



**FACULTAD DE INGENIERÍA GEOGRÁFICA, AMBIENTAL Y EN ECOTURISMO**

VALORACIÓN ECONÓMICA TURÍSTICA DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD

HUANCA EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO, JUNÍN

**Línea de investigación:**

**Construcción sostenible y sostenibilidad ambiental del territorio**

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniera en Ecoturismo

**Autora:**

Salcedo Aliaga, Paola Ingrid

**Asesora:**

Rojas León, Gladys

(ORCID: 0000-0003-2961-9643)

**Jurado:**

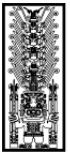
Alvarado Perez, Karina Milagros

Esenarro Vargas, Doris

Valdivia Orihuela, Braulio Armando

**Lima - Perú**

**2023**



**FACULTAD DE INGENIERÍA GEOGRÁFICA, AMBIENTAL Y EN ECOTURISMO**

**VALORACIÓN ECONÓMICA TURÍSTICA DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD**

**HUANCA EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO, JUNÍN**

**Línea de investigación:**

Construcción sostenible y sostenibilidad ambiental del territorio

Tesis para optar el Título Profesional De Ingeniero en Ecoturismo

**Autora:**

Salcedo Aliaga, Paola Ingrid

**Asesora:**

Rojas León, Gladys

ORCID: 0000-0003-2961-9643

**Jurado:**

Alvarado Perez, Karina Milagros

Esenarro Vargas, Doris

Braulio Armando, Valdivia Orihuela

**Lima, Perú**

**2023**

## DEDICATORIA

A Dios por acompañarme en cada paso que doy, siendo mi guía, protección y fortaleza.

A mi mamá Rosa por su apoyo incondicional mantenido a través del tiempo, papá Walter por su comprensión constante y a mi abuelita Alcida mi segunda madre.

A mis hermanos Walter y Kathya por su ejemplo, compañía, cariño, apoyo y consejos que me brindan día a día.

A ti, que fuiste mi compañía en ese momento crisol que fue la motivación para concluir esta investigación.

## AGRADECIMIENTOS

A la Mg. Gladys Rojas León por su gran apoyo y asesoría en la elaboración de este estudio de investigación.

Al Dr. Oscar Contreras por ser la motivación de la elaboración de este tema de investigación.

A la Ing. Kathya Salcedo, por sus consejos y asesoría en el diseño de esta tesis.

Al Ing. Diego Peralta por su apoyo en el análisis estadístico y la presentación de la investigación.

## INDICE GENERAL

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1.	DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1.	<i>Descripción del Problema</i> .....	3
1.1.2.	<i>Formulación del Problema</i> .....	4
1.2.	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.2.1.	<i>Antecedentes internacionales</i> .....	5
1.2.2.	<i>Antecedentes nacionales</i> .....	7
1.3.	OBJETIVOS .....	9
1.3.1.	<i>Objetivo general</i> .....	9
1.3.2.	<i>Objetivos específicos</i> .....	10
1.4.	JUSTIFICACIÓN .....	10
1.5.	HIPÓTESIS .....	11
1.5.1.	<i>Hipótesis General</i> .....	11
1.5.2.	<i>Hipótesis Específicas</i> .....	11
<b>II.</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
2.1.	BASES TEÓRICAS.....	12
2.1.1.	<i>Economía ambiental</i> .....	12
2.1.2.	<i>Economía ecológica</i> .....	13
2.1.3.	<i>Valoración económica</i> .....	14
2.1.4.	<i>Valor económico total</i> .....	14
2.1.5.	<i>Métodos de valoración económica</i> .....	17
2.1.6.	<i>Método de valoración contingente</i> .....	19
2.2.	CONCEPTOS Y DEFINICIONES DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	30

2.3.	MARCO LEGAL .....	32
2.4.	MARCO INSTITUCIONAL .....	35
2.4.1.	<i>Organización Mundial del Turismo (OMT)</i> .....	35
2.4.2.	<i>Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)</i> .....	35
2.4.3.	<i>Ministerio del Medio Ambiente (MINAM)</i> .....	35
<b>III.</b>	<b>MÉTODO</b> .....	<b>36</b>
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	36
3.2.	ÁMBITO TEMPORAL Y ESPACIAL .....	37
3.2.1.	<i>Ámbito Temporal</i> .....	37
3.2.2.	<i>Ámbito Espacial</i> .....	37
3.3.	VARIABLES .....	37
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	39
3.4.1.	<i>Población</i> .....	39
3.4.2.	<i>Muestra</i> .....	40
3.5.	INSTRUMENTOS .....	41
3.5.1.	<i>Información cartográfica</i> .....	41
3.5.2.	<i>Equipos</i> .....	41
3.5.3.	<i>Software</i> .....	41
3.6.	PROCEDIMIENTOS .....	42
3.7.	ANÁLISIS DE DATOS .....	44
<b>IV.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>45</b>
4.1.	CARACTERIZACIÓN DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA .....	45
4.1.1.	<i>Aspectos Generales</i> .....	45
4.1.1.1.	<i>Nombre</i> .....	45
4.1.1.2.	<i>Breve Reseña Histórica</i> .....	45

4.1.1.3.	Administración.....	45
4.1.1.4.	Ubicación y Localización .....	46
4.1.1.5.	Límites .....	48
4.1.1.6.	Rutas de Acceso.....	50
4.1.2.	<i>Aspectos Físicos</i> .....	52
4.1.2.1.	Superficie .....	52
4.1.2.2.	Altitud .....	52
4.1.2.3.	Clima.....	52
4.1.2.4.	Hidrografía.....	53
4.1.2.5.	Geomorfología .....	55
4.1.2.6.	Geología.....	55
4.1.3.	<i>Aspectos Bióticos</i> .....	55
4.1.4.	<i>Aspectos Turísticos</i> .....	56
4.1.4.1.	Clasificación y Categorización .....	56
4.1.4.2.	Estado Actual del Parque de La Identidad Huanca.....	56
4.1.4.3.	Tipo de Visitantes .....	56
4.1.4.4.	Tipo de Ingreso .....	56
4.1.4.5.	Época Propicia de Visita al Parque.....	56
4.1.4.6.	Horario de Visita.....	56
4.1.4.7.	Infraestructura Básica .....	57
4.1.4.8.	Actividades Actuales dentro del Parque .....	57
4.1.4.9.	Servicios Actuales dentro y fuera del Recurso .....	57
4.1.5.	<i>Elementos Turísticos del Parque de La Identidad Huanca</i> .....	58
4.1.5.1.	Elementos del Área Principal.....	60
4.1.5.2.	Elementos del Área Secundaria .....	95
4.2.	FACTORES SIGNIFICATIVOS EN LA DISPOSICIÓN A PAGAR DEL VISITANTE DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA.....	96
4.2.1.	<i>Características del Visitante del Parque de La Identidad Huanca</i> .....	96
4.2.1.1.	Aspectos Socioeconómicos del Visitante del Parque de la Identidad Huanca	

4.2.1.2.	Aspectos del Tipo de Visita del Visitante del Parque de La Identidad Huanca	108
4.2.1.3.	Percepción del Parque de la Identidad Huanca por el Visitante .....	113
4.2.1.4.	Valoración Económica del Parque de la Identidad Huanca por el Visitante	119
4.2.2.	<i>Relación de la Disposición a Pagar con Características del Visitante del Parque de La Identidad Huanca.....</i>	<i>123</i>
4.2.2.1.	Relación de la Disposición a Pagar con las Características Socioeconómicas del Visitante del Parque de la Identidad Huanca .....	124
4.2.2.2.	Relación de la Disposición a Pagar con el Tipo de Visita del Visitante del Parque de la Identidad Huanca .....	131
4.2.2.3.	Relación de Disposición a Pagar con la Percepción del Parque de la Identidad Huanca por el Visitante.....	136
4.3.	<b>VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA</b>	<b>142</b>
4.3.1.	<i>Modelo Econométrico.....</i>	<i>143</i>
4.3.1.1.	Estimación Econométrica .....	143
4.3.1.2.	Modelo Logit .....	143
4.3.1.3.	Modelo Logit Seleccionado .....	148
4.3.2.	<i>Estimación del Valor Monetario a Pagar por los Visitantes del Parque de la Identidad Huanca.....</i>	<i>151</i>
4.3.3.	<i>Estimación de la Valoración Económica Turística del Parque de la Identidad Huanca.....</i>	<i>153</i>
4.3.5.	<i>Propuesta para la Conservación y Mejoramiento del Servicio Turístico del Parque de la Identidad Huanca.....</i>	<i>154</i>
4.3.5.1.	Restauración e implementación de contenedores de residuos sólidos.....	154
4.3.5.2.	Servicio de Guiado.....	155
4.3.5.3.	Implementación de señalización del circuito .....	159
4.3.5.4.	Implementación de una caseta información y venta .....	159
<b>V.</b>	<b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>161</b>

<b>VI.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>166</b>
<b>VII.</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>168</b>
<b>VIII.</b>	<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>169</b>
<b>IX.</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>173</b>
	<b>.....</b>	<b>174</b>

## Resumen

El presente estudio denominado "Valoración Económica turística del Parque de la Identidad Huanca en la provincia de Huancayo, Junín" tiene como objetivo principal estimar el valor económico turístico de este parque urbano basado en la disposición a pagar de los visitantes a través del método de valoración contingente de manera que permita conservar y mejorar su servicio turístico. Como objetivos específicos, se decidió realizar una caracterización del área de estudio, secuencialmente se determinó los factores significativos en la disposición a pagar del visitante y adicionalmente se determinó la disposición a pagar por la conservación y mejoramiento del servicio turístico. En este sentido, el enfoque de esta investigación es de tipo cuantitativo con alcance descriptivo, correlacional y explicativo. Los resultados reportan diversos elementos turísticos, siendo 13 esculturas de personajes representativos de la cultura Huanca, seguido de la construcción del parque que subyace rasgos de la cultura Huanca, en conjunto con la artesanía y gastronomía que generan una actual o potencial afluencia de visitantes. Las variables que influyeron notablemente en la disposición a pagar fueron las variables sexo, ingresos, frecuencia de visitas, duración de visitas y la percepción sobre en quien recae la responsabilidad del mantenimiento del parque. La DAP por el visitante se estimó en un monto de 2,27 PEN o su equivalente a 0,60 USD, el cual permitió calcular el valor económico anual del parque de la Identidad Huanca en 387 818,26 PEN que es el beneficio total que la sociedad percibe por la conservación y mejoramiento de esta.

**Palabras clave:** valoración económica turística, método de valoración contingente, disponibilidad a pagar.

### **Abstract**

The present study called "Economic Tourism Assessment of the Parque de La Identidad Huanca in the province of Huancayo, Junín", has as main objective to estimate the tourist economic value of this urban park based on the willingness to pay visitors through the contingent valuation method in order to preserve and improve its tourist service. As specific objectives, it was decided to make a characterization of the study area, sequentially, it was determined the significant factors in the willingness to pay of the visitor, additionally, it was determined the willingness to pay for the conservation and improvement of the tourist service. In this sense, the focus of this research is quantitative with descriptive, correlational and explanatory scope. The results reported 13 sculptures of representative characters of the Huanca culture, followed by the construction of the park that underlies features of the Huanca culture, that together with the crafts and gastronomy generate a current or potential affluence of visitors. The variables that significantly influenced the willingness to pay were the sex, income, frequency of visits, duration of visits and the perception of the person responsible for maintaining the park variables. The DAP by the visitor was estimated at an amount of 2,27 PEN or its equivalent to 0,60 USD, that allowed calculating the annual economic value of the Parque de La Identidad Huanca in 387 818.15 PEN which is the total benefit that the society perceives for the conservation and improvement of this area.

**Keywords:** Tourist economic assessment, willingness to pay, contingent valuation method, willingness to pay.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, los recursos naturales y culturales alrededor del mundo se han convertido en objeto de estudio de economistas y ambientalistas debido a la preocupación que ejerce el uso indiscriminado de estos recursos en la sociedad. Perú con una mega diversidad de recursos naturales y culturales no es ajeno a esta realidad debido a que algunos de sus recursos tanto naturales como culturales están siendo inadecuadamente usados llevándolos a algunos a la pérdida progresiva de estos o en otros casos a un colapso irreversible.

El desarrollo de la legislación medioambiental en Perú, a través de la Nueva Ley General del Ambiente N° 28611 promulgada el 15 de octubre del 2005, ha despertado un creciente interés en estimar los cambios en el bienestar de los individuos o calidad de vida ante cambios en las provisiones de bienes naturales como el ambiente, tal es, el efecto de una modificación por ejemplo en la calidad del aire, o en la calidad de zonas naturales como parques, lagos, paisajes, etc. Sin embargo, dentro de esta perspectiva no se encuentran bienes ambientales como parques urbanos y sus servicios derivados provocando que su asignación sea un proceso deficiente y desventajoso con respecto a otros bienes y servicios.

Por lo tanto, es muy importante conocer y adjudicar tales valores para el establecimiento y permanencia de parques, y para que los programas de política pública se apliquen de manera eficaz y eficiente, ya que el hecho de que algunos bienes y servicios derivados de parques urbanos no presenten valor económico, no significa que no lo posean. Un claro ejemplo es el parque de la Identidad Huanca en la provincia de Huancayo departamento de Junín que se encuentra bajo la administración municipal de Huancayo, el cual si bien es cierto cumple con su función de administrar este recurso, no le asigna el trato que requiere de acuerdo con su valor ambiental y cultural, dando cabida a problemas en su

administración. Al respecto, la presente investigación se dirige a realizar una valoración económica turística del parque de la Identidad Huanca a fin de contribuir en la toma de decisiones de la autoridad competente.

El presente estudio está dividido en 9 títulos. En el título I se desarrolla la descripción y formulación del problema, además se explican los antecedentes de investigaciones realizadas sobre valoración económica ambiental con fines turísticos, los objetivos, la justificación, e hipótesis. El título II presenta el marco teórico para la presente investigación la cual incluye bases teóricas, los conceptos y definiciones de términos básicos, el marco legal y el marco institucional. En el título III se considera el método de la investigación que incluye el tipo de investigación, el ámbito temporal y espacial en el que se desarrolla la investigación, las variables, población y muestra, instrumentos, procedimientos y el análisis de datos. El título IV y V muestran los resultados y la discusión de resultados; respectivamente, mientras que en el título VI se presentan las conclusiones. En el título VI se abordan las conclusiones a las que se arribaron y en el título VII se hacen las recomendaciones pertinentes. Finalmente, en el título VII y IX se muestran las referencias y anexos de la presente investigación.

## **1.1. Descripción y Formulación del Problema**

### **1.1.1. Descripción del Problema**

El parque de la Identidad Huanca es un parque urbano reconocido a nivel regional y es considerado como el sexto atractivo turístico más visitado en la región Junín, el cual recibe miles de visitantes cada año debido al encuentro que se puede tener con la cultura, el folklore y los recursos naturales del Valle del Mantaro en un solo lugar.

Comúnmente, el manejo de los recursos y atractivos turísticos por sus usuarios puede no ser el más adecuado. Por tal razón, es importante que este atractivo turístico tome un valor económico, es decir, que este bien ostente un precio para que su manejo se realice con mayor control y pueda evitarse su deterioro a raíz de la idea errónea que prevalece en la sociedad de que estos bienes siempre deben y van a estar a disposición de la sociedad, sin agotarse.

Es por esto que establecer un precio para este bien es un paso para que sus beneficiarios, realicen un manejo adecuado y de forma más sensata al momento de usarlos, ya que al parecer la concientización y medidas que se puedan adoptar para que se conserve este bien toman un mayor valor al expresar el valor de este bien en términos monetarios. Lo que se quiere, además, es que sea una actividad económica rentable y una protección al medio ambiente es decir que se alcance un estándar de sostenibilidad y competitividad.

La presente tesis está encaminada hacia un análisis de determinar los principales componentes del parque de la Identidad Huanca que intervienen en las actividades económicas relacionadas con el sector turismo. Una actividad económica idónea se desarrollaría de tal forma que los bienes o recursos no se alteren o dañen. Sin embargo, en el Parque de la identidad Huanca no hay un óptimo manejo de estos recursos. Es por esto, que,

si la actividad turística continúa sin ningún tipo de control o de regulación, en el peor de los casos sufrirá daños irreparables y terminaría por frenar la afluencia de visitantes.

Por tal razón, es de vital importancia hacer esfuerzos para que se tomen medidas que promuevan las actividades económicas sostenibles, para convertir el parque de la Identidad Huanca en un atractivo turístico importante, que sobresalga por el turismo sostenible. Permitiendo que este atractivo turístico no solo se distinga por su belleza o su gastronomía, sino que además se destaque al ofrecer servicios diferenciados por su innovación, y por la característica de la sostenibilidad, esto probablemente desembocaría en un mayor desarrollo de la región y un incremento en su crecimiento económico de manera sostenible.

### **1.1.2. *Formulación del Problema***

#### **Problema Principal**

¿Cuánto es el valor económico que los visitantes le asignan al parque de la Identidad Huanca en función a la Disposición a Pagar por la conservación y mejoramiento de la calidad del servicio turístico?

#### **Problemas Secundarios**

- ¿De qué manera la caracterización del parque de la Identidad Huanca permite conocer los componentes que generan la afluencia de visitantes?
- ¿Cuáles son las características significativas del visitante del Parque de La Identidad Huanca que determinan el valor económico turístico del parque de La Identidad Huanca asignado por el visitante?
- ¿Cuál es la Disposición a Pagar del visitante del Parque de la Identidad Huanca para conservar y mejorar el servicio turístico?

## 1.2. Antecedentes de la investigación

### 1.2.1. *Antecedentes internacionales*

Sepúlveda (2008) realizó un artículo de investigación titulado “Valoración económica del uso recreativo del Parque Ronda del Sinú, en Montería, Colombia”, en el que a través del método de valoración contingente determino la máxima disposición a pagar por los visitantes del parque lineal urbano Ronda del Sinú que tiene una extensión de 63 000 m<sup>2</sup> la cual se divide en cinco zonas; la zona ecológica, la zona cultural, zona recreativa, zona artesanal y zona de planchones que es un servicio de transporte. Se aplicó una encuesta a una muestra de 166 usuarios obteniendo como resultado una disposición a pagar de 6100 COP por usuario al mes. Además, se encontró información explicativa en las variables edad, género y nivel de estudios.

En Colombia, Escobar y Ramírez (2009), en su trabajo de investigación “Valoración económica de los beneficios sociales del Ecoparque urbano lago de Las Garzas en Cali”, aplicó una encuesta a una muestra de 168 visitantes, obteniendo una disposición a pagar positiva de 139 entrevistados, de los cuales se determinó el valor económico de 2153 COP como disposición a pagar del visitante por conservar los servicios ambientales recreativos, estimando un valor anual de 78 010 000 COP de acuerdo con el número de visitantes que concurren el Ecoparque que tiene una extensión de 4,7 hectáreas donde se encuentra un humedal y da lugar a una zona ecológica conformada por flora y fauna propia de este. Las variables socioeconómicas que resultaron significativas fueron las variables género, edad e ingresos; y la única variable significativa de tipo de visita fue la disposición a recorrer todo el parque.

Flores et al. (2010), en su artículo de investigación “Valoración económica del servicio recreativo del parque Hundido de la Ciudad de México” determino la disposición a pagar a través del método de valoración contingente en el parque Hundido que cuenta con 9,9 hectáreas dividió en cuatro zonas diferencias. Se aplico encuestas a una muestra de 186 visitantes en el que se encontró una disposición de contribuir del 93.7 %, obteniendo así que la disposición a pagar por conservación promedio anual por visitante de 543,6 MXP, dando un valor anual de 34 551 396 MXP por hectárea. Esta disposición a pagar se explica por diversas variables socioeconómicas como el sexo, nivel escolar e ingresos, variables de tipo visita como frecuencia de visita y otras variables de percepción sobre el espacio como seguridad, importancia, responsabilidad de mantenimiento.

Orué (2012) en su tesis “Valoración económica del parque Doña Casilda Iturrizar, España” tuvo como objeto de estudio el parque en mención con una extensión de 115 200 m<sup>2</sup> diferenciada en 4 zonas tales como una zona ecológica, recreativa, cultural y una zona de alimentos. Después de realizar y analizar un cuestionario a una muestra de 201 visitantes de este parque municipal urbano, obtuvo como resultado que el 72,6% no está dispuesto a pagar ningún monto por el ingreso al parque, a diferencia del 27,4% de visitantes que si tenía disposición a pagar, del cual se estimó una media de la máxima disposición a pagar por visitante de 0,45 EUR por entrada, en el cual se consideraron los ceros reales y de protesta, mientras que la media sin contar los ceros fue de 1,23 EUR por entrada. El perfil del visitante es predominado por mujeres, de entre 30 y 50 años, con estudios universitarios y una renta media comprendida entre los 1001 y 3000 euros mensuales en este caso las variables que explican la disposición a pagar por los visitantes son las variables socioeconómicas edad, sexo, nivel de estudios e ingresos.

En México, Frías (2015) en su investigación “Valuación de los servicios recreativos y ambientales del parque José María Morelos y Pavón” determino una disposición a pagar mensual del visitante ciudadano promedio de Tijuana la cantidad de 46,10 MXP por la conservación de este parque y realizar algún tipo de mejora después de aplicar un cuestionario a una muestra de 112 visitantes, obteniendo así un valor anual de 56 692 880,49 MXP por el parque urbano que mide una extensión de 601 564,889 m<sup>2</sup> lo que representa un valor estimado de 13 844 154,62 MXP por hectárea. Asimismo, se determinó que las variables significativas eran las variables ingresos, nivel de escolaridad y el medio de transporte.

### **1.2.2. Antecedentes nacionales**

Galarza y Gómez (2002) en su investigación “Valorización económica de servicios ambientales: El caso de Pachacamac, Lurín” estimaron un valor económico de conservación del área verde del valle del río Lurín en la zona de Pachacamac en 1 653 6751 PEN anuales, o su equivalente de 475 194 USD a partir de una disposición a pagar de 8 PEN al año obtenida mediante el método de valoración contingente realizando encuestas sobre la disposición de pago por la conservación del área a una muestra de 436 integrantes de la población del distrito de Pachacamac en el cual se encontraban residentes permanentes, agricultores, proveedores de servicios turísticos y visitantes nacionales de Pachacamac con capacidad de gasto y decisión de distribución de gastos familiares. Además, la variable disposición a pagar fundamentalmente fue influenciada directamente por las variables ingreso familiar mensual, tipo de informante, educación, urgencia de satisfacer necesidades de vivienda sobre el área verde, la situación del encuestado en cuanto a residencia en la zona e indirectamente con la variable que indica la actividad económica realizada por el encuestado.

En Huaraz, Um (2003) en su tesis “Valoración económica del sector turístico de Llanganuco mediante el método de valoración contingente” determinó el valor que tiene para sus visitantes el sector turístico de Llanganuco después de realizar una encuesta a 333 visitantes de este sector y obtuvo como resultado la disposición a pagar de 6,43 PEN para un turista nacional equivalente a 1,69 USD y de 10,62 PEN para turistas extranjeros equivalente a 2,78 USD, con lo cual pudo determinar un valor total aproximado de 293 636,04 PEN (76 982,30 USD) anual por el sector turístico de Llanganuco de acuerdo al total de visitantes, evidenciando que la mayoría de la población estaría dispuesta a pagar por la conservación del área. Las variables que influyen en la disposición a pagar para el visitante nacional fueron ingresos individuales, presupuesto, ocupación y educación, y para el extranjero solo ingresos familiares, presupuesto y conformidad con el guiado.

Requejo (2009) en su tesis “Valoración económica ambiental con fines turísticos del área de conservación municipal Asociación Hídrica Aguajal Renacal Alto Mayo-región San Martín, Perú” tuvo como objetivo identificar el valor económico ambiental con fines turísticos y contribuir a la propuesta de lineamientos de política ambiental para el desarrollo de la actividad turística, determinando el valor de uso directo, indirecto, de existencia y de opción dando como resultado un valor económico total de 94 379,74 PEN (29 493,67 USD) por hectárea al año, de los cuales 7,47 PEN corresponde al valor de opción obtenida a partir de la disposición a pagar de los visitantes de 18,73 PEN lo cual puso en evidencia el gran valor del ecosistema y que un manejo apropiado puede generar su auto-sostenibilidad. Las variables significativas para la determinación de la disposición a pagar fueron el monto a pagar, ingreso, visita de áreas naturales protegidas, conocimiento previo del área, edad, educación y sexo.

Ortiz (2016) en su tesis “Valoración económica de un espacio recreativo en la Isla San Lorenzo. Caso Aplicado: Método de Valoración Contingente” determino el valor económico del servicio ecosistémico de recreación a través del método de valoración contingente para el cual se aplicó una encuesta a 105 personas obteniendo así una disposición a pagar de 30,62 PEN por persona con un porcentaje de respuesta afirmativa por el 72,45 % del total de encuestados con el cual se calculó el valor asignado a la Isla San Lorenzo en 1 244 668,14 PEN. Las variables que fueron significativas en el modelo econométrico para determinar la disposición a pagar fueron las actividades que se realizan al aire libre y cerrado, cercanía al lugar, precio del servicio, número de integrantes, rango de educación, ingreso y edad.

Farroñán (2017) en su tesis “Valoración económica de escasas áreas verdes urbanas en el distrito de La Victoria, Chiclayo” estimo el valor económico que los habitantes del distrito la Victoria en Chiclayo asignan a las áreas verdes como un bien ambiental de uso público con una disposición a pagar de 7,20 PEN mensuales por el costo de operación y mantenimiento de áreas verdes, determinada a través del método de valoración contingente aplicado en una muestra de 368 habitantes del distrito de la Victoria dentro del cual solo el 76% tenía una disposición a pagar, con lo cual se obtuvo un valor económico de áreas verdes en 145 355,06 PEN. Además, se identificó que la variable nivel de gasto es significativa e influyente en la disposición a pagar.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. *Objetivo general***

Valorar económicamente el servicio turístico del parque de La Identidad Huanca basado en la Disposición a Pagar de los visitantes por mantener y mejorar la calidad del servicio turístico del Parque de la Identidad Huanca mediante el método de valoración contingente.

### **1.3.2. *Objetivos específicos***

- Realizar la caracterización del Parque de la Identidad Huanca.
- Determinar los factores significativos que influyen en la revelación de la Disposición a Pagar por mantener la calidad del servicio turístico de los visitantes del Parque de la Identidad Huanca.
- Calcular la Disposición a Pagar en términos monetarios que le asigna el visitante a la conservación y mejora del Parque de la Identidad Huanca.

### **1.4. *Justificación***

En la actualidad el servicio ambiental recreativo ofrecido por el parque de La Identidad Huanca es un servicio público donde no existe tarifa de ingreso alguna que refleje el valor que tiene para sus usuarios manifestándose en su administración. Con este trabajo, se busca asignar un valor económico al servicio recreativo turístico del parque de La Identidad Huanca sobre la base de las preferencias de la gente, expresada como una disposición de pago, de manera que refleje el valor que tiene el sitio para las personas y de esta forma realizar una mejor gestión de este recurso e incrementar la conciencia por el uso adecuado actual y futuro del sitio desde un punto de vista óptimo del bienestar de la población.

Una vez concluida la investigación se tendrá el valor económico turístico del parque de La Identidad que impulsará la práctica de políticas efectivas y económicamente eficientes para un manejo sustentable del área propuesta por las autoridades, los grupos sociales y el sector académico elaboren de manera conjunta, coordinada e incluyente estrategias para evitar el deterioro de los espacios.

## **1.5. Hipótesis**

### **1.5.1. *Hipótesis General***

El valor económico del Parque de la Identidad Huanca en función de la Disposición a Pagar del visitante por mantener la calidad del servicio turístico del Parque de la Identidad Huanca es positivo.

### **1.5.2. *Hipótesis Específicas***

- La caracterización del parque de la Identidad Huanca permitirá identificar los elementos turísticos que generan la afluencia de turistas.
- Es posible afirmar que el valor económico turístico del parque de La Identidad Huanca es determinado principalmente por las condiciones socioeconómicas del visitante.
- La disposición a Pagar en términos monetarios por la conservación y mejoramiento del servicio turístico del visitante del Parque de la Identidad Huanca es positiva.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Bases teóricas

#### 2.1.1. *Economía ambiental*

La Economía Ambiental trata el estudio de los problemas ambientales con la perspectiva e ideas analíticas de la economía. Se define como la rama de la economía que analiza las externalidades negativas y positivas relacionadas con la optimización en la explotación de los recursos naturales, los medios para la gestión de la calidad ambiental y los instrumentos de política económica para el desarrollo sustentable (Field, 1995).

Según Chang (2001), la economía ambiental es la interpretación de una escuela económica neoclásica, que pasó a incorporar el medio ambiente como objeto de estudio. Según este autor, se basa en los mismos conceptos y presupuestos de la teoría neoclásica, que concentra el análisis sobre la escasez, de tal manera que los bienes son valorados según su abundancia-rareza. Cuando estos bienes son escasos, son considerados bienes económicos. Según este autor, estos bienes naturales, aun cuando sean insumos indispensables, presentan características de bienes no económicos. La forma de incorporarlos al mercado y realizar un análisis costo-beneficio y así considerar adecuadamente el valor que poseen es revelando el valor que las personas le asignan de acuerdo con su preferencia y niveles de bienestar.

A partir de las bases teóricas presentadas, se puede entender a la economía ambiental como la rama de la economía que analiza las externalidades que influyen en la óptima utilización, gestión y elaboración de instrumentos para el adecuado manejo de recursos con características de bienes no económicos, asignándole así un valor en función a su escasez en el mercado, análisis costo-beneficio y al nivel de bienestar que este recurso genera a los usuarios y de acuerdo con sus preferencias.

### 2.1.2. *Economía ecológica*

La economía ecológica nace debido a que la economía ambiental recibe una gran cantidad de críticas por su incapacidad para proponer soluciones a los problemas ambientales globales, sin rechazar el aporte que este paradigma neoclásico ha proporcionado al pensamiento económico. En este sentido la economía ecológica presenta una visión más radical de pensamiento, agregando al análisis de la relación economía - ambiente, elementos de las ciencias naturales como la física, biología y ecología, basándose fundamentalmente en la termodinámica no lineal y sus leyes. Estas últimas se consideran los fundamentos biofísicos de la actividad económica como una gran actividad que, a través del agotamiento de los recursos y la contaminación, amenaza sus propias posibilidades futuras. (Proops, 1999)

Según Daly (1998), la economía ecológica se articula sobre tres nociones biofísicas fundamentales:

- La ley de la conservación de la energía en un sistema cerrado, donde la energía mecánica, química, térmica, eléctrica o potencial es constante.
- La ley de la entropía, que dice que la materia y la energía se degradan continua e irrevocablemente desde una forma ordenada a una forma desordenada.
- La imposibilidad de generar más residuos de los que puede tolerar la capacidad de asimilación de los ecosistemas.

En síntesis, la económica ecológica nace y complementa la economía ambiental ante la ineffectividad de la economía ambiental en solucionar problemas ambientales, ampliando así su enfoque con la inclusión de nociones biofísicas como la conservación de energía en un sistema cerrado, ley de la entropía y la no vulneración de la capacidad de ecosistemas.

### **2.1.3. Valoración económica**

La esencia de la valoración económica del medio ambiente es encontrar la disposición a pagar por obtener los beneficios ambientales o por evitar los costos ambientales medidos donde el mercado revele esta información. (Pearce, 1993)

Según este autor, el propósito de la valoración económica es revelar el verdadero costo del uso y escasez de los recursos naturales, además enfatiza que son las generaciones presentes las que deciden sobre los beneficios y costos ambientales que se acumulan y trascienden a las próximas generaciones. Este uso del dinero como numerario no pretende representar un precio, sino un indicador monetario del valor que tiene para los usuarios del servicio en cuestión. (Romero, 1997)

Según Azqueta, la valoración económica significa poder contar con un indicador de la importancia del medio ambiente en el bienestar social, y a su vez este indicador debe permitir compararlo con otros componentes de este. (Osorio y Correa, 2004, p.164)

En resumen, la valoración económica es un proceso que se enfoca en cuantificar la disposición a pagar en términos monetarios expresada por usuarios y no usuarios a partir de disposiciones individuales tales como características del grupo de personas afectado y el espacio temporal.

### **2.1.4. Valor económico total**

El valor económico total se refiere a la suma de los distintos valores cuantificables de un ecosistema o área natural, siempre que no sean excluyentes entre sí. (Pearce, 1990) Según Azqueta (2002), el valor económico total de los activos ambientales estaría compuesto por el valor de uso más el valor de no uso.

Según Vasquez et al. (2002), el valor económico total (VET) considera que cualquier bien o servicio ecosistémico puede estar compuesto por distintos valores, algunos son tangibles y fácilmente medibles, mientras que otros son intangibles y difíciles de cuantificar. En síntesis, el valor económico total de un recurso que está compuesto de varios valores tangibles e intangibles no excluyentes entre sí.

➤ **Valor de uso (VU)**

Los valores de uso están ligados a la utilización directa e indirecta de un recurso con el objeto de satisfacer una necesidad, obtener un beneficio económico o la simple sensación de deleite. (Izko y Burneo, 2003) Es decir, son los valores de un recurso que satisfacen una necesidad de manera directa o indirecta. Entre los cuales se diferencian dos tipos de uso:

**Valor de uso directo (VUD)**

El valor de uso directo, también conocido como valor de uso extractivo, consuntivo o estructural, deriva de bienes que pueden ser extraídos, consumidos o disfrutados directamente. Adicionalmente a aquellos bienes que son consumidos directamente, los valores de uso directo pueden ser también no consuntivos es decir mantienen su calidad y cantidad después de su uso. Todos estos beneficios son reales, pueden ser medidos y tienen valor, aún si el consumo de un individuo no reduce el consumo de los otros. El uso consuntivo generalmente es más fácil de valorar, ya que usualmente involucra cantidades observables de productos cuyos precios pueden ser también observados a diferencia del uso no consuntivo. (Dixon y Pagiola, 19998).

El valor de uso directo se caracteriza generalmente por la alta exclusión y rivalidad en su consumo, asemejándose a un bien privado. (MINAM, 2015) Por lo tanto, se puede decir que el valor de uso directo de un bien son los valores de este que son consumidos directamente, afectando o no la cantidad u otro aspecto del bien.

### **Valor de uso indirecto (VUI)**

El valor de uso indirecto, también conocido como valor de uso no extractivo o valor funcional, se deriva de los servicios que el ambiente provee. Estos servicios tienen valor, pero no requieren que algún bien sea cosechado, aunque pueden requerir algún tipo de presencia física. La medición del valor de uso indirecto es a menudo considerablemente más difícil de determinar que la medición del valor de uso directo. Asimismo, las cantidades de los servicios que están siendo proveídos a menudo no ingresan a los mercados, por lo tanto, sus precios son también extremadamente difíciles de establecer. (Dixon y Pagiola, 19998)

Además, sus beneficios no son exclusivos de un individuo en particular, sino que se extienden hacia otros individuos de la sociedad. Este valor se relaciona usualmente con características de baja exclusión y rivalidad en su consumo. (MINAM, 2015).

Entonces, se entiende por valor de uso indirecto de un bien al valor que no es exclusivo de un usuario, sino que este uso se puede extender a otros individuos, por tanto, este valor no es excluyente y permite otro valor por lo cual su precio en el mercado es difícil de establecer. Este valor se caracteriza por ser servicios que el ambiente provee y difícilmente ingresan al mercado.

#### ➤ **Valor de opción (VO)**

El valor de opción es el valor obtenido de conservar la opción de aprovechar el valor de uso sea extractivo o no extractivo de algo en una fecha posterior. (Dixon y Pagiola, 1998) Se refiere al valor de mantener abierta la opción de utilizar un recurso posteriormente. Algunos individuos pueden no estar seguros de que utilizarán un recurso en el futuro, sin embargo, pueden estar dispuestos a pagar para mantener la opción. (Francke, 1997)

### ➤ **Valor de no uso (VNU)**

El valor de no uso es el valor que atribuyen los individuos o la sociedad a la pura existencia de los ecosistemas o el deseo de legar los beneficios a las futuras generaciones (MINAM, 2015). Se divide en:

#### **Valor de existencia**

La gente deduce este valor del conocimiento que algo existe, incluso si ellos no planean hacer uso de esto. (Dixon y Pagiola, 1998). Es el valor que los individuos atribuyen a los ecosistemas por el simple hecho de que existan. Incluso si los individuos no realizan ningún uso actual, o en el futuro, o no reciben ningún beneficio directo o indirecto de ellos (MINAM, 2015).

#### **Valor de legado**

Es aquel valor de dejar los beneficios de los ecosistemas, directa o indirectamente, a las generaciones futuras, ya sea por vínculos de parentesco o altruismo. (MINAM, 2015). Es el valor derivado del deseo de traspasar valores a las futuras generaciones. El valor de no uso es el tipo de valor más difícil de estimar, dado que, en la mayoría de los casos, no se refleja en el comportamiento de las personas, siendo completamente no observable. (Dixon y Pagiola, 1998).

### **2.1.5. Métodos de valoración económica**

Se han desarrollado diversos métodos de valoración económica con el objeto de cuantificar de forma parcial o integral el valor económico de un bien o servicio ecosistémico. La elección del método de valoración depende generalmente del objetivo de la valoración, la información disponible, el bien o servicio ecosistémico, el tipo de valor económico, los recursos financieros, el tiempo, entre otros (MINAM, 2015). Estos métodos se pueden separar en tres grandes grupos:

➤ **Métodos directos de mercado**

Se basan en la utilización de precios y cantidades observadas en los mercados, y que estiman los impactos ambientales a través de los impactos físicos en estas magnitudes. El método más conocido en esta categoría es el de precios de mercado.

➤ **Métodos indirectos de mercado o preferencias reveladas**

También utilizan precios de mercado, pero de forma indirecta, o sea, a través de un bien de mercado que esté relacionado con el bien ambiental que se quiere estudiar. Los métodos más importantes en este grupo son los métodos de costo viaje, cambios en la productividad, costos evitados y de los precios hedónicos.

➤ **Métodos directos de no mercado o preferencias declaradas**

Tenemos los métodos directos de no mercado, que se basan en la construcción de mercados específicos para los bienes ambientales o políticas relacionadas con los mismos. Estos métodos pueden ser el método de valoración contingente y el de experimentos de elección. (Labandeira et al., 2007)

En síntesis, dentro de los métodos de valoración económica se pueden encontrar tres grandes grupos, el primer grupo conformado por los métodos de valoración económicos directos de mercado que utilizan precios y cantidades observados en el mercado, el segundo grupo dado por los métodos de valoración económica indirectos de mercado o de preferencias reveladas que utilizan los precios del mercado de forma indirecta es decir los precios en el mercado de los bienes relacionados con el bien a estudiar y el tercer grupo conformado por los métodos de valoración económica directos de no mercado o de preferencias declaradas que se basan en la construcción de mercados.

### **2.1.6. Método de valoración contingente**

El método de valoración contingente, del inglés *contingent valuation method*, es utilizado cuando no hay transacciones de mercado que proporcionen información sobre la valoración de los servicios ambientales; y consiste en la aplicación de cuestionario para determinar la reacción de la gente ante ciertas situaciones y poder conocer cuánto está dispuesta a pagar (DAP) o aceptar (DAA) como compensación por el mejoramiento o el deterioro de la calidad ambiental. Este método de valoración supone que las personas encuestadas muestran el mismo comportamiento frente a la simulación de un mercado de servicios ambientales que un mercado real de bienes y servicios. A través de una pregunta directa, se mide la valoración que otorgan las personas a los cambios en el bienestar por una mejora del recurso ambiental. (Riera, 1994)

Es un método directo de no mercado en el cual se simula un mercado y se pretende determinar el valor que le asigna un usuario al bien en cuestión.

#### **Estructura teórica del método de valoración contingente**

La principal característica del formato referéndum es que se deja solamente al individuo con el problema de decidir si está dispuesto a pagar o no una suma determinada por acceder a los beneficios de la conservación que se ofrece. En este evento, todas las posibles posturas o propuestas del encuestador se distribuyen aleatoriamente entre los encuestados.

De acuerdo con las recomendaciones establecidas por el panel NOAA (1993), el formato referéndum es el más utilizado en estudios de valoración contingente.

Según Hanemann (1984), la estructura del modelo de disponibilidad a pagar de tipo referéndum supone que un individuo representativo posee una función de utilidad "U".

Esta función de utilidad depende del ingreso “Y”, del estado actual del bien ambiental “Q” y de las características socioeconómicas de los usuarios directos “S”:

$$U(Q, Y; S)$$

De acuerdo con lo establecido se puede decir que existen dos niveles de utilidad, la inicial y la final. El nivel de utilidad inicial o  $Q^0$ , cuando el usuario no se ve beneficiado por las mejoras planteadas.

$$U(Q=0, Y; S)$$

El nivel de utilidad final o  $Q^1$ , cuando el visitante tiene un nuevo nivel de bienestar derivado de la mejora ambiental.

$$U(Q=1, Y; S)$$

Los usuarios del bien ambiental tienen que pagar una cantidad de dinero “P” si quieren acceder a los beneficios de la conservación planteada. La función de utilidad  $U_i(Q, Y; S)$  para cada una de estas situaciones (con y sin conservación) estará compuesta de un componente determinístico  $V_i(Q, Y, S)$  cuya estimación se hace a partir de una encuesta a los usuarios y de un componente estocástico no observable  $\varepsilon_i$ . La función de utilidad del usuario representativo se puede expresar como:

$$U_i(Q, Y; S) = V_i(Q, Y; S) + \varepsilon_i$$

Donde el subíndice  $i$  (cuyo valor es 1 ó 0) denota el estado con y sin conservación, respectivamente, el término  $\varepsilon_i$  se supone con media cero y varianza constante. Por otra parte, el componente determinístico de la utilidad  $V_i(Q, Y; S)$  se estima a partir de un modelo de elección discreta, pudiendo ser una transformación logit o un probit. Cuando el usuario entrevistado acepta pagar una cantidad de dinero “P” para obtener el escenario propuesto, debe cumplirse que:

$$V_1(Q=1, Y-P; S) + \varepsilon_1 > V_0(Q=0, Y; S) + \varepsilon_0$$

Si el nivel de utilidad final con la conservación es mayor que la situación inicial, el usuario aceptará desprenderse de cierta cantidad de dinero representada por “P”. Este procedimiento es equivalente a decir que:

$$V_1 (Q=1, Y-P; S) - V_0 (Q=0, Y; S) > \varepsilon_0 - \varepsilon_1$$

Suponiendo que los errores  $\varepsilon_0$  y  $\varepsilon_1$  son aleatorios, independientes e idénticamente distribuidos, el cambio de utilidad definido como la diferencia entre los niveles de utilidad final e inicial,  $\Delta V$ , se puede representar como:

$$\Delta V = V_1 (Q=1, Y-P; S) - V_0 (Q=0, Y; S)$$

$$n = \varepsilon_0 - \varepsilon_1$$

Donde  $n$  es la diferencia entre los errores. La probabilidad de tener una respuesta afirmativa (Sí) estaría dada por:

$$\text{Prob (Si)} = \text{Prob} (\Delta V > n)$$

Por lo tanto, la probabilidad de responder afirmativamente a la pregunta de disponibilidad a pagar es igual a la probabilidad de que el componente estimable de la función de utilidad sea mayor al componente del error. La igualdad anterior también puede expresarse de la siguiente manera:

$$\text{Prob (Si)} = F (\Delta V)$$

Continuando con el desarrollo propuesto por (Hanemann, 1984), se asume una forma funcional lineal para la utilidad, el mismo que depende del ingreso:

$$V_i = \alpha_i + \beta Y$$

Donde el subíndice  $i$  sigue indicando la situación con y sin conservación. Luego, el cambio en utilidad representado como la diferencia de utilidades con y sin conservación se puede expresar como:

$$\Delta V = V_1 - V_0 = \alpha_1 + \beta(Y-P) - (\alpha_0 + \beta Y)$$

Simplificando esta expresión se tiene:

$$\Delta V = \alpha_i + \beta Y - \beta P - \alpha_0 - \beta Y$$

$$\Delta V = (\alpha_i - \alpha_0) - \beta P$$

Donde  $\alpha_i$  y  $\alpha_0$  son los interceptos de la función de utilidad bajo el estado final e inicial. Si  $\alpha = \alpha_i - \alpha_0$ , entonces:

$$\Delta V = \alpha - \beta P$$

Donde  $\beta > 0$ , ya que el valor esperado de la utilidad (V) aumenta con el ingreso, implicando que cuanto más alto sea P en la encuesta menor será  $\Delta V$  y, por tanto, menor será la probabilidad de que un individuo responda (Sí).

Asumiendo que la diferencia entre los términos aleatorios ( $\eta$ ) tiene una distribución logística, la probabilidad de tener una respuesta afirmativa (Sí) estaría dada por:

$$\text{Prob (Si)} = \text{Prob} (\Delta V > \eta)$$

$$\text{Prob (Si)} = \text{Prob} (V_1 - V_0 > \eta) = \text{Prob} (\alpha - \beta P > \eta) = \frac{1}{1 + e^{-\alpha + \beta P}}$$

Este modelo sólo permite estimar la diferencia  $\alpha = \alpha_1 - \alpha_0$ , representando el cambio de utilidad por la mejora planteada en el bien ambiental, y  $\beta$  representa la utilidad marginal del ingreso (constante). Se verifica entonces que el pago ( $P^*$ ), que dejaría indiferente al usuario ( $\Delta V = 0$ ), es igual al cambio en utilidad ( $\alpha$ ) dividido por la utilidad marginal del ingreso ( $\beta$ ). Es decir:

$$P^* = \frac{\alpha}{\beta}$$

La expresión  $\alpha/\beta$  representa el valor económico que asigna el usuario a la mejora del bien ambiental a partir de la ejecución del programa de conservación.

A partir de la estimación de los parámetros del modelo se puede evaluar el cambio de bienestar producido por la mejora ambiental planteada. La medida de bienestar usualmente está representada por la variación compensatoria (VC), que es la respuesta a la pregunta de disponibilidad a pagar (DAP).

En este caso, la VC representa la cantidad de dinero que se debe sustraer a un usuario para que, con las mejoras planteadas por la conservación del bien ambiental, dicho usuario permanezca en el nivel de utilidad inicial.

Si se incluye el vector de variables socioeconómicas “S”, la VC se expresaría como:

$$VC = DAP = \frac{(\beta_0 + \sum_{i=1}^K \alpha_i S_i)}{\beta}$$

Donde  $S_i$  es un vector de características socioeconómicas y  $\alpha_i$  son los parámetros respectivos de las variables  $S_i$ . Operativamente, los parámetros  $\alpha_i$  y  $\beta$  se estiman a través de un modelo logit binomial.

### **Proceso del método de valoración contingente**

#### ➤ **Paso 1**

El primer paso es definir el problema de evaluación. Esto incluiría determinar exactamente cuál es servicio por evaluar y cuál es la población relevante.

#### ➤ **Paso 2**

El segundo paso es hacer decisiones preliminares sobre el cuestionario en sí, incluyendo si va a ser realizado por internet, teléfono o en persona; cuan amplia será la muestra, quien será encuestado, y otras preguntas relacionadas. Las respuestas

dependerán de la importancia del tema evaluado, la complejidad de la pregunta realizada y el tamaño del presupuesto, entre otras cosas. Las entrevistas en persona son generalmente las más efectivas debido a la complejidad de las preguntas ya que es más fácil explicar a los entrevistados los antecedentes necesarios, y es más probable que las personas completen una encuesta larga cuando son entrevistados en persona. En algunos casos, la ayuda visual como videos o fotografías pueden ser presentadas para ayudar a entender a los entrevistados las condiciones del escenario que evaluarán. Generalmente las entrevistas en persona son el tipo de entrevistas más costosas. Sin embargo, las encuestas por internet que siguen procedimientos que tienen como objetivo obtener un alto porcentaje de respuestas pueden también ser un poco caras. Las encuestas por internet y teléfono deben mantenerse breves, o el porcentaje de respuestas puede caer considerablemente. Las encuestas telefónicas pueden ser menos costosas, pero suele ser difícil realizar el cuestionario vía telefónica debido a la cantidad de antecedentes requeridos que debe conocer el encuestado.

➤ **Paso 3**

El siguiente paso es el diseño de la encuesta actual. Esta es la parte más importante y difícil del proceso, y podría tomar meses completarlo. El proceso del diseño de la encuesta normalmente empieza con entrevistas a un grupo del tipo de personas que recibirán la encuesta final. Para los grupos iniciales, se realizan preguntas generales, incluidas preguntas del entendimiento de las personas sobre el tema, si ellos se encuentran familiarizados con el sitio o como lo valoran y los servicios que provee. En los grupos posteriores, las preguntas son más detalladas y específicas, para ayudar a desarrollar preguntas específicas para la encuesta, así como decidir qué tipo de antecedentes es requerido y como presentarlo. Por ejemplo, las

personas pueden necesitar información del escenario y características del lugar, su singularidad y si hay algún lugar sustituto que provee los mismos servicios. El investigador también establece el nivel de conocimiento sobre los problemas que el lugar de estudio enfrenta. Si las personas se oponen a las causas del problema que enfrenta el lugar de estudio entonces responderían las preguntas de valoración con esto en mente, en vez de expresar su valoración del sitio por sus servicios. En esta etapa, se evalúan diferentes enfoques para la pregunta de valoración y mecanismos de pagos. Las preguntas que puedan identificar alguna declaración de protesta u otras respuestas que no revelen el valor por los servicios de interés también se desarrollan y evalúan en esta etapa. Después de que un número de grupos ha sido realizado, y el investigador alcanza un punto donde tiene una idea de cómo brindar la información contextual, describir el escenario hipotético, y realizar la pregunta de valoración, se empezara la encuesta de preevaluación. En esta preevaluación se pide a los entrevistados preguntar sobre cualquier cosa que les parezca confuso. Finalmente, una preevaluación puede ser realizada. El investigador continúa este proceso hasta que se desarrolle una encuesta que las personas parezcan entender y respondan en una forma que tenga sentido y revele su valoración por los servicios del sitio.

➤ **Paso 4**

El siguiente paso es la implementación de la encuesta actual. La primera tarea es seleccionar la muestra a encuestar. Idealmente, la muestra debe ser una muestra seleccionada aleatoriamente de la población relevante, usando métodos estadísticos estandarizados de muestreo. Las entrevistas en persona pueden ser realizadas con una muestra de encuestados aleatoria, o puede usarse muestras convenientes, preguntando a personas en lugares públicos para completar la entrevista.

➤ **Paso 5**

El paso final es compilar, analizar y reportar los resultados. La información debe ser registrada y analizada usando técnicas estadísticas apropiadas para el tipo de pregunta. En el análisis de la información, el investigador además pretende identificar cualquier respuesta que podría no expresar la valoración de los servicios del lugar por el encuestado. Además, el investigador puede manejar posibles sesgos de no respuesta en numerosas formas. La forma más conservativa es asumir que los que no respondieron tienen una valoración cero. (King y Mazzotta, 2000)

**La estructura de la encuesta**

La encuesta se divide en tres bloques:

- **Primer bloque:** contiene información, de tal forma que el encuestado tiene elementos suficientes para comprender los beneficios que éste le genera y pueda identificar el problema. En muchos casos, las encuestas van acompañadas de gráficos y esquemas que favorecen la comprensión.
- **Segundo bloque:** describe la modificación del objeto de estudio. La encuesta está orientada a conocer la disposición a percibir o pagar una compensación por la alteración del medio, así que la descripción del efecto de la alteración al entorno debe ser clara para comprender la alteración de bienestar.
- **Tercer bloque:** aborda las características socioeconómicas necesarias para establecer el perfil de los encuestados. (Azqueta,1994)

Una vez identificado el medio de realización de la entrevista, el análisis que se busca y la estructura que tendrá la misma, será necesario establecer el formato que se aplicará a las preguntas de la entrevista. La forma de plantear la pregunta será definitiva para obtener la respuesta adecuada.

Los formatos se pueden establecer en los siguientes tres bloques:

➤ **Formato abierto:** Según Azqueta (1994) , en este tipo de formato solo se espera la respuesta de la cantidad que la persona estaría dispuesta a pagar por un bien ambiental en un mercado hipotético. Es importante mencionar que el uso de la técnica de valoración contingente es en bienes que no tienen mercado, por tanto, será difícil que el entrevistado tenga una idea precisa de cifras razonables sobre el tema de estudio así que es probable que se eleve el número de respuestas en blanco.

Este formato de pregunta hace que el mercado hipotético sea muy similar a un mercado real de transacciones, lo que significa que la precisión de las respuestas sea dudosa, el formato es recomendado para la realización de pruebas piloto para obtener un rango más realista de los valores de la DAP o DAA que serán usados en los formatos definitivos de preguntas. (Shultz et al., 1998)

➤ **Formato iterativo:** Este formato evita el problema anterior, y consiste en preguntar a la persona si estaría dispuesta a pagar una cantidad inicial dada, si la respuesta es positiva o negativa se juega aumentando o disminuyendo la cantidad inicial planteada y se repite el procedimiento hasta que la persona acepta o rechaza la cantidad final, según sea el caso, tiene la desventaja de presentar sesgo por punto de partida, pero permite a los encuestados considerar sus preferencias en un rango amplio de valores. (Riera, 1994) Este formato invita al entrevistado a modificar su respuesta al ofrecerle información adicional sobre el cambio que se le propone.

➤ **Formato binario o dicotómico:** La pregunta presenta dos únicas posibilidades de respuesta, si o no, por parte de los encuestados, para el pago de cierta cantidad de dinero por la mejora de un bien ambiental. En este caso la muestra representativa de la población seleccionada se subdivide en grupos representativos, a cada grupo se le formula la misma pregunta, pero con una cifra diferente por grupo, tiene dos ventajas,

la persona está acostumbrada a este tipo de situación en el mercado, compra a un precio determinado o no compra, y la persona no tiene incentivos para no contestar honestamente. Sus desventajas están dadas porque el tamaño de la muestra tiene que ser mayor lo que lo hace más caro, el analista tiene que identificar cuidadosamente los precios a evaluar, ya que precios muy bajos darían muchas respuestas positivas y viceversa, y la estructura de la función de demanda debe de ser preespecificada. (Azqueta, 1994)

Entre las ventajas principales están:

- Permite obtener los valores de uso y no uso, es decir, el valor económico total. (Barreiro, 1998)
- Se trata de un método versátil y aplicable a un gran número de casos distintos. (Carson, 1991)
- Otra ventaja importante es el momento en el que se puede aplicar el método, ya que permite valorar cambios en el bienestar de las personas antes o después de que se produzcan, para mantener esos beneficios. (Riera,1994)
- No es necesario identificar algún bien que se comercialice cuyos mercados ofrezcan evidencia que permita inferir el valor del bien de no mercado. (Randall, 1981).

Entre sus principales desventajas se señalan estas:

- Debido a que los valores generados responden a un escenario hipotético contingente, se podría temer que fuesen susceptibles de ser manipulados en forma estratégica por los entrevistados. Además, los individuos podrían tomar todo el estudio como hipotético e intrascendente y dedicar poco esfuerzo en la determinación de su Disposición a Pagar. (Pearce y Turner, 1990) Schweitzer

(1990), señala desventajas similares, y otras que en general se derivan de un mal diseño del cuestionario.

- Influencia estratégica, sucede cuando el visitante no revela sus verdaderas preferencias al creer que se beneficia ocultándolas.
- Influencia del diseño, ocurre cuando el diseño del cuestionario y sus ítems lleva a los entrevistados a alterar la naturaleza de sus respuestas. Cabe señalar que esta desventaja es común a cualquier tipo de investigación mediante encuestas.
- Influencia del punto de partida, sucede cuando quien entrevista escoge una oferta inicial que pre condiciona el rango sobre el cual las ofertas serán consideradas por quien responde la pregunta.
- Influencia del vehículo de pago, dependiendo del instrumento de pago elegido, las respuestas sobre disposición a pagar variarán.
- Estas desventajas disminuyen bastante realizando un cuidadoso diseño de encuesta y validándola en todas sus instancias.

### **Problemas del método de valoración contingente**

El problema más significativo que presenta el método de valoración contingente se establece en su carácter hipotético. El entrevistado se enfrenta a una situación hipotética en la cual su respuesta será de igual forma hipotética, esta situación establece la nula responsabilidad de enfrentarse a las reglas de un mercado real y sus consecuencias.

El escenario hipotético no ofrece la garantía de que el entrevistado este preparado al 100% para definir sus preferencias ante el problema en estudio. Principalmente por la falta de experiencia del entrevistado en anteriores ejercicios

considerando la variación de las cantidades del bien o por la dificultad que representa aprender este proceso durante el periodo de la muestra.

El método de valoración contingente presenta los problemas más fuertes asociados a diferentes tipos de sesgo en las respuestas, descritos por Azqueta (1994) tales como:

- **Sesgo hipotético:** dado el carácter meramente hipotético de la situación que se le plantea a la persona (cuánto estaría usted dispuesto a pagar si'), esta no tiene ningún incentivo para ofrecer una respuesta correcta.
- **Sesgo estratégico:** consiste en el suministro de respuestas no verídicas por parte de los encuestados, al creer que con las mismas pueden influir en la decisión final que se tome sobre el activo o la propuesta sometida a valoración.
- **Sesgo complaciente o sesgo del entrevistador:** el encuestado exagera su DAP buscando agradar al encuestador.
- **Sesgo del punto de inicio o punto de partida:** se considera que los entrevistados tienden a ofrecer una DAP alrededor de la primera cantidad que el entrevistador les sugiere.
- **Sesgo de la información.**

## 2.2. Conceptos y definiciones de términos básicos

- **Valor económico**

Es un valor antropocéntrico, relativo e instrumental, establecido en unidades monetarias que se basa en las preferencias individuales de las personas. El valor económico es el bienestar que se genera a partir de la interacción del sujeto (individuo o sociedad) y el objeto (bien o servicio) en el contexto donde se realiza esta interrelación. (MINAM, 2015)

➤ Precio

El precio representa un acuerdo social que permite la transacción de los bienes. Es la cantidad de dinero que un comprador da a un vendedor a cambio de un bien o un servicio. El precio se determina en el mercado en el proceso de interacción entre la oferta y la demanda. (MINAM, 2015)

➤ Disposición a pagar

La disposición a pagar (DAP) indica la cantidad máxima de dinero que la persona preguntada estaría dispuesta a dar a cambio de pasar a disfrutar de los derechos de propiedad del bien en cuestión. (Riera, 1994)

➤ Disposición a aceptar

La disposición a aceptar (DAA) se refiere a la cantidad mínima de dinero con la que se habría de compensar a la persona encuestada por la pérdida de los derechos de propiedad sobre el bien para que se quedara indiferente con respecto al bien. (Riera, 1994)

➤ Bien publico

Están caracterizados por dos propiedades fundamentales: la no exclusión y no rivalidad en el consumo. No puede excluirse a nadie de su consumo o disfrute y su consumo no genera rivalidad con otros consumidores ni reduce las opciones de consumo potencial de otros individuos. (Ostrom, 1990)

### 2.3. Marco legal

- **La Ley General del Ambiente, Ley N° 28611**, en el Artículo N° 85 esta ley establece como responsabilidad del estado la promoción de la conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales a través de políticas, normas, instrumentos y acciones de desarrollo, así como, mediante el otorgamiento de derechos, conforme a los límites y principios expresados en la presente Ley y en las demás leyes y normas reglamentarias aplicables. También, instituye que los recursos naturales son Patrimonio de la Nación, solo por derecho otorgado de acuerdo a la ley y al debido procedimiento pueden aprovecharse los frutos o productos de los mismos, salvo las excepciones de ley. Además, atribuye al estado la competencia para ejercer funciones legislativas, ejecutivas y jurisdiccionales respecto de los recursos naturales. Delega a la Autoridad Ambiental Nacional, en coordinación con las autoridades ambientales sectoriales y descentralizadas, elaborar y actualizar permanentemente, el inventario de los recursos naturales y de los servicios ambientales que prestan, estableciendo su correspondiente valorización.
- **La Ley orgánica para el aprovechamiento sostenible de los recursos, Ley N° 26821**, tiene como objetivo promover y regular el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, renovables y no renovables, estableciendo un marco adecuado para el fomento a la inversión, procurando un equilibrio dinámico entre el crecimiento económico, la conservación de los recursos naturales y del ambiente y el desarrollo integral de la persona humana.
- **La ley N°29408, Ley General de Turismo** tiene el objetivo de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres niveles de gobierno: Nacional, regional y local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector. La actividad artesanal, como parte del

turismo, se rige por los principios contenidos en la presente Ley y por las disposiciones legales especiales pertinentes a esta actividad.

➤ **La Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, Ley N° 27867**, en su artículo N° 63 menciona como Funciones en Materia de Turismo de los gobiernos regionales el deber de formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional, en concordancia con la política general del gobierno y los planes sectoriales. Así como, formular, aprobar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo turístico de la región. Igualmente, aprobar directivas relacionadas con la actividad turística, así como criterios técnicos que aseguren el cumplimiento de objetivos y metas que se derivan de los lineamientos de la política nacional de turismo. Tanto como, promover el desarrollo turístico mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales. Asimismo, calificar a los prestadores de servicios turísticos de la región, de acuerdo con las normas legales correspondientes y coordinar con los gobiernos locales las acciones en materia de turismo de alcance regional. Adicionalmente, llevar y mantener actualizados los directorios de prestadores de servicios turísticos, calendarios de eventos y el inventario de recursos turísticos, en el ámbito regional, de acuerdo a la metodología establecida por el MINCETUR. También, identificar posibilidades de inversión y zonas de interés turístico en la región, así como promover la participación de los inversionistas para proyectos turísticos. Adicionalmente, proponer y declarar zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional y disponer facilidades y medidas de seguridad a los turistas, así como ejecutar campañas regionales de protección al turista y difusión de conciencia turística, en coordinación con organismos públicos y privados. A su vez, verificar el cumplimiento de las normas de medio ambiente y preservación de recursos naturales, relacionadas

con la actividad turística. Como declarar eventos de interés turístico regional. Supervisar la correcta aplicación de las normas legales relacionadas con la actividad turística y el cumplimiento de los estándares exigidos a los prestadores de servicios turísticos de la región, así como aplicar las correspondientes sanciones si fuera el caso, de conformidad con la normatividad vigente. Además, suscribir contratos, convenios o acuerdos de cooperación interinstitucional con entidades públicas o privadas. Conjuntamente, realizar la promoción de la formación y capacitación del personal que participa en la actividad turística y el fomento de la organización y formalización de las actividades turísticas de la región. Finalmente, organizar y conducir actividades de promoción turística de la región en coordinación con organizaciones de la actividad turística y gobiernos locales y el desarrollo de circuitos turísticos que puedan convertirse en ejes del desarrollo regional.

➤ **La Ley N° 27972, Ley orgánica de municipalidades** en su artículo N° 73 menciona como materias de competencia municipal servicios públicos locales tal como el establecimiento, conservación y administración de parques zonales, parques zoológicos, jardines botánicos, bosques naturales, directamente o a través de concesiones; y en materia de desarrollo y economía local el fomento del turismo local sostenible.

## **2.4. Marco institucional**

Las instituciones en las cuales se enmarca la investigación son:

### **2.4.1. *Organización Mundial del Turismo (OMT)***

Brinda los protocolos necesarios para asegurar un turismo que contribuya al crecimiento económico, desarrollo incluyente y sostenibilidad ambiental. Además, genera conocimiento de mercados, promueve políticas e instrumentos de turismo competitivo y sostenible, fomentando la enseñanza y formación en turismo con el fin de hacer del turismo una herramienta eficaz de desarrollo.

### **2.4.2. *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)***

Contempla dentro de sus funciones proponer y establecer acciones de coordinación con los órganos competentes tendientes a la protección y conservación del medio ambiente, patrimonio cultural y recursos naturales vinculados con el desarrollo de las actividades turística y artesanal, supervisando su cumplimiento en coordinación con dichos órganos.

### **2.4.3. *Ministerio del Medio Ambiente (MINAM)***

A través de la Dirección General de Economía y Financiamiento Ambiental (DGEFA) conduce la elaboración de instrumentos y procedimientos, así como la formulación y propuesta de programas y proyectos relacionados a la valoración económica ambiental, al desarrollo e implementación de instrumentos económicos ambientales y al financiamiento ambiental, en el marco de la normatividad vigente.

### III. MÉTODO

#### 3.1. Tipo de Investigación

El presente trabajo es una investigación de enfoque cuantitativo en base a la definición según Hernández (2014) “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4)

En cuanto a los alcances de la investigación de acuerdo con los objetivos de investigación inicialmente tiene un alcance descriptivo porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de los usuarios del parque de La Identidad Huanca, coincidiendo con los objetivos que Hernández (2014) plantea para una investigación de alcance descriptivo.

Realizada la etapa descriptiva, la investigación se torna correlacional porque busca conocer la relación o grado de asociación entre las variables independientes con la dependiente que es la disposición a pagar del visitante.

Finalmente, la investigación toma un alcance explicativo basadas en que este tipo de investigaciones “van más allá de la descripción...o del establecimiento de relaciones...; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (Hernández, 2014, p.95). En tanto la presente investigación explica el efecto de las variables independientes en la disposición a pagar del visitante.

## 3.2. **Ámbito Temporal y Espacial**

### 3.2.1. *Ámbito Temporal*

El trabajo de investigación oscila entre el inicio y el final de la realización del presente estudio de investigación, el cual se realizó durante el año 2018 y 2019.

### 3.2.2. *Ámbito Espacial*

El presente trabajo de investigación se enfocará en el Parque de la Identidad Huanca, en la provincia de Huancayo, Junín.

## 3.3. **Variables**

Las variables que se incluyen en el siguiente estudio de investigación se muestran en la Tabla 1. En este proceso se trató de dicotomizar todas las variables posibles para facilitar su análisis.

**Tabla 1**

*Variables dicotomizadas*

VARIABLE DEPENDIENTE	NOMBRE ABREVIADO DE LA VARIABLE	NOMBRE DE LA VARIABLE	UNIDADES/ ESCALA	SIGNO ESPERADO	TECNICA-INSTRUMENTO
Disposición a pagar	DAP	Disposición a pagar	Si=1 No=0	-	ENCUESTA-CUESTIONARIO

VARIABLES INDEPENDIENTES	NOMBRE ABREVIADO DE LA VARIABLE	NOMBRE DE LA VARIABLE	UNIDADES/ ESCALA	SIGNO ESPERADO	TECNICA-INSTRUMENTO
Valoración económica turística del parque de la Identidad Huanca	ENCUESTA-CUESTIONARIO	EDAD	Edad	Años cumplidos	Positivo
		SEXO	Sexo	Masculino=0 Femenino=1	Negativo
		EST_CIVIL	Estado civil	No casado=0 Casado = 1	Negativo
		PROCED	Lugar de procedencia	No local=0 Local=1	Positivo
		INSTR	Nivel de instrucción	Primaria incompleta=1 Primaria incompleta=2 Secundaria incompleta=3 Secundaria completa=4 Técnico incompleta=5 Técnico completa=6 Universitaria incompleta=7 Universitaria completa=8 Postgrado=9	Positivo
		OCUP	Ocupación	No trabaja=0 Trabaja=1	Positivo
		INGR	Ingresos	Soles por mes por persona	Positivo
		FREC_VISIT	Frecuencia de visita	Primera vez=0 Más de una vez=1	Positivo
		TIP_COMP	Tipo de compañía	Sin compañía =0 Con compañía=1	Positivo
		DIA_VISIT	Día de visita	Días particulares=0 Fines de semana=1	Positivo
		HOR_VIST	Horario de visita	Mañana=1 Tarde=2 Noche=3	Negativa
		DUR_VISIT	Duración de visita	Minutos de permanencia del visitante.	Positiva
		CALIDAD	Calidad	No optima=0 Optima=1	Positiva
		SATISF	Satisfacción	Insatisfecho=0 Satisfecho=1	Positiva
		PERCP_SEG	Percepción de seguridad	Inseguro=0 Seguro=1	Positiva
		IMPORTANCIA	Importancia	No es importante=0 Si es importante=1	Positiva
		IMPORT_GENER_FUT	Importancia para generaciones futuras	No es importante=0 Si es importante=1	Positiva
		RESP_MANT	Responsable del mantenimiento	Autoridades=0 Usuarios=1	Positiva

Nota. Elaboración propia (2019)

### 3.4. Población y Muestra

#### 3.4.1. Población

El universo de la investigación está conformado por el total de visitantes del parque de La Identidad Huanca ubicado en la provincia de Huancayo del departamento de Junín, del cual se desconoce el número exacto de individuos que conforman esta población debido a que el encargado de la administración de este recurso u otro ente no realizan o han realizado un registro directo del número de visitantes del parque de la Identidad Huanca.

Sin embargo, se pudo realizar una proyección en base a cifras emitidas por el Instituto Nacional de Estadística (2018) en el Compendio Estadístico Perú 2018 donde figura el arribo de turistas de la región Junín. Asimismo, se incorporo la información que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR (2017) en su Reporte de Turismo Junín 2017 en el que se señala que los visitantes del parque de la Identidad Huanca representan el 21% del total de turistas de la región Junín. Estas cifras se detallan en la Tabla 2 en la cual se muestra la cantidad de turistas de la región Junín en los últimos ocho años y la cantidad de visitantes del Parque de la Identidad Huanca de acuerdo con el porcentaje considerado por el MINCETUR (21%).

**Tabla 2**

*Número de visitantes del Parque de la Identidad Huanca*

AÑO	ARRIBO DE TURISTAS DE LA REGION JUNIN	ESTIMADO DE VISITANTES DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA
		182 944
2010	871 160	
2011	946 446	198 754
2012	995 873	209 133
2013	1 042 395	218 903
2014	1 098 026	230 585

AÑO	ARRIBO DE TURISTAS DE LA REGION JUNIN	ESTIMADO DE VISITANTES DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA
		270 310
2015	1 287 189*	
		274 350
2016	1 306 427*	
		263 837
2017	1 256 369*	
		214 092
2018	1 019 484*	

Nota. \*Cifras preliminares proporcionadas por el INEI (2018). Adaptada de “Visitantes nacionales a atractivos turísticos de Junín (2018)” por MINCETUR, 2018 y “Conociendo Junín” por INEI, 2018.

### 3.4.2. Muestra

Para determinar una muestra apropiada se usó la técnica del muestreo simple aleatorio ya que en el premuestreo de 20 encuestas realizados con una encuesta piloto (Ver anexo N°1), se observó una homogeneidad en la disposición a pagar es decir que la respuesta era casi unánime. Para la determinación de la muestra se utilizó la proporción obtenida de la encuesta piloto. Para la determinación del tamaño muestral se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_{1-\alpha/2}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times p \times q}$$

Donde:

$n$ : Tamaño de la muestra

$N$ : Tamaño del total de visitantes del parque de La Identidad Huanca

$e$ : Error aceptable o precisión

$p$ : Proporción de visitantes dispuestos a pagar, estimada con los resultados de la premuestra de 20 visitantes

$q$ : Proporción de visitantes no dispuestos a pagar, estimada con los resultados de la premuestra de 20 visitantes

$Z_{1-\alpha/2}$ : nivel de confianza al 95% = 1.96

En la encuesta piloto se obtuvo el valor de p y q que se muestran a continuación:

$$p = \frac{19}{20} = 0.95 \quad q = \frac{1}{20} = 0.05$$

Después de realizar estimaciones del tamaño de muestra con niveles determinados de precisión y significancia, se optó por seleccionar una muestra (n) de 203, con un nivel de confianza de 0.95 y un error de 3%.

### 3.5. Instrumentos

#### 3.5.1. Información cartográfica

Para la descripción de área se empleó cartografía base en formato shapefile obtenida del geoservidor del Ministerio del Ambiente (MINAM).

#### 3.5.2. Equipos

- Procesador: Laptop DELL I5 WINDOWS 8, utilizado para el procesamiento de la información primaria y secundaria.
- Grabadora y cámara fotográfica digital CANON T5 utilizado para el registro fotográfico del atractivo turístico y a su vez para la realización de entrevistas.
- Impresora EPSON L945, para la impresión de las pre-encuestas, encuestas y el trabajo de investigación final.

#### 3.5.3. Software

- Se empleo el programa IBM SPSS Statistics 24.0 para el análisis de datos obtenidos en las encuestas.
- El programa ArcGIS Server 10.1 se utilizó para la realización de los mapas temáticos.
- Para la realización de planos adicionales se empleó el programa AutoCAD Map 3D 2019
- Microsoft Word 2016 para la redacción de información de la investigación.

### **3.6. Procedimientos**

El estudio de investigación se inicia con la delimitación del objeto de estudio para el levantamiento de la información, este proceso dinámico consta de cinco fases detalladas a continuación:

#### **FASE I: Recolección de datos**

➤ Etapa 1:

La presente etapa se basó en la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias en bibliotecas, repositorios y fuentes de internet que se usó como referencia para el desarrollo del estudio.

➤ Etapa 2:

Se evaluó la información recopilada y se realizó la clasificación de la información acerca del tema, para la elaboración de un adecuado plan de trabajo.

#### **FASE II: Gabinete inicial**

➤ Etapa 1: Identificación de los bienes, servicios y atributos conferidos al parque de La Identidad Huanca.

➤ Etapa 2: Identificación de los entrevistados, incluyendo la elaboración de procedimientos de muestreo y selección.

➤ Etapa 3: Diseño y formulación de pre-encuesta a aplicar a usuarios del Parque de la Identidad Huanca y planificación de la fecha a realizar la prueba piloto.

**FASE III: Trabajo de Campo inicial**

- Etapa 1: Corroborar, corregir y complementar información de los bienes, servicios y atributos conferidos al parque de La Identidad Huanca.
- Etapa 2: Aplicación de la encuesta piloto (ver Anexo 1), la cual debe verificar que toda la información de los individuos pueda ser recolectada.

**FASE IV: Gabinete**

- Etapa 1: Diseño de la encuesta definitiva, la cual debe asegurar que toda la información de los individuos pueda ser recolectada, además, planificar las fechas que se realizara la aplicación de estas mismas.

**FASE III: Trabajo de Campo final**

- Etapa 1: Aplicación de la encuesta definitiva (Anexo 2, 3, 4 y 5), la cual debe verificar la recolección de toda la información de los individuos.

**FASE IV: Gabinete final**

- Etapa 1: Caracterización de los bienes, servicios y atributos conferidos al parque de La Identidad Huanca.
- Etapa 2: Determinación de las características de los usuarios del parque de La Identidad Huanca.
- Etapa 3: Identificación de los factores significativos que influyen en la disposición de pago del visitante.
- Etapa 4: Determinación de la disposición de pago que tienen los visitantes.
- Etapa 5: Análisis de resultados y valorar económicamente el parque de La Identidad Huanca.
- Etapa 6: Compilación del informe final del estudio de investigación

### **3.7. Análisis de datos**

En este trabajo de investigación se realizó un análisis de datos cuantitativo, el cual se ejecutó mediante el programa computacional IBM SPSS Statistics 24.0 para obtener el análisis descriptivo, inferencial y otros adicionales, previa evaluación de confiabilidad y validez.

Mediante la estadística el análisis se da de forma descriptiva; para esta investigación se llevará a cabo la distribución de frecuencias, medidas de tendencia central, variabilidad y elaboración de graficas. A su vez, se estimó parámetros y probó la hipótesis a través de un análisis paramétrico, no paramétrico y multivariado.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. CARACTERIZACIÓN DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA

#### 4.1.1. *Aspectos Generales*

##### 4.1.1.1. Nombre

“Parque de la Identidad Huanca”

##### 4.1.1.2. Breve Reseña Histórica

El parque de la identidad Huanca se construyó del año 1992 al 1996, siendo alcalde el Sr. Pedro Morales Mancilla, con un presupuesto de un millón 541 mil 995,73, y su construcción estuvo bajo los lineamientos del plan de gobierno denominados “Huancayo al rescate de su identidad y revalorización de sus costumbres y tradiciones”, con la finalidad principal de transformar la provincia, pero sin que la modernidad esté reñida con la identidad. Los profesionales que estuvieron a cargo de su construcción fueron los arquitectos Luis Cano Aliaga y Lucio Mamani Ccalla, complementados con el ingeniero forestal Máximo Jhon Lizárraga, figurando también unas 50 personas más que fueron parte de construcción y colaboración para terminarlo. Actualmente la entidad responsable de su operación y mantenimiento es la municipalidad provincial de Huancayo.<sup>1</sup>

##### 4.1.1.3. Administración

El parque de La Identidad Huanca se encuentra bajo la administración de la municipalidad provincial de Huancayo desde su construcción. A continuación, en la tabla 3 se muestran los costos del parque de la Identidad Huanca.

---

<sup>1</sup> Memoria de la gestión edil de la municipalidad provincial de Huancayo, 1990-1998

**Tabla 3***Costos del parque de La Identidad Huanca*

COSTOS DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA		
CONCEPTO	COSTO	PERIODICIDAD
Construcción	1 541 995,73 PEN	UNICA
Mantenimiento y personal	10 000,00 PEN	ANUAL

Nota. Adaptado de “Memoria de la Gestión Edil de la Municipalidad Provincial de Huancayo, 1990-1998” MPH, 1998 y “Memoria 2018 Municipalidad Provincial de Huancayo-Gerencia de planeamiento y presupuesto” por MPH, 2018.

**4.1.1.4. Ubicación y Localización**

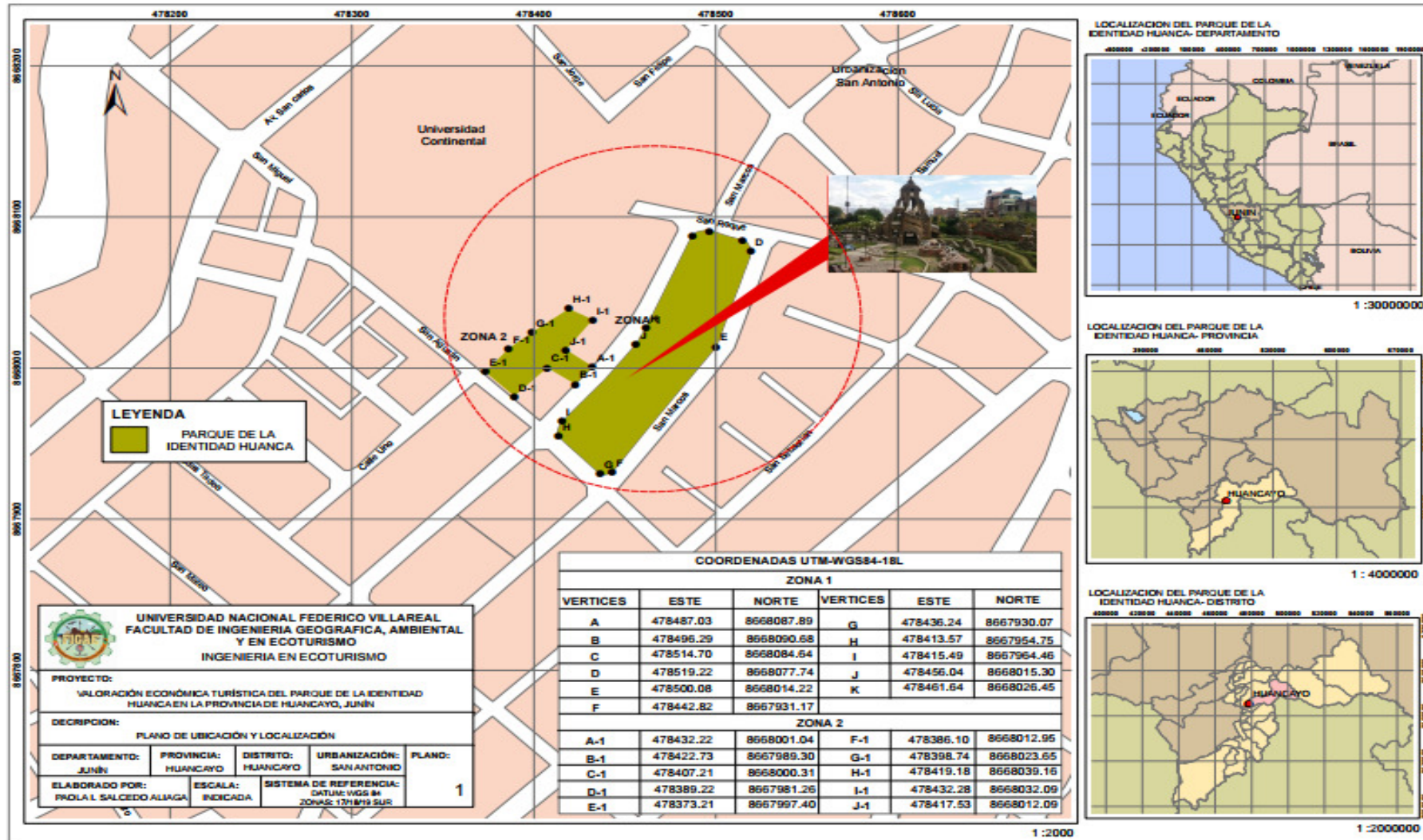
El parque de la Identidad Huanca es un parque municipal dividido en dos zonas ubicado en el barrio de San Antonio, al noroeste de la ciudad de Huancayo, en la zona urbana del distrito de Huancayo en el departamento de Junín (Ver la Figura 1). En la Tabla 4 se muestra las coordenadas de los límites de la Zona 1 y la Zona 2.

**Tabla 4***Coordenadas de la localización del Parque de la Identidad Huanca*

COORDENADAS UTM WGS 84-18L					
ZONA 1					
VERTICES	ESTE	NORTE	VERTICES	ESTE	NORTE
A	478487.03	8668087.89	G	478436.24	8668087.89
B	478496.29	8668090.68	H	478413.57	8668090.68
C	478514.70	8668084.64	I	478415.49	8668084.64
D	478519.22	8668077.74	J	478456.04	8668077.74
E	478500.08	8668014.22	K	478461.64	8668014.22
F	478442.82	8667931.17			
ZONA 2					
A-1	478432.22	8668001.04	F-1	478386.10	8668012.95
B-1	478422.73	8667989.30	G-1	478398.74	8668023.65
C-1	478407.21	8668000.31	H-1	478419.18	8668039.16
D-1	478389.22	8667981.26	I-1	478432.28	8668032.09
E-1	478373.21	8667997.40	J-1	478417.53	8668012.09

Nota. Elaboración propia

**Figura 1**  
Plano de ubicación y localización del Parque de La Identidad Huanca



Nota. Elaboración propia

#### 4.1.1.5. Límites

Nuestra área de estudio se ubica en la Provincia de Huancayo, la cual limita con tres provincias y dos departamentos. A continuación, se detalla cada uno de los límites de la provincia de Huancayo.

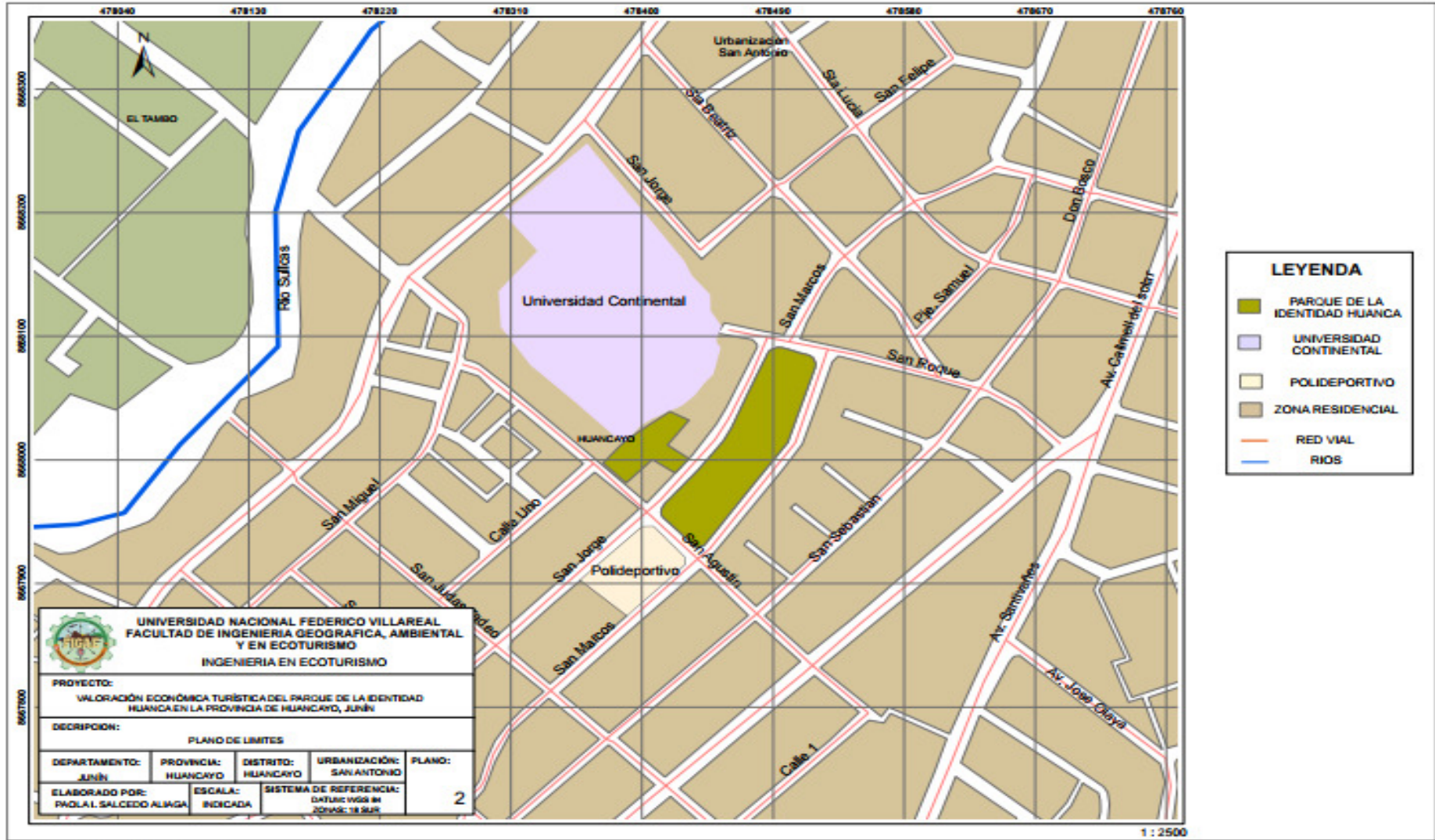
- Norte: La provincia de Concepción
- Sur: El departamento de Huancavelica
- Este: La provincia de Satipo
- Oeste: La provincia de Chupaca y el departamento de Lima

Específicamente, el área de estudio, el parque de la Identidad Huanca limita por el:

- Norte: Calle San Roque y la Universidad Continental
- Sur: Calle San Agustín y el Polideportivo
- Este: Calle San Marcos y zona residencial.
- Oeste: Calle San Jorge y la Universidad continental

El Parque de la Identidad Huanca se encuentra en una zona residencial, en la Figura 2 se puede observar con mejor detalle cada uno de los límites.

**Figura 2**  
*Plano de los límites del parque de la Identidad Huanca*



Nota. Elaboración propia

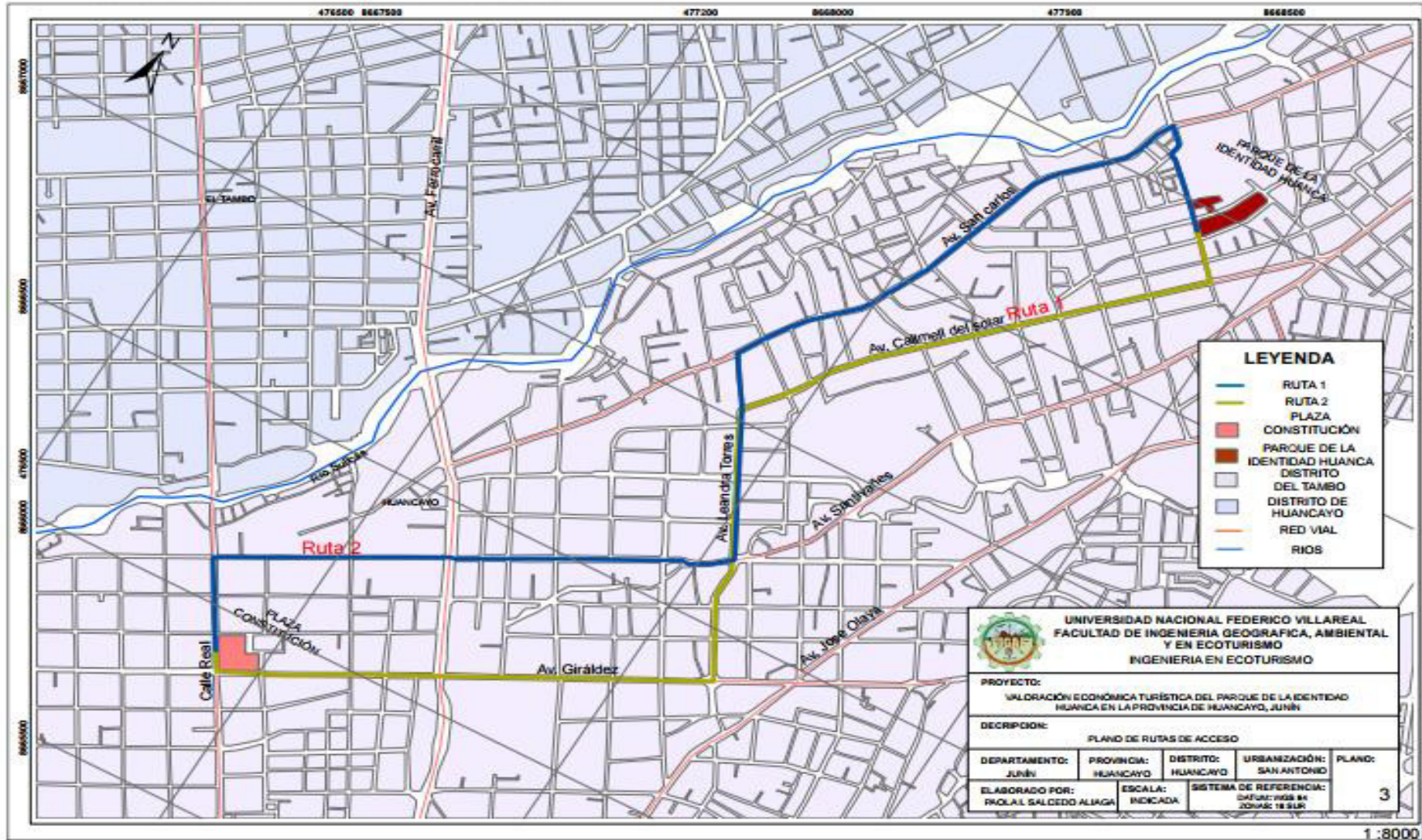
#### 4.1.1.6. Rutas de Acceso

A nivel general la provincia de Huancayo tiene tres vías de acceso desde la ciudad de Lima. La terrestre a través de buses, autos y otros. La vía aérea a través de aviones y avionetas a la provincia de Jauja y continua por la vía terrestre. Y finalmente la vía férrea desde la ciudad de Lima hasta la provincia de Huancayo

El acceso al parque de la Identidad Huanca desde el centro de la ciudad de Huancayo es terrestre a través de vías asfaltada-afirmada de aproximadamente 4km usando un medio de transporte automóvil particular o publico demora 10 minutos. En la Figura 3 se trazaron las dos rutas de acceso más frecuentes para llegar al Parque de la Identidad Huanca y que se detallan a continuación.

- **Ruta de Acceso N°1:** Plaza de armas de Huancayo-Calle Real-Jirón Ayacucho-Avenida Leandra Torres-Avenida San Carlos-San Miguel-Calle Belén- Parque de la Identidad Huanca.
- **Ruta de Acceso N° 2:** Plaza de armas de Huancayo-Avenida Giráldez-Avenida Leandra Torres-Avenida Calmell del Solar -Calle Belén- Parque de la Identidad Huanca.

**Figura 3**  
*Plano de rutas de acceso al Parque de La Identidad Huanca*



Nota. Elaboración propia

#### 4.1.2. Aspectos Físicos

##### 4.1.2.1. Superficie

El área principal del parque de la Identidad Huanca fue creada sobre un área de 5 765.3 m<sup>2</sup> de los cuales 2 500 m<sup>2</sup> se encuentran ocupados por áreas verdes. Además de la infraestructura principal o Zona 1, el Parque de la Identidad también cuenta con un área de 1 979,00 m<sup>2</sup> donde se construyó un estacionamiento de vehículos y módulos para la venta de productos artesanales y comida típica el cual denominamos Zona 2.<sup>2</sup> Ver tabla 5.

**Tabla 5**  
*Superficie del parque de la Identidad Huanca*

SUPERFICIE DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA	
AREA	Metros cuadrados
Área- Zona 1	5 756,30m <sup>2</sup>
Área- Zona 2	1 979,00 m <sup>2</sup>
Área total	7 735,30m <sup>2</sup>

*Nota.* Elaboración propia

##### 4.1.2.2. Altitud

El parque de la identidad Huanca se encuentra a una altitud de 3307 msnm. En relación a la plaza central de Huancayo a 3260 msnm este parque se encuentra a una mayor altitud con una diferencia de 47 m.<sup>3</sup>

##### 4.1.2.3. Clima

El Parque de la identidad Huanca presenta el mismo clima del distrito de Huancayo, siendo este un clima templado pero inestable durante todo el año, el cual coincide con el piso altitudinal Quechua que se halla entre los 2300 a 3500 m.s.n.m. formulado por Pulgar (1938).

<sup>2</sup> Datos de la Memoria de la Gestión Edil de la Municipalidad Provincial de Huancayo, 1990-1998.

<sup>3</sup> Datos obtenidos con el programa Google Earth Pro.

#### 4.1.2.4. Hidrografía

La provincia de Huancayo es atravesada por la cuenca hidrográfica del Río Mantaro, la cual está conformada por 20 subcuencas que se muestra en la Tabla 6 continuación:

**Tabla 6**  
*Subcuencas de la cuenca hidrográfica del Mantaro*

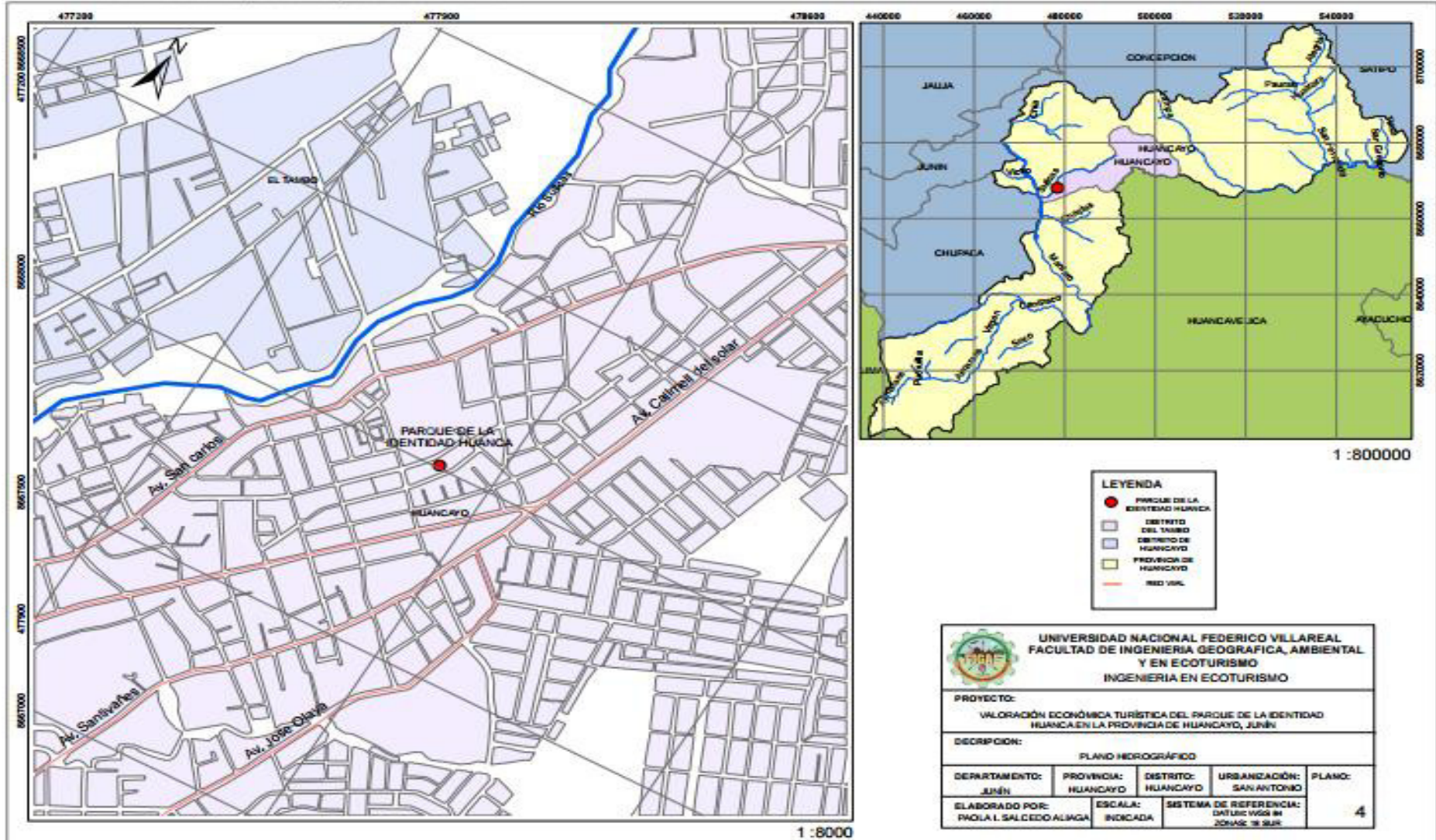
SUBCUENCAS DE LA CUENCA HIDROGRAFICA DEL MANTARO	
Río Canipaco	Río Huari
Río Chanchas	Río Yauli
Río Sullcas	Río Atoc Huarco
Río Cunas	Río Shiricancha
Río Achamayo	Río Santa Ana
Río Seco (Apata)	Río Tingo
Río Yacus	Río Conocancha
Río Grande (Acolla)	Río Chinchaycocha
Río Quisuarcancha	Río San Fernando
Río Pachacayo	Río Pariahuanca

*Nota.* Elaboración propia

El Parque de la identidad Huanca se encuentra a una distancia de 265 metros de una de estas redes hidrográficas más cercana, el río Shullcas, el cual nace desde la laguna Chuspicocha ubicada a 21,30 kilómetros de distancia del área de estudio<sup>4</sup>. En la Figura 4 se puede observar la cercanía del parque de la Identidad Huanca a una red hidrográfica.

<sup>4</sup> Datos obtenidos del geoprocetamiento de información brindada por el MINAM.

**Figura 4**  
*Plano Hidrográfico Del Parque de La Identidad Huanca*



Nota. Elaboración propia

#### **4.1.2.5. Geomorfología**

La provincia de Huancayo se encuentra sobre una geomorfología variada, en tanto el Parque de la Identidad Huanca se encuentra sobre una geomorfología de llanura o planicie aluvial (Pl-al) la cual se caracteriza por ser un terreno ubicado encima del cauce y llanura de inundación fluvial. Además, son terrenos planos de ancho variable y su extensión esta limita a los valles. Geodinámicamente, se asocian a procesos de erosión fluvial en las márgenes de los ríos y quebradas por socavamiento, con generación de derrumbes, áreas susceptibles a inundaciones e inundación pluvial.<sup>5</sup>

#### **4.1.2.6. Geología**

En el área de la provincia de Huancayo se presenta una variedad de unidades litológicas, tanto sedimentarias, ígneas, metamórficas y depósitos superficiales, con una edad que varía desde el Neoproterozoico hasta el Cuaternario reciente. El parque de la Identidad Huanca se localiza en un tipo de geología Cuaternario holocena-continental (Qh-c). Este tipo de geología pertenece a la era cenozoica, sistema cuaternario, serie holocena y en el cual predominan las unidades estratigráficas como los depósitos fluviales, lacustrinos, aluviales, glaciofluviales y monerroicos.<sup>6</sup>

#### **4.1.3. Aspectos Bióticos**

Los aspectos bióticos del Parque de la identidad Huanca son parte también del aspecto turístico del área por tal motivo se desarrollará en ese apartado.

---

<sup>5</sup> Información obtenida de la memoria descriptiva de la ZEE del departamento de Junín a escala 1:100000, 2015

<sup>6</sup> Información obtenida de la memoria descriptiva del estudio geológico del departamento de Junín a escala 1:100000, 2015

#### **4.1.4. Aspectos Turísticos**

##### **4.1.4.1. Clasificación y Categorización**

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2010) este recurso turístico está categorizado como manifestaciones culturales en el tipo de arquitectura y espacios urbanos y subtipo parques.

##### **4.1.4.2. Estado Actual del Parque de La Identidad Huanca**

El estado actual del Parque de la Identidad Huanca es considerado en muy buen estado de conservación según el MINCETUR en sus fichas de atractivos turísticos actualizadas al año 2010.

##### **4.1.4.3. Tipo de Visitantes**

Según el MINCETUR en sus fichas de atractivos turísticos actualizadas al año 2010 el tipo de visitante nivel 4 es por turistas locales, nivel 2 para visitantes regionales, nivel 3 visitantes nacionales y nivel 1 para turistas extranjeros.

##### **4.1.4.4. Tipo de Ingreso**

El ingreso al Parque de la identidad Huanca es totalmente libre, no obstante, los servicios secundarios como los servicios higiénicos y otros servicios requieren un monto de dinero.

##### **4.1.4.5. Época Propicia de Visita al Parque**

La época propicia de visita es durante todo el año según el MINCETUR en sus fichas de atractivos turísticos actualizadas al año 2010.

##### **4.1.4.6. Horario de Visita**

La atención al público del parque de la Identidad Huanca empieza ininterrumpida desde las 8 de la mañana hasta las 9 de la noche.

#### **4.1.4.7. Infraestructura Básica**

Dentro de su infraestructura básica el parque de la identidad Huanca cuenta con los servicios básicos:

- Agua y desagüe
- Luz
- Teléfono.

#### **4.1.4.8. Actividades Actuales dentro del Parque**

Algunas actividades realizadas dentro del Parque de La identidad Huanca son actividades culturales, actividades sociales, compras de artesanía, degustación de platos típicos, observación del paisaje y toma de fotografías y filmaciones.

#### **4.1.4.9. Servicios Actuales dentro y fuera del Recurso**

**A. *Servicios Actuales dentro del Recurso:*** Dentro de los servicios que brinda el

Parque de la identidad Huanca dentro de él se encuentran:

- Venta de artesanía
- Servicios higiénicos y servicios de estacionamiento
- Alquiler de disfraces y venta de material para fotografía
- Kioscos de venta de comida y bebida

**B. *Servicios Actuales fuera del Recurso:*** Dentro de los servicios que brinda el

Parque de la identidad Huanca fuera de él se encuentran:

- Agencias de viajes
- Restaurantes
- Hoteles, entre otros.

#### **4.1.5. Elementos Turísticos del Parque de La Identidad Huanca**

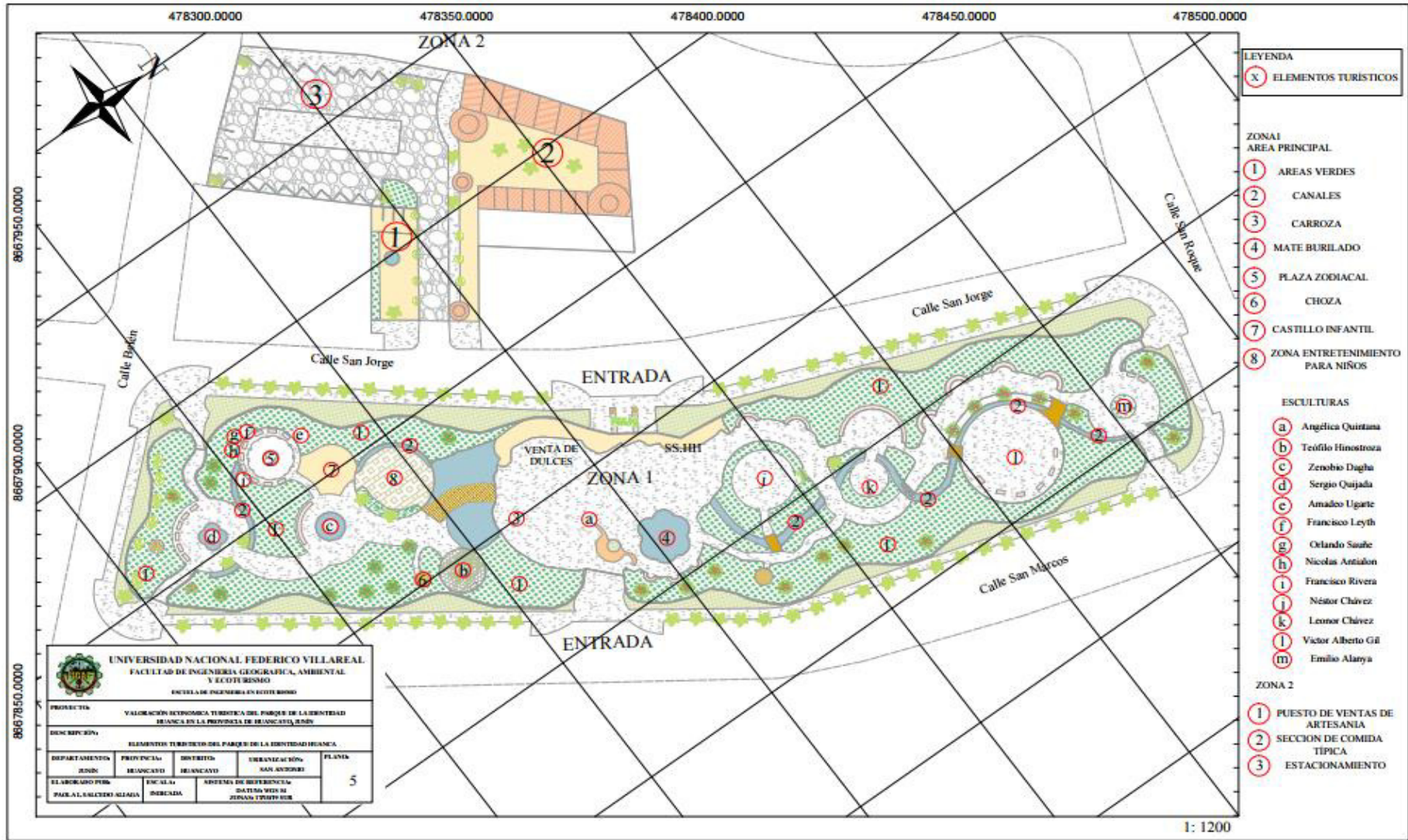
Este parque puede ser considerado un parque temático organizado en torno a la línea argumental de la cultura Huanca ya que fue construido con el objetivo de que los pobladores y visitantes tengan un encuentro con la cultura, folclor y recursos naturales del valle del Mantaro.

Su estilo arquitectónico es propio de la región y algunos han definido este parque como el tránsito de la artesanía a la arquitectura, debido a su diseño en base a curvas y círculos y a la utilización de elementos constructivos como la pirca tradicional, muros empedrados, entre otros materiales. Los cuales cabe resaltar que son propios del valle del Mantaro entre los más utilizados fueron la piedra, el mármol, el cuarzo y la laja.

Por su uso el parque de la Identidad Huanca se divide en cinco zonas la zona ecológica, recreativa, cultural, artesanal y gastronómica. La zona ecológica con 15 especies de flora representativa Huanca, la zona recreativa con dos juegos para niños, la zona cultural con 13 esculturas de personajes icónicos de la cultura Huanca y otros elementos, la zona artesanal con puestos de venta de artesanía y la zona gastronómica con seis puestos de comida típica.

Por su distribución el parque está dividida en dos zonas; el área principal o Zona 1 dada por el espacio de esparcimiento y un espacio dirigido a la venta de artesanías en el sótano, y el área secundaria o Zona 2 conformada por el estacionamiento de vehículos y módulos de venta de productos artesanales y comida típica. Se observa a detalle en la Figura 5.

**Figura 5**  
*Distribución de componentes del Parque de la Identidad Huanca*



Nota. Elaboración Propia

#### 4.1.5.1. Elementos del Área Principal

El área principal o de esparcimiento como se menciona anteriormente cuenta con alrededor 2 mil 500 metros cuadrados de áreas verdes y diferentes elementos en el área restante que permiten que este espacio se convierta en un atractivo turístico. Los elementos de esta área son:

**A. Áreas verdes:** Dentro de la vegetación que adorna el parque de la Identidad Huanca están presentes las plantas más representativas del valle de Huancayo. En su mayoría, estas plantas cuentan con letreros con su respectivo nombre científico y común, para que los visitantes puedan reconocer estas especies. En la Tabla 7 se lista las especies de flora que es una recopilación de la observación realizada en fichas presentadas en las tablas de la 8 a la tabla 21.

**Tabla 7**  
*Especies de flora del Parque de la identidad Huanca*

1	<i>Stachys bizantina</i>	Orejas de conejo
2	<i>“Verbena officianilis”</i>	Verbena
3	<i>“Salix nigra”</i>	Sauce negro
4	<i>“Bellis perennis”</i>	Margarita
5	<i>“Tuya”</i>	Thuja
6	<i>“Coreopsis gladiflora”</i>	Coreopsis
7	<i>“Retama sphaerocarpa L.”</i>	Retama
8	<i>“Beauticarnea pliabilis”</i>	Despeinadas
9	<i>“Cantua buxifolia”</i>	Cantuta
10	<i>“Geranium”</i>	Geranio
11	<i>“Populus nigra”</i>	Álamo negro
12	<i>“Dianthus caryophyllus”</i>	Claveles
13	<i>“Pennatulacea”</i>	Pluma de apache
14	<i>“Echinopsis pachanoi”</i>	San pedro
15	<i>“Pinus”</i>	Pino

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 6**  
 Ficha técnica de la especie de flora Orejas de conejo

## OREJAS DE CONEJO

### NOMBRE CIENTÍFICO:

“*Stachys bizantina*”

### NOMBRE COMÚN:

Orejas de conejo

### FAMILIA:

Lamiaceae.

### TAMAÑO:

10-20 cm

### HABITAD:

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

### DESCRIPCION:

Es una planta perenne, rizomatosa, de bajo porte y floración purpura que produce hojas muy vellosas dándole un color grisáceo y una superficie agradable al tacto. Esta planta soporta sequías y heladas propias del valle del Mantaro y es usada por sus pobladores como un antiinflamatorio.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 7***Ficha técnica de la especie Verbena***VERBENA****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Verbena officianilis”***NOMBRE COMÚN:**

Verbena

**FAMILIA:**

Verbenaceae.

**TAMAÑO:**

1 m a más de altura

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Planta herbácea, perenne, subnitrófila y se encuentra en terrenos incultos con cierta humedad como en bordes de caminos y puede crecer entre 1 metro o más de altura. En el valle del Mantaro esta planta es consumida con diversos fines por los pobladores como un analgésico en infusiones o compresas

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 8***Ficha técnica de la especie Sauce negro***SAUCE NEGRO****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Salix nigra”***NOMBRE COMÚN:**

Sauce negro

**FAMILIA:**

Salicaceae

**TAMAÑO:**

Hasta 10 m de altura

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Esta especie llega a medir 10 metros y cuenta con un tronco grueso y derecho, tiene abundantes hojas alargadas, lanceoladas y ligeramente dentadas con abundantes ramas colgantes. Este árbol es de rápido crecimiento en climas templados, principalmente en terrenos húmedos y pantanosos.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 9**

*Ficha técnica de la especie Margaritas*

---

**MARGARITAS**
**NOMBRE CIENTÍFICO:**

*“Bellis perennis”*

**NOMBRE COMÚN:**

Margaritas

**FAMILIA:**

Compositae

**TAMAÑO:**

Hasta 20 cm de altura

**HABITAD:**

Región templada

Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

La margarita es una planta perenne que puede alcanzar una altura de hasta 20 centímetros, y presenta inflorescencias de un colorido muy variado como blanco, rosa y rojo, entre otros. Esta planta se ha utilizado ampliamente por los pobladores debido a sus propiedades cicatrizantes y depurativas, siendo también un excelente expectorante.

---

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 10***Ficha técnica de la especie Tuya***TUYA****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Tuya”***NOMBRE COMÚN:**

Thujas

**FAMILIA:**

Cupressaceae

**TAMAÑO:**

De 3m a 18m

**HABITAD:**

Región templada

**DESCRIPCION:**

La Tuya es una conífera perenne de la familia de los cipreses. Sus hojas presentan una forma piramidal que están dispuestas en 4 filas y son muy pequeñas y escamosas. Sus frutos son pequeñas piñas con escamas ganchudas o aplanadas. En el Valle del Mantaro las tuyas se cultivan ampliamente como árboles ornamentales, y son usadas ampliamente como setos debido a que sus raíces se extienden en profundidad y no son invasivas.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 11***Ficha técnica de la especie Coreopsis***COREOPSIS****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Coreopsis gladiiflora”***NOMBRE COMÚN:**

Coreopsis

**FAMILIA:**

Asteraceae

**TAMAÑO:**

De 40cm a 60cm

**HABITAD:**

Región templada

**DESCRIPCION:**

La coreopsis es un género de plantas fanerógamas perteneciente a la familia de las asteráceas. Sus flores son generalmente amarillas con los extremos dentados y muchas especies son cultivadas como planta ornamental para los jardines.



Fuente: Archivo fotográfico propio

Nota. Elaboración propia

**Figura 12***Ficha técnica de la especie Retama***RETAMA****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Retama sphaerocarpa L.”***NOMBRE COMÚN:**

Retama

**FAMILIA:**

Fabaceae

**TAMAÑO:**

Hasta 3 m de altura

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

La retama amarilla es un arbusto perteneciente a la familia de las fabáceas que mide de uno a dos metros de altura, con infinitas ramas mimbreñas, hojas sedosas y diminutas hojas. A lo largo de las ramas más antiguas nacen racimos de flores de muy pequeño tamaño y de color amarillo; los frutos son redondeados, de cubierta endurecida que contienen una gran semilla negra en su interior. Este arbusto pequeño cuenta con propiedades curativas y es utilizado principalmente como repelente de insectos en chacras y pastizales. Para los pobladores de Huancayo es considerado un símbolo representativo debido a un camino muy conocido que se encuentra rodeado de retamas.

*Nota. Elaboración propia*

**Figura 13***Ficha técnica de la especie Despeinadas***DESPEINADAS****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Beauticarnea pliabilis”***NOMBRE COMÚN:**

Despeinadas

**FAMILIA:****TAMAÑO:****HABITAD:**

Fuente: Archivo fotográfico propio

Región templada

**DESCRIPCION:**

Es una planta herbácea perenne muy utilizada a efectos decorativos mezclada con el césped, por su resistencia a la siega. Sus hojas son espatuladas y de floración purpura. Es un popular remedio contra muchas enfermedades y tiene una gran variedad de formas de aplicación para aliviar heridas, ampollas, quemaduras e inflamaciones.

---

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 14***Ficha técnica de la especie Cantuta***CANTUTA****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Cantua buxifolia”***NOMBRE COMÚN:**

Cantuta

**FAMILIA:**

Polemoniaceae

**TAMAÑO:**

De 2 a 3m.

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

La Cantuta es la flor nacional del Perú y ha sido considerada la flor sagrada de los incas. Es una especie de arbusto perenne muy ramificado perteneciente a la familia Polemoniácea, presenta un aspecto muy vistoso que mide entre 2 y 3 m de alto. Sus pequeñas hojas son ásperas, alternas y tienen forma lanceolada. Sus flores no tienen olor, crecen en racimos terminales, con corona tubular, cáliz corto y colores muy llamativos como el blanco, amarillo, rosado y rojo intenso.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 15***Ficha técnica de la especie Geranio***GERANIO****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Geranium”***NOMBRE COMÚN:**

Geranio

**FAMILIA:**

Geraniaceae

**TAMAÑO:**

De 10 a 35 cm

**HABITAD:**

Región templada

**DESCRIPCION:**

El geranio es considerado una planta ornamental que mide entre 40 o 50 cm de altura, ramificada desde la base. Sus hojas son verdes y dentadas y un poco redondeadas y de flores que se sitúan por encima del follaje, agrupadas en racimos; que pueden ser rosadas, anaranjadas o malva. Una de las principales ventajas de esta planta es que son muy resistentes al clima, especialmente a la lluvia y a los vientos fuertes propios de Huancayo. Son plantas muy resistentes e incluso pueden llegar a tolerar la ausencia de agua, adaptándose muy bien a suelos arcillosos. Esta planta es conocida como un analgésico y desinflamante por los pobladores de Huancayo.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 16***Ficha técnica de la especie Álamo negro***ÁLAMO NEGRO****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Populus nigra”***NOMBRE COMÚN:**

Alamo negro

**FAMILIA:**

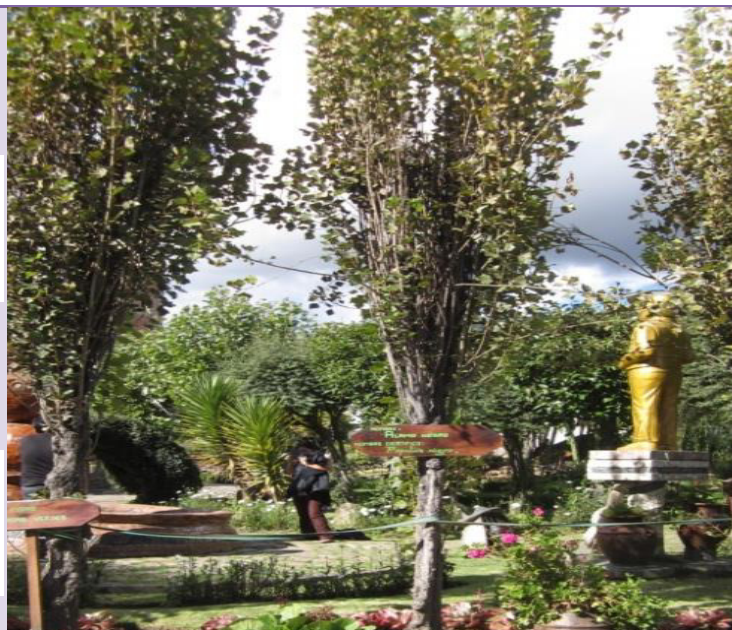
Salicaceae

**TAMAÑO:**

De 20 m a 30 m

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Árbol de hoja caduca que alcanza de 20 a 30 m, en ocasiones puede superar esta altura. Sistema radical formado por un eje principal fuerte y profundo. Tronco generalmente derecho, de corteza grisácea pronto resquebrajada en sentido longitudinal. Como ornamental y árbol de sombra se ha utilizado desde antiguo. Las hojas constituyen un buen forraje, se ha utilizado como recurso invernal

---

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 17***Ficha técnica de la especie Claveles***CLAVELES****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Dianthus caryophyllus”***NOMBRE COMÚN:**

Claveles

**FAMILIA:**

Caryophyllaceae

**TAMAÑO:**

De 45 cm a 60 cm

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Planta perenne de base leñosa que puede alcanzar una altura entre los 45 y los 60 centímetros. Su floración es casi durante todo el año y presenta una fragancia fuerte. Los colores más normales son el rojo, rosado, blanco, salmón y amarillo y bicolors. En el valle del Mantaro estas flores son tomadas en infusiones.

---

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 18**

*Ficha técnica de la especie Pluma de apache*

---

**PLUMA DE APACHE**

**NOMBRE CIENTÍFICO:**

“*Pennatulacea*”

**NOMBRE COMÚN:**

Pluma de apache

**FAMILIA:**

Bromeliaceae

**TAMAÑO:**

De 2 m a 3 m.

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Arbusto caducifolio o semi-perennifolio que alcanza unos 2-3 m de altura. Hojas lanceoladas, de color grisáceo. Inflorescencia en espigas al extremo de las ramas, con flores de color lila, azul, púrpura, rosa, rojo-violeta, blanca etc. Entre verano y otoño, sus ramas arqueadas portan en sus extremos conos largos y estrechos de flores densamente apiñadas. Las flores atraen a las mariposas, que se alimentan de su fragante néctar.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 19***Ficha técnica de la especie San Pedro***SAN PEDRO****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Echinopsis pachanoi”***NOMBRE COMÚN:**

San Pedro

**FAMILIA:**

Cactaceae

**TAMAÑO:**

De 3m a 7m

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Es un cacto arbustivo de crecimiento rápido, originario de las laderas occidentales de los Andes en Perú, se encuentra a una altitud de entre 2000 a 3000 msnm. Ideal para ambientes interiores y exteriores, la flor de este cactus es aromatizante, la fragancia que emite es muy agradable, sus frutos maduros son comestibles y muy dulces.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 20***Ficha técnica de la especie Pino***PINO****NOMBRE CIENTÍFICO:***“Pinus”***NOMBRE COMÚN:**

Pino

**FAMILIA:**

Pinaceae

**TAMAÑO:**

Hasta 30 m

**HABITAD:**

Región templada



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Es un árbol de talla media a elevada, de aproximadamente 30 metros de altura. La ventaja es que es una especie de crecimiento rápido ya que alcanza un diámetro de tronco de más de 50 centímetros en 25 o 35 años. Es una especie de gran interés para la industria por la calidad de su madera y su rápido crecimiento, que hace que su cultivo comience a dar beneficios en pocos años. Su madera se aprovecha para diferentes fines, entre las que destacan la pasta de papel y la fabricación de tableros de partículas. Se cultiva en muchos países para hacer repoblaciones, por la rapidez de su crecimiento.

*Nota.* Elaboración propia

## ➤ CANALES

Dentro del Parque de la Identidad Huanca, circula un canal de agua que asemeja a un río recorriendo el Valle del Mantaro señalando la importancia que el agua tiene para los campesinos de la región. En la Figura 6 se muestra como es el canal que atraviesa todo el parque de La Identidad Huanca y en la Figura 7 y 8 se puede observar cómo es su recorrido.

### **Figura 21**

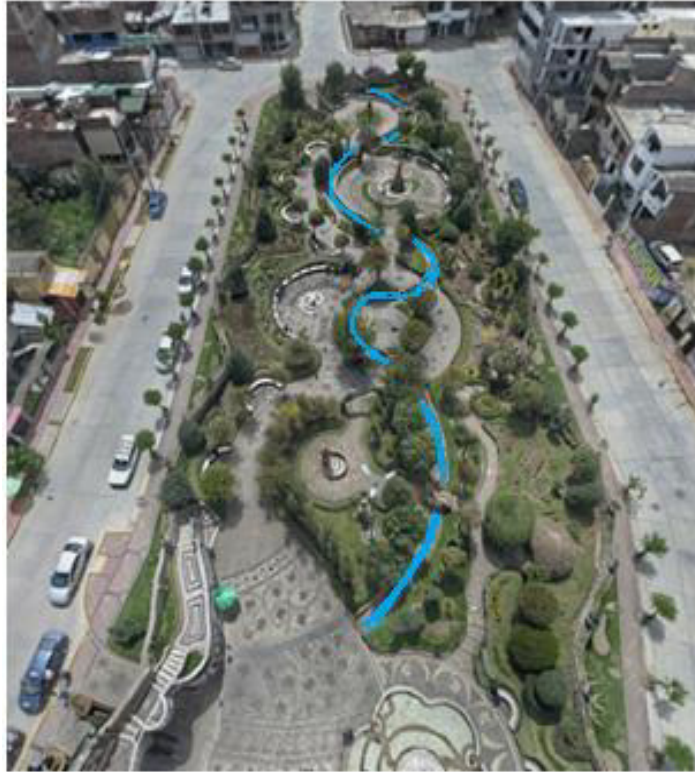
*Fotografía de parte del canal del Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

**Figura 22**

*Fotografía aérea del recorrido del canal del parque de la identidad Huanca-Zona norte*



*Nota.* Elaboración propia

**Figura 23.**

*Fotografía aérea del recorrido del canal del parque de la identidad Huanca-Zona sur*



*Nota.* Elaboración propia

### ➤ CARROZA

Esta carroza es un elemento importante en el parque de la Identidad Huanca data del año 1890 y anteriormente los visitantes podían pasear dentro de ella.

#### **Figura 24**

*Fotografía de la carroza ubicada en el patio principal del Parque de la Identidad Huanca*



*Nota. Elaboración propia*

### ➤ MATEBURILADO

Es una gigantesca escultura de casi cinco metros de altura y dos metros de diámetro en su parte más voluminosa. Es un homenaje a los artesanos buriladores del distrito de Cochas, ubicado a tres kilómetros de la ciudad de Huancayo. El mate es una estructura de concreto armado, cuya superficie tiene incrustaciones y enchapes con piedras de colores provenientes del nevado Huaytapallana. Sus representaciones simbolizan la laboriosidad del campesino wanka, las actividades sociales, agrícolas y religiosas. Es decir, en él se pueden apreciar escenas de la vida cotidiana de los pobladores del Valle del Mantaro.

**Figura 25**

*Fotografía del mate burilado ubicado en el patio central del Parque de La Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

➤ **PLAZA ZODIACAL**

Donde figura en su piso los signos del zodiaco, todos encerrados en un círculo como imágenes, en representación árabe y en quechua.

**Figura 26**

*Fotografía de la Plaza zodiacal en el Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

### ➤ CHOZA

La Chocita representa las primeras casas típicas de Huancayo llamadas chullpas en quechua, hechas con paja, barro, tierra y madera en la puerta, donde vivían los antiguos huancas antes de la llegada de los españoles que son cambiadas posteriormente en un cambio estructural de casas redondas a casas rectangulares cuadriláteros.

**Figura 27**

*Fotografía de Choza del Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

### ➤ CASTILLO INFANTIL

Construcción conocida como el castillo con un niño en la cima que representa al hijo del Dios Huanca, Wallallo Carhuancho y que quiere personificar la esperanza de la Nación Huanca, su estructura que tiene forma de la corona de la Virgen de Cocharcas. Lleva piedra pome proveniente de Aguascalientes, en Huancavelica, la piedra blanca es la piedra laja, más conocida como piedra mármol traída del Nevado Huaytapallana.

**Figura 28**

*Fotografía del Castillo Infantil del parque de la Identidad Huanca*



*Nota. Elaboración propia*

➤ **ESCULTURAS**

Con la intención de sintetizar la cultura Huanca y perpetuar la memoria de los más destacados personajes del arte que se identifican con el pueblo Huanca se construyeron monumentos en memoria de estos exponentes del arte, la cultura, la música vernacular y el folklor que han contribuido a enriquecer el acervo de la identidad Huanca. Es así que dentro del Parque de la Identidad Huanca se encuentran las siguientes esculturas:

**Figura 29***Ficha técnica de la escultura de Angélica Quintana***ANGELICA QUINTANA SALVADOR****ALIAS**

“La Chaparrita”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1942-1986)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Profesora
- Destacada voleibolista
- Intérprete de música vernacular
- Locutora radial
- Líder política

**DESCRIPCION:**

Mujer multifacética que dejó grandes recuerdos entre sus familiares y la población huancaína por ser figura representativa del folklore Wanka.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 30**

*Ficha técnica de la escultura de Teófilo Hinojosa Irrazábal*

---

**TEÓFILO HINOSTROZA IRRAZÁBAL**

---

**ALIAS**

“El Chambi del centro”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1914-1991)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Fotógrafo
- Quenista
- Músico
- Compositor

**DESCRIPCION:**

Conocido también como el Chambi del centro por sus fotografías que revelan un gusto exquisito por la composición, los juegos de luces y sombras. Asimismo, fue un gran músico y compositor obtuvo varios reconocimientos y estuvo ligado a diversas instituciones públicas enfocadas al arte.



Fuente: Archivo fotográfico propio

**Figura 31***Ficha técnica de la escultura de Zenobio Dagha Sapaico***ZENOBIO DAGHA SAPAICO****AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1920-2008)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Músico
- Compositor

**DESCRIPCION:**

Músico y compositor vernacular creador del Huaylas Moderno, que creo más de 900 temas de los cuales 879 están registrados en APDAYC, en su repertorio tiene canciones como " Yo soy Huancaíno, Centenario de Huancayo, Mi Chupuro, la flor del Huallao y entre otros".



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 32***Ficha técnica de la escultura de Sergio Quijada Jara***SERGIO QUIJADA JARA****AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1914-1990)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Folclorólogo
- Historiador

**DESCRIPCION:**

Se dedicó a recopilar y estudiar nuestro folclore. Manifestó su pasión y amor por la cultura andina mediante la recopilación, investigación e interpretación y difusión en artículos periodísticos y libros aspectos poco conocidos de las tradiciones y costumbres del Valle del Mantaro.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 33.***Ficha técnica de la escultura de Amadeo Ugarte Ríos***AMADEO UGARTE RÍOS****AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1914-1988)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Líder comunal
- Deportista

**DESCRIPCION:**

Fue líder comunal de la zona sur de Huancayo y un amante del deporte que demostró su compromiso social a lo largo de su vida.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 34***Ficha técnica de la escultura de Francisco Leyth Navarro***FRANCISCO LEYTH NAVARRO****ALIAS**

“Panchito Leyth”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1942-2004)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

➤ Interprete



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Fue intérprete de música vernacular que siendo joven formo la orquesta “Los Duendes del Mantaro”, luego de ello se unió a Salvador Añañoa, Miguel Sarmiento y Jesús Loayza para formar la “Estudiantina Foclórica del Centro” que sería el inicio de la “Estudiantina Perú”, a la que tiempo después se sumaría Jorge Anaya, Víctor Manrique, Armando Carrasco y Juan Gamonal Carrasco. Actualmente es una referencia para los actuales músicos y artistas folclóricos de Junín.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 35***Ficha técnica de la escultura de Orlando Sauñe Lavado***ORLANDO SAUÑE LAVADO****AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1936-2015)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Carpintero
- Músico

**DESCRIPCION:**

Estudio carpintería en el colegio Politecnico de Huancayo y años después formo su propio taller. A los 20 años estudio en el Instituto Nacional de Cultura y más tarde forma parte del Duo Caballeros de Huancayo, uniéndose finalmente a la legendaria Estudiantina Perú.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 36.**

*Ficha técnica de la escultura de Nicolas Antialon F.*

---

**NICOLAS ANTIALON F.**

**ALIAS**

“Cutuncho Huanca”

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

➤ Música

**DESCRIPCION:**

Conocido como Cutuncho Huanca formaba parte del Duo Caballeros de Huancayo al lado de Orlando Sauñe Lavado y posteriormente se integran a la Estudiantina Perú.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 37**

*Ficha técnica de la escultura de Francisco Rivera Jimenez*

**FRANCISCO RIVERA JIMENEZ****ALIAS**

“El Incario”

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

➤ Interprete

**DESCRIPCION:**

Interprete de musica vernacular conocido como “El Incario”.



Fuente: Archivo fotográfico propio

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 38**

*Ficha técnica de la escultura de Néstor Chávez Calderón.*

---

**NÉSTOR CHÁVEZ CALDERÓN**
**ALIAS**

“El Mocho”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1913-1999)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

- Carpintero
- Interprete



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Intérprete de música vernacular. Fue carpintero durante su adolescencia del cual la pérdida de un dedo con la sierra eléctrica marco esta etapa, posteriormente empezaría su carrera como guitarrista seguido de muchos lazos con diferentes interpretes hasta el final de sus días.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 39***Ficha técnica de la escultura de Leonor Efigenia Chávez Rojas***LEONOR EFIGENIA CHÁVEZ ROJAS****ALIAS**

“Flor pucarina”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1935-1987)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

➤ Interprete



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Intérprete de música vernacular conocida como “Flor Pucarina” fue uno de los baluartes de la música andina peruana, considerada como una de las mejores cantantes de la música popular. Su primera grabación fue "Pueblo Huanca" de su propia inspiración, le siguieron a ésta las grabaciones "Caminito de Huancayo", "Traición", "Soy Pucarina", "Alma Andina", entre otras.

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 40**

*Ficha técnica de la escultura de Víctor Alberto Gil Mallma.*

---

**VÍCTOR ALBERTO GIL MALLMA**
**ALIAS**

“Picaflor de los Andes”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1928-1975),

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

➤ Interprete



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Víctor Alberto Gil Mallma, conocido popularmente como “Picaflor de los Andes” (1928-1975), fue un cantor peruano de música folclórica conocido por su canto y música en los departamentos Junín y la población andina asentada en Lima, vendió aproximadamente 80 mil discos de la canción "*Corazón Mañoso*".

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 41**

*Ficha técnica de la escultura de Emilio Vicente Alanya Carhuamaca.*

---

**EMILIO VICENTE ALANYA CARHUAMACA**
**ALIAS**

“Moticha Alanya”

**AÑO DE NACIMIENTO-****FALLECIMIENTO**

(1926-1981)

**LUGAR DE NACIMIENTO**

Huancayo

**OCUPACION**

➤ Compositor



Fuente: Archivo fotográfico propio

**DESCRIPCION:**

Compositor de música vernacular conocido como Moticha Alanya cuyas composiciones tramontaron la barrera del tiempo y se mantienen vigentes en las voces de significativos intérpretes que asimilaron la intensidad de su creador, cuando por ejemplo, plantea el tema de la injusticia en la muliza “Falsía”, producto de su estancia en la otrora tenebrosa prisión de “El Sexto”.

*Nota.* Elaboración propia

#### **4.1.5.2. Elementos del Área Secundaria**

Esta área se encuentra al frente del área principal y se conforma por las siguientes áreas:

➤ **Puestos de Venta para la Artesanía**

Se encuentran un total de 4 puestos dirigido a la venta de artesanía no disponible actualmente.

➤ **Sección de Comida Típica Huanca**

En este are se encuentran alrededor 7 puestos de comida que brindan diversos platos típicos de Huancayo entre ellos el chicharrón colorado, cuy colorado o chactado, pachamanca, trucha entre otros. Anteriormente también se ofrecían dulces huancas como dulce de calabaza, caya entre otros.

➤ **Estacionamiento**

Este estacionamiento se encuentra totalmente disponible para los visitantes del Parque de la Identidad y tiene una capacidad para 12 vehículos.

## 4.2. FACTORES SIGNIFICATIVOS EN LA DISPOSICIÓN A PAGAR DEL VISITANTE DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA

### 4.2.1. Características del Visitante del Parque de La Identidad Huanca

Para el análisis de las características de los visitantes del Parque de la identidad Huanca se analizó la base de datos recopilada de la encuesta aplicada (Ver anexo 6).

#### 4.2.1.1. Aspectos Socioeconómicos del Visitante del Parque de la Identidad

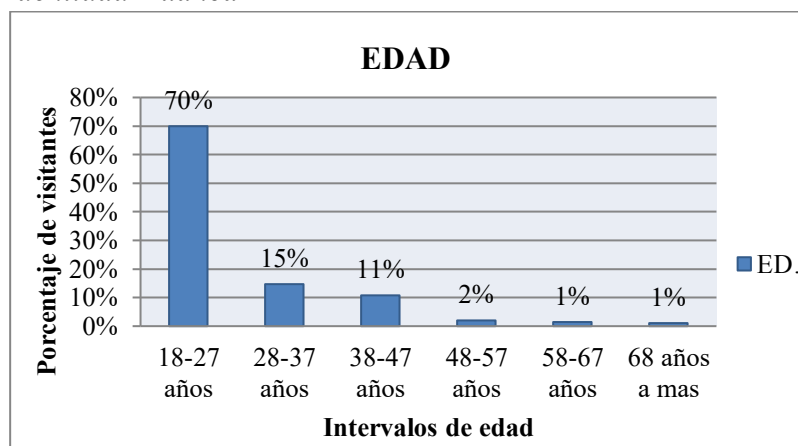
##### Huanca

##### ➤ Edad

Los resultados obtenidos después de la aplicación de la encuesta revelan que el visitante del Parque de la Identidad Huanca tiene una edad promedio de 29 años. En la figura 42 puede verse como la mayor cantidad de visitantes tienen entre 18 y 37 años. Explicando así, la desviación estándar de 10,863 para la variable edad.

**Figura 42**

*Distribución de edades de los visitantes del Parque de la Identidad Huanca*



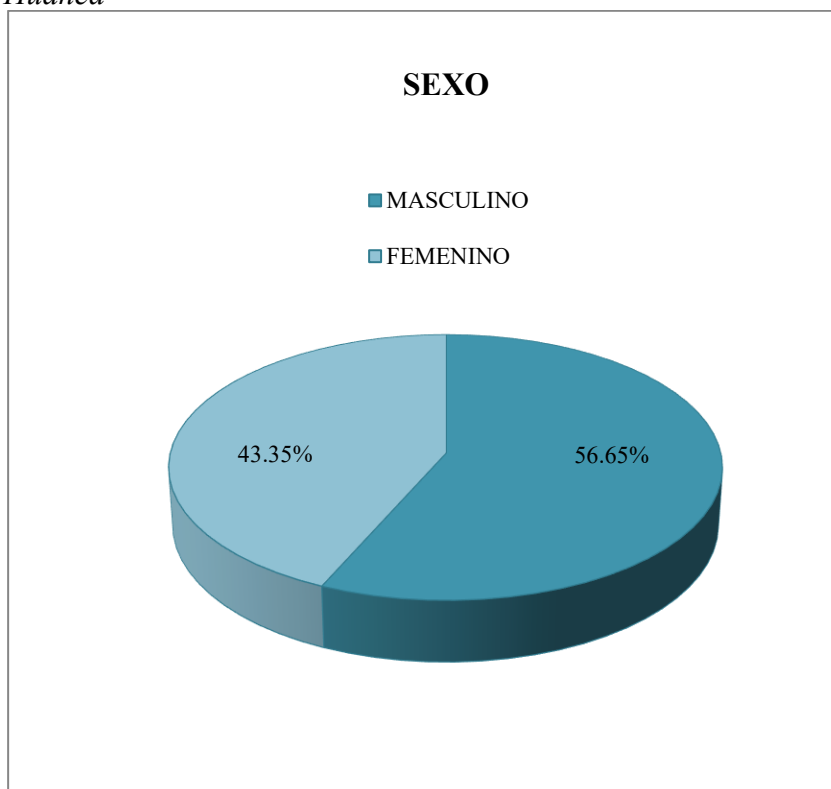
Nota. Elaboración propia

➤ **Sexo**

En cuanto a la variable sexo, encontramos que la afluencia al parque de La Identidad Huanca por parte de los visitantes del sexo masculino está por encima que la afluencia por parte de los visitantes del sexo femenino. La Figura 43 ilustra como las mujeres representan el 43,35% del total de visitantes, mientras que los varones representan el 56,65 %. Estos resultados no dan evidencia que exista una diferencia significativa, sin embargo, la existe.

**Figura 43**

*Distribución de sexo de los visitantes del Parque de la Identidad Huanca*



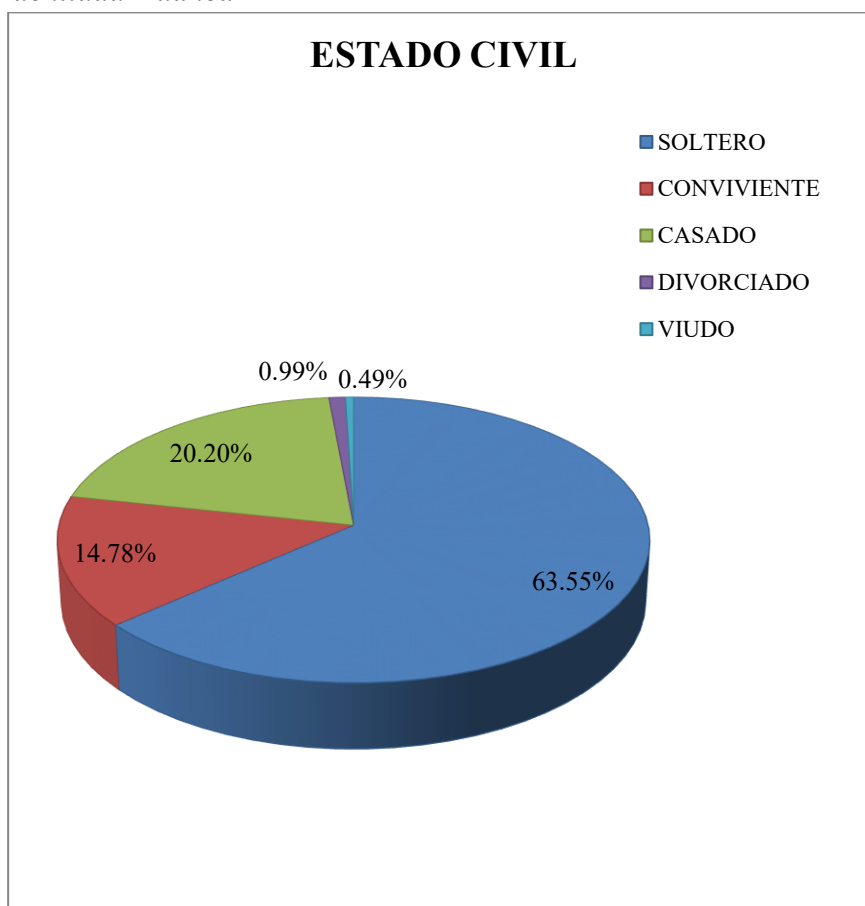
*Nota.* Elaboración propia

➤ **Estado Civil**

A partir de la Figura 44 se evidencia que el estado civil predominante en los visitantes del parque de la Identidad Huanca es el estado civil soltero que es representado por el 63,55% de los visitantes, seguido de los visitantes de estado civil casados y convivientes con un 20,20% y 14,78% respectivamente. Una minoría, el estado civil divorciado y viudo es representado por el 1,58% del total de visitantes del parque.

**Figura 44**

*Distribución de estado civil de los visitantes del Parque de la Identidad Huanca*

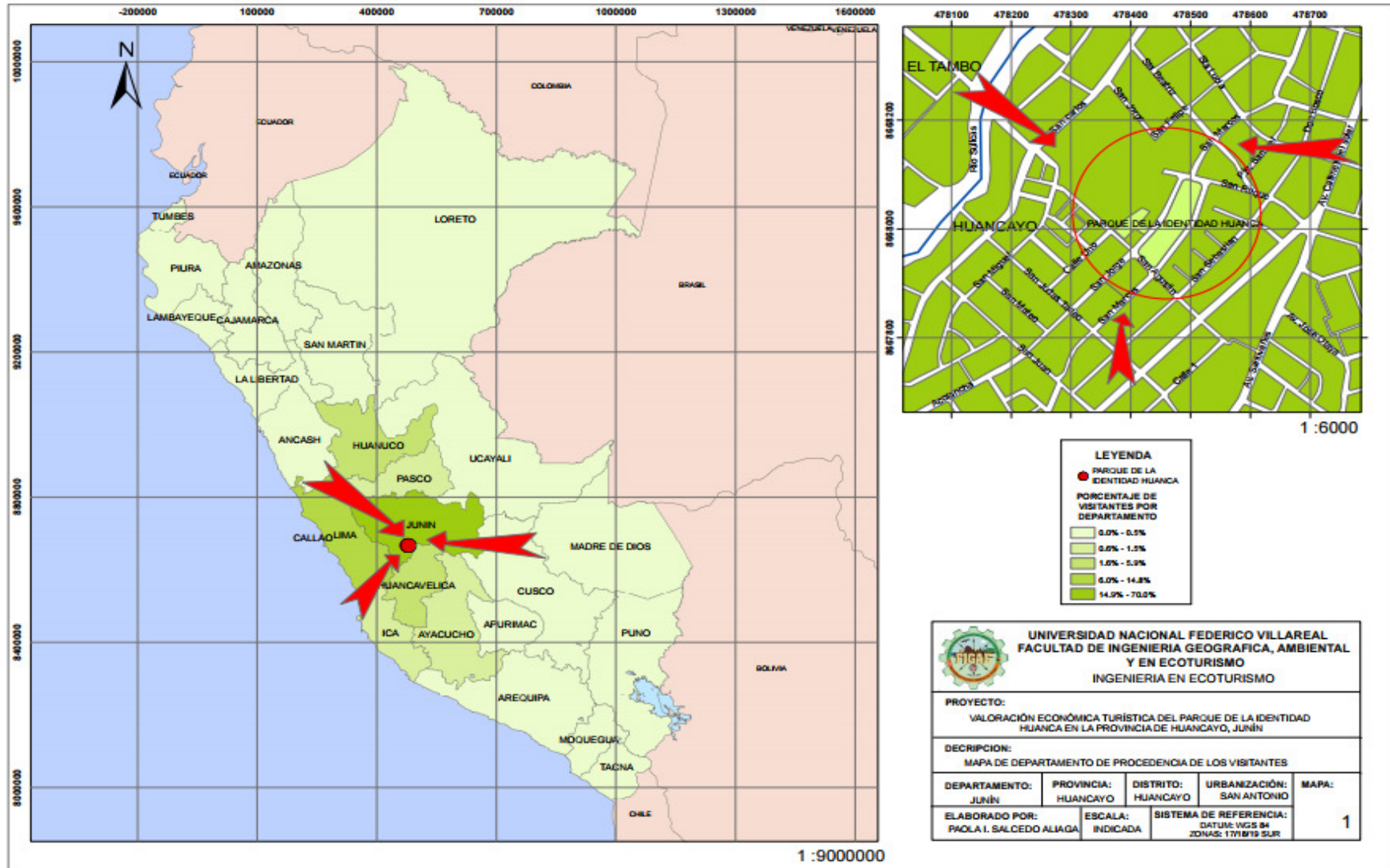


*Nota.* Elaboración propia

➤ **Lugar de Procedencia**

Respecto al lugar de procedencia, a nivel departamental la mayor cantidad de visitantes provienen del departamento de Junín, departamento en el cual se ubica el Parque de la Identidad Huanca y es representado por el 69,95% del total de visitantes. Por otro lado, el 14,78% de visitantes, provienen del departamento de Lima, capital del Perú, departamento colindante por el este con el departamento de Junín y de fácil accesibilidad por la carretera Central. Otro porcentaje alto, es representado por los visitantes del departamento de Huancavelica y configuran un 5,91% del total de visitantes, este departamento también es colindante y limita por el norte con el departamento de Junín. Asimismo, el 3,45% de visitantes del parque, provienen del departamento de Huánuco, el cual se ubica al norte del departamento de Junín. Una cifra menor de visitantes del parque de la identidad Huanca, provienen de los departamentos de Ica, Ayacucho, Pasco y la provincial constitucional del Callao que en conjunto representan el 4,44% de los visitantes. En la Figura 45 se puede ilustrar cada uno de los porcentajes expresados anteriormente, y además se puede visualizar como la distancia afecta inversamente en la visita o no visita al parque de La Identidad Huanca.

**Figura 45**  
*Distribución de los visitantes por departamento de procedencia*

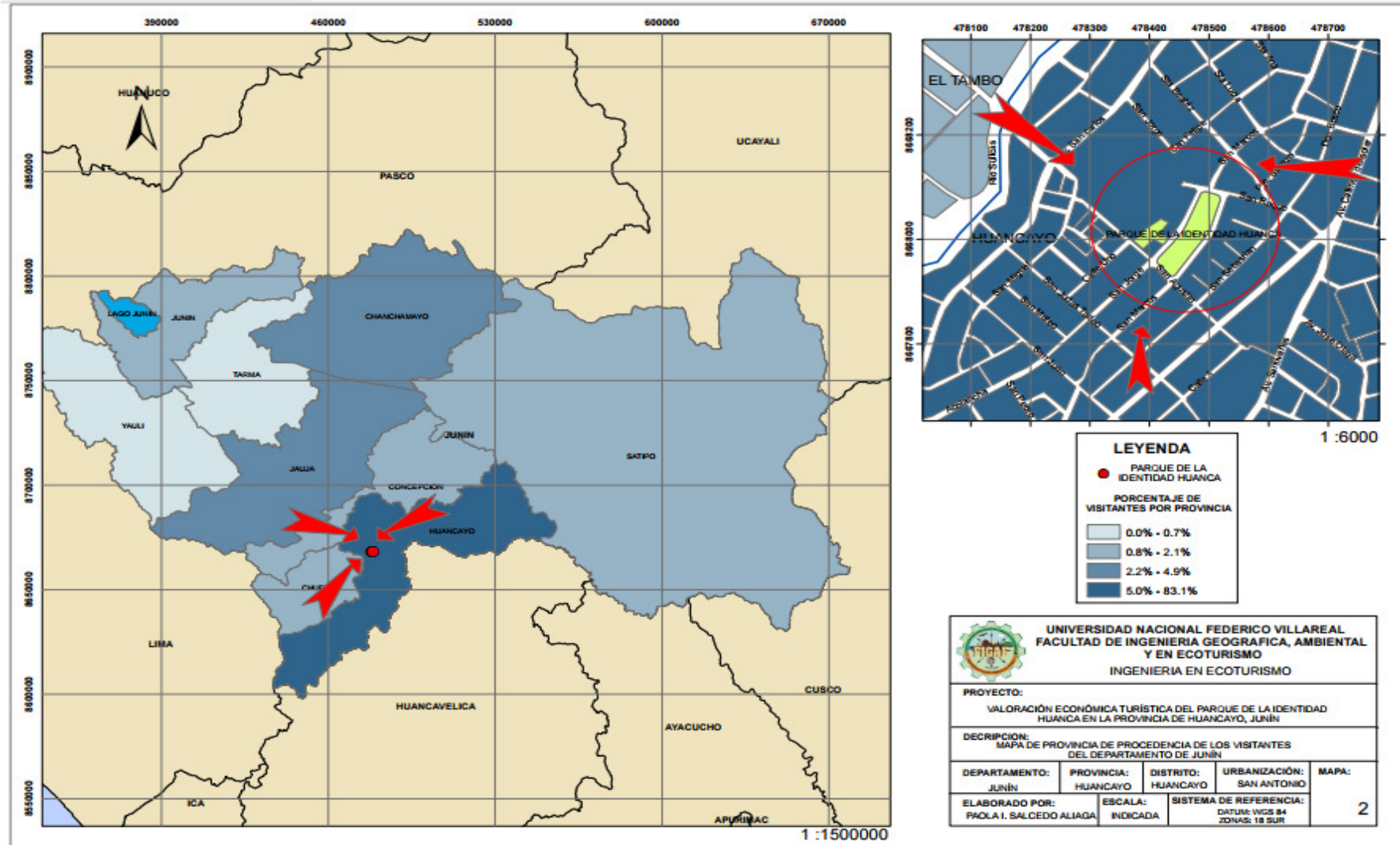


Nota. Elaboración propia

Para el análisis de la distribución de los visitantes del parque de La Identidad Huanca a nivel provincial, se consideró solo el departamento de Junín del cual se obtuvo una mayor afluencia. A nivel provincial la gran mayoría de los visitantes provenían de la provincia de Huancayo, provincia en la cual se ubica el parque objeto de estudio de esta investigación, representando el 83,1% de los visitantes. Una cantidad inferior representada por el 4,93% de visitantes provienen de la provincia de Jauja ubicada al noroeste de la provincia de Huancayo. Asimismo, un 3,52% de los visitantes, provienen de la provincia de Chanchamayo ubicada al sur de la provincia de Huancayo. Las provincias de Junín, Concepción, Chupaca, Satipo y Tarma en conjunto representan el 8,45% de visitantes. Siendo Yauli la única provincia de cual no se observó afluencia de visitantes, probablemente esto se explique debido a la lejanía de esta provincia. En la Figura 46 se puede observar lo antes mencionado, sin embargo, el patrón distancia observado a nivel departamental que explica la visita o no a este parque no es tan marcado. Probablemente este comportamiento se explique por otros factores tanto como, la accesibilidad, la cercanía a otros recursos sustitutos, entre otros.

**Figura 46**

*Distribución de los visitantes por provincia de procedencia del departamento de Junín*

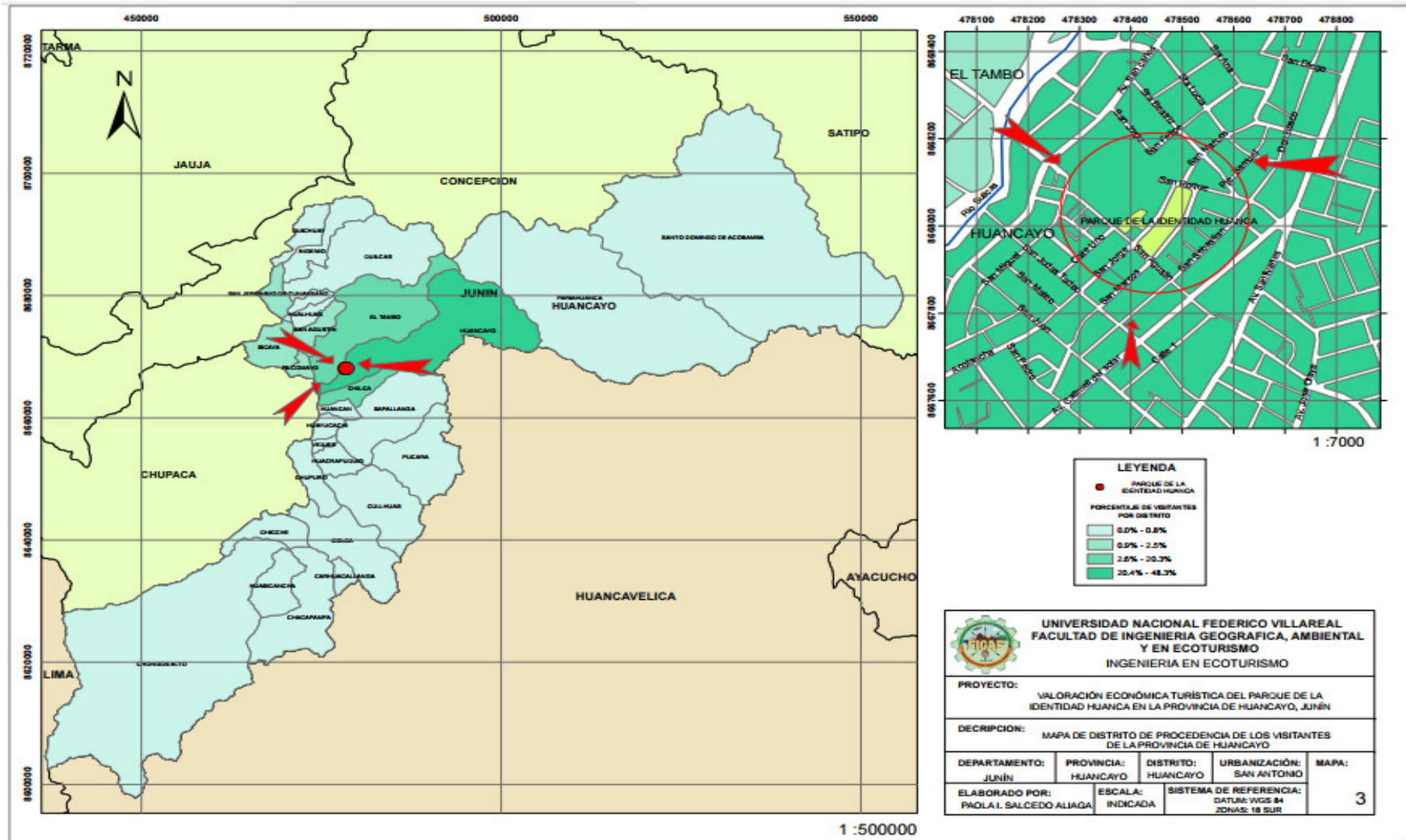


Nota. Elaboración propia

Para el nivel distrital se analizó la provincia de Huancayo, de la cual se observó una mayor afluencia de visitantes. El 48,31% de estos provienen del distrito de Huancayo, distrito en el cual se ubica el parque de la Identidad Huanca y representan a la gran mayoría de visitantes. Otro porcentaje representativo, es el del 20,34% que se da por los visitantes que provienen del distrito del Tambo, el cual se encuentra al noroeste del distrito de Huancayo. El 18,64 % está representado por los visitantes que provienen del distrito de Chilca que se encuentra al suroeste del distrito de Huancayo. Una menor incidencia del 12,71 % es representada por los visitantes que provienen de los distritos de Pilcomayo, Sicaya, San Agustín, San Jerónimo de Tunan, Hualhuas, Huancán, Huayucachi, Quilcas y Sapallanga. En la Figura 47 se ilustra cada uno de los resultados explicados anteriormente y se puede evidenciar que si existe un patrón distancia afluencia al nivel distrital. Asimismo, es posible afirmar que la mayor incidencia dada por el distrito del Tambo, Huancayo y Chilca puede ser explicada por la accesibilidad y cercanía.

**Figura 47**

*Mapa de distribución de los visitantes por distrito de procedencia de la provincia de Huancayo*



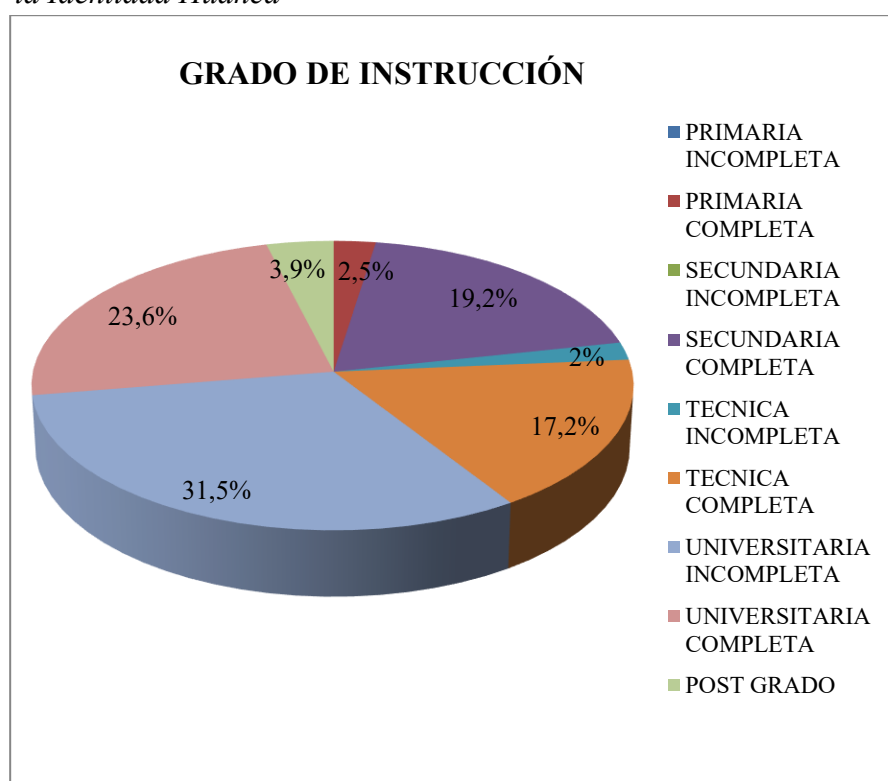
Nota. Elaboración propia

### ➤ Grado de Instrucción

La Figura 48 muestra que la mayoría de los visitantes tienen un grado de instrucción universitaria incompleta considerando este a aquellos que tienen estudios en progreso o trancos haciendo un total del 31,5% de los visitantes, posterior a este grupo le sigue el grupo de visitantes que tienen el grado de instrucción universidad completa representado por el 23,6% de visitantes, los visitantes con grado de instrucción secundaria completa configuran el 19,2% y los visitantes de grado de instrucción técnica completa son un total de 17,2%. Una minoría conformada por el 8,4% de visitantes tiene grado de instrucción técnica incompleta, primaria completa y postgrado.

**Figura 48**

*Distribución del grado de instrucción de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



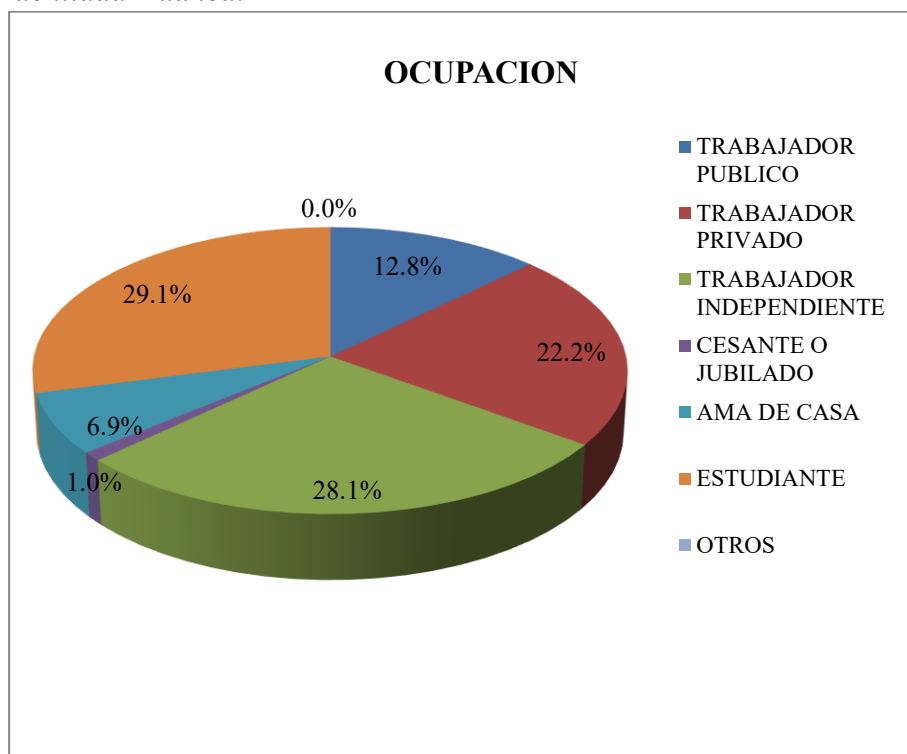
*Nota.* Elaboración Propia

## ➤ Ocupación

La gran mayoría de los visitantes del parque de la identidad Huanca son de ocupación estudiantes y se representan por el 29,1% de los visitantes, seguido de los visitantes de ocupación trabajador independiente y trabajador privado que configuran el 28,1% y 22,2 % de los visitantes, respectivamente. Los visitantes de ocupación trabajador público solo representaban el 12,8 % y un 6,9 % de los visitantes eran de ocupación ama de casa. Solo el 1% de los visitantes era de ocupación cesante o jubilado. En la Figura 49 se ilustra lo anterior descrito respecto a la variable ocupación.

**Figura 49**

*Distribución de la ocupación de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca.*



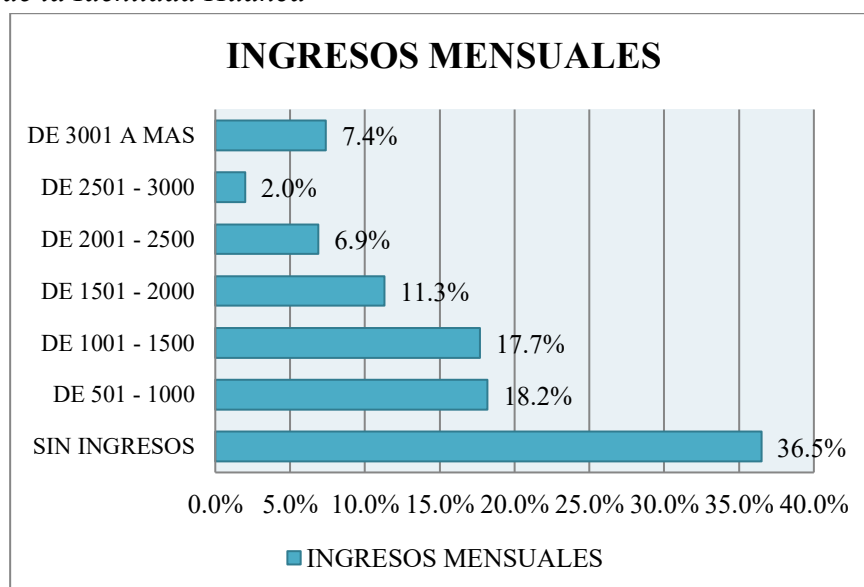
*Nota.* Elaboración Propia

## ➤ Ingresos

Como se puede ver en la Figura 50 la distribución de los ingresos mensuales de los visitantes esta predominado por los que no tienen ingresos y representan el 36,5 % de los visitantes. Esto probablemente se explica porque la mayoría de los visitantes eran de ocupación estudiantes. Los visitantes con ingresos mensuales entre los 500 a 1000 PEN y entre los 1001 a 1500 PEN representan el 18,2% y 17,7% de los visitantes respectivamente. El 11,3% de los visitantes tienen ingresos de entre 15001 a 2000 PEN seguido de los visitantes que tienen ingresos mensuales de entre 2001 al 2500 PEN. Además, alrededor del 16,3% de los visitantes reciben ingresos mensuales de entre 2001 a más PEN.

**Figura 50**

*Distribución de los ingresos mensuales de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración Propia

#### 4.2.1.2. Aspectos del Tipo de Visita del Visitante del Parque de La Identidad

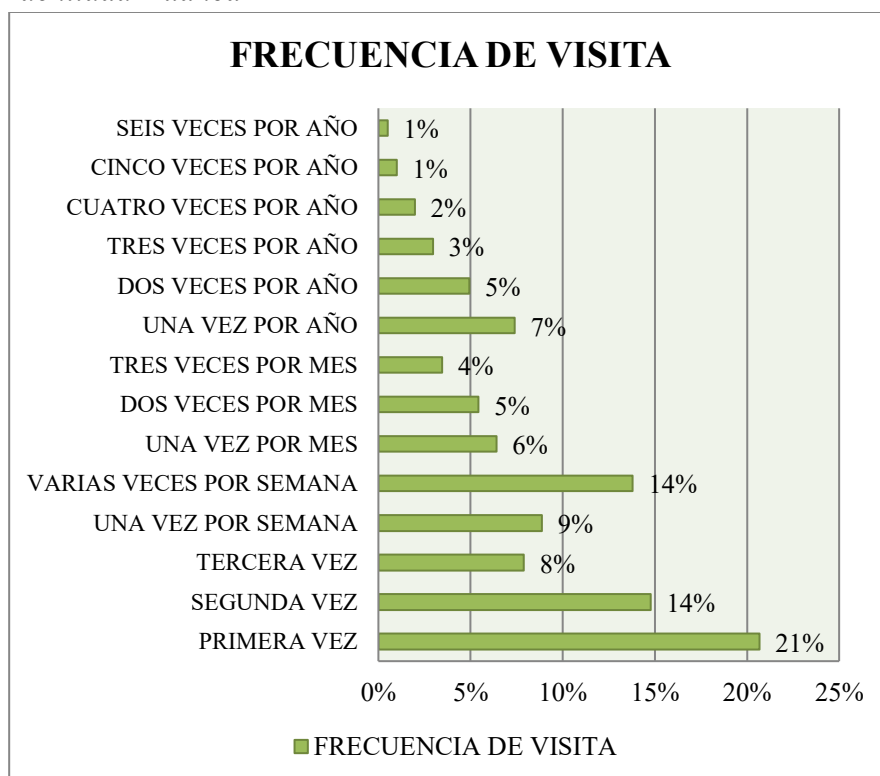
##### Huanca

##### ➤ Frecuencia de Visita

La Figura 51 proporciona una visión general de la frecuencia de visita de los visitantes al parque de La Identidad Huanca. Para la mayoría de los encuestados era la primera vez que visitaba el parque representado por un 21% de los visitantes, seguido del 14% de los visitantes que concurren al parque por segunda vez y de otro 14% por los que visitan el parque varias veces por semana.

**Figura 51**

*Distribución de la frecuencia de visita de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



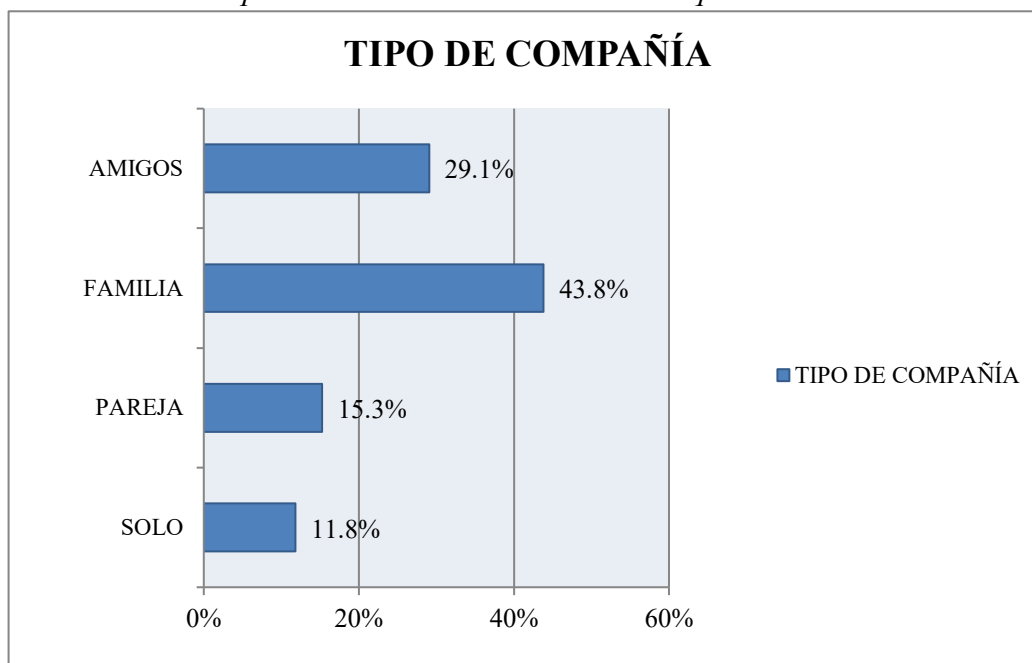
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ Tipo de Compañía

La Figura 52 expone el tipo de compañía de los encuestados que visitan el parque de la Identidad Huanca, en el cual el tipo de compañía predominante en los encuestados está representado por el 43,8% de los visitantes que disfrutaron del tipo de compañía familia. Asimismo, el 29,1% de los visitantes representa a los visitantes con un tipo de compañía correspondiente a amigos, seguido del 15,3% que configura al tipo de compañía dada por parejas. Finalmente se encuentra un 11,8% de los visitantes conformada por los visitantes que prefieren un nulo tipo de compañía es decir prefieren visitar el parque de manera solitaria.

**Figura 52.**

*Distribución del tipo de visita de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



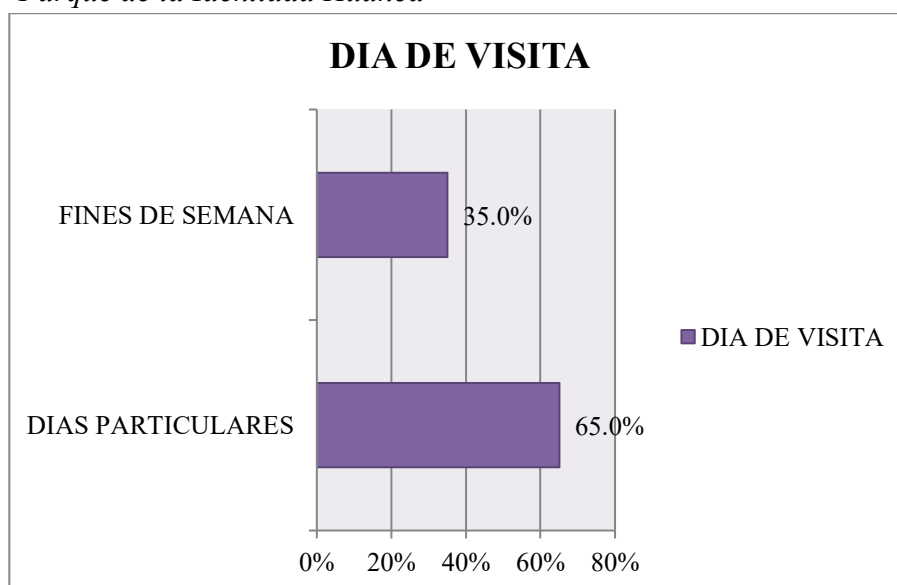
*Nota.* Elaboración Propia

➤ **Días de Visita**

Como se puede observar en la Figura 53 se observa que se agruparon los días de visita en fines de semana y días particulares. Los días particulares son los días de visita preferido por los encuestados representado por el 65% de los visitantes. Asimismo, el 35% de los visitantes prefieren como días de visita los fines de semana. Esta preferencia fue explicada por los visitantes debido a que los días particulares el parque tiene menos flujo de visitantes, permitiéndoles así un mayor disfrute. Por su parte los visitantes que prefieren como día de visita los fines de semana, explican este comportamiento debido a que son los únicos días libres con los que cuentan debido al trabajo, estudios y otras actividades que realizan.

**Figura 53**

*Distribución de la frecuencia del día de visita de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



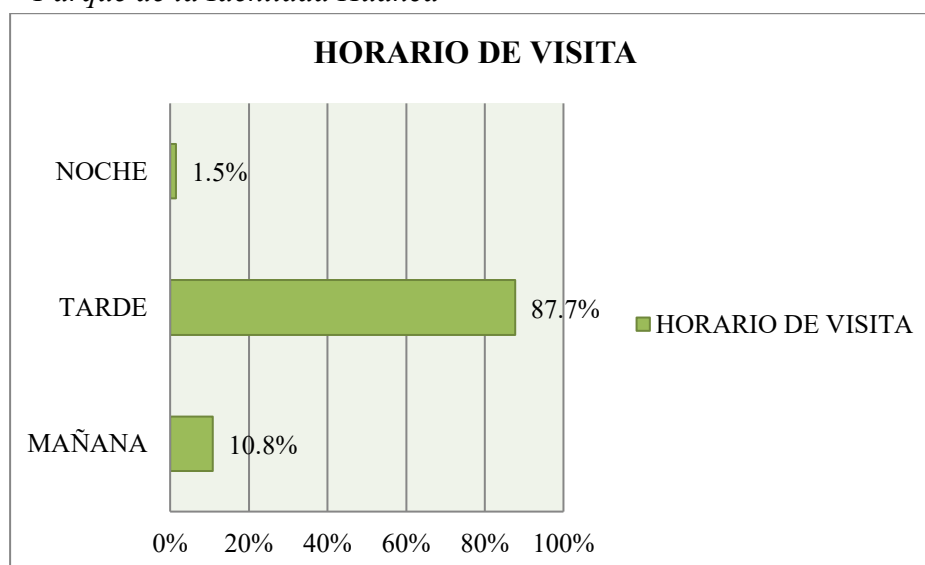
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ **Horario de Visita**

A partir de la Figura 54 elaborado con los resultados de los entrevistados se puede realizar las siguientes apreciaciones. La mayor cantidad de visitantes representado por el 87,7 % afirman que el horario de visita que prefieren y realizan es por las tardes es decir entre 12:00 a 6:00 de la tarde, seguido por el 10,8% de los visitantes que prefieren el horario de visita de las mañanas es decir de entre las 9:00 a las 11:59 de la mañana. Se registro una mínima incidencia por los visitantes que prefieren el horario de visita de las noches es decir de entre las 6:01 a las 9:00 de la noche. Este comportamiento fue explicado por algunos visitantes debido a que por las mañanas y las noches la temperatura no es favorable para el disfrute del parque.

**Figura 54**

*Distribución de la frecuencia del horario de visita de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



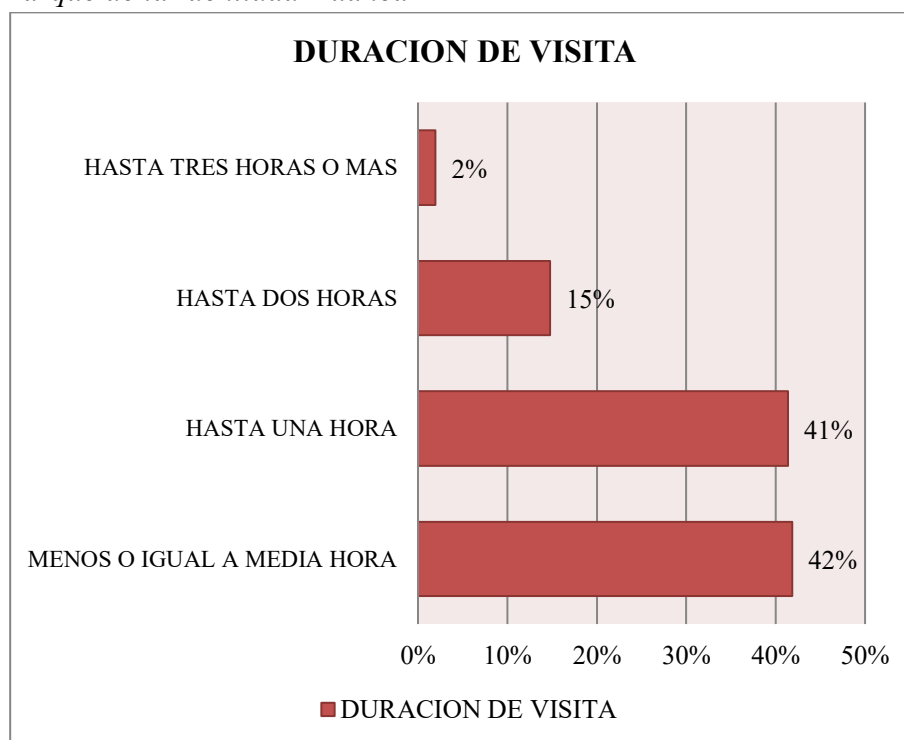
*Nota.* Elaboración Propia

➤ **Duración de Visita**

La duración de visita de los entrevistados se revela en la Figura 55. Se puede apreciar que el 42% de los visitantes permanecen en el parque de la Identidad Huanca menos o igual a media hora. Similarmente, un 41% representan a los visitantes que permanecen en el parque alrededor de una hora. En una proporción menor pero representativa el 15% de los visitantes permanecen dentro del parque hasta dos horas. Mientras que solo un 2% de los encuestados permanecerían hasta 2 horas o más.

**Figura 55.**

*Distribución de la frecuencia de duración de visita de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

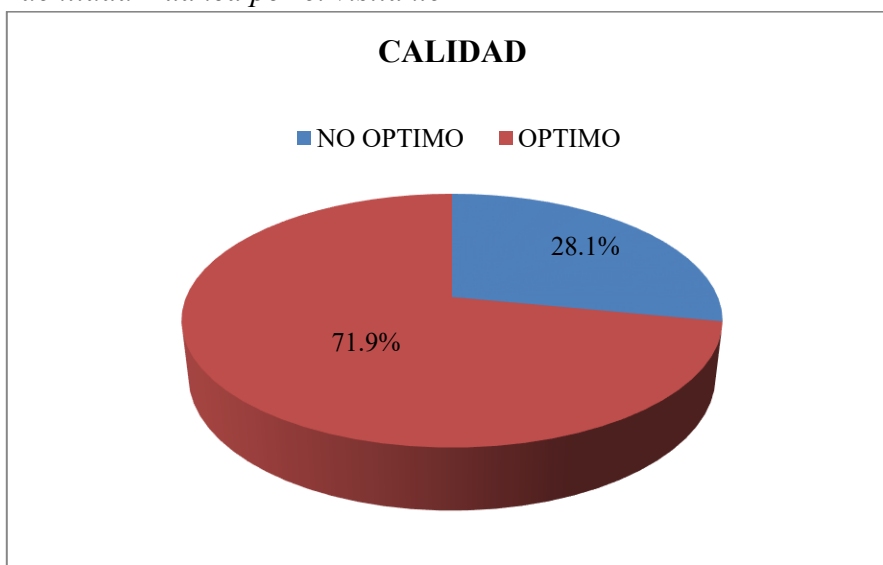
#### 4.2.1.3. Percepción del Parque de la Identidad Huanca por el Visitante

##### ➤ Calidad

Como se puede observar en la Figura 56, el 71,9% de los visitantes consideran una óptima calidad del parque de la Identidad Huanca en contraste con el 28,1% del resto de los visitantes que consideran este parque no tiene una óptima calidad. Los visitantes que consideraron que el parque no tenía una óptima calidad, sustentaban esta cualidad debido a que, evidenciaban un alto descuido de algunos elementos dentro del parque como el área de ventas a artesanía que no se encuentra en funcionamiento.

**Figura 56**

*Distribución de la percepción de la calidad del Parque de la Identidad Huanca por el visitante*



*Nota.* Elaboración propia

➤ **Satisfacción**

En la Figura 57 se evidencia que la mayoría de los que se sienten satisfechos de haber visitado el parque de la Identidad Huanca representan el 75,4% de los visitantes argumentando todas las bondades que presenta este parque, mientras que los que no se sentían satisfechos y configuraban el 24,6 % de los visitantes argumentaban que podrían llegar a sentir más satisfacción si es que se llegaran a incluir más sombras dentro del parque para las horas de alta radiación solar y que evitaban un mejor disfrute de este parque, así también como la restauración de algunos elementos dañados dentro del parque de la Identidad Huanca.

**Figura 57**

*Distribución de la percepción de satisfacción del Parque de la Identidad Huanca por el visitante*



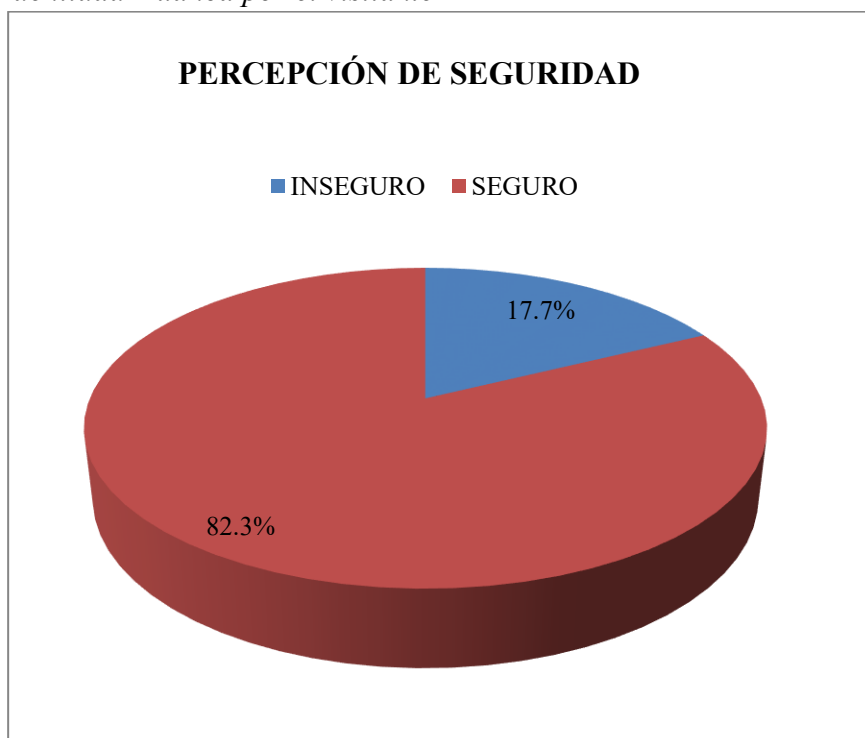
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ **Percepción de Seguridad**

En la Figura 58 se ilustra la percepción de la seguridad del parque de La Identidad Huanca por sus visitantes. El cual es considerado seguro por la mayoría de los encuestados, y está representado por el 82,3% de los visitantes del parque. Por otro lado, es considerado inseguro por el 17,7% de los visitantes que afirman que esta condición de inseguridad predomina durante las noches debido a que en este horario no hay personal encargado de patrullar alrededor del parque para salvaguardar la integridad de los visitantes, incrementando así la vulnerabilidad de este parque en este horario.

**Figura 58**

*Distribución de la percepción de seguridad del Parque de la Identidad Huanca por el visitante*



*Nota.* Elaboración Propia

➤ **Importancia**

Como se puede observar en la Figura 59, en casi toda su totalidad configurada por el 99,5% de los visitantes del parque de la Identidad Huanca argumentaron que este parque es importante debido a su condición de área verde y cultural. Solo el 0,5% de los visitantes consideran que este parque no es importante. Este comportamiento, puede explicarse debido a la reciente preocupación y fomento por las autoridades y otros organismos para la protección de nuestro patrimonio tanto cultural como natural.

**Figura 59**

*Distribución del nivel de importancia del Parque de la Identidad Huanca por el visitante*



*Nota.* Elaboración Propia

➤ **Importancia para Generaciones Futuras**

En la Figura 60 se muestra como todos los encuestados es decir el 100% de los visitantes consideran este parque de la Identidad Huanca importante para las generaciones futuras. Ellos argumentaron esta percepción debido a que este parque podría mantener la identidad Huanca para las generaciones futuras y a su vez como un área verde y de esparcimiento para la población futura. Cabe mencionar que aún para los visitantes que no consideraban importante el parque para la actualidad, si consideran importante a este parque para las generaciones futuras.

**Figura 60**

*Distribución del nivel de importancia para generaciones futuras del Parque de la Identidad Huanca por el visitante*



*Nota.* Elaboración propia

➤ **Responsable del Mantenimiento**

Según el 70,9% de los encuestados el mayor responsable del mantenimiento y cuidado del parque de la identidad huanca debe estar a cargo de los usuarios, y solo alrededor del 29,1% de los visitantes considera que este mantenimiento es responsabilidad única de las autoridades. La Figura 61 que se muestra a continuación nos permite corroborar lo enunciado anteriormente.

**Figura 61**

*Distribución de la percepción del visitante quien debe ser responsable de mantenimiento del Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

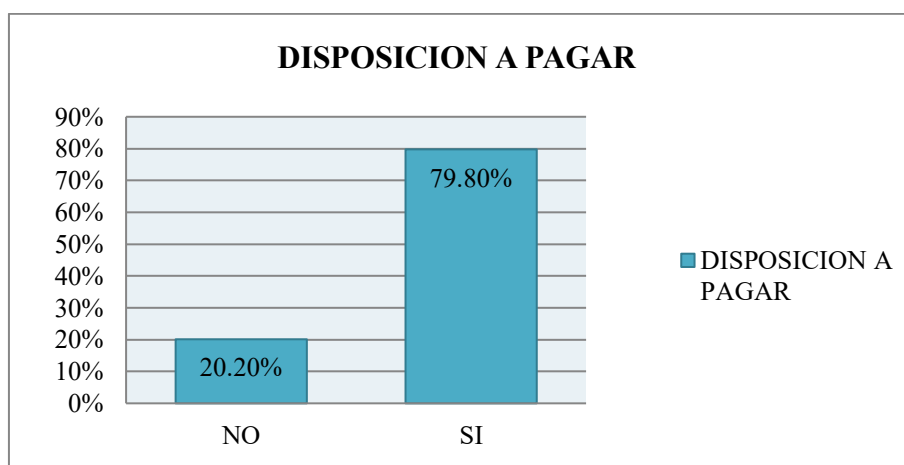
#### 4.2.1.4. Valoración Económica del Parque de la Identidad Huanca por el Visitante

##### ➤ Disposición a Pagar

Como se aprecia en la Figura 62, alrededor del 79.80 % de los encuestados mostraron una disposición a pagar por acceder al parque de la Identidad Huanca mientras que el 20.20% de los visitantes no estarían dispuestos a pagar ningún monto para acceder al parque de la Identidad Huanca.

**Figura 62.**

*Distribución de la disposición a pagar de los visitantes al Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

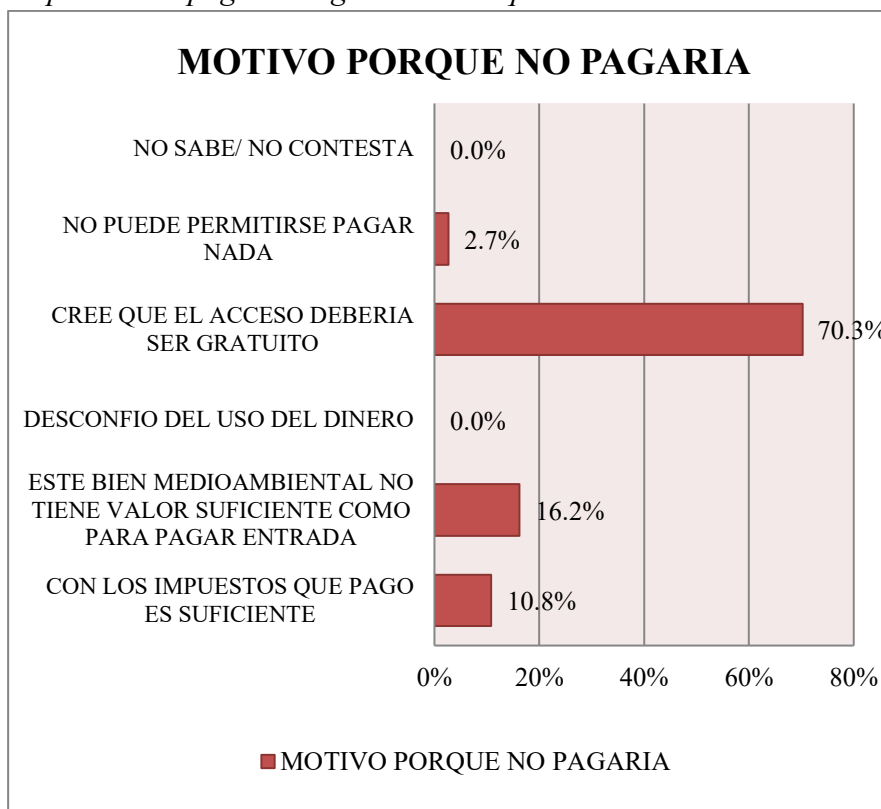
Los motivos por los cuales el 20.20% de los encuestados no estaría dispuesto a pagar por el ingreso al parque de la identidad Huanca se muestra en la Figura 63.

El 70,3 % de los visitantes que no estarían dispuestos a pagar para acceder al parque de La Identidad Huanca objetaron que el acceso a este parque debería ser gratuito. Un 16,2 % de los visitantes sin disposición a pagar, fundamentaron su decisión, basados en el insuficiente valor de este parque para realizar un pago.

Asimismo, un 10,8 % consideraban que ya habían pagado por este bien al pagar sus impuestos. Un porcentaje menor representado por el 2,7 % de los visitantes sin disposición a pagar consideraban que no podían permitirse a pagar nada.

**Figura 63**

*Distribución del motivo porque no pagaría los visitantes sin disposición a pagar al ingresar al Parque de la Identidad Huanca*



*Nota. Elaboración propia*

### ➤ **Monto a Pagar**

Sobre el valor económico del servicio recreativo y su estimación promedio, se descubrió que del 100 % de los visitantes que revelaron una cantidad monetaria o cero verdadero, 79,8% manifestó una contribución voluntaria por acceder a este bien, mientras que el restante representado por el 20,2 % expresó un valor de cero verdadero, porque consideran que este bien debería ser gratuito. Con base en los valores monetarios revelados, se obtuvo que la DAP promedio por visitante de 1,35 PEN, una mediana de 1,00 PEN y una desviación estándar de 1,50 PEN, considerando

una contribución voluntaria mínima de 0,50 PEN y una máxima de 5,00 PEN. En la Tabla 7 se puede visualizar el resumen de lo anteriormente descrito y otros datos estadísticos de importancia.

**Tabla 8**  
*Monto a pagar*

MONTO A PAGAR		
N	Válido	203
	Perdidos	0
Media		1,3498
Mediana		1,000
Desviación estándar		1,4986
Mínimo		S/ 0
Máximo		S/ 5,0

*Nota.* Elaboración propia

En cuanto al valor de la Disposición a pagar se les ofreció una opción de valor diferente a cuatro grupos homogéneos. A continuación, en la Tabla 8 se muestra las frecuencias establecidas del monto a pagar:

**Tabla9**  
*Frecuencias de monto a pagar por el visitante del Parque de la Identidad Huanca*

MONTO A PAGAR					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	S/ 0.50	51	25,1	25,1	25,1
	S/ 1.00	51	25,1	25,1	50,2
	S/ 2.00	51	25,1	25,1	75,4
	S/ 5.00	50	24,6	24,6	100,0
	Total	203	100,0	100,0	

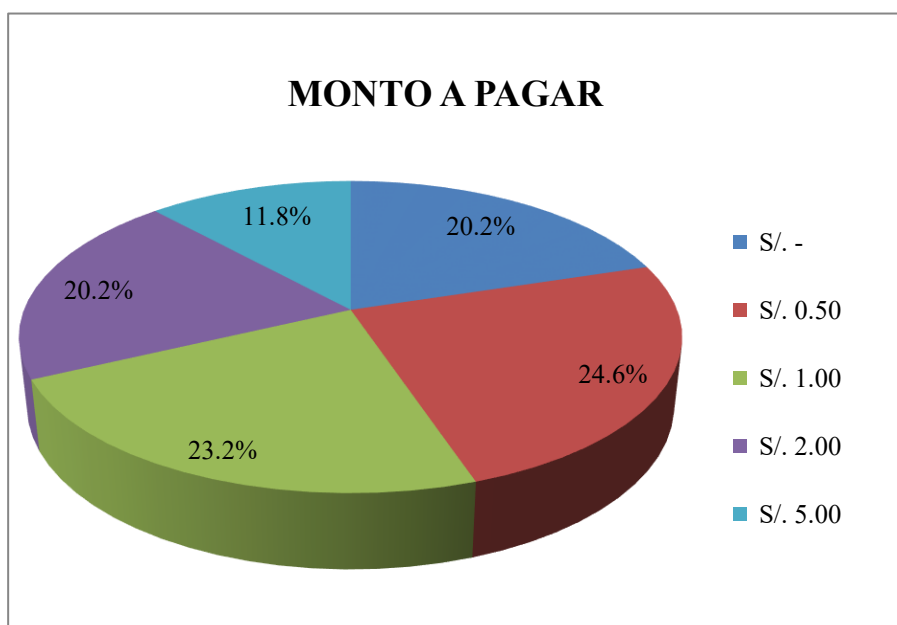
*Nota.* Elaboración propia

En la Figura 64 se muestra que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en pagar entre 0,50 PEN y 1,00 PEN representados por el 24,6 % y 23,2 % de los visitantes, respectivamente. En una proporción menor, los visitantes están de acuerdo

a pagar entre 2,00 PEN y 5,00 PEN representados por el 20,2 % y 11,8 %, respectivamente. Finalmente, el 20,2% de los visitantes no tienen disposición a pagar, y comprenden a todos los visitantes de los cuatro grupos homogéneos que se negaron a pagar los montos establecidos por grupo.

**Figura 64**

*Distribución de la disposición del monto a pagar por el ingreso al Parque de la Identidad Huanca*



*Nota.* Elaboración propia

#### 4.2.2. Relación de la Disposición a Pagar con Características del Visitante del Parque de La Identidad Huanca

El análisis de la relación entre la disposición a pagar y las variables socioeconómicas del visitante, se realizó con las variables dicotomizadas y/o agrupadas. Para ello se realizó una regresión exploratoria, en la cual cada variable se analizó individualmente contra la DAP. A continuación, en la Tabla 9, se muestra un cuadro resumen de cada uno de los resultados:

**Tabla 10**  
Correlación DAP vs variables independientes

CORRELACIONES			
		DISPOSICION A PAGAR	
		Coefficiente de correlación	Sig. (bilateral)
VARIABLES SOCIOECONOMICAS DEL VISITANTE	SEXO	,168*	0.017
	ESTADO CIVIL	-0.017	0.810
	LUGAR DE PROCEDENCIA	-0.070	0.320
	GRADO DE INSTRUCCION	0.108	0.124
	OCUPACION	0.073	0.304
	INGRESOS 1	,139*	0.047
	EDAD	-,144	0.040
VARIABLES DEL TIPO DE VISITA	FRECUENCIA DE VISITAS	-,196**	0.005
	TIPO DE COMPAÑIA	-0.070	0.320
	DIA DE VISITA	0.060	0.394
	HORARIO DE VISITA	-0.070	0.323
	DURACION DE VISITA	,190**	0.007
VARIABLES DE PERCEPCION DEL PIH	CALIDAD	,150*	0.033
	SATISFACCION	0.054	0.443
	PERCEPCION DE SEGURIDAD	,152*	0.030
	IMPORTANCIA	-0.035	0.616
	IMPORTANCIA PARA GENERACION FUTURAS	-	-
	RESPONSABLE DEL MANTENIMIENTO	,218**	0.002
VARIABLES DE VALORACION ECONOMICA	MONTO A PAGAR	,448**	0.000
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).			
-.La variable es constante.			

Nota. Elaboración propia con el programa SPSS

A continuación, se muestra la interpretación de la regresión exploratoria:

#### 4.2.2.1. Relación de la Disposición a Pagar con las Características

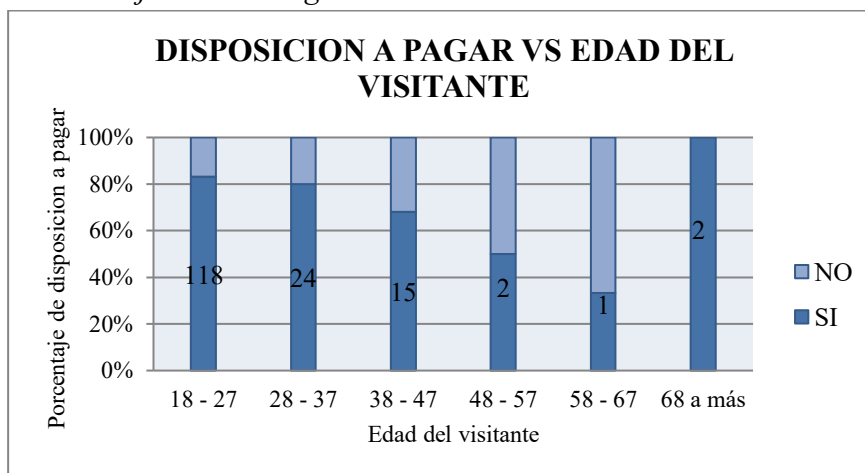
##### Socioeconómicas del Visitante del Parque de la Identidad Huanca

##### ➤ DAP VS Edad

En la Figura 66 se observa que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una tendencia positiva marcada sobre la disposición a pagar por el ingreso al parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes menores a 38 años. Además, se puede observar que hay una constante disposición a pagar por los visitantes mayores a 68 años, sin embargo, no se puede generalizar este comportamiento debido a que esta proporción no es representativa en la muestra. Asimismo, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman de  $-0,144$  entre ambas variables se corrobora que se mantiene una correlación negativa escasa.

**Figura 65**

*Porcentaje de DAP según la edad del visitante*



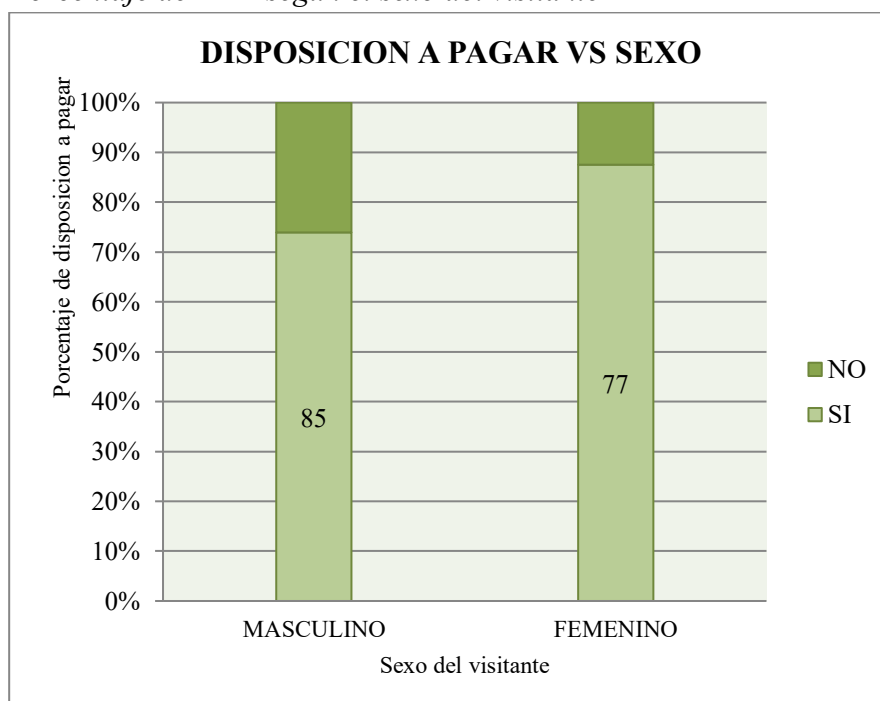
*Nota.* Elaboración propia

➤ **DAP VS Sexo**

En la Figura 66 se aprecia que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una tendencia positiva marcada sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes del sexo femenino. Este comportamiento coincide con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de 0,168 denotando así una correlación positiva escasa.

**Figura 66**

*Porcentaje de DAP según el sexo del visitante*



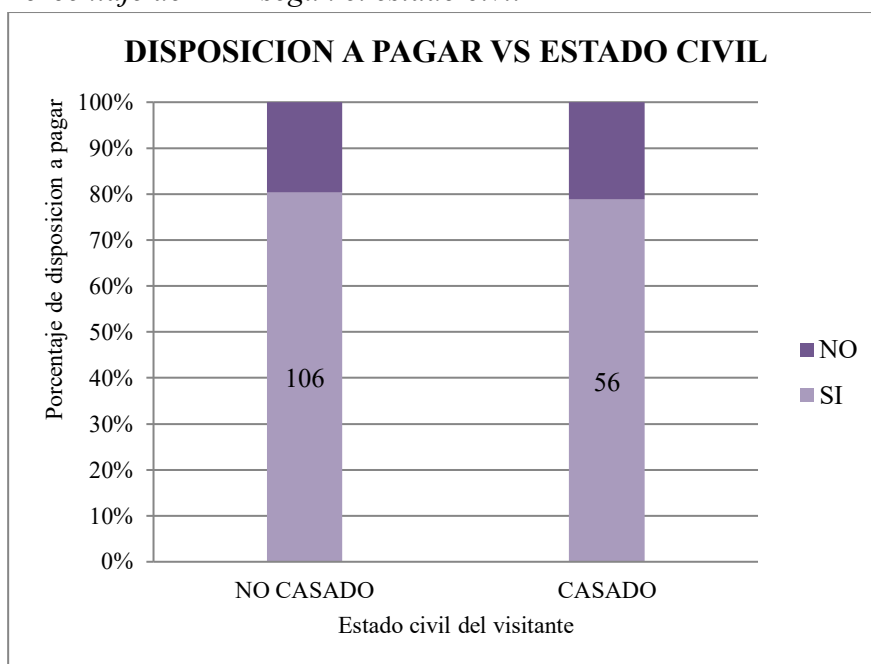
*Nota.* Elaboración propia

➤ **DAP VS Estado Civil**

En la Figura 67 se puede observar que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes de estado civil casado. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de  $-0,017$  denotando así una correlación negativa escasa.

**Figura 67**

*Porcentaje de DAP según el estado civil*



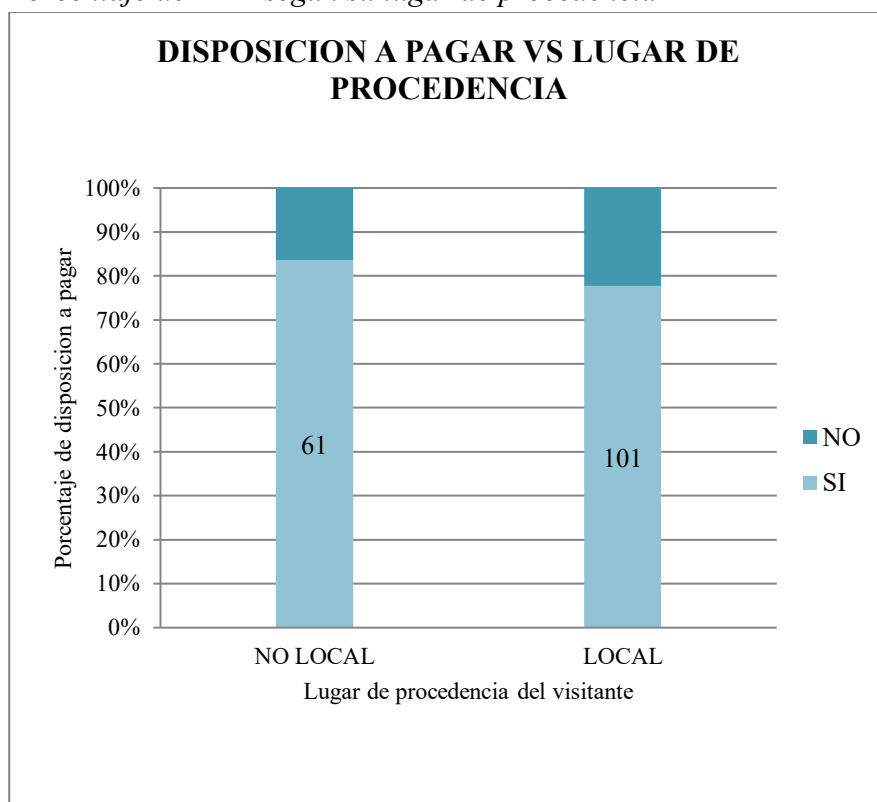
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Lugar de Procedencia

En la Figura 68 se aprecia que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes con lugar de procedencia diferente a la Local. Asimismo, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman de  $-0,070$  entre ambas variables se corrobora que se mantienen una correlación negativa escasa.

**Figura 68**

*Porcentaje de DAP según su lugar de procedencia*



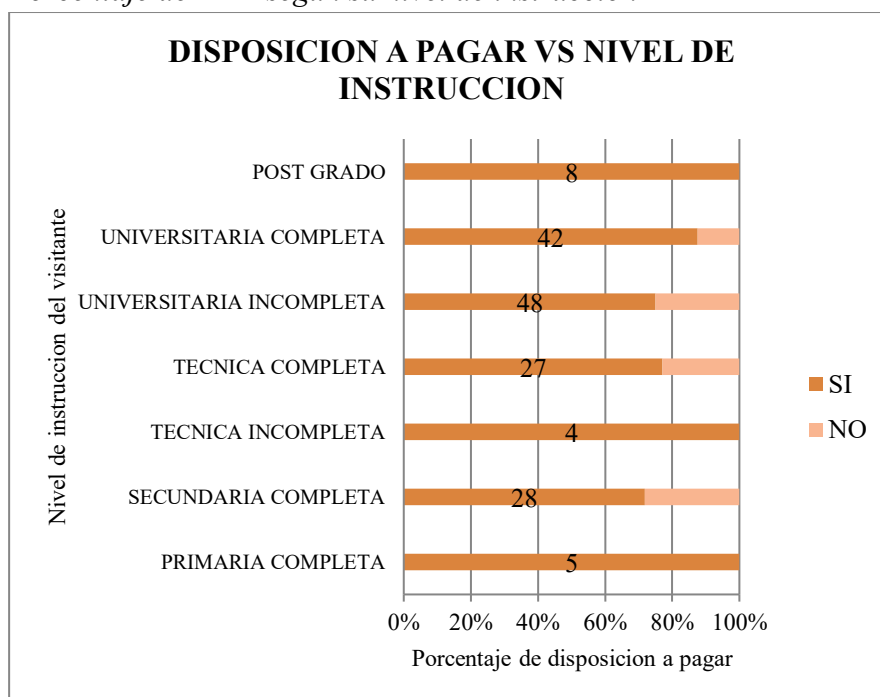
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Nivel de Instrucción

Con respecto al nivel de instrucción dentro de las proporciones representativas de la muestra, se puede observar en la Figura 69, que los visitantes con nivel de instrucción universitaria completa presentan una ligera mayor tendencia con disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de 0,108 denotando así una correlación positiva escasa.

**Figura 69**

*Porcentaje de DAP según su nivel de instrucción*



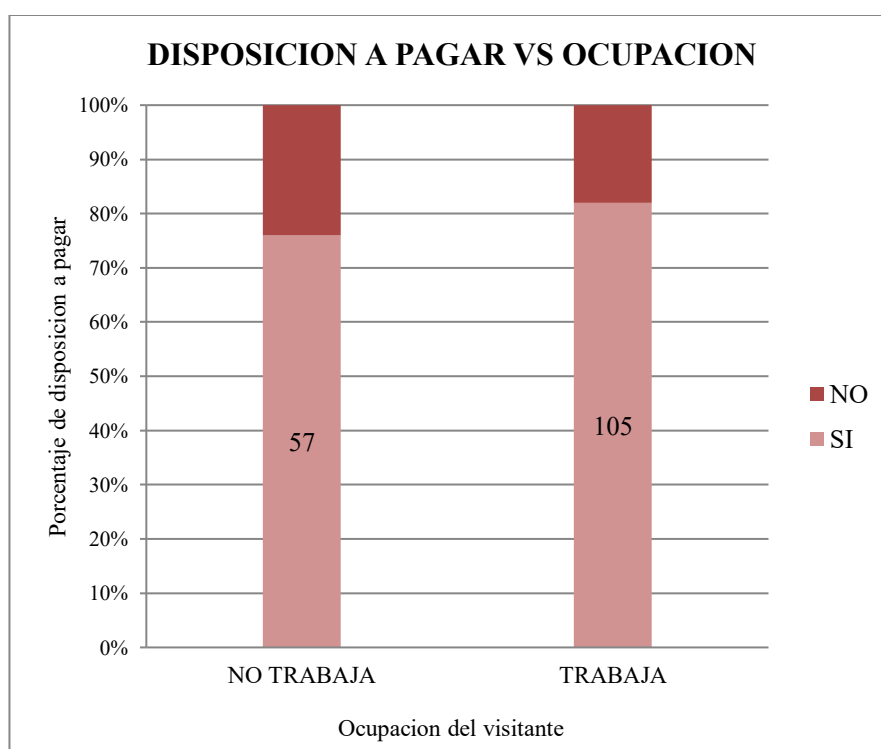
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Ocupación

En la Figura 70 se aprecia que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes que si trabajan. De acuerdo, al coeficiente de correlación de Spearman de 0,073 entre ambas variables se corrobora que se mantienen una correlación positiva escasa.

**Figura 70**

*Porcentaje de DAP según su ocupación*



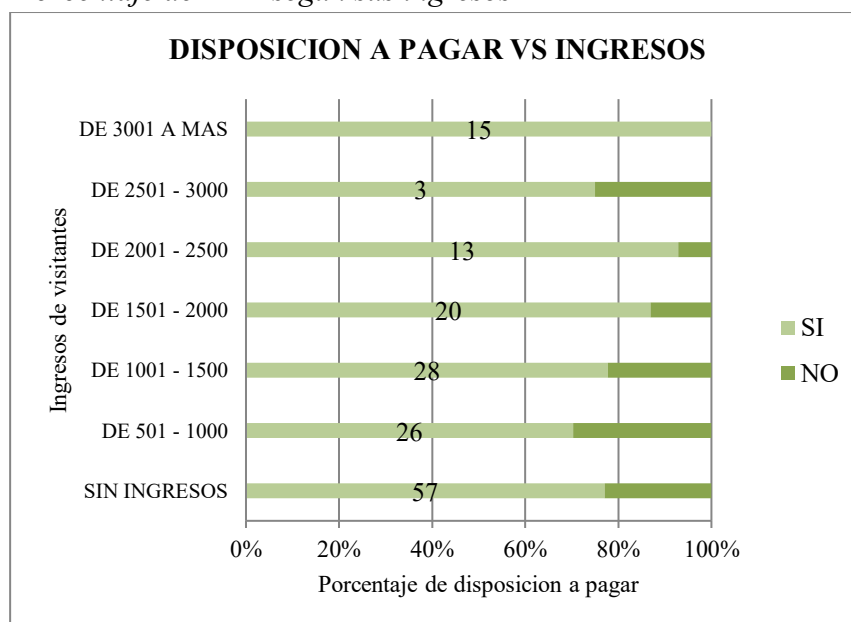
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Ingresos

En la Figura 71 se puede observar que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes con mayores ingresos. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de 0,139 denotando así una correlación positiva escasa.

**Figura 71**

*Porcentaje de DAP según sus ingresos*



*Nota.* Elaboración propia

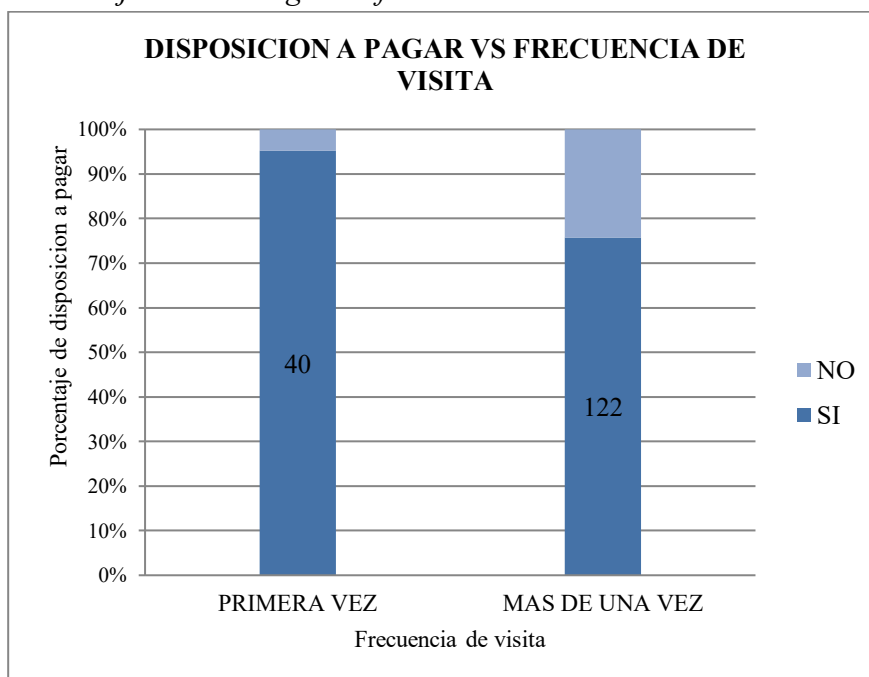
#### 4.2.2.2. Relación de la Disposición a Pagar con el Tipo de Visita del Visitante del Parque de la Identidad Huanca

##### ➤ DAP VS Frecuencia de Visita

En la Figura 72 se observa que del total de entrevistados que si están dispuestos a pagar se observó que las personas que visitaron por primera vez el Parque de la Identidad Huanca mostraron una mayor tendencia a pagar. El coeficiente de Spearman de  $-1,96$  denota una correlación negativa escasa corroborando el comportamiento antes descrito.

**Figura 72**

*Porcentaje de DAP según su frecuencia de visita*



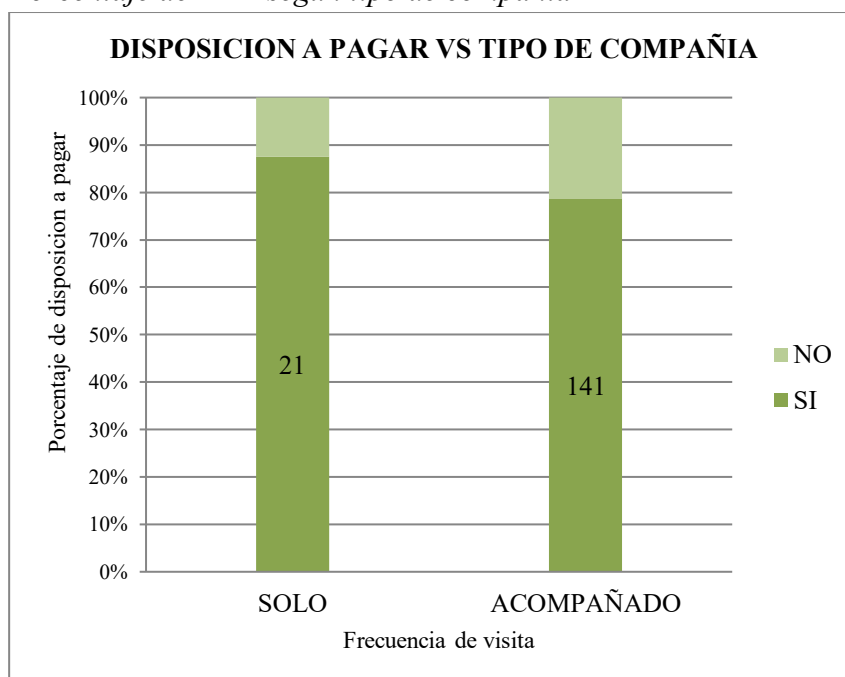
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Tipo de Compañía

En la Figura 73 se puede observar que dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes que visitan el parque sin compañía. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de  $-0,070$  denotando así una correlación negativa escasa.

**Figura 73**

*Porcentaje de DAP según tipo de compañía*



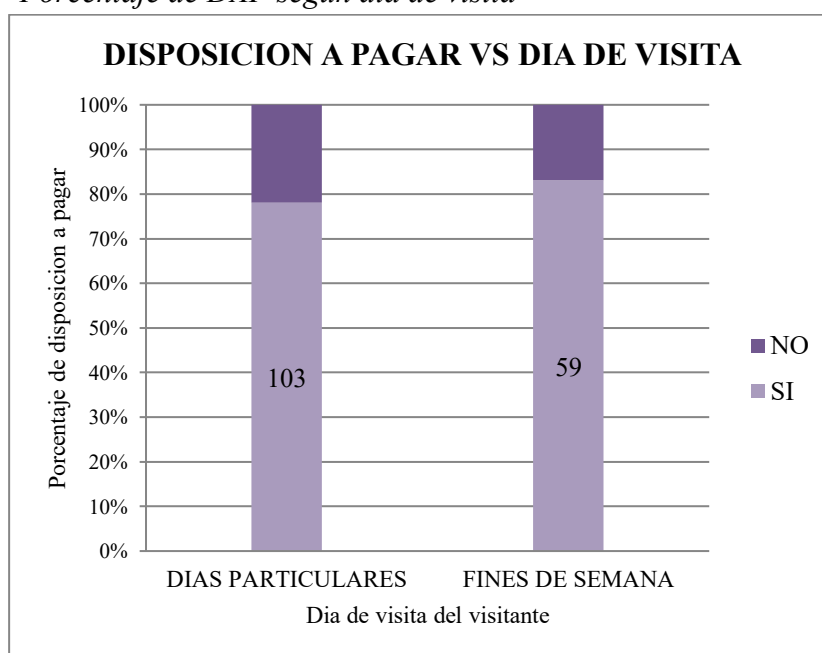
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Dias de Visita

Con respecto a la preferencia de los días que prefieren visitar el parque de los visitantes, en la Figura 74 se puede observar que, dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes que visitan el parque los fines de semana. De acuerdo, al coeficiente de correlación de Spearman de 0,060 entre ambas variables se corrobora que se mantienen una correlación positiva escasa.

**Figura 74**

*Porcentaje de DAP según día de visita*



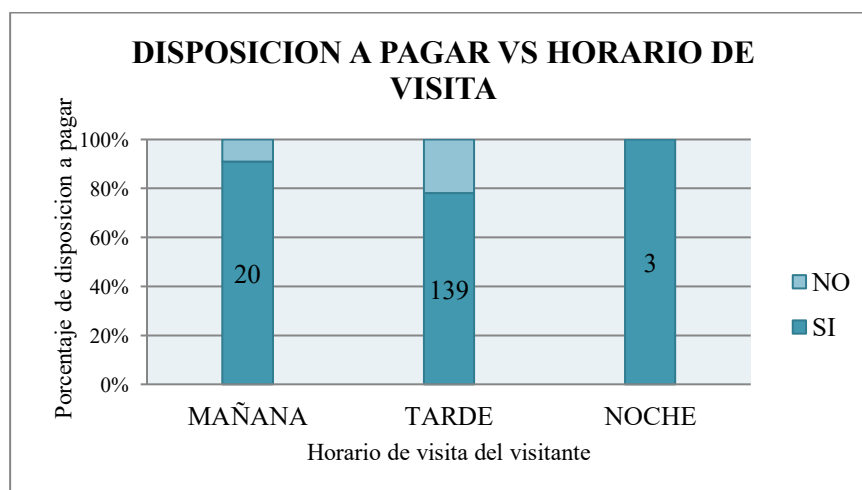
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Horario de Visita

Con respecto a la preferencia de los días que prefieren visitar el parque de los visitantes, en la Figura 75 se puede observar que dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes que visitan el parque por las mañanas. Además, se puede observar que hay una constante disposición a pagar por los visitantes que frecuentan el parque por las noches, sin embargo, no se puede generalizar este comportamiento debido a que esta proporción no es representativa en la muestra. Asimismo, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman de  $-0,070$  entre ambas variables se corrobora que se mantiene una correlación negativa escasa.

**Figura 75**

*Porcentaje de DAP según Horario de Visita*



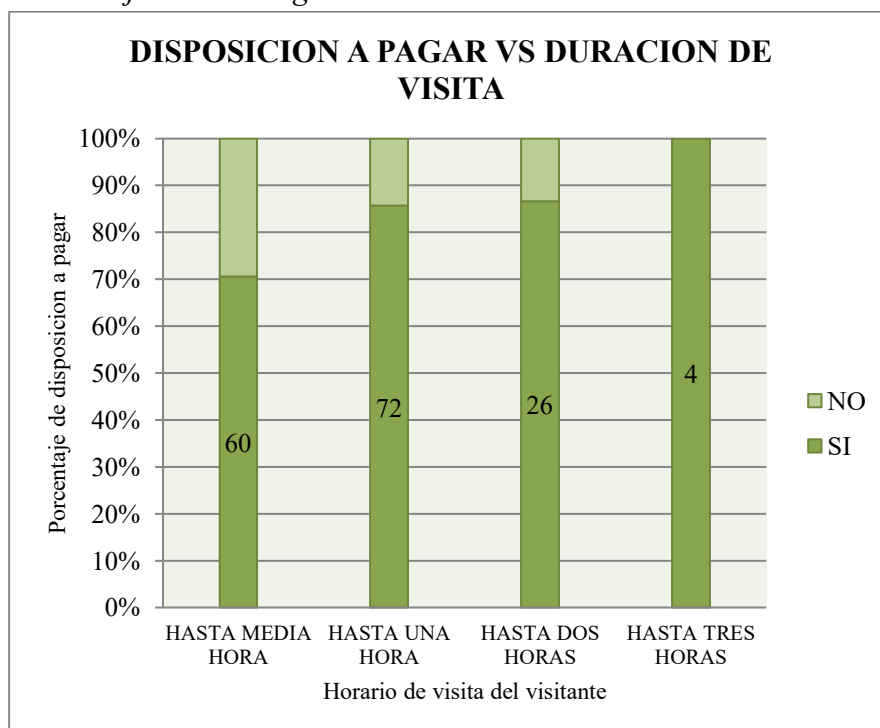
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Duración de Visita

Con respecto a la preferencia de los días que prefieren visitar el parque de los visitantes, en la Figura 76 se puede observar que dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes que tienden a permanecer más tiempo en el parque. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de 0,190 denotando así una correlación positiva escasa.

**Figura 76**

*Porcentaje de DAP según duración de visita*



*Nota.* Elaboración propia

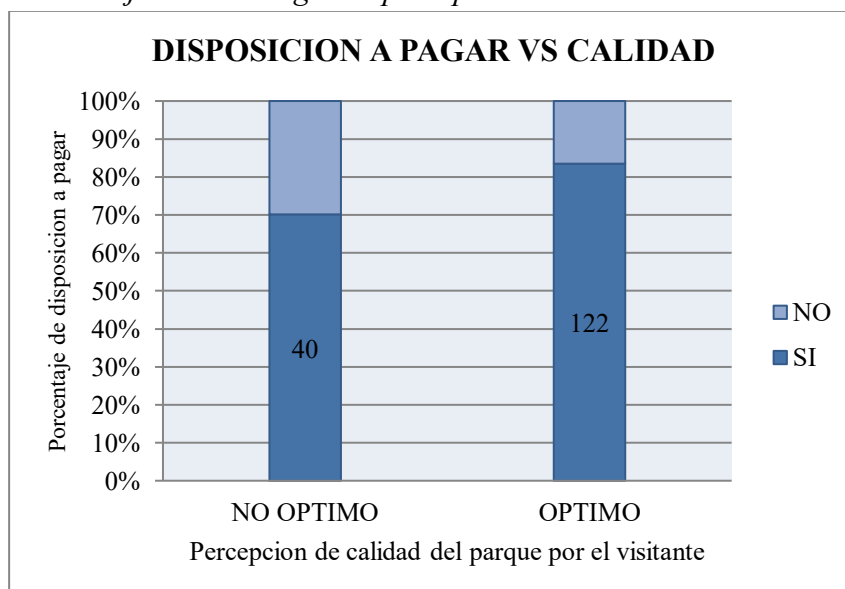
### 4.2.2.3. Relación de Disposición a Pagar con la Percepción del Parque de la Identidad Huanca por el Visitante

#### ➤ DAP VS Calidad

Según la percepción del visitante con respecto a la calidad del parque de la Identidad Huanca, se puede apreciar que los visitantes que consideran el parque en óptimas condiciones presentan una mayor tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca, como se muestra en la Figura 77. Asimismo, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman de 0,150 entre ambas variables se corrobora que se mantiene una correlación positiva escasa.

**Figura 77**

*Porcentaje de DAP según la percepción de calidad*



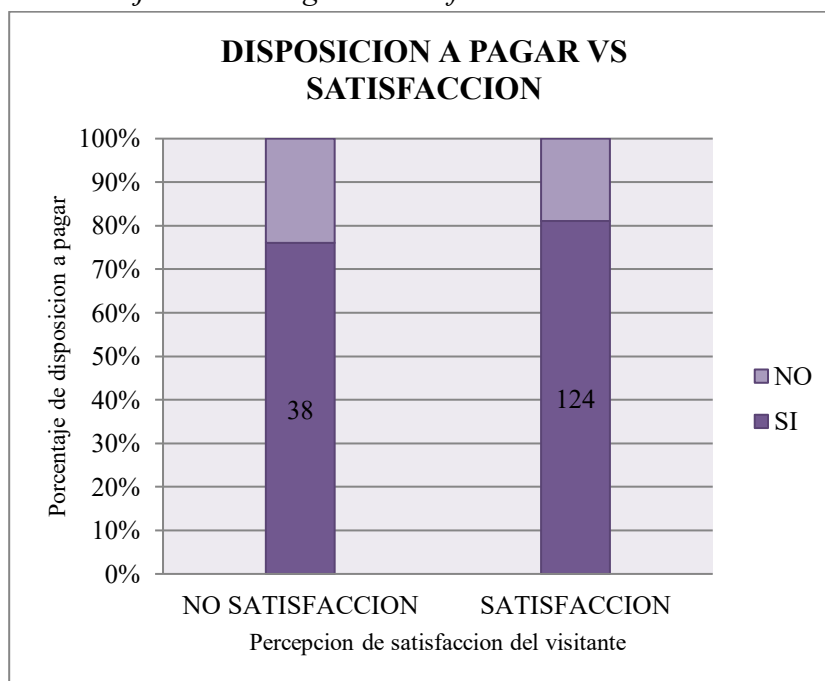
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Satisfacción

En la Figura 78 se puede observar que dentro del porcentaje de respuestas afirmativas y negativas, hay una ligera tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca por aquellos visitantes que consideran tener satisfacción completa al visitar el parque de la Identidad Huanca. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de 0,054 denotando así una correlación positiva escasa.

**Figura 78**

*Porcentaje de DAP según la satisfacción del visitante*



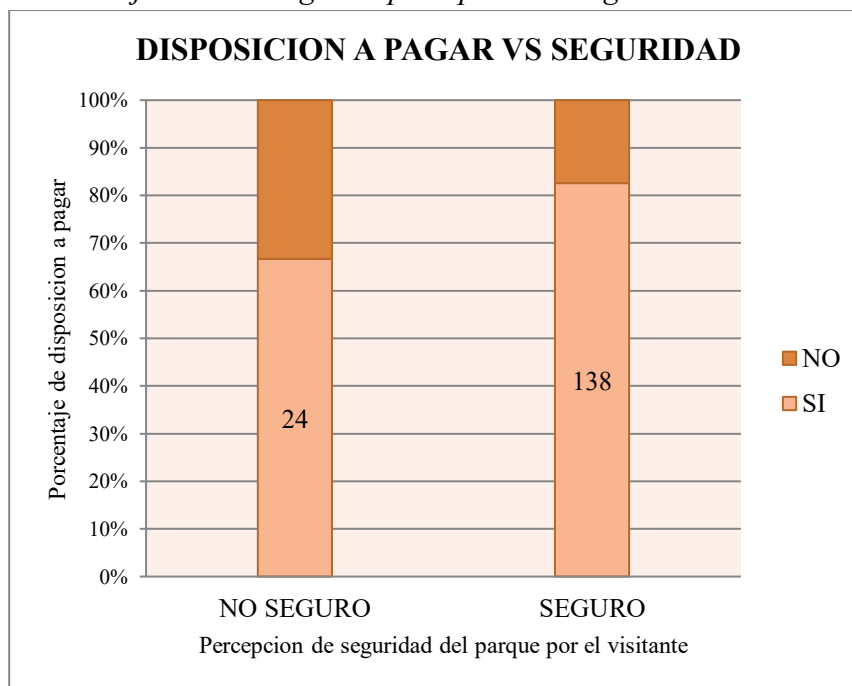
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Percepción de Seguridad

Según la percepción del visitante con respecto a la seguridad del parque de la Identidad Huanca, se puede apreciar que los visitantes que consideran el parque seguro presentan una mayor tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca, como se muestra en la Figura 79. De acuerdo, al coeficiente de correlación de Spearman de 0,152 entre ambas variables se corrobora que se mantienen una correlación positiva escasa.

**Figura 79**

*Porcentaje de DAP según la percepción de seguridad*



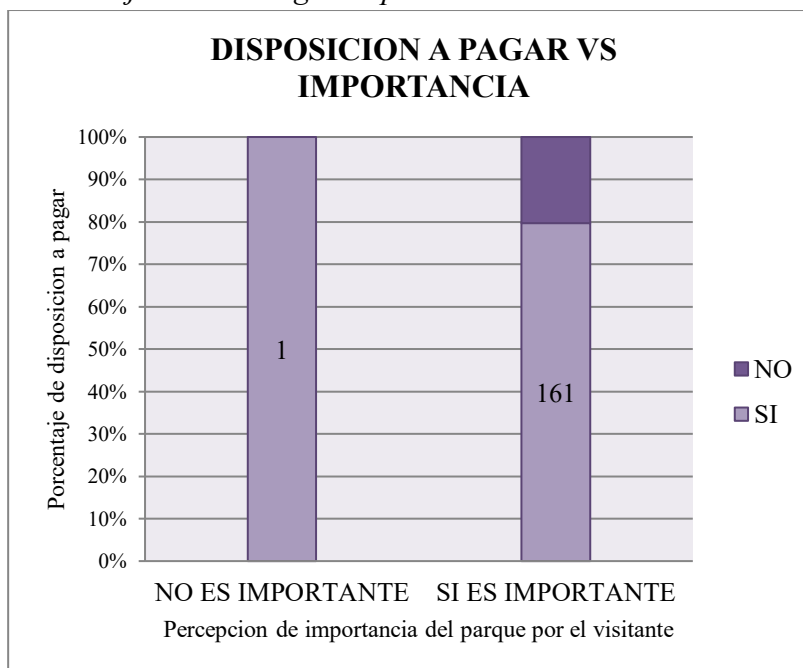
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Importancia

Con respecto a la percepción de importancia del parque de la Identidad Huanca por el visitante, se puede apreciar que solo una mínima proporción considera que este parque no es importante y, aun así, si estuviera dispuesto a pagar, tal como se puede apreciar en la Figura 80. Este comportamiento es corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de  $-0,035$  denotando así una correlación negativa escasa.

**Figura 80**

*Porcentaje de DAP según importancia*



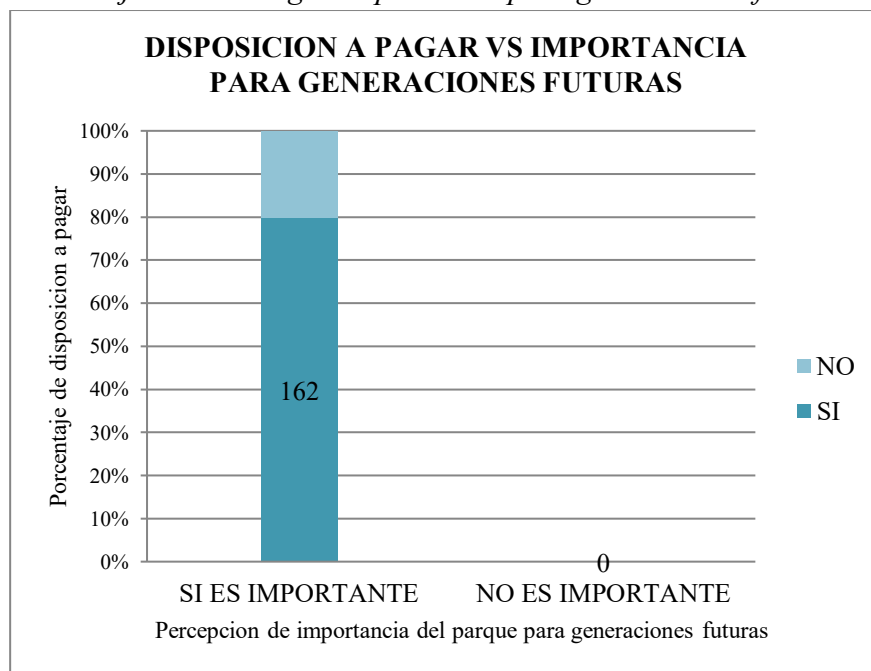
*Nota.* Elaboración propia

➤ **DAP VS Importancia para Generaciones Futuras**

Según la percepción del visitante con respecto a la importancia del parque de la Identidad Huanca para generaciones futura, se puede apreciar que los visitantes que consideran el parque importante para generaciones futuras representan un 100% por lo que se puede afirmar que esta variable es constante por lo tanto se puede decir que su importancia y la disposición a pagar no tienen relación, como se muestra en la Figura 81.

**Figura 81**

*Porcentaje de DAP según importancia para generaciones futuras*



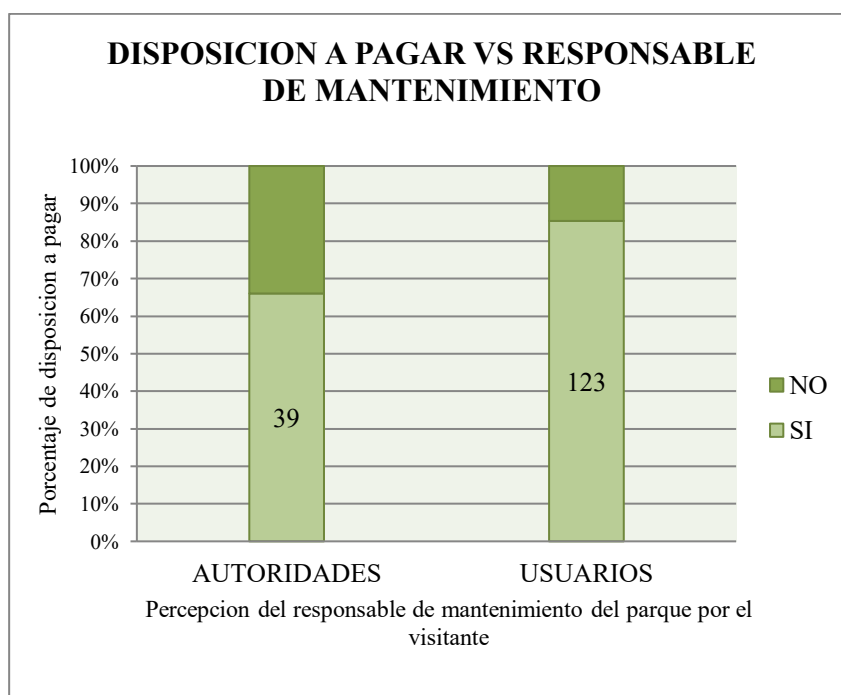
*Nota.* Elaboración propia

### ➤ DAP VS Responsable del Mantenimiento

Según la percepción del visitante con respecto al responsable del mantenimiento del parque de la Identidad Huanca, se puede apreciar que los visitantes que consideran que en mayor parte los usuarios son responsables del mantenimiento del parque presentan una mayor tendencia positiva sobre la disposición a pagar por el valor recreativo turístico del parque de la identidad Huanca, como se muestra en la Figura 82. Asimismo, de acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman de 0,218 entre ambas variables se corrobora que se mantiene una correlación positiva escasa.

**Figura 82**

*Porcentaje de DAP según responsable del mantenimiento*



*Nota.* Elaboración propia

### 4.3. VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA

Para poder determinar cuáles son las variables que influyen en la disposición a pagar que nos ayudara a determinar el valor económico turístico del parque de la Identidad Huanca se analizó cada uno de los resultados obtenidos en la regresión exploratoria entre la disposición a pagar y las variables independientes a fin de tener una idea de cuales variables incluir al modelo final.

Primero depuraremos las variables que no presentan un nivel de significancia del 95% del modelo general para ver cuáles son las variables que afectan de manera significativa al modelo. Para determinar las principales variables independientes que influyeron en la disposición de pago se utilizó un nivel de significancia del 95%, probabilidad de 0.05 para una regresión exploratoria a través del coeficiente de Spearman. El cual nos permite evaluar el nivel de correlación entre variables continuas y discretas.

De acuerdo con los resultados obtenidos con el programa SPSS se determina que las variables con correlación significativa en el nivel 0,05 son las variables SEXO, INGRESOS, CALIDAD, PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD, RESPONSABLE DEL MANTENIMIENTO, FRECUENCIA DE VISITAS, DURACION DE VISITA y el MONTO DE PAGO.

### 4.3.1. *Modelo Econométrico*

#### 4.3.1.1. **Estimación Econométrica**

Luego de conocer las variables y sus características se procede a la estimación del modelo de la siguiente forma funcional:

$$X = \beta_0 + \beta_1 * MONT\_PAG + \beta_2 * ING + \beta_3 * SEX + \beta_4 * FREC\_VISIT + \beta_5 * DURA\_VISIT + \beta_6 * CALID + \beta_7 * PERCEP\_SEG + \beta_8 * RESP\_MANT + \varepsilon$$

Donde las variables usadas de acuerdo con el nivel de correlación fueron:

MONT\_PAG=Monto de pago

ING = Ingreso.

SEX = Sexo.

FREC\_VISIT=Frecuencia de visitas al PIH

DURA\_VISIT= Duración de visita en el PIH

CALID= Percepción de calidad del PIH

PERCEP\_SEGU = Percepción de seguridad en el PIH

RESP\_MANT=Responsable del mantenimiento del PIH

Cada  $\beta_k$  (“beta”) representa el coeficiente de cada variable que resulta de emplear el modelo logit binomial.

Se busca saber si en el modelo de elección discreta se ha incluido las covariables con significación estadística. Para lo cual se debe correr el modelo con las variables seleccionadas. A continuación, se presentan los resultados.

#### 4.3.1.2. **Modelo Logit**

En este paso se procedió a estimar el modelo LOGIT tal como se muestra a continuación en el que se han ido depurando las variables hasta que todas las variables

sean significativas, a continuación, se muestra los resultados de los modelos estimados y da como resultado que el modelo 03 presenta las variables significativas, esto por presentar signos esperados de los parámetros y además por ser estadísticamente significativas al 95% para explicar el modelo. En la Tabla 10 se observan los resultados del primer Modelo Logit.

**Tabla11**

*Resultados del Primer Modelo Logit*

VARIABLES EN LA ECUACIÓN							
		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 <sup>a</sup>	MONTO A PAGAR	-,781	,134	34,055	1	,000	,458
	INGRESOS	,001	,000	6,005	1	,014	1,001
	SEXO(1)	1,126	,544	4,281	1	,039	3,084
	FRECUENCIA DE VISITAS(1)	-1,590	,857	3,442	1	,064	,204
	DURACION DE VISITA	,022	,009	5,564	1	,018	1,022
	CALIDAD(1)	,788	,516	2,337	1	,126	2,199
	PERCEPCION DE SEGURIDAD(1)	,556	,561	0,982	1	,322	1,744
	RESPONSABLE DEL MANTENIMEINTO(1)	,920	,494	3,464	1	,063	2,510
	Constante	1,063	1,210	,772	1	,379	2,896
a. Variables especificadas en el paso 1: MONTO A PAGAR, INGRESOS, SEXO, FRECUENCIA DE VISITAS, DURACION DE VISITA, CALIDAD, PERCEPCION DE SEGURIDAD, RESPONSABLE DEL MANTENIMEINTO.							

*Nota.* Elaboración propia

Los resultados de la regresión del primer modelo Logit, muestra los coeficientes de cada una de las variables y su significancia estadística que se especifica con las siguientes variables: Monto a pagar, ingresos, frecuencia de visitas, duración de visita, calidad, percepción de seguridad y responsable del mantenimiento. Asimismo, los resultados de los coeficientes esperados tuvieron un nivel de significancia del 95%. Para este modelo se pronosticó de forma correcta el 79,8 % de los casos. Este modelo tiene un ajuste regular de 53,0% en términos de  $R^2$  de Nagelkerke. Para este modelo la mayoría de las variables incluidas en este modelo resultan significativas excepto la variable Percepción de Seguridad y Calidad siendo la constante no significativa por tanto es necesario procesar un segundo modelo Logit con las variables significativas.

**Tabla12**

*Resultados del Segundo Modelo Logit*

VARIABLES EN LA ECUACIÓN							
		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
	SEXO(1)	1.169	0.544	4.619	1	0.032	3.219
	INGRESOS	0.001	0.000	6.180	1	0.013	1.001
	FRECUENCIA DE VISITAS(1)	-1.654	0.857	3.721	1	0.054	0.191
	DURACION DE VISITA	0.022	0.009	5.767	1	0.016	1.022
	CALIDAD(1)	0.837	0.513	2.658	1	0.103	2.309
	RESPONSABLE DEL MANTENIMIENTO(1)	0.967	0.491	3.882	1	0.049	2.629
	MONTO A PAGAR	-0.774	0.133	33.948	1	0.000	0.461
	Constante	1.450	1.151	1.586	1	0.208	4.262
a. Variables especificadas en el paso 1: SEXO, INGRESOS, FRECUENCIA DE VISITAS, DURACION DE VISITAS, CALIDAD, RESPONSABLE DEL MANTENIMIENTO, MONTO A PAGAR.							

*Nota.* Elaboración propia

En el modelo Logit 2 se pronosticó de forma correcta el 85,2% de los casos. En este segundo modelo se depuro la variable percepción de Seguridad con menos significancia con la finalidad de encontrar una mejor significancia en todas las variables, sin embargo, se encontró que, aunque el nivel de significancia de la variable Calidad mejoró con respecto al modelo Logit 1, continua siendo no significativa, por tanto es necesario procesar un tercer modelo Logit con las variables significativas con un nivel de significancia mayor.

**Tabla13***Resultados del Tercer Modelo Logit*

Variables en la ecuación							
		B	Error estándar	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
	SEXO(1)	1.289	0.536	5.785	1	0.016	3.630
	INGRESOS	0.001	0.000	6.407	1	0.011	1.001
	FRECUENCIA DE VISITAS(1)	-1.905	0.849	5.033	1	0.025	0.149
	DURACION DE VISITA	0.021	0.009	5.815	1	0.016	1.021
	RESPONSABLE DEL MANTENIMEINTO(1)	1.009	0.485	4.323	1	0.038	2.743
	MONTO A PAGAR	-0.755	0.130	33.753	1	0.000	0.470
	Constante	2,169	1,054	4,231	1	,000	8,747
a. Variables especificadas en el paso 1: MONTO A PAGAR, INGRESOS, SEXO.							

*Nota.* Elaboración propia

En este tercer modelo Logit todas las variables son significativas al 95% de probabilidad y ellas son las variables Sexo, Ingresos, Frecuencia de Visitas, Duración de visitas, Responsable del mantenimiento y el Monto a pagar. Además, este modelo pronosticó de forma correcta el 86,7 % de los casos. Asimismo, este modelo tiene un

ajuste regular de 51,1% en términos de  $R^2$  de Nagelkerke. A continuación, se muestra la tabla resumen de los tres modelos con sus respectivas pruebas de ajuste de modelo.

**Tabla14**

*Resumen de los modelos aplicados*

VARIABLES INDEPENDIENTES	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 3
Constante	1,063	1,450	2,169
	,379	,208	,040
MONTO A PAGAR	-,781	-,774	-,755
	,000**	,000**	,000**
INGRESOS	,001	,001	,001
	,014**	,013**	,011
SEXO	1,126	1,169	1,289
	,039*	,032*	,016*
FRECUENCIA DE VISITAS	-1,590	-1,654	-1,905
	,064	0,54	0,025*
DURACION DE VISITA	,022	,022	0,021
	,018*	,016*	0,016*
CALIDAD(1)	,788	0,837	
	,126	0,103	
PERCEPCION DE SEGURIDAD(1)	,556		
	,322		
RESPONSABLE DEL MANTENIMIENTO(1)	,920	0,967	1,009
	,063	0,049*	0,038*
-2LL (Logaritmo de verosimilitud)	121,131	122,104	124,787
LR Chi 2 (Prueba omnibus)	83,137	82,163	79,480
Prob> Chi 2	0,000	0,000	0,000
R2 Cox y Snell	0,336	0,333	0,324
R2 Nagelkerke	0,530	0,525	0,511
Porcentaje correcto	79,8	85,2	86,7
Tamaño de muestra	203	203	203

*Nota.* Elaboración propia

#### 4.3.1.3. Modelo Logit Seleccionado

El modelo fue seleccionado y se consideró válido si cumplía las siguientes características:

- A. Significancia estadística
- B. Bondad de ajuste.

En tal sentido el modelo Logit 3 fue el seleccionado por cumplir las características mencionadas. A continuación, se detalla las bondades de ajuste del modelo:

#### A. Significatividad conjunta

La prueba Chi-cuadrado, que prueba la hipótesis nula es rechazada en vista que el nivel de significancia del modelo es de 0,000. Por lo que, se puede decir que existirá al menos un coeficiente que llevará a que una de las variables independientes pueda explicar el comportamiento de la dependiente.

**Tabla15**

*Informe de las pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo*

Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo				
		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1 <sup>a</sup>	Paso	79.480	6	0.000
	Bloque	79.480	6	0.000
	Modelo	79.480	6	0.000

*Nota.* Elaboración propia con el programa SPSS

$H_0: \beta_i = 0$ , Se rechaza la hipótesis para el Modelo Logit 3.

## B. Significatividad individual

Se evalúan las significancias de todas las pruebas t (Wald) de cada una de las variables incluidas en el modelo 3, y se determinó que todas resultan significativas pues su significancia era menor a 0,05.

## C. Bondad de ajuste del modelo

Para evaluar la bondad de ajuste de este modelo de regresión logística se observan los indicadores R cuadrado de Cox y Snell y R cuadrado de Nagelkerke.

**Tabla16**

*Resumen del modelo*

Resumen del modelo			
Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	124,787 <sup>a</sup>	0.324	0.511
a. La estimación ha terminado en el número de iteración 6 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de .001.			

*Nota.* Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 43 el indicador R<sup>2</sup> de Cox y Snell muestra que el modelo luego del paso 1 se explica el 32,4% de la variabilidad de los datos. Sin embargo, como por construcción este indicador nunca será 1, lo transformamos en el indicador R<sup>2</sup> de Nagelkerke. Según se observa en los resultados, el indicador R<sup>2</sup> de Nagelkerke muestra que este modelo logra explicar el 51,1% de la variabilidad de los datos recogidos sobre la disposición a pagar.

Sin embargo, según (Aldás, 2011), el mejor indicador de ajuste de una regresión logística es su capacidad para separar los grupos basados en las probabilidades estimadas. Por esta razón, se evalúa la tabla de clasificación:

**Tabla17***Tabla de clasificación*

Tabla de clasificación					
Observado			Pronosticado		
			DISPOSICION A PAGAR		Porcentaje correcto
			NO	SI	
Paso 1	DISPOSICION A PAGAR	NO	24	17	58.5
		SI	10	152	93.8
	Porcentaje global				86.7
a. El valor de corte es .500					

*Nota.* Elaboración propia

Se logra ver que, según los resultados de la tabla de clasificación, de los 162 casos de personas que si están dispuestos a pagar, el modelo acertó en 152 de ellos, mientras que de los que no están dispuestos a pagar (41 personas), el modelo logro predecir 24. Por lo que, puede decirse que el modelo acertó en un 86,7 %.

Se obtiene así el siguiente resumen:

- Sensibilidad: % positivos que son clasificados como positivos (152/162)
- Especificidad: % de negativos que son clasificados negativos (24/41)
- Tasa de falsos positivos: (17/41)
- Tasa de falsos negativos: (10/162)

Entonces decimos que la probabilidad que se tiene de acertar con esta función logística es del 86,7% para la explicar la probabilidad de disposición a pagar.

#### **D. Determinación de variables importantes**

Para determinar que variables resultan importantes en el modelo, deben observarse los ratios. Al observarse los ratios de las variables se tiene que:

- Ser mujer incremento casi en cuatro veces la probabilidad de tener disposición a pagar con respecto a si la persona fuera hombre.

- Tener mayores ingresos casi no tuvo impacto en la probabilidad a pagar con respecto a los que tenían menos ingresos.
- Tener mayor frecuencia de visitas al parque de la identidad Huanca disminuyo casi en diez veces la probabilidad de tener disposición a pagar con respecto a las personas que visitan el parque por primera vez.
- Permanecer más tiempo en la visita al Parque de la identidad Huanca casi no tuvo impacto en la probabilidad a pagar con respecto a los que permanecen menos tiempo en el parque.
- Considerar que el usuario es el responsable del mantenimiento del parque de la Identidad Huanca incremento en casi tres veces la probabilidad de tener disposición a pagar.
- Ofrecer a pagar un mayor monto disminuyo casi en la mitad el tener disposición a pagar respecto a las personas que ofrecían un monto menor.

#### **4.3.2. Estimación del Valor Monetario a Pagar por los Visitantes del Parque de la Identidad Huanca**

Para estimar el valor monetario como disposición a pagar del visitante del Parque de la Identidad Huanca se usaron las siguientes estadísticas descriptivas obtenidas de la base de datos recogidos de la encuesta realizada.

**Tabla18**

*Tabla de estadísticos descriptivos de las variables del Modelo Logit*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
SEXO	203	0	1	0.43	0.497
INGRESOS	203	0	3250	1006.16	998.897
FRECUENCIA DE VISITAS	203	0	1	0.79	0.406
DURACION DE VISITA	203	30	180	58.67	34.594
RESPONSABLE DEL	203	0	1	0.71	0.455

MANTENIMIENTO					
MONTO A PAGAR	203	0.5	5.0	2.111	1.7424
N válido (por lista)	203	203	203	203	203

Nota. Elaboración propia

Para estimar la disposición a pagar por visitar el Parque de la Identidad Huanca en condiciones óptimas de conservación se aplica el modelo que ofrece un mejor ajuste, en este caso resultó el modelo 3, por consiguiente, el modelo Logit estimado es:

$$\Pr (DAP = 1) = (2,169 - 0,755 * MONT\_PAG + 0,001 * ING + 1,289 * SEX - 1,905 * FREC\_VISIT - 0,021 * DURA\_VISIT + 1,009 * RESP\_MANT)$$

A continuación, se procede a calcular la DAP:

$$P^* = -\frac{\alpha}{\beta}$$

Igualmente, sustituyendo los parámetros en la expresión, queda:

$$P^* = -\frac{2,169 + 1,289SEX + 0,001ING - 1,905FRC\_VIST - 0,021DUR\_VIST + 1,009RESP\_MANT}{-0,755}$$

$$P^* = 2.27$$

Por lo tanto, se muestra que existe una disposición a pagar máxima por persona de 2,27 PEN (0,60 USD), y por ende existe un beneficio generado por el mejoramiento del parque de la Identidad Huanca, tal como se presenta en la hipótesis.

### 4.3.3. *Estimación de la Valoración Económica Turística del Parque de la Identidad*

#### *Huanca*

Asimismo, después de haber sido estimada la Disponibilidad a Pagar media individual, se puede hacer una agregación de las ganancias en bienestar para el conjunto de personas impactadas por la mejora en el servicio de recreación en el Parque de la Identidad Huanca. Es decir:

$$VALOR\ TOTAL\ DAP = \sum_{i=1}^n DAP\ i$$

El Valor Económico Agregado que los visitantes del Parque de la Identidad Huanca están dispuestos a pagar por el servicio de recreación, es igual al producto de la media de la DAP (2,27 PEN) multiplicado por el total de visitantes. Considerando que el 79,80% de los 214 092 visitantes del Parque de la Identidad Huanca en el año 2018 tendrían una disposición a pagar se puede obtener el valor total de la DAP:

$$VALOR\ TOTAL\ DAP = 2,27\ PEN \times 170\ 845$$

$$VALOR\ TOTAL\ DAP = 387\ 818,15\ PEN$$

El valor obtenido de 387 818,15 PEN (102 416.26 USD) al año, representa el valor económico que las personas que visitan el Parque de la Identidad Huanca en un periodo de un año por el servicio recreación le asignan a este. Cabe mencionar que, este monto representa el 25,15% del costo de construcción del Parque de la Identidad Huanca.

#### 4.3.5. *Propuesta para la Conservación y Mejoramiento del Servicio Turístico del Parque de la Identidad Huanca*

Las propuestas de conservación y mejoramiento en el servicio turístico que brinda el parque de La Identidad Huanca se formularon a partir de los resultados obtenidos en base a la caracterización del parque de La Identidad Huanca, los factores significativos en la disposición a pagar del visitante del parque y a su valoración económica turística.

##### 4.3.5.1. Restauración e implementación de contenedores de residuos sólidos

Esta propuesta consiste en la restauración de los 6 contenedores de residuos sólidos que se encuentra dentro del área de estudio, así como la implementación de 24 contenedores adicionales a fin de que los visitantes empiecen a segregar los residuos sólidos. Los puntos de ubicación se mantendrán a los 6 puntos originales adicionando 4 contenedores por punto. Por punto se encontrarán 5 contenedores los cuales serán de los colores propuestos por la Norma Técnica peruana 900-058-2015, INDECOPI.

- **Inversión:** 5 000,00 PEN
- **Lugar:** Parque de La Identidad Huanca
- **Financiamiento:** Municipalidad provincial de Huancayo
- **Presupuesto**

**Tabla 19**

*Presupuesto de la restauración e implementación de contenedores de basura*

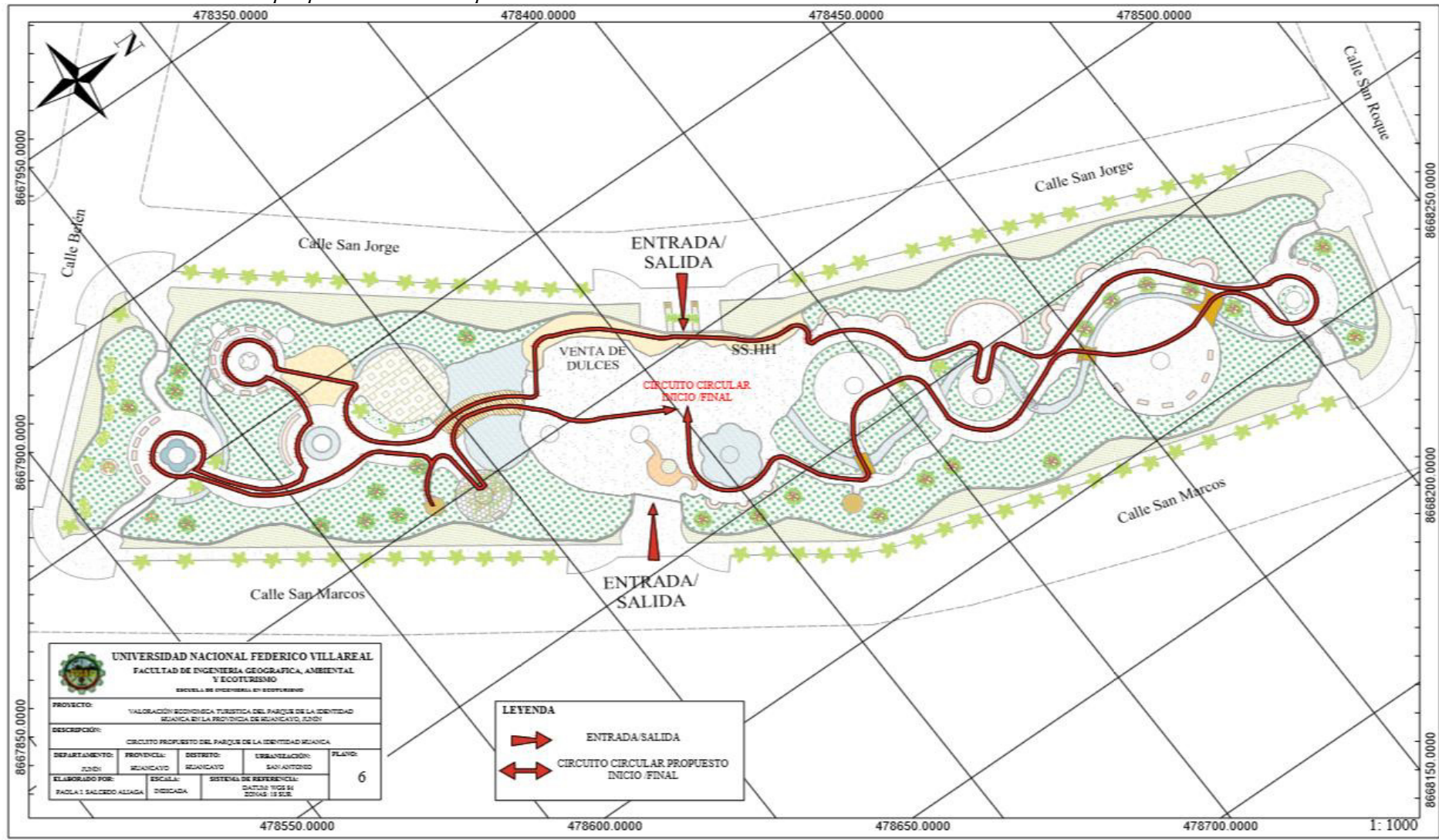
CONCEPTO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
Restauración de contenedores de basura	Unidades	6	50,00	300,00
Contenedores de basura	Unidades	24	200,00	4 800,00
			Total	5 100,00

*Nota.* Elaboración propia

#### **4.3.5.2. Servicio de Guiado**

El servicio de guiado se plantea con la finalidad de potenciar el valor turístico de este atractivo y a su vez manejar a los grupos de visitantes para evitar algún tipo de comportamiento que deteriore el Parque de La identidad Huanca. Previamente a plantear el servicio de guiado se estableció un circuito circular para poder optimizar el tiempo de permanencia en el área de estudio por el visitante y conseguir el disfrute de todo el área. A continuación, en la Figura 83 se muestra el circuito circular planteado en este estudio de investigación.

**Figura 83**  
*Plano del circuito turístico propuesto en el Parque de La Identidad Huanca*



Nota. Elaboración propia

Después de establecer un circuito turístico se elabora el discurso que el guía de turismo proporcionará durante el recorrido a través del parque, así como las paradas que realizará. En la Figura 84 se puede observar las 20 paradas y la información que proporcionara en cada una de ellas. Así mismo, se entregará un tríptico con información general de las bondades del parque de la Identidad Huanca como parte del servicio de guiado, para así poder dar una idea general al visitante de los beneficios que brinda el parque. En el Anexo 6 se puede visualizar el diseño del tríptico a entregar.

- **Inversión:** 63 750,00 PEN
- **Lugar:** Parque de La Identidad Huanca
- **Financiamiento:** Municipalidad provincial de Huancayo
- **Presupuesto**

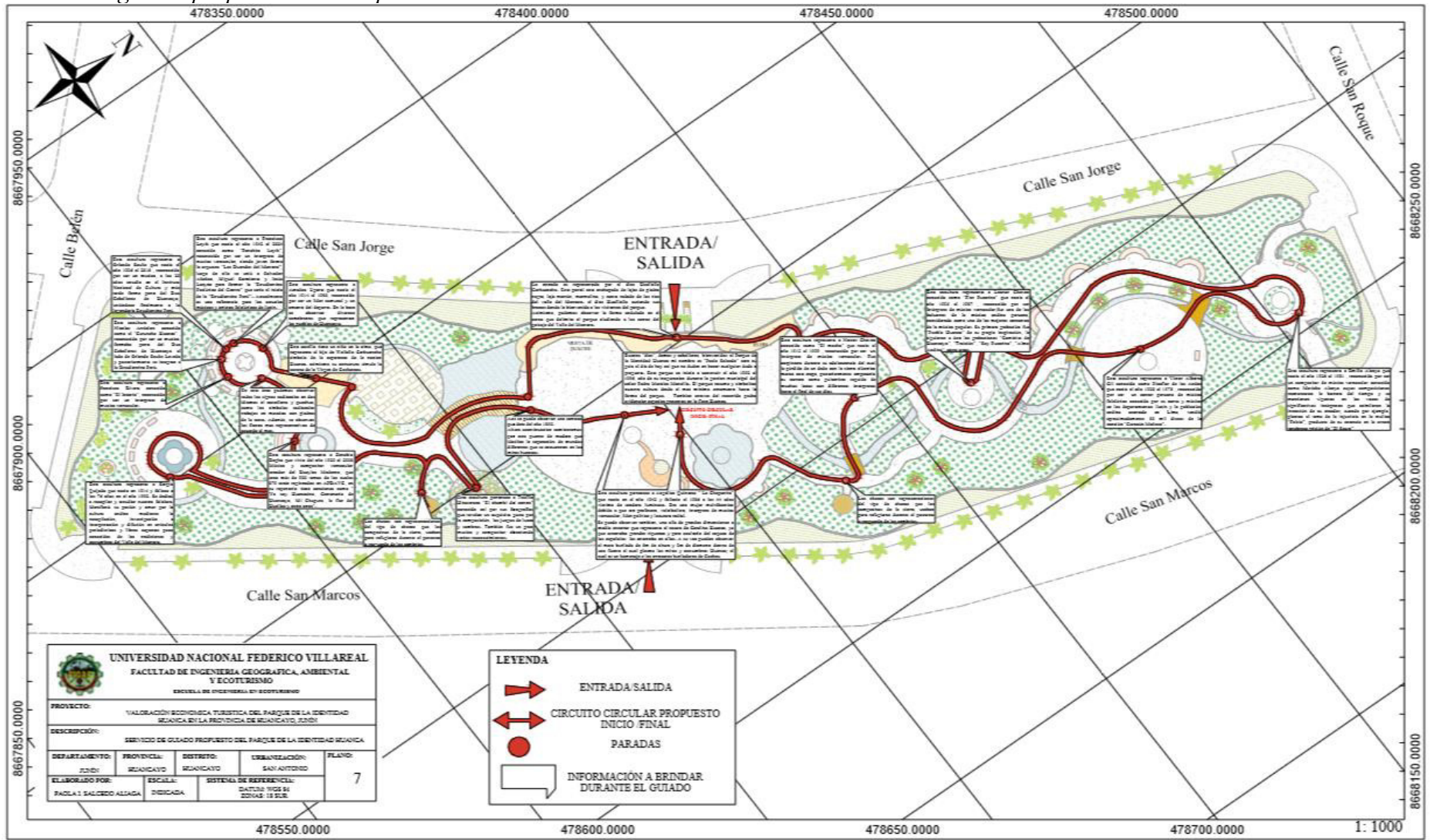
**Tabla 20**

*Presupuesto del servicio de guiado anual*

CONCEPTO	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
Remuneración al personal	Personal	4	1 000,00	48 000,00
Materiales y equipamiento	Unidades	1	5 000,00	5 000,00
Producción de material informativo	Unidades	1	10 000,00	10 000,00
Promoción y comunicación	Unidades	1	750,00	750,00
			Total	63 750.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 84**  
*Servicio de guiado propuesto del Parque de La Identidad Huanca*



Nota. Elaboración propia

#### 4.3.5.3. Implementación de señalización del circuito

Esta propuesta consiste en la implementación de señalización y paneles informativos para que el visitante pueda realizar su recorrido a través del circuito circular sin ninguna dificultad. Esta señalización debe estar en armonía con el ambiente.

- **Inversión:** 3 000,00 PEN
- **Lugar:** Parque de La Identidad Huanca
- **Financiamiento:** Municipalidad provincial de Huancayo
- **Presupuesto**

**Tabla 21**

*Presupuesto de la señalización del circuito*

COMPONENTE	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
Señalización	Unidades	10	100,00	1 000,00
Paneles informativos	Unidades	10	200,00	2 000,00
			Total	3 000,00

*Nota.* Elaboración propia

#### 4.3.5.4. Implementación de una caseta información y venta

Esta propuesta consiste en la implementación de una caseta para brindar informes y la venta del servicio de guiado. Esta caseta se ubicará en el lado derecho de la entrada del parque de La Identidad Huanca. Su estructura mantendrá el estilo Huanca, así como todos los elementos presentes en esta área de estudio.

- **Inversión:** 1 700,00 PEN
- **Lugar:** Parque de La Identidad Huanca
- **Financiamiento:** Municipalidad provincial de Huancayo
- **Presupuesto**

**Tabla 22***Presupuesto de la caseta informativa y de venta*

COMPONENTE	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
Mano de obra	Personal	1	200,00	200,00
Materiales	Unidades	1	1 000,00	1 000,00
Equipos	Unidades	1	500,00	500,00
			Total	1 700,00

*Nota.* Elaboración propia

La implementación de todas las propuestas para la conservación y mejora en el parque de la Identidad Huanca genera un costo de 73 550,00 PEN (Representa el 12% de la valoración económica turística anual del parque). A continuación, en la Tabla 23 se resume el costo total por propuesta.

**Tabla 23***Presupuesto de la implementación de las cuatro propuestas*

COMPONENTE	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
Implementación de contenedores de residuos sólidos	Unidades	1	5 100,00	5 100,00
Implementación del servicio de guiado	Unidades	1	63 750,00	63 750,00
Implementación de la señalización	Unidades	1	3 000,00	3 000,00
Implementación de la caseta informativa y de venta	Unidades	1	1 700,00	1 700,00
			Total	73 550,00

*Nota.* Elaboración propia

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar el valor económico turístico del Parque de la Identidad Huanca con el fin de emplear estos valores estimados para la inversión de algún proyecto de conservación y mejoramiento del servicio turístico de este atractivo turístico, así como, en el caso remoto de que existiera la posibilidad de que alguna instancia, como las autoridades correspondientes quisieran cambiar el uso de suelo de este parque urbano. Este capítulo presenta la discusión de los hallazgos obtenidos durante el proceso de investigación y desarrollo de la presente tesis.

Los resultados obtenidos mediante la observación e investigación de gabinete identifico que los principales elementos turísticos del Parque de la identidad Huanca son principalmente de tipo cultural y ambiental con un enfoque hacia la cultura Huanca. Dentro de ellas se evidencian 5 zonas; la zona cultural, ecológica, artesanal, gastronómica y recreativa. La zona ecológica conformada por 15 especies de la flora oriunda de Huancayo, la zona recreativa con un juego para niños y una torre infantil, la zona cultural con 13 esculturas que corresponden a personajes relevantes dentro de la cultura Huanca en el ámbito artístico, un canal que atraviesa el parque y asemejan el Rio Mantaro que pasa a través del Valle del Mantaro, una carroza que representan y pertenece a la historia Huanca y otros elementos plasman la historia Huanca en sus particulares simulando por ejemplo los dioses de la cultura Huanca, la zona artesanal con tres puestos de venta de artesanía huanca y la zona gastronómica con seis puestos de comida típica. Análogamente, en Colombia en el Parque Ronda del Sinú, Sepúlveda (2008) identifico también 5 zonas de propósito turístico entre ellas la zona ecológica con una cantidad de especies de flora (20 especies) que supera en 5 especies al número de especies de flora a la de nuestra área de estudio, la zona cultural con un museo, zona recreativa con juegos mecánicos para niños, zona artesanal con un puesto de

venta de artesanía y zona de planchones que es una zona de vehículos para recorrer el área difiriendo esta última a la de nuestra área de estudio que cuenta con una zona gastronómica en contraste. Y aunque nuestra área de estudio representa la novena parte de la extensión del área en comparación ambas tienen cinco zonas con propósito turístico con elementos turísticos similares con la capacidad de atraer visitantes a su área.

Un caso similar, se evidencia en el parque Hundido de México que es objeto de estudio de Flores et al. (2010), el cual también es un parque urbano con una temática cultural. Este parque urbano por su parte se diferencia en 3 zonas que presenta diversos elementos turísticos, la zona cultural dentro de las cuales se destacan unos senderos arqueológicos de las culturas mexicanas, una escultura a su héroe de la independencia y además existe un audiorama dedicada a música y poesía mexicana, la zona ecológica con 12 especies de flora y la zona recreativa con 3 canchas deportivas. Mostrando así que aunque el parque en contraste tenga una extensión 10 veces mayor, nuestro área de estudio cuenta con elementos turísticos capaz de atraer el 80 % del número de visitantes que el área en contraste.

Al realizar el análisis de correlación para determinar que variables tenían influencia en la disposición a pagar se encontró que las variables socioeconómicas con un nivel de significancia en el nivel 0,05 eran dos, las variables sexo e ingresos. Los resultados obtenidos respecto al sexo indican que los visitantes de género femenino presentan una mayor disposición a pagar lo cual difiere de la hipótesis planteada, este comportamiento se explica por algunos factores como el empoderamiento de la mujer dentro de la toma de decisiones en la familia. La variable ingresos que recoge el nivel de ingresos del entrevistado presenta un coeficiente positivo. Ello indica que el entrevistado que recibe mayores ingresos al mes, tienen una mayor disposición a aportar un monto por el servicio de recreación. Los resultados con respecto a las variables socioeconómicas coinciden con los obtenidos por Escobar y

Ramírez (2009) en su trabajo de investigación los cuales determinaron que las variables socioeconómicas resultantes significativas también fueron las variables sexo e ingresos. Resultados similares han sido obtenidos por Flores et al. (2010) en el cual las variables socioeconómicas influyentes en la disposición a pagar también fueron las variables sexo e ingresos mas una variable adicional que fue el nivel escolar. Este comportamiento puede explicarse porque ciertas características socioeconómicas en general influyen y determinan la adquisición o no adquisición de un bien en el mercado.

Las variables del tipo visita con influencia significativa en la disposición a pagar fueron las variables frecuencia de visitas y duración de visitas. La variable frecuencia de visitas que revela la frecuencia de visitas al parque de la Identidad Huanca por el visitante presenta un coeficiente negativo, lo que nos indica que las personas que visitan el parque con más frecuencia tienen menos disposición a aportar un monto para ingresar a Parque de la Identidad Huanca lo cual difiere de la relación esperada probablemente debido a que el nivel de interés se reduzca con la frecuencia de visitas o debido al alto costo que demandaría si la frecuencia de visitas es repetitiva. La variable duración de visita que revela el tiempo que permanece el visitante en el Parque de la Identidad Huanca durante su visita presenta un coeficiente de signo positivo, lo que hace referencia que las personas entrevistadas que permanecen más tiempo en el Parque de la Identidad Huanca tienen mayor disposición a pagar por los beneficios antes señalados. Estos hallazgos difieren con los resultados obtenidos en el artículo de investigación desarrollado por Flores et al. (2010) en el que la variable de frecuencia de visitas mantiene una relación positiva con la disposición a pagar a diferencia de nuestro caso. Pese a los resultados obtenidos por estos autores, ellos reportan que estos resultados no son comunes para parques urbanos, defendiendo así mas los resultados de la presente investigación.

Se obtuvo una mayor cantidad de variables de tipo Percepción en comparación a las Socioeconómicas y Tipo de visita. Estas fueron las variables calidad, percepción de seguridad y responsable del mantenimiento, y coinciden con el signo esperado planteado en la hipótesis. La variable responsable del mantenimiento revela que la percepción del visitante respecto a quien debe hacerse cargo del mantenimiento del Parque de la Identidad Huanca presenta un coeficiente de signo positivo, lo que nos indica que, las personas que consideran que el mantenimiento del Parque de la Identidad Huanca debería estar a cargo de ellos, son más propensas a aportar un monto para disfrutar del servicio turístico. La variable Calidad reveló un coeficiente de signo positivo, indicando que las personas que consideran que el parque tiene una mejor condición en calidad presentan una mayor disposición a pagar. La variable percepción de seguridad también da como resultado un coeficiente de signo positivo. Estos resultados concuerdan con los obtenidos por Flores et al. (2010) en los que seis variables de percepción resultaron significativas superando así la cantidad de variables de tipo visita y socioeconómica como en la de nuestro estudio. Cabe recalcar que hay escasa literatura sobre este tipo de variable dentro del modelo de valoración contingente.

Por otro lado, la variable monto a pagar que integra los valores económicos de disfrute para el servicio turístico en el Parque de la Identidad Huanca. Estos montos son 0,50 PEN, 1,00 PEN, 2,00 PEN y 5,00 PEN. El coeficiente es negativo, es decir mientras el monto a pagar aumenta en valor la disposición a pagar disminuye. Consistentemente, Ortiz (2016) en su tesis después de analizar el nivel de significancia del monto a pagar sobre la disposición a pagar también obtuvo un signo negativo.

Seguidamente, antes de determinar la Disposición a Pagar del visitante se evaluó la efectividad del modelo seleccionado y se obtuvo la significatividad conjunta mediante la Prueba ómnibus determinando así que la hipótesis nula es rechazada debido a que la

significancia del Chi-Cuadrado era de 0,000, lo que quiere decir que las variables independientes o al menos una explica la variable dependiente. La significatividad individual de las variables incluidas en el modelo final presentaban una significancia menor a 0, 05 por lo que se puede decir que cada variable incluida en el modelo logra predecir el modelo. La Bondad de ajuste del modelo para el presente caso se evaluó según los indicadores R cuadrado de Cox y Snell y R cuadrado de Nagelkerke en el cual se obtuvo valores 32,4% y 51,1% respectivamente, lo cual representa valores aceptables. Sin embargo, según Aldás (2011) la tabla de clasificación es el mejor indicador de ajuste y en el cual un 86,7% de los casos pudieron ser predichos. Analógicamente, Requejo (2009) en su tesis después de analizar el ajuste de su modelo bajo el indicador McFadden R<sup>2</sup> obtuvo un valor dentro del límite admisible y bajo la tabla de clasificación se obtuvo un 72.96% de predicciones ratificando la utilidad del modelo empleado en nuestro estudio.

Finalmente, después de incluir las variables significativas en el modelo seleccionado se realizó el cálculo de la disposición a pagar por persona para el ingreso al Parque de La Identidad Huanca y se obtuvo un monto de 2,27 PEN (0,60 USD) de tal manera que el valor económico anual considerado al año 2018 es de 387 818,15 PEN. Es alentador comparar estas cifras con los valores anuales obtenidos en las investigaciones presentadas como referencias. En el estudio de Requejo (2009), después de valorar económicamente el área de conservación municipal Asociación Hídrica Aguajal Renacal Alto Mayo se obtuvo un valor anual de opción de 37 460 PEN siendo este solo el 9,66% del valor de nuestra área de estudio dando un valor imprevistamente inferior. De igual manera, Ortiz (2016), en su estudio de investigación del espacio recreativo La Isla San Lorenzo obtuvo un valor de 1 244 668,14 PEN anuales siendo nuestra área de estudio el 31.9% de esta.

## VI. CONCLUSIONES

- El Parque de la Identidad Huanca es uno de los principales atractivos turísticos de la provincia de Huancayo que concentra en un solo lugar una amplia diversidad de elementos naturales y culturales que genera el suficiente interés para atraer visitantes. El parque de la identidad Huanca se divide en 5 zonas diferenciadas como la zona ecológica, recreativa, cultural, artesanal y gastronómica; la zona ecológica está conformada por 15 especies de la flora representativa de Huancayo, la zona recreativa con un juego para niños y una torre infantil, la zona cultural con 13 esculturas de artistas icónicos de la cultura Huanca, un canal que atraviesa el parque y asemeja el Río Mantaro, una carroza del año 1890 que representan y pertenece a la historia Huanca, la zona artesanal con tres puestos de venta de artesanía huanca y la zona gastronómica con seis puestos de comida típica.
- Las variables que afectan significativamente la disposición a pagar por la conservación del lugar son de tipo socioeconómico, tipo de visita y percepción del lugar. En una significancia individual las variables significativas con la disposición a pagar con un nivel de significancia en el nivel 0,05 son las variables Monto de pago, Sexo, Ingresos, Frecuencia de visitas, Duración de visita, Calidad, Percepción de la seguridad y la Responsable del mantenimiento dando un total de 8 variables significativas en un nivel individual. En una significatividad global las variables que influyen significativamente en la disposición a pagar por la conservación y mejoramiento del Parque de la Identidad Huanca disminuyen a 6 variables y estas son las variables Monto de Pago, Género, Nivel de ingresos, Frecuencia de visitas, Duración de visitas y Responsabilidad de quien debería hacerse cargo del mantenimiento del parque.

- La disposición a pagar positiva por la conservación y mejoramiento del bien en cuestión fue aceptada por el 79,8% de los entrevistados teniendo como aportación por el ingreso a esta área una mínima de 0,5 PEN y una máxima de 5,00 PEN. El valor monetario estimado en base al modelo de forma funcional Logit incluyendo las variables de forma significativa global que los visitantes del parque de la Identidad Huanca están dispuestos a pagar por la conservación de este es de 2,27 PEN (0,60 USD).
- El valor económico turístico del parque de La Identidad Huanca estimado es de 387 818,15 PEN (102 416,26 USD) al año 2018 que es el beneficio total que la sociedad percibe por la conservación de esta y por el mejoramiento de este servicio turístico, lo cual pone en evidencia el gran valor de esta área.

## VII. RECOMENDACIONES

- Considerar los hallazgos de este estudio de investigación en la toma de decisiones acerca del uso de suelo, implementación de políticas u otros que impliquen una influencia en el Parque de la Identidad Huanca, para así poder contar con políticas efectivas que resulten en un manejo sostenible de esta área.
- Por otro lado, emplear diferentes metodologías para determinar la valoración económica del parque de la Identidad Huanca en futuros trabajos de investigación para poder comparar así el nivel de significancia de las variables.
- Realizar investigaciones que compartan el objetivo de determinar el valor económico turístico de otros parques urbanos en el mismo ámbito de estudio para tener puntos de comparación en un mismo contexto.
- Además, implementar programas y talleres diversos en el área de estudio como clases de danzas típicas, cuenta cuentos, teatro entre otros para niños, jóvenes y adultos mayores en el cual puedan rescatar y revalorar la cultura Huanca.
- Una prioridad clave para las autoridades responsables de la administración es la mejor administración y puesta en valor de ciertos elementos del Parque de la Identidad Huanca que se han visto olvidados, tal es el caso del área de venta de artesanías.
- Elaborar programas y campañas en la concientización de la valoración los elementos culturales y ambientales de la región bajo una participación coordinada de las autoridades, grupos sociales, académicos e investigadores
- De igual manera, realizar una actualización de elementos icónicos dentro del área de estudio debería ser considerado; tal es el caso de nuevos personajes representativos de la cultura Huanca como Damaris Mallma Porras cantautora peruana, Marco Antonio Moreno gran artista y cantautor, entre otros.

### VIII. REFERENCIAS

- Aldás, J. (2011). *El Análisis de Regresión Logística*. Universidad de Valencia.
- MINAM (2006). *Plan de desarrollo urbano 2006-2010*. MINAM
- Arrow, K., Solow, R., Portney, P. R., Leamer, E. E., Radner, R., y Schuman, H. (1993).  
*Report of the NOAA panel on contingent valuation*.
- Azqueta, D. (2002). *Introducción a la economía ambiental*. McGraw-Hill.
- Azqueta, D. (1994). *Valoración económica de la calidad ambiental*. Mc. Graw Hill.
- Barzev, R. (1998). *Comparación de diseño de formato dicotómico cuando se asumen distintas distribuciones para la disposición a pagar y se optimiza el vector de pagos- aplicación del método de valoración contingente en la Laguna Avedaño, Quillon*. [Tesis de maestría]. Universidad de Concepción.
- Chang, M. Y. (2001). *La economía ambiental. ¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el Desarrollo Sustentable*. Universidad Autónoma de Zacatecas
- Constanza, R. (1989). What is Ecological Economics? *Ecological Economics* 1, 1-7.
- Contreras, O. P. (2008). *Valoración económica de los recursos naturales y del medio ambiente*. Imprenta Cristo Vive.
- Daly, H. (1998). *Economía, Ecología, Ética*. Fondo de Cultura Económica.
- Dixon, J., y Pagiola, S. (19998). Análisis Económico y evaluación ambiental. *Environmental Assessment Sourcebook*, 1(23), 1-17.
- Field, C. B. (1995). *Economía ambiental. Una introducción*. Mc Graw Hill.

- Flores Xolocotzi, R., De J. Gonzales-Guillen, M., y de los Santos-Posadas, H. M. (2010). Valoración económica del servicio recreativo del parque Hundido de la ciudad de Mexic., *Región y sociedad*, 22(47), 123-144.
- Francke, S. (1997). *La economía ambiental y su aplicación a la gestión de cuencas hidrográficas*. (2º ed.) Conaf.
- Galarza, E., y Gomez, R. (2002). *Valorización económica de servicios ambientales: El caso de Pachacamac, Lurin*. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 1-87.
- Glave, M., y Pizarro, R. (2001). *Valoración Económica de la Diversidad Biológica y Servicios Ambientales en el Perú*. EDIGRAFASA S.R.L.
- Hanemann, M. (1984). Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, 66(3), 332-341.
- Hauwermeiren. (1999). *Manual de Economía Ecológica*. Ediciones Abyá-Yala.
- Izko, X., y Burneo, D. (2003). *Herramientas para la valoración y gestión forestal sostenible de los bosques sudamericanos*. Imprenta Mariscal.
- King, D., y Mazzotta, M. (2000). *Ecosystem Valuation*.  
<http://www.ecosystemvaluation.org/feedback.htm>
- Labandeira, X., Leon, C., y Vazquez, M. X. (2007). *Economía ambiental*. Pearson educación
- MEF. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Arkabas.
- MINAM. (2015). *Guía nacional de valoración económica del patrimonio natural*. MINAM
- MINAM. (2015). *Manual de Valoración económica del patrimonio natural*. MINAM

- Osorio, J., y Correa, F. (2004). Valoración económica de costos ambientales: Marco conceptual y métodos de estimación. *Semestre Económico*, 159-193.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The evolution of institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.
- Pearce, D. (1990). *An economic approach to saving the tropical forests*. University of Oxford and Oxford Economic Research Associates.
- Pearce, D. (1993). *Economic Value and the natural world*. The MIT Press.
- Pearce, D., y Turner, R. K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Harvester Wheatsheaf.
- Proops, J. (1999). *Integration and Communication between Environmental Economics and Other Disciplines*. Jeroen C.J.M. van den Bergh.
- Randall, A. (1981). *Resource economics: an economic approach to natural resource and environmental policy*. Publishing Co. Columbus.
- Requejo La Torre, O. M. (2009). *Valorización económica ambiental con fines turísticos del área de conservación municipal Asociación hídrica aguajal renacal alto mayo-region San Martín-Peru*. [Tesis de maestría] Universidad Nacional de San Martín .
- Riera, P. (1994). *Manual de valoración contingente*. Instituto de estudios fiscales.
- Romero, C. (1997). *Economía de los recursos ambientales y naturales*. Alianza Editorial.
- Schweitzer, J. (1990). *Economics, conservation, and developing economies*. Michigan State University.

Shultz, S., Pinazzo, J., y Cifuentes, M. (1998). *Opportunities and Limitations of Contingent Valuation Surveys to Determine National Park Entrance Fees: Evidence from Costa Rica*. Environment and Development Economics.

Um Flores, E. (2003). *Valoración económica del sector turístico de Llanganuco mediante el método de valoración contingente*. [Tesis de pregrado] Universidad Nacional Federico Villareal.

Vasquez, F., Cerda, A., y Orrego, S. (2002). *Valoración económica del ambiente, fundamentos económicos, econometría y aplicaciones*. Thomson.

Williams, k. (1992). *Air quality to pay, and wilderness management in the Pacific Northwest*. Wyoming.

Zamora, M. C. (2009). *Estadística descriptiva e inferencial*. Moshera S.R.L.

## IX. ANEXOS

## Anexo A: Encuesta piloto



UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL  
Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo



## ENCUESTA A LOS VISITANTES

ENCUESTA N° \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes. Estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre la valoración económica turística del "Parque de la Identidad Huanca". La información proporcionada será estrictamente confidencial.

## I. Acerca de usted:

1. Edad _____
2. Sexo: ( ) Femenino ( ) Masculino
3. Estado civil ( ) Soltero/a ( ) Conviviente ( ) Casado/a ( ) Viudo/a ( ) Divorciado/a
4. Lugar de procedencia _____
5. Grado de instrucción ( ) Primaria incompleta ( ) Primaria completa ( ) Secundaria incompleta ( ) Secundaria completa ( ) Técnica incompleta ( ) Técnica completa ( ) Universitaria incompleta ( ) Universitaria completa ( ) Post grado
6. Ocupación ( ) Trabajador público ( ) Trabajador privado ( ) Trabajador independiente ( ) Cesante o jubilado ( ) Ama de casa ( ) Otros _____
7. Nivel de ingreso mensual personal en soles (si aplica) ( ) De 500 a 1000 ( ) De 1001 a 1500 ( ) De 1501 a 2000 ( ) De 2001 a 2500 ( ) De 2501 a 3000 ( ) De 3001 a 3500 ( ) De 3501 a 4000 ( ) De 4001 a 4500 ( ) De 4501 a 5000 ( ) de 5001 a mas

## II. Acerca de su visita:

1. Frecuencia de visitas al parque ( ) Primera vez ( ) Segunda vez ( ) Tercera vez ( ) ____ vez ( ) ____ vez/veces al mes ( ) ____ vez/ veces al año
2. Tipo de compañía ( ) Solo ( ) Pareja ( ) Familia ( ) Amigos
3. Día/s de visita ( ) Días particulares ( ) Fines de semana
4. Horario de visita ( ) Mañana 9am-12pm ( ) Tarde 12-6pm ( ) Noche 6-8pm
5. Duración de visita (Aproximadamente) ( ) Media hora ( ) Una hora ( ) Dos horas ( ) Tres horas ( ) Otros _____

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
*Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo*

**III. Percepción del espacio**

1. Calidad del parque ( ) Optimo                      ( ) No optimo
2. Satisfacción que le produce ( ) Insatisfecho              ( ) Satisfecho
3. Percepción de seguridad ( ) Inseguro                      ( ) Seguro
4. Importancia del parque ( ) No es importante      ( ) Importante
5. Importancia del parque para generaciones futuras ( ) No es importante      ( ) Importante
6. Quien debe ser responsable del mantenimiento y conservación del parque ( ) Autoridades              ( ) Usuarios

**IV. Acerca de su visita al Parque de la identidad Huanca**

Por favor, lea la siguiente información antes de contestar las preguntas de esta sección. El Parque aparte de ofrecer servicios recreativos como lugar de esparcimiento, ofrece numerosos servicios que usted podría valorar como son los beneficios estéticos (belleza paisajística, visualización del paisaje), ambientales (oxigenación), culturales (conocimiento de la identidad Huanca), y saludables (tranquilidad, reducción del estrés) que proporciona su estancia. Por ello, le pedimos a continuación que valore económicamente la satisfacción o bienestar que le producen estos usos, así como su disponibilidad a contribuir económicamente para la conservación del parque. El pago se realizaría a través de un precio de entrada que debería ser pagado por todos los usuarios que quieran acceder al parque y será gestionado por el gobierno municipal. Tenga en cuenta que le pedimos que imagine un pago real y que lo que gastase no podría emplearlo en otras cosas.

1. Valorando todos los posibles beneficios que genera el parque en su conjunto, ¿Cuánto pagaría por persona por conservar esta área recreativa? \_\_\_\_\_
2. En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

Con los impuestos que pago es suficiente	
Este bien medioambiental no tiene valor suficiente como para pagar una entrada	
Desconfío/a del uso del dinero	
Cree que el acceso debería de ser gratuito	
No puede permitirse pagar nada	
No sabe/ no contesta	

***Gracias por su colaboración.***

## Anexo B: Encuesta definitiva N° 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
*Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo*



### ENCUESTA A LOS VISITANTES

ENCUESTA N° \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes. Estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre la valoración económica turística del "Parque de la Identidad Huanca". La información proporcionada será estrictamente confidencial.

#### I. Acerca de usted:

1. Edad _____
2. Sexo: ( ) Femenino ( ) Masculino
3. Estado civil ( ) Soltero/a ( ) Conviviente ( ) Casado/a ( ) Viudo/a ( ) Divorciado/a
4. Lugar de procedencia _____
5. Grado de instrucción <input type="checkbox"/> Primaria incompleta <input type="checkbox"/> Primaria completa <input type="checkbox"/> Secundaria incompleta <input type="checkbox"/> Secundaria completa <input type="checkbox"/> Técnica incompleta <input type="checkbox"/> Técnica completa <input type="checkbox"/> Universitaria incompleta <input type="checkbox"/> Universitaria completa <input type="checkbox"/> Post grado
6. Ocupación <input type="checkbox"/> Trabajador público <input type="checkbox"/> Trabajador privado <input type="checkbox"/> Trabajador independiente <input type="checkbox"/> Cesante o jubilado <input type="checkbox"/> Ama de casa <input type="checkbox"/> Otros _____
7. Nivel de ingreso mensual personal en soles (si aplica) <input type="checkbox"/> De 500 a 1000 <input type="checkbox"/> De 1001 a 1500 <input type="checkbox"/> De 1501 a 2000 <input type="checkbox"/> De 2001 a 2500 <input type="checkbox"/> De 2501 a 3000 <input type="checkbox"/> De 3001 a 3500 <input type="checkbox"/> De 3501 a 4000 <input type="checkbox"/> De 4001 a 4500 <input type="checkbox"/> De 4501 a 5000 <input type="checkbox"/> de 5001 a mas

#### II. Acerca de su visita:

1. Frecuencia de visitas al parque <input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/> Segunda vez <input type="checkbox"/> Tercera vez <input type="checkbox"/> ____ vez <input type="checkbox"/> ____ vez/veces al mes <input type="checkbox"/> ____ vez/ veces al año
2. Tipo de compañía <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Amigos
3. Día/s de visita <input type="checkbox"/> Días particulares <input type="checkbox"/> Fines de semana
4. Horario de visita <input type="checkbox"/> Mañana 9am-12pm <input type="checkbox"/> Tarde 12-6pm <input type="checkbox"/> Noche 6-8pm
5. Duración de visita (Aproximadamente) <input type="checkbox"/> Media hora <input type="checkbox"/> Una hora <input type="checkbox"/> Dos horas <input type="checkbox"/> Tres horas <input type="checkbox"/> Otros _____

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
*Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo*

**III. Percepción del espacio**

1. Calidad del parque ( ) Optimo                      ( ) No optimo
2. Satisfacción que le produce ( ) Insatisfecho                      ( ) Satisfecho
3. Percepción de seguridad ( ) Inseguro                      ( ) Seguro
4. Importancia del parque ( ) No es importante                      ( ) Importante
5. Importancia del parque para generaciones futuras ( ) No es importante                      ( ) Importante
6. Quien debe ser responsable del mantenimiento y conservación del parque ( ) Autoridades                      ( ) Usuarios

**IV. Acerca de su visita al Parque de la identidad Huanca**

Por favor, lea la siguiente información antes de contestar las preguntas de esta sección. El Parque aparte de ofrecer servicios recreativos como lugar de esparcimiento, ofrece numerosos servicios que usted podría valorar como son los beneficios estéticos (belleza paisajística, visualización del paisaje), ambientales (oxigenación), culturales (conocimiento de la identidad Huanca), y saludables (tranquilidad, reducción del estrés) que proporciona su estancia. Por ello, le pedimos a continuación que valore económicamente la satisfacción o bienestar que le producen estos usos, así como su disponibilidad a contribuir económicamente para la conservación del parque. El pago se realizaría a través de un precio de entrada que debería ser pagado por todos los usuarios que quieran acceder al parque y será gestionado por el gobierno municipal. Tenga en cuenta que le pedimos que imagine un pago real y que lo que gastase no podría emplearlo en otras cosas.

1. Valorando todos los posibles beneficios que genera el parque en su conjunto, ¿Estaría dispuesto a pagar S/ 0.5 por conservar esta área recreativa?  
 ( ) SI                      ( ) NO

2. En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

Con los impuestos que pago es suficiente	
Este bien medioambiental no tiene valor suficiente como para pagar una entrada	
Desconfío/a del uso del dinero	
Cree que el acceso debería de ser gratuito	
No puede permitirse pagar nada	
No sabe/ no contesta	

**Gracias por su colaboración.**

## Anexo C: Encuesta definitiva N° 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
*Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo*



### ENCUESTA A LOS VISITANTES

ENCUESTA N° \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes. Estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre la valoración económica turística del "Parque de la Identidad Huanca". La información proporcionada será estrictamente confidencial.

#### I. Acerca de usted:

1. Edad _____
2. Sexo: ( ) Femenino ( ) Masculino
3. Estado civil ( ) Soltero/a ( ) Conviviente ( ) Casado/a ( ) Viudo/a ( ) Divorciado/a
4. Lugar de procedencia _____
5. Grado de instrucción <input type="checkbox"/> Primaria incompleta <input type="checkbox"/> Primaria completa <input type="checkbox"/> Secundaria incompleta <input type="checkbox"/> Secundaria completa <input type="checkbox"/> Técnica incompleta <input type="checkbox"/> Técnica completa <input type="checkbox"/> Universitaria incompleta <input type="checkbox"/> Universitaria completa <input type="checkbox"/> Post grado
6. Ocupación <input type="checkbox"/> Trabajador público <input type="checkbox"/> Trabajador privado <input type="checkbox"/> Trabajador independiente <input type="checkbox"/> Cesante o jubilado <input type="checkbox"/> Ama de casa <input type="checkbox"/> Otros _____
7. Nivel de ingreso mensual personal en soles (si aplica) <input type="checkbox"/> De 500 a 1000 <input type="checkbox"/> De 1001 a 1500 <input type="checkbox"/> De 1501 a 2000 <input type="checkbox"/> De 2001 a 2500 <input type="checkbox"/> De 2501 a 3000 <input type="checkbox"/> De 3001 a 3500 <input type="checkbox"/> De 3501 a 4000 <input type="checkbox"/> De 4001 a 4500 <input type="checkbox"/> De 4501 a 5000 <input type="checkbox"/> de 5001 a mas

#### II. Acerca de su visita:

1. Frecuencia de visitas al parque <input type="checkbox"/> Primera vez <input type="checkbox"/> Segunda vez <input type="checkbox"/> Tercera vez <input type="checkbox"/> ____ vez <input type="checkbox"/> ____ vez/veces al mes <input type="checkbox"/> ____ vez/ veces al año
2. Tipo de compañía <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Amigos
3. Día/s de visita <input type="checkbox"/> Días particulares <input type="checkbox"/> Fines de semana
4. Horario de visita <input type="checkbox"/> Mañana 9am-12pm <input type="checkbox"/> Tarde 12-6pm <input type="checkbox"/> Noche 6-8pm
5. Duración de visita (Aproximadamente) <input type="checkbox"/> Media hora <input type="checkbox"/> Una hora <input type="checkbox"/> Dos horas <input type="checkbox"/> Tres horas <input type="checkbox"/> Otros _____

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
*Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo*

**III. Percepción del espacio**

1. Calidad del parque ( ) Optimo                      ( ) No optimo
2. Satisfacción que le produce ( ) Insatisfecho              ( ) Satisfecho
3. Percepción de seguridad ( ) Inseguro                    ( ) Seguro
4. Importancia del parque ( ) No es importante        ( ) Importante
5. Importancia del parque para generaciones futuras ( ) No es importante        ( ) Importante
6. Quien debe ser responsable del mantenimiento y conservación del parque ( ) Autoridades                ( ) Usuarios

**IV. Acerca de su visita al Parque de la identidad Huanca**

Por favor, lea la siguiente información antes de contestar las preguntas de esta sección. El Parque aparte de ofrecer servicios recreativos como lugar de esparcimiento, ofrece numerosos servicios que usted podría valorar como son los beneficios estéticos (belleza paisajística, visualización del paisaje), ambientales (oxigenación), culturales (conocimiento de la identidad Huanca), y saludables (tranquilidad, reducción del estrés) que proporciona su estancia. Por ello, le pedimos a continuación que valore económicamente la satisfacción o bienestar que le producen estos usos, así como su disponibilidad a contribuir económicamente para la conservación del parque. El pago se realizaría a través de un precio de entrada que debería ser pagado por todos los usuarios que quieran acceder al parque y será gestionado por el gobierno municipal. Tenga en cuenta que le pedimos que imagine un pago real y que lo que gastase no podría emplearlo en otras cosas.

1. Valorando todos los posibles beneficios que genera el parque en su conjunto, ¿Estaría dispuesto a pagar S/ 1.0 por conservar esta área recreativa?  
 ( ) SI                              ( ) NO

2. En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

Con los impuestos que pago es suficiente	
Este bien medioambiental no tiene valor suficiente como para pagar una entrada	
Desconfío/a del uso del dinero	
Cree que el acceso debería de ser gratuito	
No puede permitirse pagar nada	
No sabe/ no contesta	

**Gracias por su colaboración**

## Anexo D: Encuesta definitiva N° 3



**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo



### ENCUESTA A LOS VISITANTES

ENCUESTA N° \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes. Estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre la valoración económica turística del "Parque de la Identidad Huanca". La información proporcionada será estrictamente confidencial.

#### I. Acerca de usted:

1. Edad _____
2. Sexo: ( ) Femenino ( ) Masculino
3. Estado civil ( ) Soltero/a ( ) Conviviente ( ) Casado/a ( ) Viudo/a ( ) Divorciado/a
4. Lugar de procedencia _____
5. Grado de instrucción ( ) Primaria incompleta ( ) Primaria completa ( ) Secundaria incompleta ( ) Secundaria completa ( ) Técnica incompleta ( ) Técnica completa ( ) Universitaria incompleta ( ) Universitaria completa ( ) Post grado
6. Ocupación ( ) Trabajador público ( ) Trabajador privado ( ) Trabajador independiente ( ) Cesante o jubilado ( ) Ama de casa ( ) Otros _____
7. Nivel de ingreso mensual personal en soles (si aplica) ( ) De 500 a 1000 ( ) De 1001 a 1500 ( ) De 1501 a 2000 ( ) De 2001 a 2500 ( ) De 2501 a 3000 ( ) De 3001 a 3500 ( ) De 3501 a 4000 ( ) De 4001 a 4500 ( ) De 4501 a 5000 ( ) de 5001 a mas

#### II. Acerca de su visita:

1. Frecuencia de visitas al parque ( ) Primera vez ( ) Segunda vez ( ) Tercera vez ( ) ___ vez ( ) ___ vez/veces al mes ( ) ___ vez/ veces al año
2. Tipo de compañía ( ) Solo ( ) Pareja ( ) Familia ( ) Amigos
3. Día/s de visita ( ) Días particulares ( ) Fines de semana
4. Horario de visita ( ) Mañana 9am-12pm ( ) Tarde 12-6pm ( ) Noche 6-8pm
5. Duración de visita (Aproximadamente) ( ) Media hora ( ) Una hora ( ) Dos horas ( ) Tres horas ( ) Otros _____



## Anexo E: Encuesta definitiva N° 4



**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo



### ENCUESTA A LOS VISITANTES

ENCUESTA N° \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes. Estamos aplicando una encuesta como parte de un trabajo de investigación sobre la valoración económica turística del “Parque de la Identidad Huanca”. La información proporcionada será estrictamente confidencial.

#### I. Acerca de usted:

1. Edad _____
2. Sexo: ( ) Femenino ( ) Masculino
3. Estado civil ( ) Soltero/a ( ) Conviviente ( ) Casado/a ( ) Viudo /a ( ) Divorciado/a
4. Lugar de procedencia _____
5. Grado de instrucción ( ) Primaria incompleta ( ) Primaria completa ( ) Secundaria incompleta ( ) Secundaria completa ( ) Técnica incompleta ( ) Técnica completa ( ) Universitaria incompleta ( ) Universitaria completa ( ) Post grado
6. Ocupación ( ) Trabajador público ( ) Trabajador privado ( ) Trabajador independiente ( ) Cesante o jubilado ( ) Ama de casa ( ) Otros _____
7. Nivel de ingreso mensual personal en soles (si aplica) ( ) De 500 a 1000 ( ) De 1001 a 1500 ( ) De 1501 a 2000 ( ) De 2001 a 2500 ( ) De 2501 a 3000 ( ) De 3001 a 3500 ( ) De 3501 a 4000 ( ) De 4001 a 4500 ( ) De 4501 a 5000 ( ) de 5001 a mas

#### II. Acerca de su visita:

1. Frecuencia de visitas al parque ( ) Primera vez ( ) Segunda vez ( ) Tercera vez ( ) ____ vez ( ) ____ vez/veces al mes ( ) ____ vez/ veces al año
2. Tipo de compañía ( ) Solo ( ) Pareja ( ) Familia ( ) Amigos
3. Día/s de visita ( ) Días particulares ( ) Fines de semana
4. Horario de visita ( ) Mañana 9am-12pm ( ) Tarde 12-6pm ( ) Noche 6-8pm
5. Duración de visita (Aproximadamente) ( ) Media hora ( ) Una hora ( ) Dos horas ( ) Tres horas ( ) Otros _____

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL**  
*Facultad de ingeniería geográfica, ambiental y ecoturismo*

**III. Percepción del espacio**

1. Calidad del parque ( ) Optimo                      ( ) No optimo
2. Satisfacción que le produce ( ) Insatisfecho              ( ) Satisfecho
3. Percepción de seguridad ( ) Inseguro                    ( ) Seguro
4. Importancia del parque ( ) No es importante        ( ) Importante
5. Importancia del parque para generaciones futuras ( ) No es importante        ( ) Importante
6. Quien debe ser responsable del mantenimiento y conservación del parque ( ) Autoridades                ( ) Usuarios

**IV. Acerca de su visita al Parque de la identidad Huanca**

Por favor, lea la siguiente información antes de contestar las preguntas de esta sección. El Parque aparte de ofrecer servicios recreativos como lugar de esparcimiento, ofrece numerosos servicios que usted podría valorar como son los beneficios estéticos (belleza paisajística, visualización del paisaje), ambientales (oxigenación), culturales (conocimiento de la identidad Huanca), y saludables (tranquilidad, reducción del estrés) que proporciona su estancia. Por ello, le pedimos a continuación que valore económicamente la satisfacción o bienestar que le producen estos usos, así como su disponibilidad a contribuir económicamente para la conservación del parque. El pago se realizaría a través de un precio de entrada que debería ser pagado por todos los usuarios que quieran acceder al parque y será gestionado por el gobierno municipal. Tenga en cuenta que le pedimos que imagine un pago real y que lo que gastase no podría emplearlo en otras cosas.

1. Valorando todos los posibles beneficios que genera el parque en su conjunto, ¿Estaría dispuesto a pagar S/ 5.0 por conservar esta área recreativa?  
 ( ) SI                              ( ) NO

2. En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

Con los impuestos que pago es suficiente	
Este bien medioambiental no tiene valor suficiente como para pagar una entrada	
Desconfío/a del uso del dinero	
Cree que el acceso debería de ser gratuito	
No puede permitirse pagar nada	
No sabe/ no contesta	

**Gracias por su colaboración.**

## Anexo F: Base de datos recopilado de La encuesta final

N	ACERCA DEL VISITANTE							ACERCA DE SU VISITA					PERCEPCION DEL ESPACIO					VALORACION ECONOMICA			
	EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	LUGAR DE PROCEDENCIA	GRADO DE INSTRUCCIÓN	OCUPACION	INGRESOS	FRECUENCIA DE VISITA	TIPO DE COMPAÑÍA	DIA DE VISITA	HORARIO DE VISITA	DURACION DE VISITA	CALIDAD	SATISFACCION	PERCEPCION DE SEGURIDAD	IMPORTANTE	IMPORTANTE PARA GENERACIONES FUTURAS	RESPONSABLE DEL MANTENIMIENTO	DISPOSICION A PAGAR	MONTO A PAGAR	MOTIVO PORQUE NO PAGARIA
1	22	FEMENINO	SOLTERO	SATIPO	SECUNDARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	SOLO	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
2	25	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 5000 A MAS	PRIMERA VEZ	AMIGOS	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
3	23	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 1.00	
4	34	FEMENINO	CASADO	PILCOMAYO	PRIMARIA	AMA DE CASA	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
5	38	FEMENINO	SOLTERO	TARMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
6	29	FEMENINO	CASADO	LIMA	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2001 A 2500	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
7	19	MASCULINO	SOLTERO	CAJAS	TECNICA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	PAREJA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
8	20	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAVELICA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	TERCERA VEZ	SOLO	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CON LOS IMPUESTOS QUE PAGO ES SUFICIENTE
9	22	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	CUATRO VECES POR AÑO	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 5.00	
10	23	FEMENINO	CONVIVIENTE	PAMPAS	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	UNA VEZ POR MES	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
11	30	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAVELICA	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	PAREJA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
12	48	MASCULINO	CASADO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	TRES VECES POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
13	45	MASCULINO	SOLTERO	MITO	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	AMIGOS	FINES DE SEMANA	MAÑANA	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
14	24	FEMENINO	SOLTERO	CHILCA	PRIMARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	TRES VECES POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
15	29	FEMENINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
16	35	FEMENINO	CASADO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 2001 A 2500	UNA VEZ POR MES	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
17	33	FEMENINO	CASADO	EL TAMBO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	-	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
18	44	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2501 A 3000	SEIS VECES POR AÑO	PAREJA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
19	26	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 2501 A 3000	SEGUNDA VEZ	SOLO	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
20	23	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANCAYO	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	TRES VECES POR MES	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	MAS DE TRES HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
21	38	MASCULINO	CONVIVIENTE	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2001 A 2500	PRIMERA VEZ	AMIGOS	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
22	22	FEMENINO	CONVIVIENTE	CHILCA	SECUNDARIA	AMA DE CASA	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	NO	S/. -	NO PUEDE PERMITIRSE PAGAR NADA
23	56	MASCULINO	CASADO	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
24	65	FEMENINO	CASADO	CHANCHAMAYO	PRIMARIA	AMA DE CASA	-	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
25	23	MASCULINO	CONVIVIENTE	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 5.00	
26	38	FEMENINO	CASADO	HUANCAYO	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	PAREJA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 1.00	

27	21	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
28	22	MASCULINO	CONVIVIENTE	CHILCA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
29	30	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	DOS VECES POR MES	PAREJA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
30	23	MASCULINO	SOLTERO	CONCEPCION	TECNICA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
31	59	FEMENINO	SOLTERO	CERRO DE PASCO	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	CINCO VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	NO	S/. -	ESTE BIEN MEDIOAMBIENTAL NO TIENE VALOR SUFICIENTE COMO PARA PAGAR ENTRADA
32	40	FEMENINO	CASADO	SICAYA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	NO	S/. -	ESTE BIEN MEDIOAMBIENTAL NO TIENE VALOR SUFICIENTE COMO PARA PAGAR ENTRADA
33	58	MASCULINO	CASADO	SICAYA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
34	62	FEMENINO	CASADO	CHILCA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
35	61	FEMENINO	CASADO	LA MERCED	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA TRES HORAS	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	
36	42	FEMENINO	CONVIVIENTE	SICAYA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
37	20	FEMENINO	SOLTERO	JAUJA	SECUNDARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
38	20	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
39	28	MASCULINO	CASADO	QUILCAS	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	DOS VECES POR MES	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	ESTE BIEN MEDIOAMBIENTAL NO TIENE VALOR SUFICIENTE COMO PARA PAGAR ENTRADA
40	21	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	FAMILIA	INDISTINTO	INDISTINTO	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
41	22	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	TECNICA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	UNA VEZ POR SEMANA	PAREJA	FINES DE SEMANA	NOCHE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
42	22	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	AMIGOS	FINES DE SEMANA	MAÑANA	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
43	30	FEMENINO	CONVIVIENTE	PILCOMAYO	UNIVERSITARIA	AMA DE CASA	-	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
44	40	MASCULINO	CONVIVIENTE	SAN JERONIMO	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	
45	50	MASCULINO	CONVIVIENTE	SAN CARLOS	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
46	20	MASCULINO	SOLTERO	HUAMANMARCA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
47	24	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	CUATRO VECES POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
48	58	FEMENINO	CASADO	SAN CARLOS	UNIVERSITARIA	GESANTE O JUBILADO	DE 500 A 1000	DOS VECES POR MES	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
49	28	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	UNA VEZ POR AÑO	PAREJA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
50	40	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 4501 A 5000	PRIMERA VEZ	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 5.00	
51	22	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	DOS VECES POR AÑO	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
52	38	FEMENINO	CASADO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 3001 A 3500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	

53	30	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2001 A 2500	PRIMERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
54	19	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
55	72	FEMENINO	CASADO	LIMA	PRIMARIA	AMA DE CASA	-	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
56	29	MASCULINO	SOLTERO	AYACUCHO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	TERCERA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
57	32	FEMENINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1501 A 2000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
58	21	MASCULINO	DIVORCIADO	HUANCAVELICA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
59	31	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	SECUNDARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	TRES VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
60	20	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TRES VECES POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
61	33	FEMENINO	CASADO	EL TAMBO	TECNICA	AMA DE CASA	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
62	22	MASCULINO	SOLTERO	CHUPACA	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
63	24	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
64	21	FEMENINO	SOLTERO	JAUJA	TECNICA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	PAREJA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA TRES HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
65	26	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	DOS VECES POR MES	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
66	30	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAVELICA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	DOS VECES POR MES	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
67	21	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
68	29	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR MES	SOLO	INDISTINTO	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
69	38	MASCULINO	CASADO	EL TAMBO	SECUNDARIA	CESANTE O JUBILADO	DE 500 A 1000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
70	20	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
71	21	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	PAREJA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
72	34	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 3001 A 3500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
73	40	MASCULINO	CONVIVIENTE	PIURA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1501 A 2000	PRIMERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
74	39	MASCULINO	CASADO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2001 A 2500	SEGUNDA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
75	29	MASCULINO	SOLTERO	HUANUCO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
76	18	FEMENINO	SOLTERO	CHUPACA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
77	28	MASCULINO	SOLTERO	CALLAO	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 3001 A 3500	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
78	21	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TRES VECES POR MES	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
79	26	MASCULINO	SOLTERO	HUANUCO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
80	30	FEMENINO	SOLTERO	HUANUCO	POST GRADO	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
81	35	FEMENINO	CASADO	CHILCA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
82	34	MASCULINO	CONVIVIENTE	LA OROYA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	ESTE BIEN MEDIOAMBIENTAL NO TIENE VALOR SUFICIENTE COMO PARA PAGAR ENTRADA
83	23	FEMENINO	CONVIVIENTE	LA OROYA	UNIVERSITARIA	AMA DE CASA	-	TRES VECES	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. -	

							POR AÑO		PARTICULARES						IMPORTANTE	IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS		0.50		
84	24	FEMENINO	SOLTERO	HUANCVELICA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
85	18	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TRES VECES POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	ESTE BIEN MEDIOAMBIENTAL NO TIENE VALOR SUFICIENTE COMO PARA PAGAR ENTRADA
86	48	MASCULINO	CASADO	CHILCA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	TRES VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
87	42	MASCULINO	DIVORCIADO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	UNA VEZ POR AÑO	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
88	19	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
89	60	MASCULINO	CASADO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	VARIAS VECES POR SEMANA	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
90	60	FEMENINO	CASADO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	INDISTINTO	INDISTINTO	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
91	20	MASCULINO	SOLTERO	PALIAN	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
92	20	FEMENINO	SOLTERO	SAPALLANGA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
93	29	FEMENINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	DOS VECES POR AÑO	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
94	33	MASCULINO	SOLTERO	JAUIJA	POST GRADO	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 3001 A 3500	TERCERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CON LOS IMPUESTOS QUE PAGO ES SUFICIENTE
95	23	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANCAYO	TECNICA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
96	21	MASCULINO	CASADO	JAUIJA	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	INDISTINTO	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
97	52	MASCULINO	CASADO	LIMA	PRIMARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	TERCERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 1.00	
98	18	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	NO	S/. -	ESTE BIEN MEDIOAMBIENTAL NO TIENE VALOR SUFICIENTE COMO PARA PAGAR ENTRADA
99	18	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
100	25	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 3501 A 4000	UNA VEZ POR AÑO	AMIGOS	FINES DE SEMANA	NOCHE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
101	23	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
102	26	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	POST GRADO	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
103	40	MASCULINO	CASADO	LIMA	POST GRADO	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	PRIMERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
104	34	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	PRIMERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
105	18	FEMENINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
106	55	MASCULINO	CASADO	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2501 A 3000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
107	35	MASCULINO	CONVIVIENTE	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 1.00	
108	53	MASCULINO	CASADO	LIMA	POST GRADO	TRABAJADOR PRIVADO	DE 5000 A MAS	TERCERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
109	19	FEMENINO	SOLTERO	PILCOMAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS	AMIGOS	DIAS	TARDE	MAS DE TRES	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES	SI ES	AUTORIDADES	SI	S/. -	

							VECES POR SEMANA		PARTICULARES		HORAS				IMPORTANTE	IMPORTANTE			2.00		
110	45	MASCULINO	SOLTERO	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PRIVADO	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 1.00	
111	22	MASCULINO	SOLTERO	SATIPO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	SEGUNDA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
112	22	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
113	26	MASCULINO	CONVIVIENTE	HUALHUAS	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	TERCERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
114	22	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 3001 A 3500	DOS VECES POR MES	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
115	18	FEMENINO	SOLTERO	LA MERCED	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	SI	S/. 5.00	
116	30	MASCULINO	SOLTERO	AYACUCHO	POST GRADO	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 3001 A 3500	PRIMERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
117	24	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	VARIAS VECES POR SEMANA	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
118	21	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
119	41	MASCULINO	CASADO	CHILCA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
120	20	FEMENINO	SOLTERO	HUANUCO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 5.00	
121	23	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1501 A 2000	SEGUNDA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CON LOS IMPUESTOS QUE PAGO ES SUFICIENTE
122	27	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR AÑO	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
123	45	FEMENINO	CONVIVIENTE	LA MERCED	SECUNDARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
124	37	MASCULINO	CASADO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2001 A 2500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
125	18	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
126	23	FEMENINO	CONVIVIENTE	EL TAMBO	TECNICA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	DOS VECES POR MES	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
127	18	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	SECUNDARIA	ESTUDIANTE	-	TRES VECES POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MAS DE TRES HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
128	34	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	NO	S/. -	CON LOS IMPUESTOS QUE PAGO ES SUFICIENTE
129	18	FEMENINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
130	25	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1501 A 2000	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 1.00	
131	55	FEMENINO	CASADO	HUANCAVELICA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
132	18	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	DOS VECES POR MES	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 5.00	
133	18	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
134	19	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TRES VECES POR MES	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
135	26	MASCULINO	CONVIVIENTE	CAJAS	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
136	18	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	SI	S/. 2.00	
137	33	FEMENINO	SOLTERO	PUNO	POST GRADO	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	PRIMERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
138	23	MASCULINO	SOLTERO	JAUJA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
139	19	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR	SOLO	DIAS	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES	SI ES	AUTORIDADES	SI	S/. -	

							SEMANA		PARTICULARES						IMPORTANTE	IMPORTANTE			0.50		
140	30	MASCULINO	CONVIVIENTE	SAN JERONIMO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 3001 A 3500	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	SI	S/. 5.00	
141	27	FEMENINO	CONVIVIENTE	EL TAMBO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	VARIAS VECES POR SEMANA	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
142	24	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANCVELICA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	PRIMERA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
143	24	FEMENINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
144	18	FEMENINO	SOLTERO	JAUIA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
145	30	FEMENINO	CASADO	CHINCHA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
146	21	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	SI	S/. 0.50	
147	18	MASCULINO	SOLTERO	PALIAN	TECNICA	ESTUDIANTE	-	PRIMERA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 2.00	
148	21	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
149	18	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
150	39	MASCULINO	SOLTERO	HUANCVELICA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
151	18	MASCULINO	SOLTERO	HUANCVELICA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
152	18	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	DOS VECES POR AÑO	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
153	21	FEMENINO	SOLTERO	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 500 A 1000	PRIMERA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
154	18	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
155	32	FEMENINO	SOLTERO	CALLAO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	SEGUNDA VEZ	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	SI	S/. 2.00	
156	18	MASCULINO	SOLTERO	JUNIN	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
157	30	MASCULINO	CASADO	CHILCA	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2001 A 2500	TERCERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	
158	18	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	SECUNDARIA	ESTUDIANTE	-	CINCO VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
159	25	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANUCO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	PRIMERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 5.00	
160	20	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAN	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR MES	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
161	40	FEMENINO	CASADO	EL TAMBO	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
162	24	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1001 A 1500	VARIAS VECES POR SEMANA	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES	SI	S/. 0.50	
163	22	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR MES	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
164	28	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 3001 A 3500	VARIAS VECES POR SEMANA	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
165	37	FEMENINO	SOLTERO	HUANCVELICA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
166	24	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	VARIAS VECES POR SEMANA	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
167	21	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	USUARIOS	SI	S/. 2.00	
168	28	MASCULINO	SOLTERO	JAUIA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
169	32	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	POST GRADO	TRABAJADOR PRIVADO	DE 2501 A 3000	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	

170	20	FEMENINO	SOLTERO	CHONGOS BAJO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
171	20	FEMENINO	SOLTERO	CONCEPCION	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 500 A 1000	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
172	30	MASCULINO	SOLTERO	CERRO DE PASCO	TECNICA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
173	40	MASCULINO	CASADO	LIMA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	PRIMERA VEZ	SOLO	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
174	27	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANCAYO	TECNICA	AMA DE CASA	-	UNA VEZ POR MES	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
175	35	MASCULINO	CONVIVIENTE	ICA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1501 A 2000	PRIMERA VEZ	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
176	22	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
177	21	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR SEMANA	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
178	20	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
179	18	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
180	57	FEMENINO	VIUDO	HUANCAYO	TECNICA	AMA DE CASA	-	UNA VEZ POR SEMANA	AMIGOS	INDISTINTO	INDISTINTO	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
181	32	MASCULINO	CONVIVIENTE	LIMA	SECUNDARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA TRES HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
182	24	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 500 A 1000	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
183	18	FEMENINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	DOS VECES POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
184	25	MASCULINO	CONVIVIENTE	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	VARIAS VECES POR SEMANA	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
185	21	FEMENINO	SOLTERO	OXAPAMPA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	DOS VECES POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	MALA	INSATISFECHO	INSEGURO	NO ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
186	30	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
187	46	MASCULINO	CONVIVIENTE	HUANCAVELICA	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1501 A 2000	CUATRO VECES POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
188	22	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	TECNICA	ESTUDIANTE	-	CUATRO VECES POR AÑO	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
189	21	FEMENINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	DOS VECES POR MES	AMIGOS	INDISTINTO	NOCHE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
190	31	MASCULINO	SOLTERO	CHILCA	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PRIVADO	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR AÑO	PAREJA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
191	44	FEMENINO	CONVIVIENTE	HUANUCO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	-	TERCERA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	
192	57	FEMENINO	CASADO	TRUJILLO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	-	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
193	28	FEMENINO	CASADO	HUANCAYO	TECNICA	AMA DE CASA	-	UNA VEZ POR SEMANA	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
194	19	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	UNA VEZ POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
195	50	FEMENINO	SOLTERO	HUANCAYO	SECUNDARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 1001 A 1500	UNA VEZ POR AÑO	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	NO	S/. -	CREE QUE EL ACCESO DEBERIA SER GRATUITO
196	32	MASCULINO	CASADO	LIMA	TECNICA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
197	31	FEMENINO	CASADO	HUANUCO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 1501 A 2000	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	
198	27	MASCULINO	SOLTERO	HUANCAYO	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 3001 A 3500	VARIAS VECES POR SEMANA	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	MALA	INSATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
199	25	MASCULINO	SOLTERO	LA MERCED	UNIVERSITARIA	TRABAJADOR	DE 3501 A	TRES VECES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	HASTA DOS HORAS	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. -	

						PRIVADO	4000	POR AÑO		PARTICULARES						IMPORTANTE	IMPORTANTE	USUARIOS		1.00	
200	19	MASCULINO	SOLTERO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA	ESTUDIANTE	-	TRES VECES POR MES	AMIGOS	DIAS PARTICULARES	TARDE	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 0.50	
201	25	FEMENINO	SOLTERO	LIMA	UNIVERSITARIA INCOMPLETA	ESTUDIANTE	-	TERCERA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	MAÑANA	MENOS O IGUAL A MEDIA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 1.00	
202	27	FEMENINO	CASADO	LIMA	UNIVERSITARIA COMPLETA	TRABAJADOR INDEPENDIENTE	DE 2001 A 2500	SEGUNDA VEZ	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 5.00	
203	61	MASCULINO	CASADO	EL TAMBO	UNIVERSITARIA COMPLETA	TRABAJADOR PUBLICO	DE 3001 A 3500	DOS VECES POR AÑO	FAMILIA	FINES DE SEMANA	TARDE	HASTA UNA HORA	BUENA	SATISFECHO	SEGURO	SI ES IMPORTANTE	SI ES IMPORTANTE	AUTORIDADES Y USUARIOS	SI	S/. 2.00	

Anexo G: Tríptico diseñado para el servicio de guiado

**AREA VERDE:**

Las áreas verdes del parque se conforma por diversas especies que son representativas de Huancayo.

Dentro de ellas tenemos estas 12 especies que se encuentran identificadas por todo el parque:

FICHA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
1	<i>Stachys bizantina</i>	Orejas de conejo
2	<i>"Verbena officianilis"</i>	Verbena
3	<i>"Salix nigra"</i>	Sauce negro
4	<i>"Bellis perennis"</i>	Margarita
5	<i>"Tuya"</i>	Thuja
6	<i>"Coreopsis gladiiflora"</i>	Coreopsis
7	<i>"Retama sphaerocarpa L."</i>	Retama
8	<i>"Beauticarnea pllabilis"</i>	Despeinadas
9	<i>"Cantua buxifolia"</i>	Cantuta
10	<i>"Geranium"</i>	Geranio
11	<i>"Populus nigra"</i>	Álamo negro
12	<i>"Dianthus caryophyllus"</i>	Claveles
13	<i>"Pennatulacea"</i>	Pluma de apache
14	<i>"Echinopsis pachanoi"</i>	San pedro
15	<i>"Pinus"</i>	Pino

Se pueden encontrar otras especies que aunque no cuentan con identificación igualmente son representativas de la flora Huanca. Estas son el tum-



**También puede encontrar:**


**Artesanías:**  
En el sótano se realiza las ventas de artesanía proveniente de distintos pueblos de Huancayo.



**Platos típicos:**  
En el área que se encuentra al frente de la salida principal del parque de La Identidad Huanca se puede encontraras varios puestos de comida en la que pueden degustar diversos platos típicos Huanca:



**GRACIAS POR SU VISITA!**

**UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO FEDERICO VILLAREAL**  
  
**Facultad de Ingeniería Geográfica, Ambiental y en Ecoturismo**  
*Ingeniería en Ecoturismo*



---

**VALORACIÓN ECONÓMICA TURÍSTICA DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO, JUNÍN**

*BACH. SALCEDO ALIAGA, PAOLA INGRID*

---

**"PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA"**

AV. SAN JORGE 600, HUANCAYO

## PARQUE DE LA IDENTIDAD HUANCA

El parque de la Identidad Huanca, se encuentra ubicado a 15 minutos del centro de la ciudad de Huancayo.



Este parque se empezó a construir el año 1992 y se inauguró en el año 1996 durante la gestión provincial del alcalde Pedro Morales Mansilla. La construcción de este parque se elaboró con aportes de los arquitectos Luis Cano Aliaga, Lucio Mamani y Luis Boza. También, la Ing. Gladys Maraví estuvo a cargo de la parte estructural del parque y la forestación a cargo del Ing. Máximo Jon Lizárraga.

Su estilo arquitectónico es propio de la región Huanca por lo que es considerado por algunos el tránsito de la artesanía a la arquitectura.

## ELEMENTOS TURÍSTICOS DEL PARQUE DE LA IDENTIDAD

El parque de la Identidad Huanca, se compone de diversos elementos turísticos que simbolizan o son parte de la cultura Huanca, tales como:

- 1 AREAS VERDES (2 500 m<sup>2</sup>)
- 2 CANALES (Atraviesa todo el parque)
- 3 CARROZA (Data del año 1890)
- 4 MATE BURILADO (Mide 5m de altura)
- 5 PLAZA ZODIACAL (En quechua y español)
- 6 CHOZA
- 7 CASTILLO INFANTIL (Símbolo de la esperanza)
- 8 ZONA DE ENTRETENIMIENTO PARA NIÑOS

Asimismo dentro del área del parque se encuentran un total de 13 esculturas de personajes representativos de la cultura Huanca:

- a Angélica Quintana "La Chaparrita"
- b Teófilo Hinojosa "El Chambi del centro"
- c Zenobio Dagha
- d Sergio Quijada
- e Amadeo Ugarte
- f Francisco Leyth "Panchito Leyth"
- g Orlado Sauñe
- h Nicolás Antialón "Cutuncho Huanca"
- i Francisco Rivera "El Incario"
- j Néstor Chávez "El Mocho"
- k Leonor Chávez "Flor pucarina"
- l Víctor Alberto Gil "Picaflor de los Andes"
- m Emilio Alanya "Moticha Alanya"



## Anexo H: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Problema general</b> ¿Cuánto es el valor económico que los visitantes le asignan al parque de la Identidad Huanca en función a la Disposición a Pagar por la conservación y mejoramiento de la calidad del servicio turístico?</p> <p><b>Problemas secundarios</b> ¿De qué manera la caracterización del parque de la Identidad Huanca permite conocer los componentes que generan la afluencia de visitantes? ¿Cuáles son las características significativas del visitante del Parque de La Identidad Huanca que determinan el valor económico turístico del parque de La Identidad Huanca asignado por el visitante? ¿Cuál es la Disposición a Pagar del visitante del Parque de la Identidad Huanca para conservar y mejorar el servicio turístico?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Valorar económicamente el servicio turístico del parque de La Identidad Huanca basado en la Disposición a Pagar de los visitantes por mantener y mejorar la calidad del servicio turístico del Parque de la Identidad Huanca mediante el método de valoración contingente.</p> <p><b>Objetivos secundarios</b> Realizar la caracterización del Parque de la Identidad Huanca.  Determinar los factores significativos que influyen en la revelación de la Disposición a Pagar por mantener la calidad del servicio turístico de los visitantes del Parque de la Identidad Huanca.  Calcular la Disposición a Pagar en términos monetarios que le asigna el visitante a la conservación y mejora del Parque de la Identidad Huanca.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> El valor económico del Parque de la Identidad Huanca en función de la Disposición a Pagar del visitante por mantener la calidad del servicio turístico del Parque de la Identidad Huanca es positivo.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> La caracterización del parque de la Identidad Huanca permitirá identificar los elementos turísticos que generan la afluencia de turistas.  Es posible afirmar que el valor económico turístico del parque de La Identidad Huanca es determinado principalmente por las condiciones socioeconómicas del visitante.  La disposición a Pagar en términos monetarios por la conservación y mejoramiento del servicio turístico del visitante del Parque de la Identidad Huanca es positiva.</p>	<p><b>Variable dependiente</b> Disposición a pagar</p> <p><b>Variable independiente</b> Características socioeconómicas Características de su visita Información Percepción del espacio</p>	<p><b>Diseño</b> No experimental</p> <p><b>Tipo</b> Aplicada</p> <p><b>Alcance</b> Descriptivo, correlacional y explicativo</p> <p><b>Población</b> Visitantes del PIH 214 092 al año 2018</p> <p><b>Muestra</b> 203 visitantes</p> <p><b>Muestreo</b> Muestreo simple aleatorio</p>	<p><b>Técnicas</b> Análisis Documental Encuestas</p> <p><b>Instrumentos</b> Ficha de recolección de datos Ficha de Inventario de recursos turísticos Cuestionario</p>