítem coherente con la dimensión/variable y de fácil comprensión.
 - b) **Importante:** Aunque no esencial, el ítem aporta a la dimensión/variable y es de fácil comprensión.
 - c) **Innecesario:** El ítem no es coherente con la dimensión/variable y no es de fácil comprensión.
- A continuación, por favor identifique el ítem o pregunta y marque con un aspa en la casilla que usted considere conveniente. Además, se agradece anticipadamente si contempla alguna observación.

NOMBRE DE LA VARIABLE:

N°	ÍTEMS	ESENCIAL	IMPORTANTE	INNECESARIO	OBSERVACIONES
1					
2					
3					
	Amplíe según estime conveniente				

- II. **SUGERENCIAS:** (realizar todas las observaciones, criticas o recomendaciones que considere oportunas para mejorar el instrumento)
 1. En dimensiones: creo que debe decir “competencia” quítale la s
 2. no se si “folleto” es lo que tengas que poner quiz sea “información” pregunta 5.
 3. Pregunta 7: agregar “otros”...
 4. Corregir la ultima palabra preg 8.
 5. Pregunta 8: agregar “otros”...
 6. Pregunta 9: agregar “otros”...

-
- III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** Levantar observaciones para poder aplicar instrumentos.



Jean Carlo Esparta