

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**



**VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS  
DEL MIRADOR DE CARPISH, DISTRITO DE CHINCHAO,  
REGIÓN HUÁNUCO**

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE  
ECONOMISTA**

**PRESENTADO POR:  
NISBETH AQUINO TORRES**

**Tingo María – Perú**

**2025**



### **ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS N°34-2025-FCEA-EPE-UNAS**

A los 15 días del mes de setiembre de 2025, reunidos en el auditorio de la Escuela Profesional de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, siendo las 11:08 a.m, se instaló el jurado calificador designado mediante Resolución N°164/2024-D-FCEA de fecha 30 de abril de 2024; a fin de proceder con la sustentación del informe de tesis para optar el título profesional de economista, titulada:

### **VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL MIRADOR DE CARPISH, DISTRITO DE CHINCHAO, REGIÓN HUÁNUCO**

A cargo de la bachiller en Ciencias Económicas **Nisbeth AQUINO TORRES**.


Luego de la exposición y absueltas las preguntas de rigor acorde con el Reglamento de Grados y Títulos, el jurado calificador procedió a emitir el siguiente fallo:

**APROBADO POR : UNANIMIDAD**

**CALIFICATIVO : MUY BUENO**

Acto seguido, a horas 12:32 p.m., el presidente del jurado dio por culminada la sustentación; procediéndose a la suscripción de la presente acta por parte de los miembros del jurado y asesor, quienes dejan constancia de su firma en señal de conformidad.

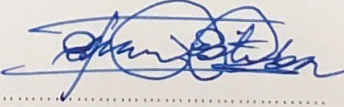
Tingo María, 15 de setiembre de 2025.

  
.....  
M.Sc. Barlaán Huamán Bravo  
Presidente del jurado



  
.....  
M.Sc. Esfela Zegarra Aliaga  
Miembro del jurado

  
.....  
M.Sc. Kenet AGUILAR GUIZADO  
Miembro del jurado

  
.....  
Dr. Efraín Esteban Churampi  
Asesor



UNAS

VICERRECTORADO DE  
INVESTIGACIÓN

INSTITUTO DE  
INVESTIGACIÓN

UNIDAD DE SOPORTE  
CIENTÍFICO  
REPOSITORIO INSTITUCIONAL

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"  
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

## CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N° 373 - 2025 - CS-RIDUNAS

El Jefe de la Unidad de Soporte Científico de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

### CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% (Art. 3° - Resolución N° 466-2019-CU-R-UNAS).

### Programa de Estudio:

Economía

### Tipo de documento:

Tesis

X

Trabajo de Suficiencia Profesional

TÍTULO	AUTOR	PORCENTAJE	
		SIMILITUD	CONTENIDO GENERADO POR INTELIGENCIA ARTIFICIAL
VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL MIRADOR DE CARPISH, DISTRITO DE CHINCHAO, REGIÓN HUÁNUCO	NISBETH AQUINO TORRES	13 % Trece	0 % Cero

Tingo María, 17 de noviembre de 2025.

 UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA  
UNIDAD DE SOPORTE CIENTÍFICO  
  
ING. EINSTEIN A. ORTIZ MORALES  
JEFE

C.C. Archivo



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN  
OFICINA DE INVESTIGACIÓN**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA**

**REGISTRO DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO UNIVERSITARIO,  
INVESTIGACIÓN DOCENTE Y TESISISTA**

---

**I. Datos Generales de Pregrado**

- Universidad** : Universidad Nacional Agraria de la Selva.
- Facultad** : Ciencias Económicas y Administrativas.
- Título de la tesis** : Valoración Económica de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco”.
- Autora** : AQUINO TORRES, Nisbeth.
- Asesor de tesis** : Dr. ESTEBAN CHURAMPI, Efraín.
- Escuela profesional** : Economía.
- Programa de investigación** : Economía de los Recursos Naturales y desarrollo Sostenible.
- Líneas (s) de investigación** : Valoración económica de los RRNN, ecosistemas y biodiversidad.
- Eje temático** : Valoración económica de los RR.NN
- Lugar de ejecución** : Carpish - Chinchao - Huánuco
- Duración** : Inicio : 09 de agosto del 2023  
Termino : 15 de mayo del 2025
- Financiamiento** : Propio

---

Nisbeth Aquino Torres  
Tesisista

---

Dr. Efraín Esteban Churampi  
Asesor

## DEDICATORIA

A mis padres, Viviana y Benito, que con su constancia guía, apoyo y amor incondicional han sido inspiración detrás de cada logro en este camino. Su infinita confianza y fe en mí, sus palabras de aliento han sido el motor que me impulsó a superar desafíos y alcanzar metas.

A mis hermanos, Ereneo, Tania, Cristian, Mayli, por ser mi fuente de apoyo, inspiración y fortaleza. Gracias por estar a mi lado en cada paso de este camino, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por creer en mí cuando más lo necesito.

A mis sobrinos, Sheyla, Isaac, Sonyu, Yoshmira, Kilian y Arleth, que llenan mi vida de alegría, sonrisas y amor incondicional. Con el deseo de construir un mundo mejor para ellos, donde el conocimiento y la pasión por aprender los impulsen a alcanzar sus sueños.

## AGRADECIMIENTOS

- A Dios por brindarme fuerza y perseverancia durante este periodo de aprendizaje. Su gracia me ha sostenido en los momentos desafiantes y me ha dado la determinación para superar obstáculos.
- A mi familia, mis padres, quienes han sido mi mayor apoyo, su amor incondicional y su constante ánimo han sido el motor que me impulsó a alcanzar mis metas.
- A mi asesor, por su guía, paciencia y valiosos aportes que enriquecieron esta investigación.
- A mis docentes que contribuyeron a mi formación académica y a la realización de esta tesis. Su influencia ha dejado una huella indeleble en mi camino hacia la excelencia académica.
- Al enfermero Ivan Cerna, por su apoyo incondicional y ánimo constante, que me han impulsado a no rendirme en el proceso y lograr uno de mis sueños.
- A todas las personas que han contribuido de manera significativa a mi experiencia durante este periodo.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>iii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAC .....</b>	<b>ix</b>
<b>CAPITULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Planteamiento del problema.....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Contexto.....	1
1.1.2. El problema de investigación.....	2
<b>1.2. Interrogantes .....</b>	<b>3</b>
1.2.1. General.....	3
1.2.2. Específicos .....	3
<b>1.3. Justificación .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Objetivos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4.1. General.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4.2. Específicos.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5. Descripción de la hipótesis de investigación .....</b>	<b>5</b>
1.5.1. Hipótesis .....	5
1.5.2. Variables e indicadores .....	5
1.5.3. Modelo .....	5
<b>CAPITULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Clase de Investigación.....	6
2.2. Tipo investigación.....	6
2.3. Nivel de investigación.....	6
2.4. Población.....	6
2.5. Muestra.....	6
2.6. Unidad de análisis .....	7
2.7. Método .....	7
2.8. Instrumentos.....	7
2.9. Técnicas.....	7
<b>CAPITULO III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>8</b>
3.1. Antecedentes .....	8
3.2. Teorías .....	10

<b>3.2.1. Teoría del consumidor</b> .....	10
<b>3.2.2. Medidas de bienestar Hicksianas</b> .....	10
<b>3.2.3. Medidas de bienestar Marshallianas</b> .....	14
3.3. Marco conceptual .....	17
<b>3.3.1. Método de valoración contingente</b> .....	17
<b>3.3.2. Área de Conservación Regional</b> .....	17
<b>3.3.3. Valoración económica</b> .....	17
<b>3.3.4. Factores socioeconómicos</b> .....	18
<b>CAPITULO IV. RESULTADOS</b> .....	<b>19</b>
<b>4.1. Análisis y descripción de los datos</b> .....	<b>19</b>
4.1.1. Factores socioeconómicos .....	19
4.1.2. Valor económico de los servicios turísticos .....	27
<b>4.2. Contratación de hipótesis</b> .....	<b>29</b>
4.2.1. Hipótesis .....	29
4.2.2. Estimación del Modelo .....	29
4.2.3. Regresión y elección del modelo .....	30
4.2.4. Análisis de los indicadores estadísticos del modelo estimado.....	32
<b>4.3. Análisis de efectos marginales</b> .....	<b>34</b>
<b>CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>36</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>38</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>39</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>40</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>42</b>

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 <i>Portafolios de modelos</i> .....	30
Tabla 2 <i>Modelo estimado</i> .....	31
Tabla 3 <i>Cálculo del valor económico por el servicio ecosistémico</i> .....	31

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Variación compensada de una disminución en el precio del bien 1</i> .....	12
Figura 2 <i>Variación equivalente en una disminución en el precio del bien.</i> .....	14
Figura 3 <i>Excedente del consumidor</i> .....	15
Figura 4 <i>Excedente del productor</i> .....	16
Figura 5 <i>Sexo de las personas visitantes que viajan o se desplazan al mirador de Carpish</i> .....	19
Figura 6 <i>Edad de los visitantes al mirador de Carpish</i> .....	20
Figura 7 <i>Estado civil de los visitantes al mirador de Carpish</i> .....	20
Figura 8 <i>Lugar de procedencia de los visitantes al mirador de Carpish, según departamento</i> .....	21
Figura 9 <i>Lugar de procedencia de los visitantes al mirador de Carpish, según región</i>	21
Figura 10 <i>Nivele educativo de los visitantes al mirador de Carpish</i> .....	22
Figura 11 <i>Situacion laboral</i> .....	22
Figura 12 <i>Desempeño actual</i> .....	23
Figura 13 <i>Ingreso promedio mensual</i> .....	23
Figura 14 <i>Medio por lo que se enteró la existencia del atractivo turístico</i> .....	24
Figura 15 <i>Frecuencia de visitas al año</i> .....	24
Figura 16 <i>Motivo de visita del atractivo turístico</i> .....	25
Figura 17 <i>Características que mejor le parece del atractivo turístico</i> .....	25
Figura 18 <i>Calificación del atractivo “El Recreo Ecoturismo CARPISH” como una zona de turismo</i> .....	26
Figura 19 <i>Sugerencia de mejora en el atractivo turístico</i> .....	26
Figura 20 <i>Disponibilidad a pagar por un monto superior a lo que se cobra actual para acceder al atractivo turístico</i> .....	27
Figura 21 <i>Precio hipotetico a pagar</i> .....	28
Figura 22 <i>Mejoras que se pretende realizar en el atractivo turístico</i> .....	29
Figura 23 <i>Distribución Chi cuadrado</i> .....	32
Figura 24 <i>Distribución normal – Z</i> .....	33

## RESUMEN

El trabajo de investigación se desarrolló en los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco y tiene como objetivo determinar los principales factores que determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish. El estudio se desarrolló a un nivel explicativo y presenta un diseño de tipo transversal, el método utilizado es el hipotético-deductivo.

Los resultados demuestran que la mayoría de los visitantes/turistas tienen entre 21 y 36 años y representa el 59%; un 44% de los encuestados provienen de la región selva y solo un 2% del extranjero; asimismo, el 46% tienen un nivel educativo universitario. Por otro lado, un 66%, tienen un ingreso promedio mensual entre S/ 1,265 y S/ 2,075. Asimismo, se identificó que el 57% (219 personas) de los visitantes estarían dispuestos a pagar un monto superior (> 5 soles) para acceder al atractivo turístico del Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, toda vez que sus servicios son mejorados (restaurante que ofrece platos típicos de diferentes regiones, primeros auxilios, actividades de aventura, juegos extremos, programas de conservación del servicio turístico).

Finalmente, se concluye que el precio hipotético, lugar de procedencia, sexo, edad, nivel educativo, ingreso promedio y ocupación, determinan el valor económico de los servicios turísticos del Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, en el distrito de Chinchao – Provincia de Huánuco.

**Palabras claves:** Valor económico; servicios turísticos; conservación regional.

## ABSTRAC

The research work was developed in the tourist services of the Mirador de Carpish, district of Chinchao, Huanuco region, and its objective is to determine the main factors that determine the economic value of the tourist services of the Mirador de Carpish. The study was developed at an explanatory level and presents a cross-sectional design, the method used is the hypothetical-deductive.

The results show that most of the visitors/tourists are between 21 and 36 years old and represent 59%; 44% of the respondents come from the jungle region and only 2% from abroad; also, 46% have a university education. On the other hand, 46% have an average monthly income of between 500 and 2,075 soles. Likewise, 57% (219 people) of the visitors would be willing to pay a higher amount ( $> 5$  soles) to access the tourist attraction of the Carpish Montane Forest Regional Conservation Area, as long as its services are improved (restaurant offering typical dishes from different regions, first aid, adventure activities, extreme games, tourist service conservation programs).

Finally, it is concluded that the hypothetical price, place of origin, sex, age, educational level, average income and occupation, determine the economic value of tourism services in the Carpish Montane Forest Regional Conservation Area, in the district of Chinchao - Province of Huánuco.

**Keywords:** Economic value; tourism services; regional conservation.

## **CAPITULO I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

#### **1.1.1. Contexto**

El sector turismo en el Perú se destaca como uno de los principales impulsores económicos del país debido a su descentralización y su crecimiento constante a nivel global. Asimismo, contribuye en la obtención de recursos fiscales, la generación de empleo directos e indirectos, desarrollo de infraestructuras. Sin embargo, puede tener efectos significativos y negativos en los ecosistemas, como, la modificación y destrucción del hábitat de flora y fauna, agotamiento de los recursos, cambios de uso de suelo forestal, generación de residuos peligrosos, etc.

Asimismo, al igual que la economía en general, experimentó una fuerte contracción durante la pandemia provocada por el COVID-19, causando un impacto negativo en la industria turística, fue la más afectada de la economía peruana. En la actualidad se percibe una recuperación significativa con la meta de restablecer indicadores económicos similares antes de la pandemia.

Según el (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2024), este sector se estableció como el tercer generador más importantes de divisas, aportando significativamente a la balanza de pagos con U\$\$ 4,703 millones. Además, antes de la pandemia, el turismo constituía el 3.9% del Producto Bruto Interno nacional generando casi 1.5 millones de empleos. En el 2022, se registró un ingreso de más de 2 millones de turistas internacionales a Perú. A lo largo del 2023, esta cantidad aumentó a 2,524,658 visitantes, reflejando un incremento anual del 25.7%. A pesar de este crecimiento, aún hay un trayecto pendiente para alcanzar los niveles registrados en 2019, cuando ingresaban al país 4,371,787 turistas internacionales.

La región Huánuco, ubicada en la región central del Perú, es conocida por su rica diversidad cultural, belleza paisajística y sitios históricos, posee arquitectura colonial y lugares históricos, como la Catedral y el Puente de Calicanto. Además, destaca como el principal el Parque Nacional de Tingo María, es famoso por su belleza escénica. La diversidad biológica como, reservas naturales y áreas protegidas de esta región hace que sea un destino atractivo para el ecoturismo.

La realidad política y ambiental relacionada con la gestión inadecuada o la implementación deficiente de políticas del Ministerio del Ambiente, del Estado, gobiernos regionales y locales pueden tener consecuencias graves y duraderas para los ecosistemas, la salud humana y el bienestar social. Es fundamental tomar conciencia de la valoración de estos recursos naturales y áreas turísticas, ya que su preservación y cuidado son esenciales para garantizar su disponibilidad y promover el desarrollo sostenible.

### **1.1.2. El problema de investigación**

#### **a) El problema central**

El problema de investigación se sostiene en la no existencia de información relacionada a los factores que determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao – región Huánuco.

#### **b) Descripción**

El Mirador de Carpish, es una importante zona preservada ubicada en el distrito de Chinchao, región Huánuco. Se puede observar grandes montañas y bosques, es posible encontrar una amplia gama de especies de árboles, arbustos, orquídeas, muchas de las cuales son consideradas especies emblemáticas de la región. En cuanto a la fauna, el área de conservación es el hogar de numerosas variedades de mamíferos, aves, anfibios y reptiles, todos ellos en peligro de extinción, (El Peruano, 2020).

El interés turístico por esta área ha ido en aumento, lo que plantea oportunidades económicas para las comunidades locales y el fortalecimiento del sector turístico regional. Actualmente, “El Recreo Ecoturismo CARPISH”, ofrece una gastronomía única teniendo como plato principal la trucha frita, cuenta con una variedad de representaciones de animales, desde leones, mariposas, oso anteojito, cobra, que destaca como principal el gorila gigante y con una mano gigante. Asimismo, cuenta con el criadero de truchas donde se puede observar procesos relacionados con la cría y el cuidado de estos peces. Y por último se puede observar una impresionante belleza escénica, con montañas exuberantes y vistas panorámicas hermosos.

No obstante, la falta de una valoración económica de los bienes y servicios turísticos en esta área ha generado incertidumbre en la toma de decisiones. Esta carencia de conocimientos dificulta la comprensión de los impactos económicos y ambientales del

turismo en el área, limitando así la capacidad de planificar y gestionar adecuadamente las actividades turísticas.

### **c) Explicación**

El valor económico de los bienes y servicios turísticos del Mirador de Carpish es explicado por diferentes factores que varían en su influencia según el contexto, la cultura y la experiencia individual de cada persona, pero en general, cada uno de estos elementos socioeconómicos desempeñan un papel significativo en la disposición a pagar por bienes y servicios ecosistémicos.

El estudio consiste en identificar qué factores socioeconómicos, como el lugar de procedencia, edad, género, nivel educativo, ingresos, ocupación, entre otros, tienen un mayor impacto en la disposición de las personas para pagar por bienes y servicios turísticos. La disposición a pagar por estos bienes y servicios se ve influenciada por la interacción compleja de estas variables. Estos elementos no solo influyen en la valoración económica de los servicios turísticos, sino que también determinan la disposición de las personas para participar en acciones de conservación, pagar por el acceso a servicios naturales o adoptar comportamientos que promuevan la sostenibilidad ambiental y trabajar en mejoras de política para una adecuada gestión de medidas y leyes que contribuyan al desarrollo sostenible.

El nivel de ingresos puede ser un factor clave. Aquellas personas con mayores ingresos pueden estar más dispuestas a pagar por servicios ecosistémicos, ya que tienen más capacidad financiera para hacerlo. Asimismo, el nivel educativo influye en la comprensión de la importancia de la conservación de la naturaleza. Las personas con mayor educación tienden a valorar más y pueden estar más dispuestas a pagar por su preservación.

## **1.2. Interrogantes**

### **1.2.1. General**

- ¿Cuáles son los factores que determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao - región Huánuco?

### **1.2.2. Específicos**

- ¿Cuáles son las características del servicio turístico del Mirador de Carpish?
- ¿Cuáles son las características de los factores socioeconómicos de los visitantes al recurso turístico del Mirador de Carpish?

- ¿Cuál es la disponibilidad a pagar por el acceso al recurso turístico del Mirador de Carpish?
- ¿Cómo se podría utilizar los resultados de la valoración económica para la toma de decisiones y la planificación de políticas relacionadas con la conservación del Mirador de Carpish?

### **1.3. Justificación**

El estudio de la valoración económica de los bienes y servicios turísticos del Mirador de Carpish, es importante porque permite identificar y cuantificar los beneficios económicos derivados del turismo en el área, lo que es esencial para desarrollar prácticas turísticas sostenibles que minimicen los impactos negativos y maximicen los beneficios a largo plazo. Asimismo, contribuye a la conservación de estos recursos naturales al proporcionar incentivos económicos para su preservación, lo que permite tomar decisiones informadas y basadas en evidencia en relación con la conservación y el desarrollo. El estudio de la variable explicada valor económico de los bienes y servicios turísticos del Mirador de Carpish se dará a partir de la variable explicativa factores socioeconómicos; sexo, edad, lugar de procedencia, ocupación y nivel de ingresos.

El beneficiario directo del estudio son los operadores privados de recursos turísticos y el gobierno regional. Todo ello influye en la formulación de políticas y regulaciones que favorezcan la protección del Mirador de Carpish y de esa manera fomentar prácticas sostenibles, como el ecoturismo o la gestión responsable de recursos, que pueden generar ingresos y empleo a largo plazo.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1. General**

- Determinar los principales factores que determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao - región Huánuco.

#### **1.4.2. Específicos**

- Identificar las características del servicio turístico del Mirador de Carpish.
- Identificar las características de los factores socioeconómicos de los visitantes al recurso turístico del Mirador de Carpish.
- Determinar la disponibilidad a pagar por el acceso al recurso turístico del Mirador de Carpish.

- Analizar los resultados de la valoración económica para la toma de decisiones y la planificación de políticas relacionadas con la conservación del Mirador de Carpish.

## **1.5. Descripción de la hipótesis de investigación**

### **1.5.1. Hipótesis**

“El precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio, determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco”.

### **1.5.2. Variables e indicadores**

#### **Variable dependiente Y**

$Y$  = Valor económico de los servicios turísticos (Disposición a pagar)

#### **Indicador de la variable Y**

Sí está dispuesto a pagar = 1

No está dispuesto a pagar = 0

#### **Variable independiente X**

$X_1$  = Factores socioeconómicos

#### **Indicadores de la variable $X_1$**

$X_{11}$ : Edad

$X_{12}$ : Lugar de procedencia

$X_{13}$ : Educación

$X_{14}$ : Ingreso promedio

$X_{15}$ : Precio hipotético

### **1.5.3. Modelo**

Para contrastar la hipótesis se ha planteado un modelo matemático que se ha utilizado para explicar la relación causal de las variables exógenas sobre la endógena que ha sido de acuerdo con las estimaciones (Probit, Logit y Valor extremo) que forman parte de los modelos de elección binaria.

## CAPITULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Clase de Investigación

La investigación es aplicada y cuantitativa, porque abordará problemas prácticos mediante la recopilación, el análisis y la interpretación de datos numéricos con el objetivo de generar conocimiento útil y respaldar la toma de decisiones informadas.

### 2.2. Tipo investigación

La investigación es de tipo transversal, debido a que implica la realización de encuestas en un período determinado.

### 2.3. Nivel de investigación

El nivel de investigación es explicativo, dado que ha facilitado la comprensión de la relación causa-efecto entre los bienes y servicios turísticos del ecosistema y la población.

### 2.4. Población

La población es infinita, debido a la diversidad de visitantes provenientes de diversas regiones dentro del territorio nacional que acuden al atractivo turístico.

### 2.5. Muestra

La fórmula para el tamaño de la muestra, cuando no se conoce el tamaño de la población es el siguiente:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

**Donde:**

P = 50% → Probabilidad de éxito

Q = 50% → Probabilidad de fracaso

1- $\alpha$  = 95% → Nivel de confianza

e = 5% → Error

z = 1.96 → Valor del área bajo una distribución normal

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2} = 384.16$$

$$n = 384$$

Se ha encuestado a 384 visitantes al atractivo turístico del Mirador de Carpish.

## **2.6. Unidad de análisis**

### **▪ Los visitantes**

Son personas que viajan o se desplazan a un destino específico con el propósito de disfrutar de sus atracciones y servicios turísticos.

## **2.7. Método**

La investigación comprende el método hipotético-deductivo con el fin de validar la teoría y poner a prueba la hipótesis formulada, y el método deductivo, ya que a partir de la observación directa de los datos se facilitará la generación de nuevas ideas.

## **2.8. Instrumentos**

Se utilizaron encuestas y entrevistas como medios para obtener información clave y actualizada para realizar el estudio, enfocadas en los visitantes del Mirador de Carpish.

## **2.9. Técnicas**

### **- Análisis bibliográfico**

Esta técnica facilitó la recopilación, estructuración y examen sistemático de datos pertinentes provenientes de una variedad de fuentes bibliográficas, incluyendo libros, artículos académicos, estudios de investigación, entre otros recursos documentales.

### **- Análisis estadístico**

Nos permitió examinar y comprender datos numéricos mediante la aplicación métodos estadísticos que implica la organización, descripción, interpretación y presentación de datos con la finalidad de extraer conclusiones significativas y tomar decisiones informadas.

## CAPITULO III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### 3.1. Antecedentes

**Quispe (2023)**, en su investigación sobre la valoración económica ambiental del turismo rural en la Isla de los Uros, buscó determinar la disposición a pagar (DAP) de los turistas para conservar y mejorar este destino, utilizando un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental-transversal y técnicas como encuestas y observación; tras aplicar un cuestionario a 375 visitantes y emplear un modelo logit basado en el método de valoración contingente, identificó que las variables socioeconómicas más influyentes en la DAP son el precio hipotético, el ingreso mensual y el lugar de origen, encontrando que los turistas estarían dispuestos a pagar S/. 5.00 adicionales al costo actual (S/. 7.50 para nacionales y S/. 13.00 para extranjeros), lo que generaría un incremento del 127.14% en los ingresos, recursos que podrían destinarse a facilitar el acceso a las islas, mejorar la limpieza e higiene, y potenciar los espacios turísticos.

**Benites & Campos, (2022)**, en su artículo titulado “Valoración económico de los servicios ecosistémicos Área de Conservación Regional Moyán Palacio, región Lambayaque”. El propósito de esta investigación es evaluar la valoración de los servicios provenientes del ecosistema en una región de conservación de 8,457.76 hectáreas. Se plantea la hipótesis si la determinación de la valoración por los servicios ecosistémicos ofrecidos en el ACR Moyán Palacios influyen para la gestión de los recursos y conservación de los bienes y servicios. La investigación es de tipo explicativo y se emplea el modelo de valoración contingente, encuestando a 201 visitantes (tanto nacionales como extranjeros) en la reserva. Estas encuestas se validaron utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, revelando una correlación significativa y directa entre variables como sexo, edad, población, nivel educativo, ingresos y actitudes hacia medidas ambientales, las cuales se integraron en un modelo econométrico de regresión logística. Los resultados mostraron una disposición a pagar (DPA) de 11.16 soles por turista que visita el ACR Moyán Palacio. Este monto se destinaría a conservar y mejorar los servicios actualmente ofrecidos en diversas zonas.

**Alarcón (2021)**, en su tesis “Valoración económica del potencial turístico Lago Carachamayoc, sector Prado, Tambopata – Madre de Dios”, tuvo como objetivo evaluar económicamente el potencial turístico del lago Carachamayoc utilizando el Método de

Valoración Contingente (MVC), con el fin de determinar la disposición a pagar (DAP) de los visitantes para garantizar el acceso, sostenimiento, mejoras y sensibilización ambiental en torno al atractivo. Para ello, se aplicó una encuesta binaria tipo referéndum a 105 personas, entre visitantes y lugareños del sector Prado, adyacente al lago, cuyos datos fueron analizados mediante el software STATA 15.0 a través de un modelo logit. Los resultados indicaron que las variables socioeconómicas más relevantes que influyen en la DAP (con un P valor  $< 0,1$ ) fueron el precio hipotético, la ocupación y los ingresos, destacando el precio hipotético como la variable con mayor incidencia y significancia estadística (0,01). Además, se estimó una DAP promedio de S/ 5,13 por poblador, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la alternativa, confirmando que el potencial turístico del lago Carachamayoc tiene valor para los pobladores y que la renovación y sostenimiento del servicio son fundamentales para asegurar la sustentabilidad del atractivo.

**Accostupa (2021)**, en su tesis “Valoración económica del patrimonio natural Vinicunca medido a través de los métodos de valoración contingente y costo de viaje”. El objetivo general es estimar el valor del patrimonio natural Vinicunca usando los métodos de valoración económica MVC y MCV. Se plantea como hipótesis si la aplicación de la valoración económica ayuda a justificar la conservación del patrimonio natural Vinicunca. Para el estudio se aplicó la metodología de valoración contingente VC y costo de viaje CV, teniendo como variable dependiente para el VC; disposición a pagar y como variables independientes; ingresos, nivel educativo, nacionalidad del visitante, la compañía del visitante y el estado actual. Asimismo, para el CV, se tomó en cuenta como variable dependiente, valor económico y como variables independientes; costo viaje, tiempo de permanencia, satisfacción, la cantidad de lugar, preferencias y el género. La investigación se basa en un enfoque descriptivo y no experimental. En este contexto, se realizaron a cabo encuestas a 406 visitantes de diversos lugares. Como resultado, en la valoración contingente se obtuvo una disposición a pagar de s/.52.10 y en el costo de viaje S/.10.92. La metodología de Valoración Contingente (MVC) arrojó un valor de S/. 13,923,725.00, que superó el valor obtenido a través de la metodología de Costo de Viaje (MCV), de S/. 5.458.402,50.

**Espinoza, (2021)**, en su tesis “*Aplicación del Método de Valoración Contingente para el Mantenimiento de los Servicios Ecosistémicos del Área de Conservación Regional Húmedales de Ventanilla*”. El propósito del estudio es comprender cómo el nivel

educativo y los ingresos económicos afectan la disposición a pagar por la preservación de los servicios ofrecidos por el ACR Humedales de Ventanilla. Se plantea como hipótesis si hay una disposición a pagar por el mantenimiento de los servicios ecosistémicos. Se utilizó el tipo de investigación básica, el método de investigación es no experimental. Asimismo, se aplicó el método de valoración contingente. Se llevaron a cabo 296 encuestas a visitantes durante septiembre de 2018, revelando una disposición a pagar promedio de S/. 4.27 por persona al año, sumando un total aproximado de S/. 35,560.56 al año. Se observó que los ingresos económicos, nivel educativo, frecuencia de visitas e interés en participar en la conservación tienen un impacto positivo en esta disposición a pagar.

**Quispe (2020)**, evaluó, en su estudio “Valoración económica del servicio de ecoturismo en los humedales de Pisco mediante el método de valoración contingente”, el beneficio económico que estos ecosistemas aportan como destino ecoturístico. Partió de la hipótesis de que dicho valor es lo suficientemente alto como para respaldar su protección. Siguió un enfoque descriptivo-correlacional, encuestando a 266 visitantes: 71.1% aceptó contribuir con un pago de ingreso, mientras que 28.9% consideró que la Municipalidad Provincial de Pisco debía cubrir los gastos de mantenimiento. Mediante el modelo de valoración contingente con formato dicotómico simple y regresiones logísticas en Stata 14.0 se estimó una disposición a pagar promedio de S/ 7.40 por persona, cifra similar al S/ 7.49 reportado por Bullón (1996). Las variables que más influyeron fueron el monto ofrecido, la edad, el ingreso mensual y el nivel educativo; curiosamente, a mayor escolaridad menor disposición a pagar.

## **3.2. Teorías**

### **3.2.1. Teoría del consumidor**

Esta teoría estudia cómo actúa un agente económico cuando asume el rol de consumidor de bienes y servicios, con el fin de comprender su comportamiento y deducir la curva de demanda individual. Se centra en analizar cómo toma decisiones para maximizar su satisfacción dentro de sus limitaciones presupuestarias, describiendo paso a paso el proceso de consumo: desde la elección entre diferentes combinaciones de productos hasta la forma en que estos afectan su bienestar.

### **3.2.2. Medidas de bienestar Hicksianas**

Las medidas hicksianas de bienestar se basan en la relación entre la cantidad de un bien que las personas están dispuestas a consumir y su precio, considerando el nivel

de utilidad o satisfacción que obtienen al hacerlo. A diferencia de otras formas de medición, estas no dependen de una cuantificación directa de la satisfacción, ya que ésta es un concepto subjetivo e inobservable. En cambio, se infiere a partir de las decisiones de consumo y cambios en la disponibilidad de recursos, permitiendo evaluar el impacto de variaciones en precios o ingresos sobre el bienestar del individuo (Ministerio del Ambiente, 2015).

- **Variación compensada**

Según (Marshall, 1887), se representa de la siguiente manera:

$$V(p_1^1, p_2^2, m - VC) = VC(p_1^0, p_2^0, m) = U^0$$

Los superíndices 1 y 0 explican el proceso de inicio y fin, respetivamente.

$$m - VC = V^{-1}(p_1^1, p_2^0, U) = e(p_1^1, p_2^0, U^0)$$

$$VC = m^0 - e(p_1^1, p_2^0, U^0)$$

El ingreso  $m$  corresponde al gasto mínimo necesario para lograr el nivel máximo de utilidad, dados ciertos precios y un nivel específico de ingreso.

$$m^0 = e(p_1^1, p_2^0, U^0)$$

De tal modo, la VC puede ser comprendida en el contexto de la función de gastos:

$$VC = e(p_1^1, p_2^0, U^0) - e(p_1^1, p_2^0, U^0) = -\Delta e$$

Desde una perspectiva matemática, esta variación se expresa de la siguiente manera:

$$-\Delta e = \int_{p_1^0}^{p_1^1} \frac{\partial e(p_1, p_2, U^0)}{\partial p_1} dp_1$$

Así, la variación compensada puede ser calculada de forma explícita mediante esta expresión:

$$VC - \Delta e = - \int_{p_1^0}^{p_1^1} \bar{q}_1(p_1, p_2, U^0) dp_1$$

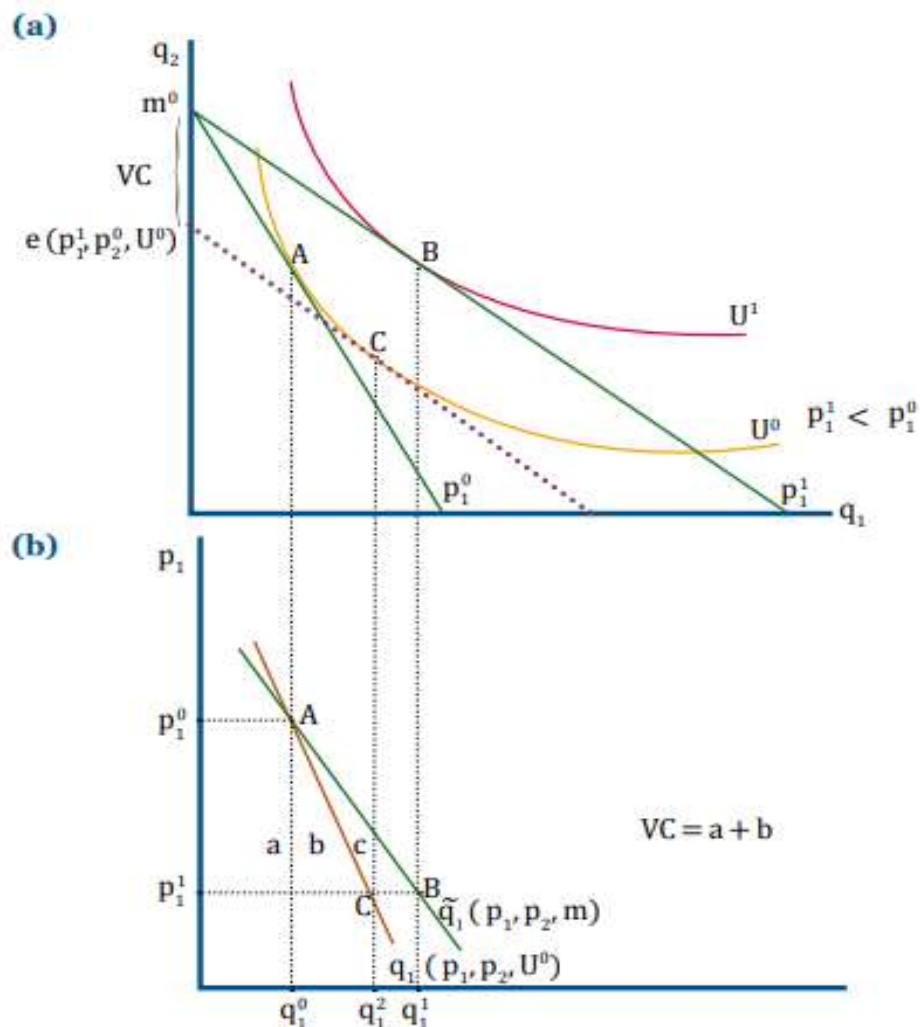
En esta ecuación, la función:  $\bar{q}_1(p_1, p_2, U^0) dp_1$ , representa la función de demanda hicksiana. La expresión matemática ilustra la relación inversa funcional. En la que se presenta la funcionalidad de demanda y gasto según Hicks, destacando que la variación compensada es crucial para comprender el impacto en el bienestar de los

consumidores frente a cambios en el valor monetario de esos bienes y servicios (Marshall, 1887).

En la figura N° 01 se presenta la alteración compensada en respuesta a una disminución del valor monetario (*de  $p_1^0$  a  $p_1^1$* ), generando un incremento en la satisfacción del individuo. Esta mejora se debe a que, al reducirse el precio, la cantidad demandada aumenta, lo cual beneficia a los consumidores ( *$q_1^0$  menor a  $q_1^1$* ). Como resultado, se observa un cambio en la posición inicial del consumidor en el nivel de utilidad  $U^1$ .

**Figura 1**

*Variación compensada de una disminución en el precio del bien 1*



▪ **Variación equivalente**

La variación equivalente se caracteriza por ser la máxima proporción de poder adquisitivo que una persona estaría dispuesta a sacrificar para evitar una situación

adversa, o la mínima proporción de valor monetario que estaría dispuesta a pagar ante posibles modificaciones desfavorables en el servicio, afectando así su nivel de utilidad o satisfacción (Hicks, 1963).

$$\begin{aligned} V(p_1^0, p_2^0, m + VEq) &= V(p_1^0, p_2^0, m) = U^1 \\ m^0 + VEq &= V^{-1}(p_1^0, p_2^0, U^1) = e(p_1^0, p_2^0, U^1) \\ VEq &= e(p_1^0, p_2^0, U^1) - m^0 \end{aligned}$$

El ingreso inicial puede representarse así:

$$m^0 = e(p_1^0, p_2^0, U^0) = e(p_1^1, p_2^0, U^1)$$

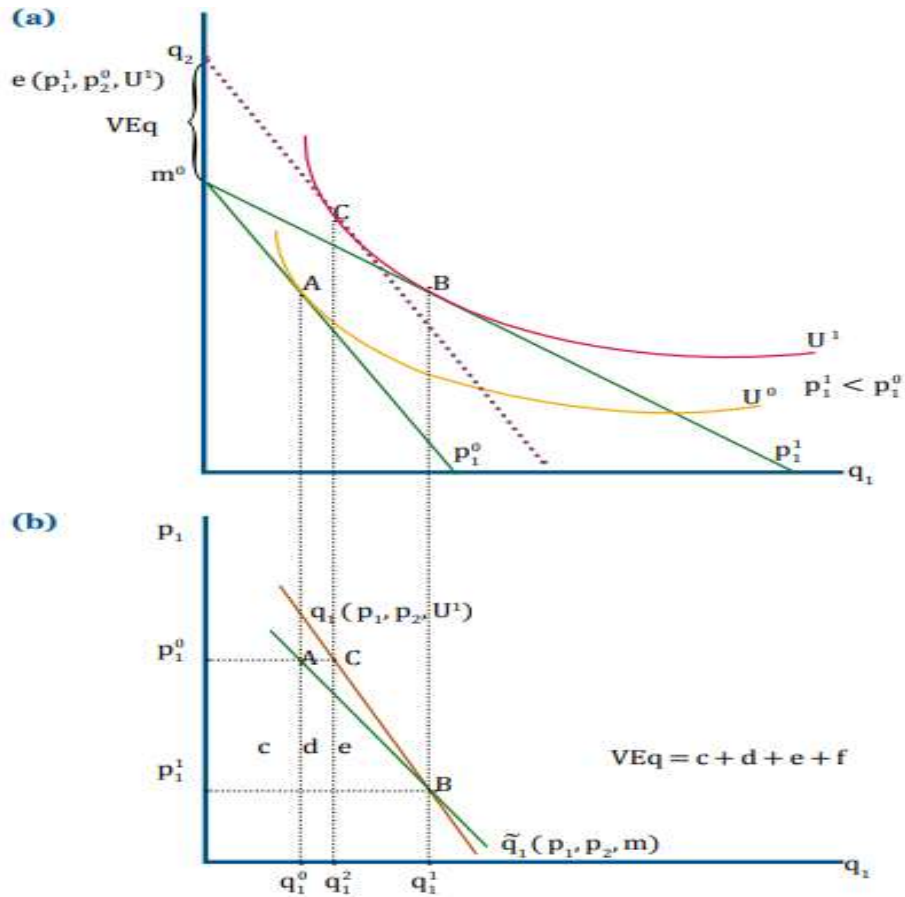
Al reemplazar la expresión anterior hallada para la variación equivalente, se tiene:

$$\begin{aligned} VE_q &= e(p_1^0, p_2^0, U^1) - e(p_1^1, p_2^0, U^1) = -\Delta e \\ VE_q &= -\Delta e = - \int_{p_1^0}^{p_1^1} \frac{\partial e(p_1^0, p_2^0, U^1)}{\partial p_1} dp_1 \\ VE_q &= -\Delta e = - \int_{p_1^0}^{p_1^1} \bar{q}_1(p_1, p_2, U^1) dp_1 \end{aligned}$$

Esta circunstancia representaría la solución para alcanzar el gasto necesario, logrando así un nivel máximo de satisfacción del consumidor en los términos de precio iniciales. Es importante destacar que lo mencionado anteriormente se puede expresar de manera intuitiva en la figura 2: al producirse un cambio negativo en el valor monetario de  $q_1$ , de  $p_1^0$  hasta  $p_1^1$ , el individuo experimenta un nivel máximo de satisfacción al moverse entre los puntos indicados (Marshall, 1887).

**Figura 2**

*Variación equivalente en una disminución en el precio del bien.*



### 3.2.3. Medidas de bienestar Marshallianas

Las funciones de demanda marshallianas, también conocidas como demanda ordinaria, se construyen a partir de variables que pueden observarse directamente, como los precios de los bienes y el ingreso del consumidor. Esta característica las hace más fáciles de estimar en la práctica, ya que no requieren supuestos complejos sobre preferencias internas o niveles de utilidad. A diferencia de las funciones hicksianas, que incorporan factores no observables como la satisfacción o la utilidad marginal, las marshallianas se basan en decisiones reales de consumo bajo condiciones de mercado, lo que permite un análisis más accesible y aplicable en contextos económicos cotidianos (Ministerio del Ambiente, 2015).

- **Excedente del consumidor**

El excedente del consumidor (EC) es una de las principales medidas de bienestar derivadas de la demanda marshalliana. Representa la diferencia entre lo que un individuo está dispuesto a pagar por una cantidad determinada de un bien y lo que realmente paga en el mercado. En otras palabras, mide el beneficio neto que obtiene el consumidor al

adquirir un producto a un precio inferior a su valor percibido. Este concepto, desarrollado por Alfred Marshall (1887), permite cuantificar el valor económico que los consumidores obtienen de un bien o servicio, especialmente útil cuando se evalúa el impacto de políticas públicas, cambios de precios o la conservación de recursos naturales.

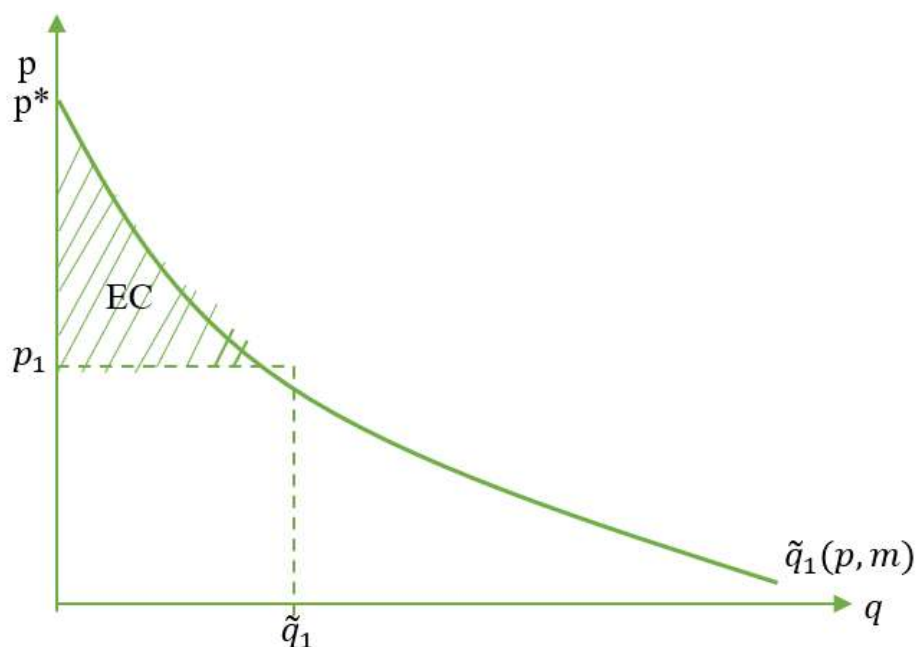
Se calcula mediante una integral de la siguiente manera:

$$EC = \int_{p_1}^{p^*} \widehat{q}_1(p, m) dp_i$$

Donde  $p^*$  es el precio en el cual  $q_i$  es cero, pero se puede utilizar un precio distinto a  $p^*$  y  $m$  el ingreso.

### Figura 3

*Excedente del consumidor*



Aunque el Criterio de Compensación (EC) se aplica con cierta facilidad para estimar una demanda marshalliana, no es una medida completamente precisa del bienestar porque no aborda directamente preguntas sobre la satisfacción o utilidad percibida por los individuos. Esto significa que, a pesar de su uso práctico, no captura en su totalidad el impacto real sobre el bienestar económico. Sin embargo, estudios han mostrado que la diferencia entre el excedente del consumidor (EC) y las medidas de bienestar hicksianas como el valor de compensación (VC) y el valor equivalente (VE) puede ser mínima en ciertos contextos. Esto sugiere que, en situaciones donde el efecto ingreso es pequeño o nulo, el EC puede funcionar como una herramienta válida y útil para evaluar cambios en el bienestar, especialmente en análisis económicos aplicados a mercados competitivos.

### ▪ Excedente del productor

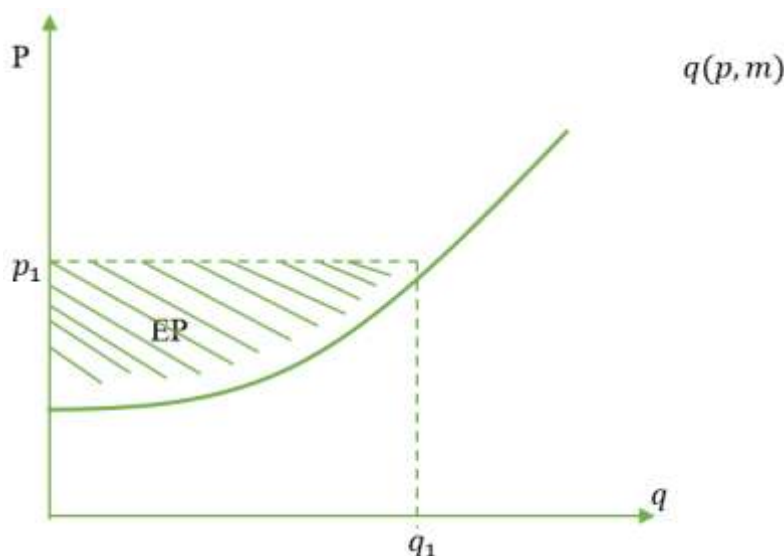
Por su parte, la medida de bienestar asociada al productor se representa mediante el excedente del productor (EP). Este concepto se define como el área ubicada por encima de la curva de oferta de la empresa y por debajo del precio de mercado al que se enfrenta el productor. En términos simples, refleja la diferencia entre lo que recibe el productor por vender un bien y el costo mínimo que estaría dispuesto a aceptar para ofrecerlo. Así, el EP mide el beneficio neto que obtiene el productor por participar en el mercado, y es una herramienta clave para analizar cómo cambia el bienestar de los oferentes ante variaciones en precios, políticas públicas o condiciones de producción (Marshall, 1887).

Se calcula mediante una integral de la siguiente manera:

$$EP = p_1 q_1 - \int_0^{q_1} q_1(p, C, E) dq_i$$

**Figura 4**

*Excedente del productor*



Se puede verificar que las disposiciones financieras asociadas con las variaciones en la holgura, explicadas anteriormente, son empleadas para calcular los cambios en la holgura de demandantes u ofertantes como consecuencia de las fluctuaciones en los valores monetarios (Marshall, 1887).

### **3.3. Marco conceptual**

#### **3.3.1. Método de valoración contingente**

Según el (Ministerio del Ambiente, 2015). Implica la creación de un escenario imaginario de mercado, que se presenta al individuo mediante una encuesta. En este mercado hipotético:

- Se establece una situación que se asemeja lo más posible, en la cual se ofrece el bien o servicio proveniente del ecosistema que se desea valorar.
- Se describen muchas opciones disponibles para la persona.
- Se proporciona una descripción detallada de las obligaciones de propiedad no expresados en el mercado.

#### **3.3.2. Área de Conservación Regional**

Estas áreas protegidas están destinadas a preservar la biodiversidad, los hábitats naturales, las especies en peligro de extinción y otros aspectos importantes del entorno natural. Suelen ser establecidos por autoridades gubernamentales y pueden tener regulaciones y restricciones especiales para el uso de la tierra, con el fin de garantizar su preservación a largo plazo (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2013).

- **Recurso natural turístico**

Los recursos naturales turísticos son elementos que inicialmente atraen a las personas y están vinculados a lugares específicos, generando movimientos de personas con objetivos recreativos y turísticos (Bertoni, 2005).

#### **3.3.3. Valoración económica**

- **Precio hipotético**

Se refieren a los intentos de conceptualizar un precio representativo que el sujeto no necesariamente ha pagado o pagará, sino que se basa en valores considerados razonables o probables para la utilización de un recurso en un contexto específico (Pérez, 2007).

- **Disposición a pagar**

Una forma general de medir el valor económico de las mejoras en la eficacia o cantidad de un bien o servicio que esté relacionado con el bienestar humano es representada mediante la curva de demanda del mercado y su punto óptimo. Para realizar dicha medición se toma en cuenta factores como el ingreso promedio, la educación y las culturas (Castiblanco, 2008).

- **Disposición a aceptar**

Es un indicador empleado para representar las modificaciones procurando el bienestar del individuo causadas por la pérdida de un beneficio (Castiblanco, 2008).

- **Variación compensada**

Se puede describir como la cantidad máxima que alguien estaría dispuesto a gastar para obtener un cambio positivo, o la cantidad mínima que aceptaría como compensación por un cambio negativo (Ministerio del Ambiente, 2015).

- **Variación equivalente**

Se define como la cantidad máxima que alguien estaría dispuesto a desembolsar para evitar un cambio negativo, o la cantidad mínima que aceptaría como compensación por renunciar a un cambio positivo (Ministerio del Ambiente, 2015).

### **3.3.4. Factores socioeconómicos**

- **Factor social**

Los factores sociales son elementos o condiciones que influyen en la vida y las interacciones de las personas en una sociedad. Estos factores pueden tener un impacto significativo en las creencias, actitudes, comportamientos y decisiones de las personas (Greo, 2019).

- **Factor económico**

Los factores económicos abarcan las circunstancias y componentes vinculados a la economía de un área geográfica, nación o sistema específico. Estos componentes tienen un efecto significativo en la fabricación, entrega y utilización de productos y servicios, así como en el bienestar económico de individuos y entidades (Wiese, 2018).

## CAPITULO IV. RESULTADOS

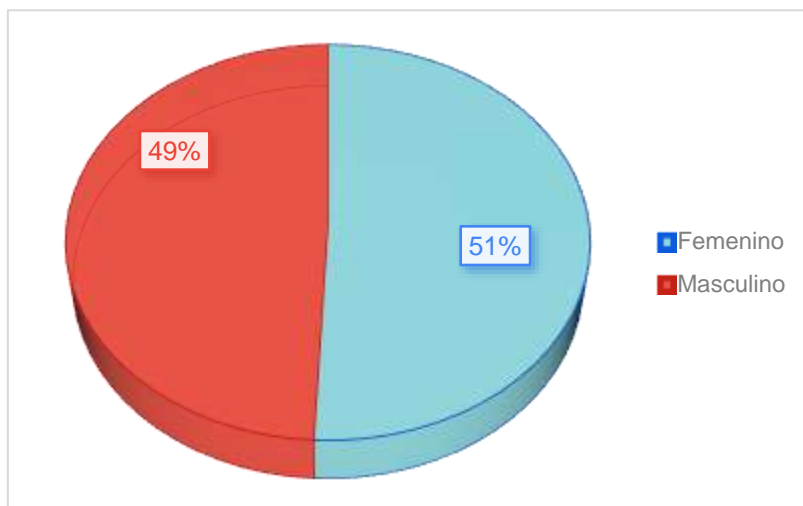
### 4.1. Análisis y descripción de los datos

#### 4.1.1. Factores socioeconómicos

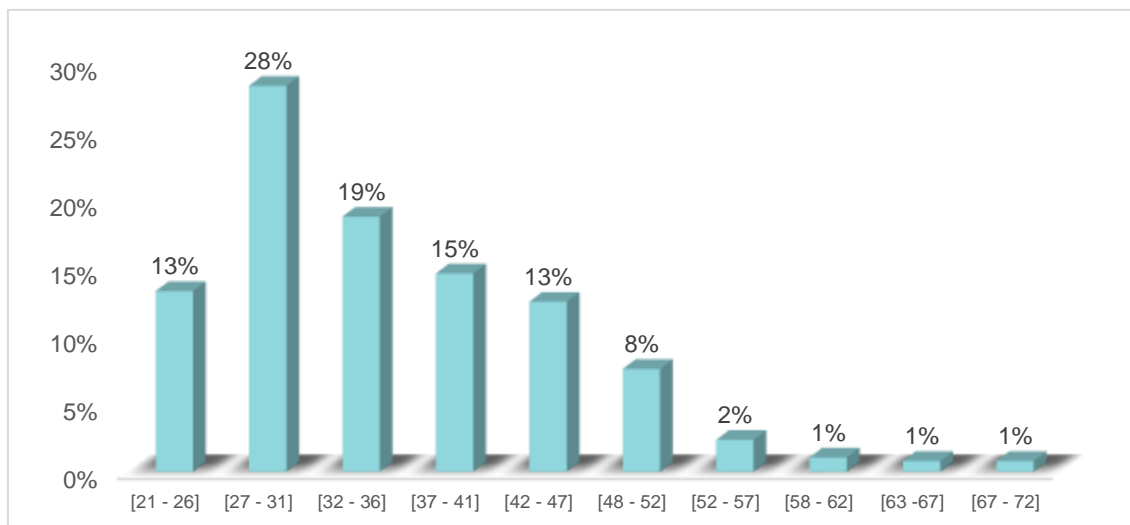
La presente investigación analiza las características socioeconómicas de la población estudiada, proporcionando un panorama detallado de su contexto. A través de figuras representativas, se ilustran variables clave como nivel de ingresos, educación y ocupación, permitiendo una comprensión más profunda de su impacto en la problemática abordada en el estudio.

#### Figura 5

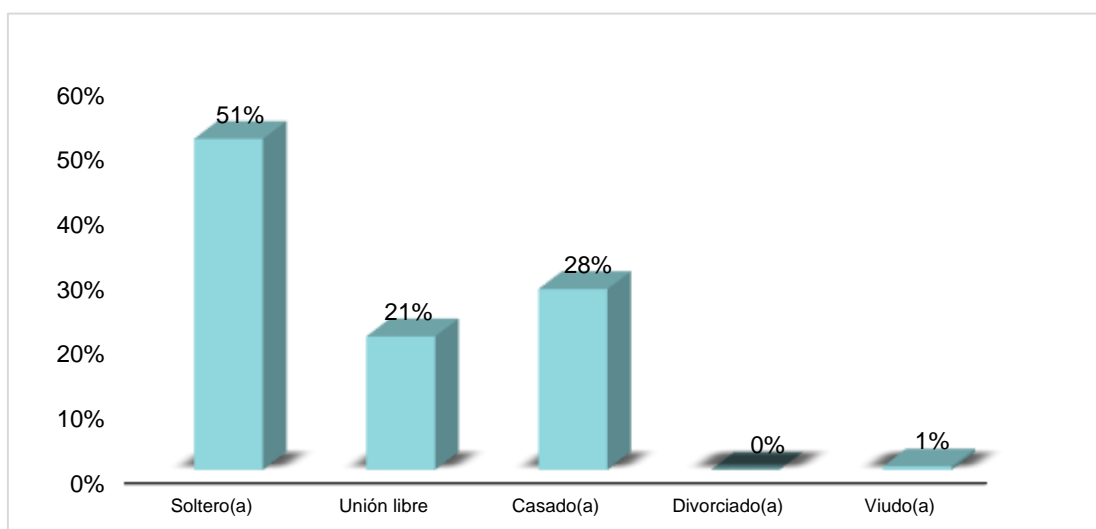
*Sexo de las personas visitantes que viajan o se desplazan al Mirador de Carpish*



Los resultados de la figura 5 reflejan una distribución equitativa entre los visitantes del mirador de Carpish según su sexo, con un 51% de mujeres (195) y un 49% (189) de varones de los 384 que representa la muestra. Esta ligera diferencia indica que el atractivo turístico es visitado por ambos géneros en proporciones similares, lo que sugiere que su oferta y actividades resultan igualmente atractivas para mujeres y hombres. Esto también evidencia un equilibrio en la participación turística, sin una predominancia significativa de un género sobre el otro.

**Figura 6***Edad de los visitantes al Mirador de Carpish*

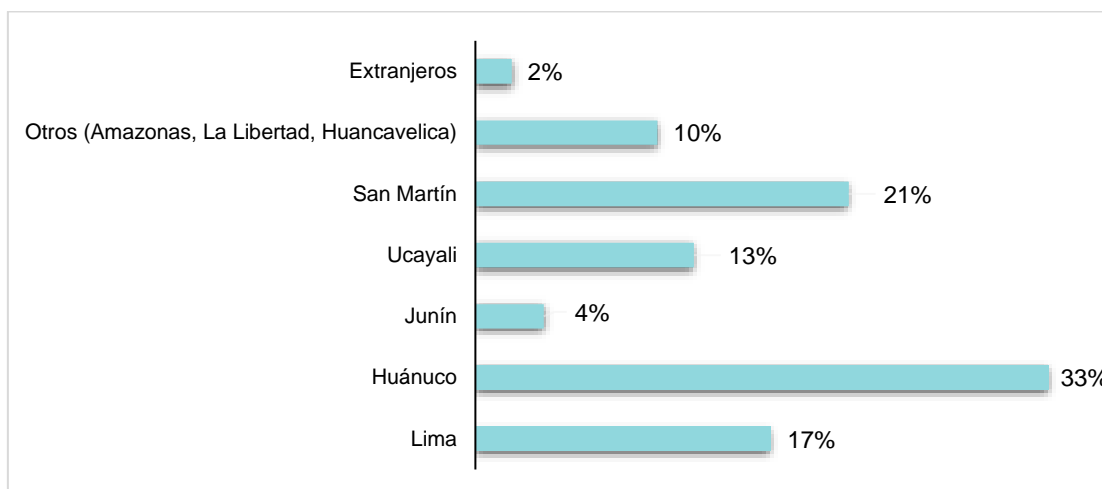
Los resultados muestran que la mayoría de los visitantes del mirador de Carpish tienen una presencia significativa de jóvenes, la cual está entre 21 y 36 años y representa el 59%. Por otro lado, existe un grupo de 37 a 41 años (15%); asimismo, la afluencia disminuye en edades mayores, con solo un 3% en los grupos de 58 a 72 años. Esto indica que el atractivo turístico es preferido principalmente por adultos jóvenes.

**Figura 7***Estado civil de los visitantes al Mirador de Carpish*

Los resultados muestran que el 51% de los encuestados son solteros, mientras que el 28% están casados, el 21% conviven y solo el 1% son viudos. Estos datos reflejan una mayoría de personas sin compromiso formal, lo que podría influir en aspectos socioeconómicos y en sus dinámicas de vida y trabajo.

### Figura 8

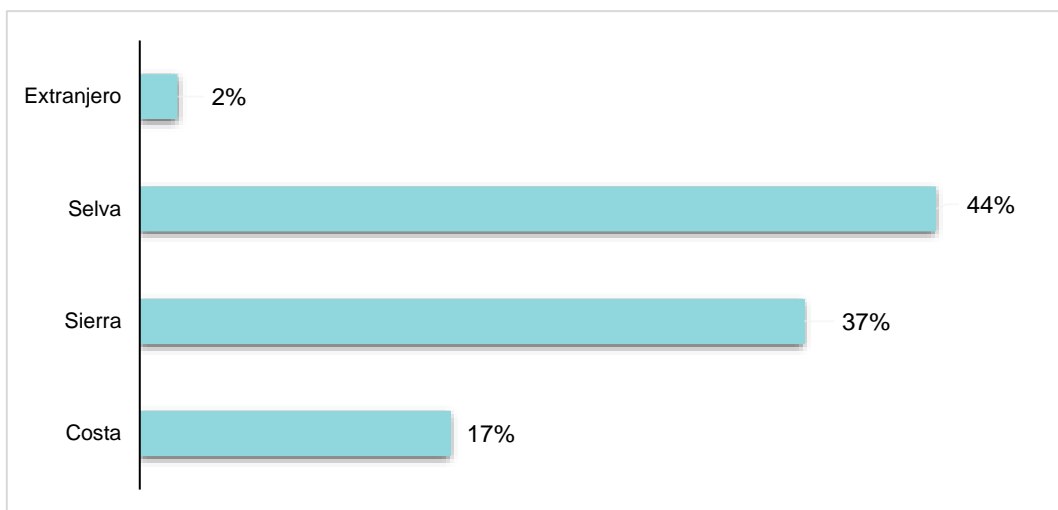
*Lugar de procedencia de los visitantes al Mirador de Carpish, según departamento*



Los datos revelan que la mayoría de los visitantes del mirador de Carpish provienen de Huánuco (33%), seguido de San Martín (21%). Además, un 17% son de Lima, mientras que el 10% corresponde a visitantes de otras regiones como La Libertad, Amazonas y Huancavelica, y solo el 1% son extranjeros. Estos resultados muestran una predominancia de turismo interno, especialmente de regiones cercanas.

### Figura 9

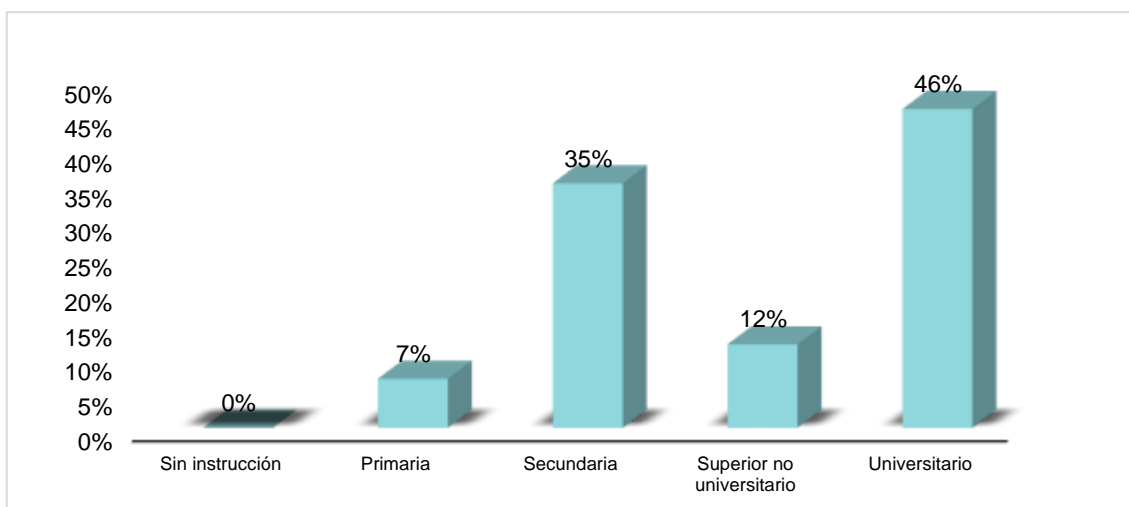
*Lugar de procedencia de los visitantes al Mirador de Carpish, según región*



Asimismo, se puede apreciar que un 44% de los encuestados provienen de la región selva, 37% de la sierra, 17% de la costa y solo un 2% provienen del extranjero (Venezuela y Colombia).

**Figura 10**

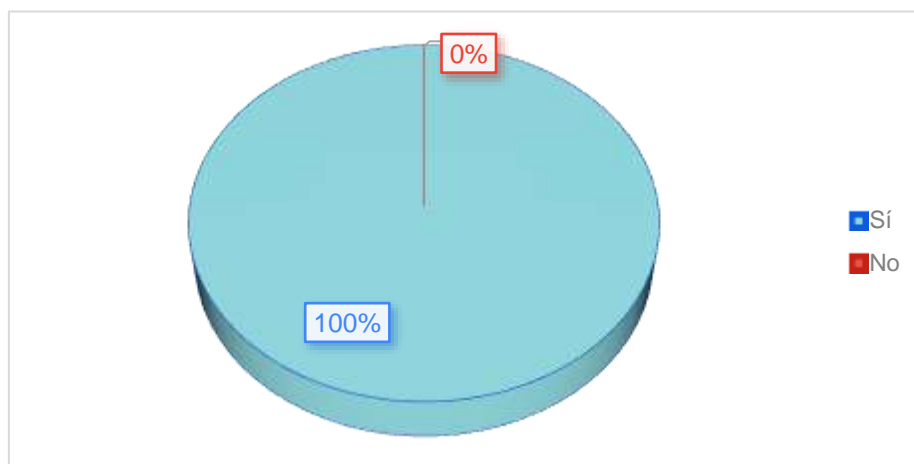
*Nivele educativo de los visitantes al Mirador de Carpish*



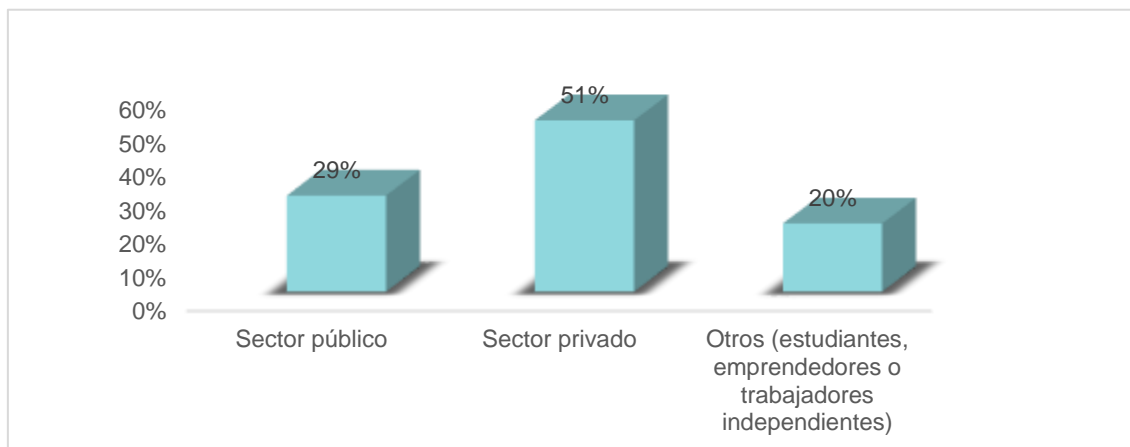
En la figura 10 se indican que la mayoría de los visitantes del mirador de Carpish tienen un nivel educativo universitario (46%), seguido por un 35% con educación secundaria. Asimismo, un 12% posee educación superior no universitaria y solo el 7% cuenta con nivel primario. Esto sugiere que el atractivo turístico es visitado principalmente por personas con mayor nivel educativo.

**Figura 11**

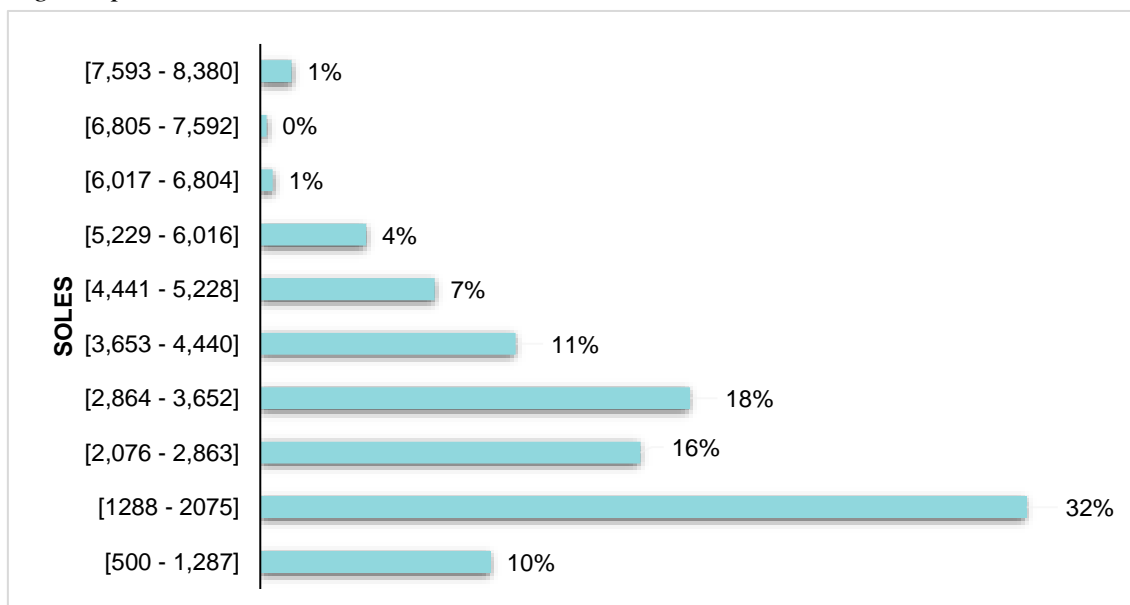
*Situación laboral*



Los datos muestran que el 100% de los visitantes encuestados del mirador de Carpish actualmente están empleados, pero solicitaron algún permiso/vacaciones para darse un descanso. Esto sugiere que el turismo en la zona es impulsado por personas con estabilidad laboral, lo que podría influir en sus decisiones de viaje y en la economía local.

**Figura 12***Desempeño actual*

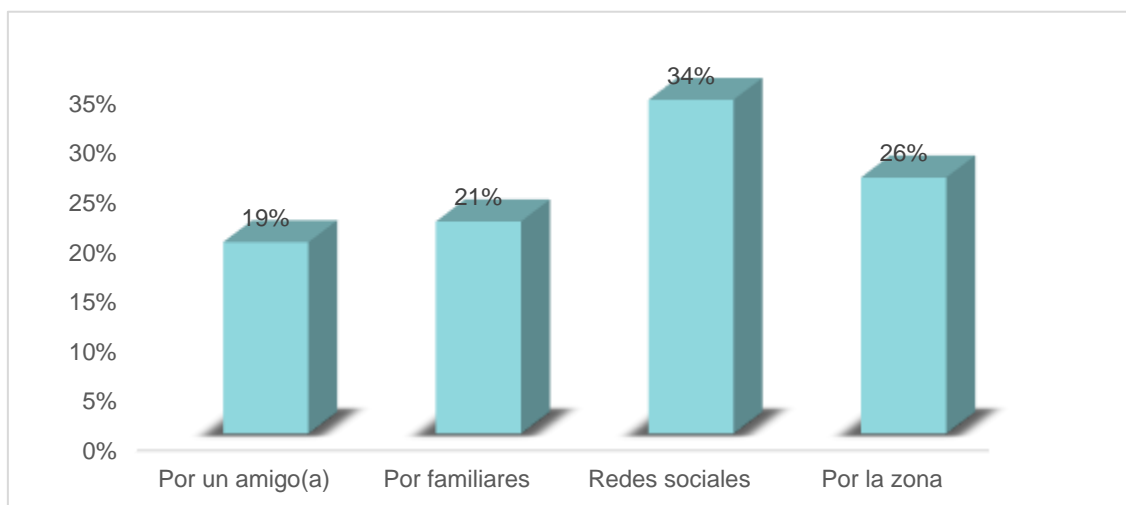
Los resultados indican que el 51% de los visitantes del mirador de Carpish trabajan en el sector privado, mientras que el 29% se desempeñan en el sector público. Además, un 19% son estudiantes, emprendedores o trabajadores independientes. Estos datos reflejan una diversidad ocupacional, donde la mayoría pertenece al ámbito privado, lo que podría influir en sus patrones de visita y capacidad de gasto.

**Figura 13***Ingreso promedio mensual*

Los resultados indican que la mayoría (66%), de los visitantes del mirador de Carpish tienen un ingreso promedio mensual entre 1288 y 3,652 soles, un 10% en el rango más bajo de 500-1,287 soles y un 22% gana entre 3,653 y 6,016 soles. Por otro lado, solo el 2% tiene ingresos superiores a 6,016 soles. Esto sugiere que el turismo en la zona es mayormente accesible para personas con ingresos medios y bajos.

**Figura 14**

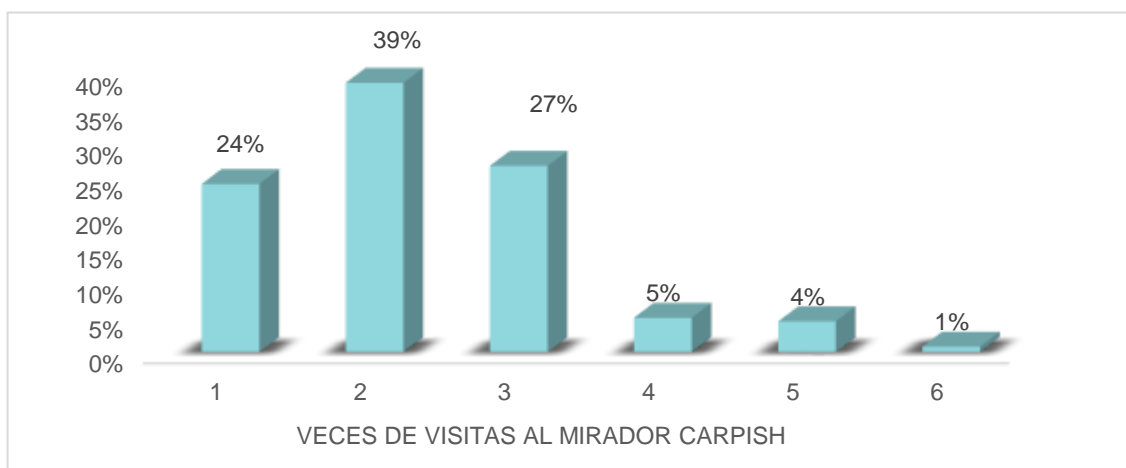
*Medio por lo que se enteró la existencia del atractivo turístico*



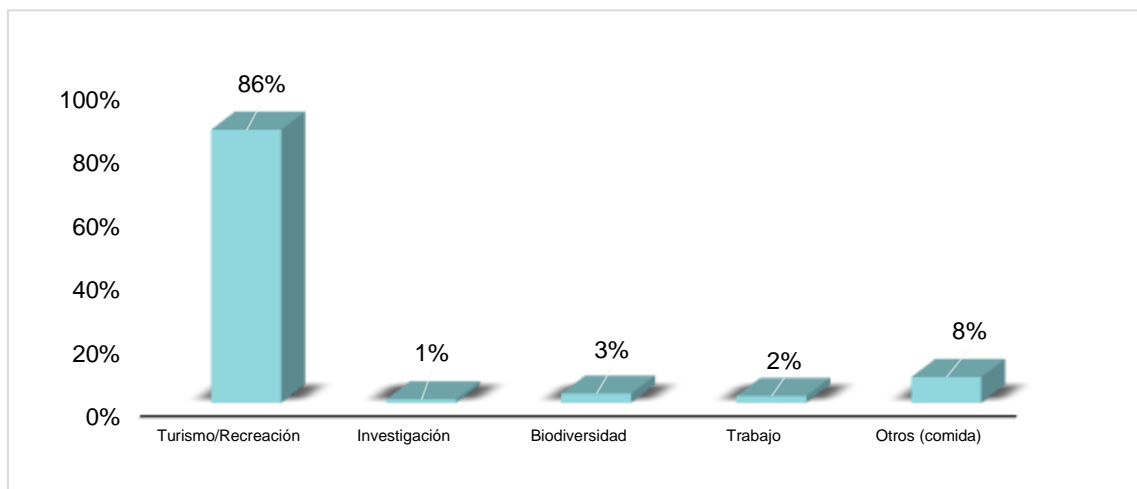
Los datos indican que el 34% de los visitantes conocieron el mirador de Carpish a través de redes sociales, resaltando la importancia de la difusión digital. Un 26% lo descubrió por residir cerca, mientras que el 21% fue informado por familiares y el 19% por amigos. Esto sugiere que las recomendaciones de los familiares y la cercanía influyen en la visita, y por supuesto que las redes sociales juegan un papel clave en la promoción del atractivo turístico.

**Figura 15**

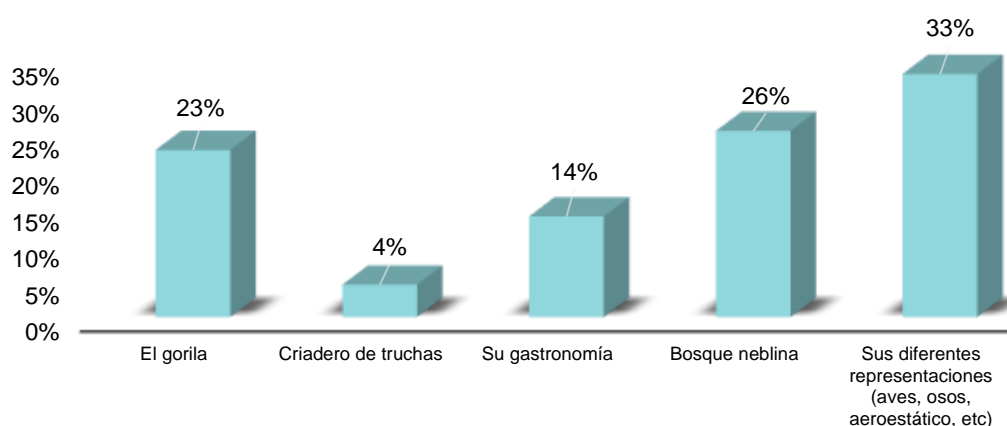
*Frecuencia de visitas al año*



En la figura 15 se muestran que la mayoría de los visitantes acuden al mirador de Carpish entre una y tres veces al año, siendo un 39% que lo visita dos veces; mientras que visitas más frecuentes (cuatro a seis veces) son menos comunes, representando solo el 10%. Esto sugiere que el atractivo turístico genera interés recurrente, aunque con una frecuencia moderada en la mayoría de los casos.

**Figura 16***Motivo de visita del atractivo turístico*

En la figura 16 se aprecia que la principal razón para visitar el mirador de Carpish es el turismo y la recreación (86%), destacando su atractivo natural y paisajístico. Un 8% acude por la gastronomía local, mientras que motivos como biodiversidad (3%), trabajo (2%) e investigación (1%) tienen menor representación. Esto sugiere que el mirador es mayormente un destino de esparcimiento, aunque también atrae a un pequeño porcentaje de visitantes con intereses específicos en la naturaleza, estudios científicos y actividades laborales.

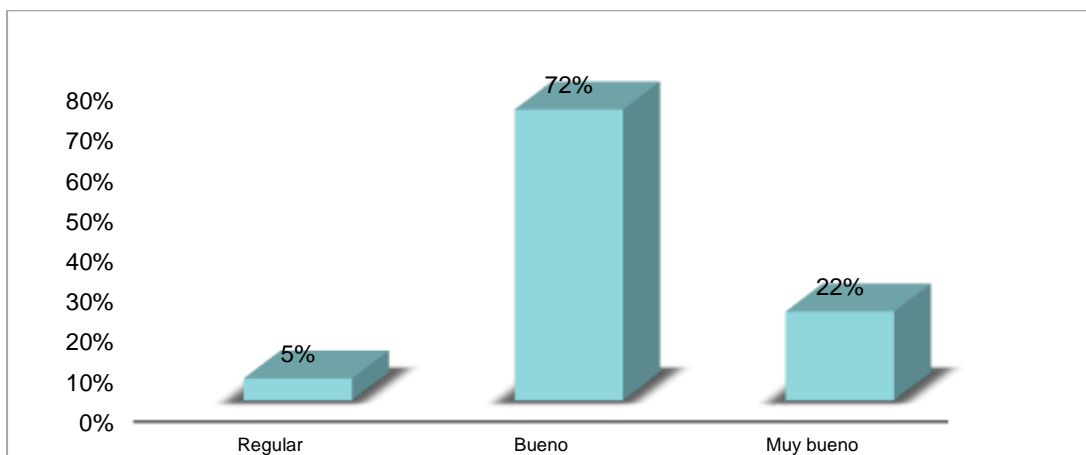
**Figura 17***Características que mejor le parece del atractivo turístico*

Con respecto a la figura 17, se puede notar que el 33% de los visitantes consideran que los principales atractivos del mirador de Carpish son diversos elementos como aves, osos y el aeroestático. Un 27% destaca el bosque de neblina, mientras que el 23% prefiere la estatua del gorila. La gastronomía local es valorada por el 14%, y solo un 4% menciona

los criaderos de truchas. Esto indica que la biodiversidad y las experiencias únicas son los mayores atractivos para los turistas en la zona.

### Figura 18

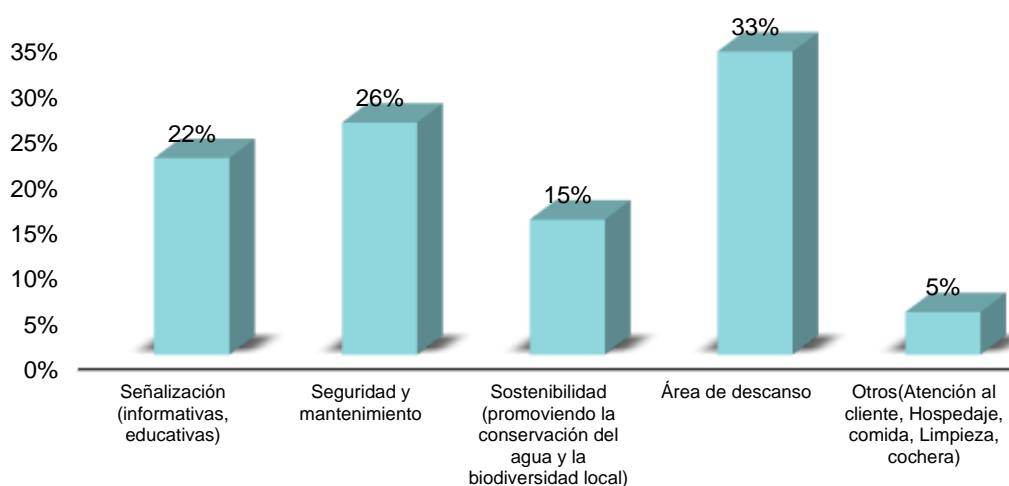
*Calificación del atractivo "El Recreo Ecoturismo CARPISH" como una zona de turismo*



Los resultados indican que la mayoría de los visitantes califican positivamente el mirador de Carpish, con un 72% que lo considera "bueno" y un 22% que lo valora como "muy bueno". Solo un 5% lo califica como "regular", lo que sugiere una alta satisfacción general y una percepción favorable del atractivo turístico.

### Figura 19

*Sugerencia de mejora en el atractivo turístico*



La figura 19 muestra una encuesta sobre las mejoras necesarias que se debe realizar en el atractivo turístico. Los resultados indican que el 33% de los encuestados opina que se deben mejorar las áreas de descanso, seguido por un 26% que menciona la seguridad y mantenimiento. Un 22% cree que la señalización es fundamental, mientras que un 15%

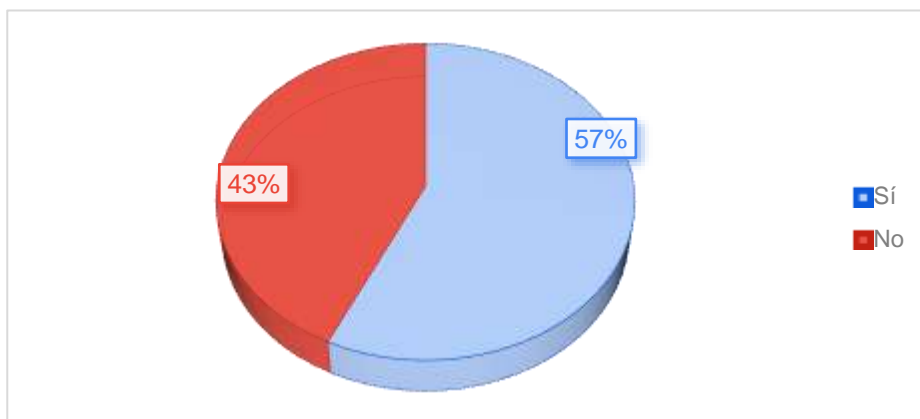
destaca la sostenibilidad. Finalmente, un 5% sugiere mejorar otros aspectos como la atención al cliente, hospedaje, comida, limpieza y cochera. La encuesta resalta la importancia de invertir en áreas de descanso, seguridad y señalización para mejorar la experiencia turística.

#### 4.1.2. Valor económico de los servicios turísticos

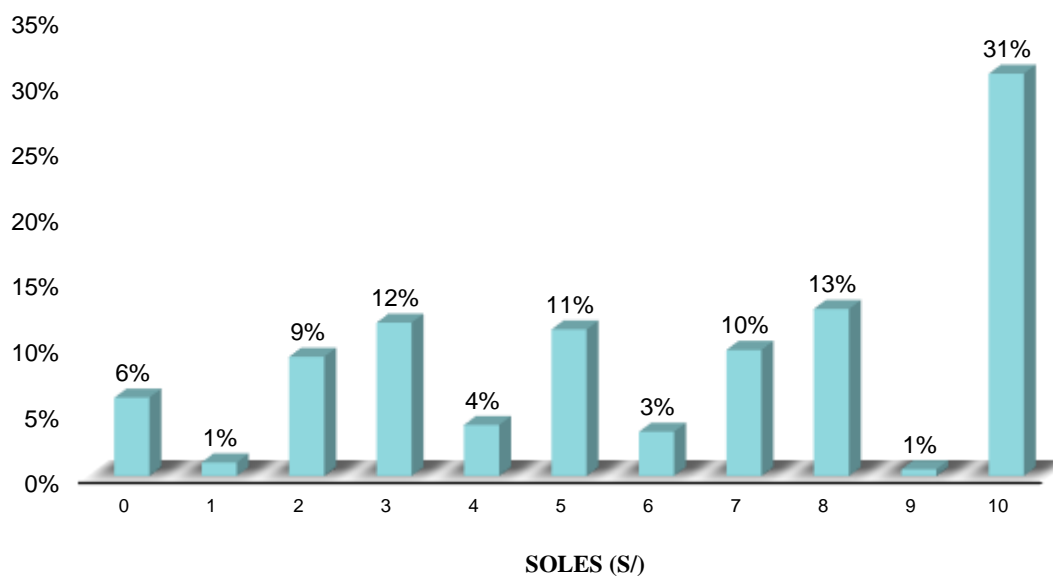
En este apartado se analiza el valor económico de los servicios turísticos a través de encuestas realizadas a los visitantes. Para ello, se presentan figuras que reflejan la percepción y disposición a pagar, brindando una visión detallada sobre la valoración y demanda de estos servicios en la zona.

**Figura 20**

*Disponibilidad a pagar por un monto superior a lo que se cobra actual para acceder al atractivo turístico*



Los resultados indican que el 57% (219 personas) de los visitantes estarían dispuestos a pagar un monto superior para acceder al atractivo turístico “Recreo Ecoturismo Carpish” con servicios mejorados como un restaurante que ofrece platos típicos de diferentes regiones, primeros auxilios, actividades de aventura, juegos extremos, programas de conservación del Mirador de Carpish. Por otro lado, el 43% (165 personas) no aceptaría un aumento en la tarifa, dicha negativa puede estar sustentada en diversos factores, como limitaciones económicas, percepción de que el costo actual es justo, o escepticismo sobre la calidad y sostenibilidad de las mejoras propuestas; además, algunos visitantes pueden considerar que el acceso a espacios naturales debe mantenerse accesible para todos, priorizando la conservación y el turismo inclusivo sobre el incremento de precios.

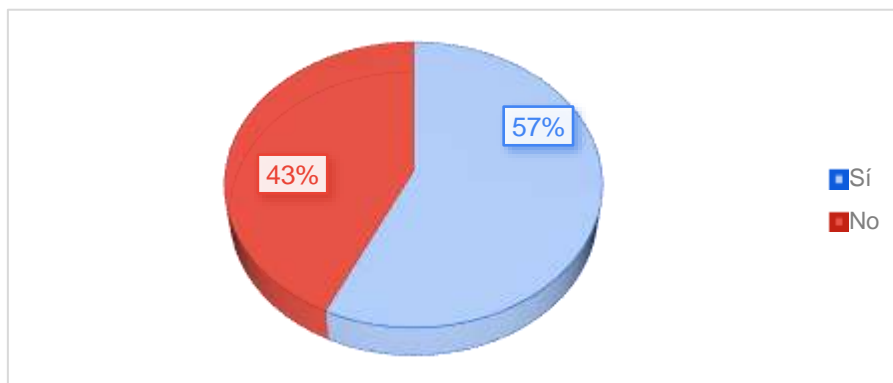
**Figura 21***Precio hipotético a pagar*

De la figura 21, se muestra la disposición a pagar de los visitantes por ingresar al atractivo turístico del Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, si se implementan mejoras. Hay que recordar que el pago de los visitantes al recreo turístico actualmente se cobra 5 soles por el ingreso. Por lo tanto, se tiene que un 31% (219 personas) estaría dispuesto a pagar 10 soles, lo que sugiere un gran interés en las nuevas actividades, mientras que el 27% solo desea pagar entre 6 a 9 soles. Esto indica que la mayoría de los visitantes valora las mejoras y está dispuesta a invertir para disfrutar de una experiencia más completa en el mirador.

Por otro lado, el 43% (165 personas) no está dispuesto a pagar más de 5 soles (solo desean pagar el mismo monto o menos) a pesar de la propuesta de implementar nuevas actividades. De ello, un 21% pagaría entre 2 a 3 soles, mientras que un 6% indica que el ingreso debería ser gratuito. La resistencia para pagar más sugiere que las nuevas actividades propuestas no son percibidas como lo suficientemente valiosas por un sector importante de visitantes, lo que plantea un desafío para la gestión del atractivo turístico.

**Figura 22**

*Mejoras que se pretende realizar en el atractivo turístico*



Los resultados de la figura 22 muestran que el 57% de los visitantes consideran que las mejoras propuestas para el mirador de Carpish son suficientes, lo que indica una percepción positiva hacia los cambios planificados. Sin embargo, el 42% cree que estas mejoras no son suficientes, es por ello que un poco más del 40% no desean pagar más de lo establecido a la fecha. En consecuencia, lo que sugiere que algunos visitantes esperan servicios adicionales o mejoras más significativas en infraestructura, seguridad o actividades, la cual resalta la importancia de seguir evaluando las necesidades y expectativas de los turistas para garantizar una experiencia satisfactoria.

## **4.2. Contrastación de hipótesis**

### **4.2.1. Hipótesis**

En esta investigación, se determina que: “El precio hipotético, lugar de procedencia, sexo, edad, nivel educativo, ingreso promedio y ocupación, determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco”. Además, se determinará el precio a pagar por el servicio ecosistémico/turístico.

### **4.2.2. Estimación del Modelo**

Es necesario utilizar la metodología de la valoración contingente para hallar la disponibilidad a pagar, y ello es muy importante realizar una encuesta, señalándoles si estuvieran dispuestos a pagar por cambios positivos en el servicio ecosistémico/turístico y el valor del pago de referencia (precio hipotético). Por lo tanto, se elabora una variable dicotómica (que hace referencia a la Disponibilidad a Pagar) la cual adquiere el valor de 1, si el encuestado está de acuerdo con pagar y 0 en caso contrario.

Planteado el modelo:

$$DAP \begin{cases} 1 & X_1\beta_1 + e_1 > X_1\beta_1 + e_0; \text{ si está dispuesto a pagar} \\ 0 & X_1\beta_1 + e_1 > X_1\beta_1 + e_0; \text{ si no está dispuesto a pagar} \end{cases}$$

#### 4.2.3. Regresión y elección del modelo

Luego de haber realizado las pruebas de bondad de ajuste del modelo a los datos de la encuesta, se tiene:

**Tabla 1**

*Portafolios de modelos*

<b>BONDAD DE AJUSTE</b>	<b>PROBIT</b>	<b>LOGIT</b>	<b>GOMPIT</b>
McFadden R-squared	0.941908	0.943362	0.943271
LR statistic	494.2363	494.9989	494.9516
Log likelihood	-15.24088	-14.85959	-14.88324
Akaike info criterion	0.11063	0.108644	0.108767
Schwarz criterion	0.172358	0.170372	0.170496
Hannan-Quinn criter.	0.135114	0.133128	0.133251
Prob(LR statistic)	0.00000	0.00000	0.00000

El modelo Logit ofrece los indicadores de ajuste más confiables, destacándose por presentar un mayor valor del R<sup>2</sup> de McFadden, una estadística LR significativa y valores bajos en los criterios de información como Akaike, Schwarz y Hannan-Quinn. Estos resultados sugieren que el modelo se ajusta adecuadamente a los datos y tiene una buena capacidad explicativa. El análisis econométrico que sustenta estos hallazgos se deriva directamente de la regresión logística presentada en la tabla 1.

A partir de ello, se procede a calcular el valor esperado de la disposición a pagar (DAP), obteniéndose los siguientes resultados:

**Tabla 2***Modelo estimado*

Dependent Variable: DAP

Method: ML - Binary Logit (Newton-Raphson / Marquardt steps)

Date: 02/03/25 Time: 12:27

Sample: 1 384

Included observations: 384

Convergence achieved after 9 iterations

Coefficient covariance computed using observed Hessian

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-14.06176	4.428402	-3.175358	0.0015
Edad	-0.189709	0.086160	-2.201832	0.0277
Lugar procedencia	-2.215026	1.030194	-2.150105	0.0315
Nivel educativo	2.652650	0.866802	3.060274	0.0022
Ingreso promedio	0.004679	0.001492	3.136269	0.0017
Precio hipotético	1.362019	0.407394	3.343251	0.0008
McFadden R-squared	0.943362	Mean dependent var	0.570313	
S.D. dependent var	0.495677	S.E. of regression	0.097438	
Akaike info criterion	0.108644	Sum squared resid	3.588774	
Schwarz criterion	0.170372	Log likelihood	-14.85959	
Hannan-Quinn criter.	0.133128	Deviance	29.71918	
Restr. deviance	524.7181	Restr. log likelihood	-262.3590	
LR statistic	494.9989	Avg. log likelihood	-0.038697	
Prob (LR statistic)	0.000000			
Obs with Dep=0	165	Total obs	384	
Obs with Dep=1	219			

Con la información anterior y la información del ANEXO 3, se determina la disponibilidad a pagar por el servicio ecosistémico:

**Tabla 3***Cálculo del valor económico por el servicio ecosistémico*

Coefficientes	PROBIT	LOGIT	GOMPIT
Intercepto (C)	-7.206071	-14.06176	-6.499617
Coefficiente del Precio Hipotético (PH)	0.688347	1.362019	0.835768
$E(DAP) =  C/PH $	10.4686604	10.32420253	7.77681964

Por lo tanto, se toma el valor económico del mejor modelo (logit), en la cual se tiene que el valor económico a pagar es de 10.3 soles por el uso de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

#### 4.2.4. Análisis de los indicadores estadísticos del modelo estimado

##### 4.2.4.1 Prueba de significancia global

###### ❖ Chi cuadrado ( $X^2$ )

###### 1. Hipótesis

$H_0$  : El precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio, no determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

$H_a$  : El precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio, determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

###### 2. Determinación del estadístico

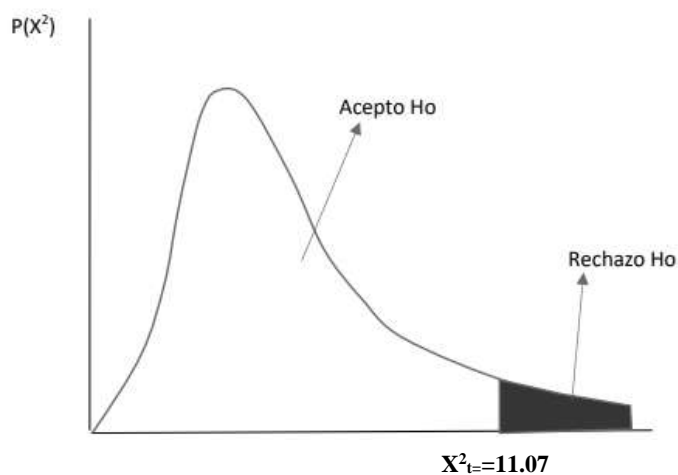
Para validar o rechazar la hipótesis nula, se establece el valor crítico de la prueba según el siguiente criterio:

$$gl = k - 1 \Rightarrow gl = 5$$

$$X^2_{\alpha} = 11.7$$

#### Figura 23

##### Distribución Chi cuadrado



Fuente: Elaboración propia. Programa EViews.

###### 3. Conclusión

El estadístico Chi-cuadrado calculado del modelo estimado, determinado por el valor de Ratio Verosimilitud (LR), es 494.9 (tabla 2), que se ubica en la región de rechazo del  $H_0$  (figura 23); en consecuencia, el precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio, determinan el valor

económico de los servicios turísticos de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

#### 4.2.4.2 Prueba de relevancia individual

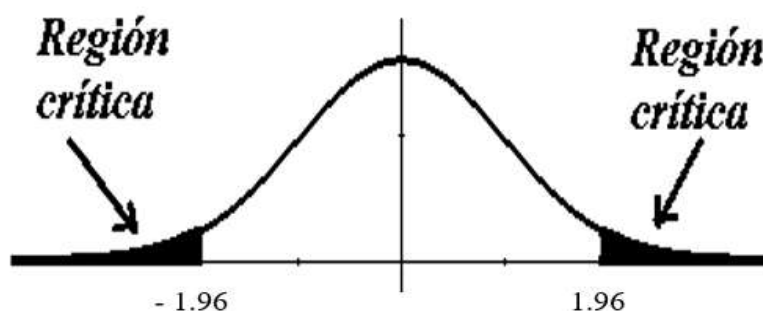
Esta prueba evalúa el efecto de cada parámetro sobre la variable dependiente:

$H_0: \beta_i = 0$  ( $x_i$  no es significativo)

$H_a: \beta_i \neq 0$  ( $x_i$  es significativo)

**Figura 24**

*Distribución normal – Z*



Fuente: Elaboración propia. Programa EViews.

Por tanto, se tiene que:

- El valor de  $X^2$  calculado 1 con respecto al INTERCEPTO es de -3.1753.
- $X^2$  calculado 2 con respecto a la EDAD (-2.2018 < -1.96; Prob=0.0277).
- $X^2$  calculado 3 con respecto al LUGAR DE PROCEDENCIA (-2.1501 < -1.96; Prob=0.0315).
- $X^2$  calculado 4 con respecto al NIVEL EDUCATIVO (3.0602 > 1.96; Prob=0.0022).
- $X^2$  calculado 5 con respecto al INGRESO PROMEDIO MENSUAL (3.1362 > 1.96; Prob=0.0017).
- $X^2$  calculado 6 con respecto al PRECIO HIPOTÉTICO (3.3432 > 1.96; Prob=0.0008).

Por lo tanto, todos presentan valores de z-Statistic que se sitúan en la región de rechazo de la hipótesis nula, y además los valores de Prob. son menores a 5%. En consecuencia, se puede afirmar que: El precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio, determinan significativamente de forma individual al valor económico de los servicios turísticos.

En resumen, se encuentra que todos los factores explicativos considerados en el análisis de importancia individual del modelo son relevantes para explicar al valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

#### 4.2.1. Análisis efectos marginales

#### 4.3. Análisis de efectos marginales

La variable dependiente tiene 2 categorías: igual a UNO (1), si el turista está dispuesto a pagar ante una implementación de servicios como un restaurante que ofrece platos típicos de diferentes regiones, primeros auxilios, actividades de aventura, juegos extremos, programas de conservación del Mirador de Carpish, caso contrario será igual a CERO (0). Por lo tanto, se desea determinar el efecto marginal de Xi sobre Y.

##### - Resultado del efecto marginal respecto a la EDAD

$$\frac{\Delta Prob (Y_i=0)}{\Delta X_1} = 0.031 \Rightarrow 3\%$$

De acuerdo con el resultado, se puede señalar que si el visitante/turista incrementa en una unidad (1 año), no es muy significativo o no afecta a la toma de decisiones de la disponibilidad de pagar ante una implementación de más servicios turístico, dado que ello solo se incrementa en 3%.

##### - Resultado del efecto marginal respecto al LUGAR DE PROCEDENCIA

$$\frac{\Delta Prob (Y_i=0)}{\Delta X_2} = -0.001465 \Rightarrow -0.1\%$$

Este resultado muestra que, si el visitante/turista es de un ámbito geográfico más lejano, la probabilidad en la disposición a pagar se incrementa en 0.1% (menos de 1%).

##### - Resultado del efecto marginal respecto al NIVEL EDUCATIVO

$$\frac{\Delta Prob (Y_i=0)}{\Delta X_3} = 0.0527 \Rightarrow 5\%$$

Esto implica que, si el individuo cuenta con un nivel educativo superior, entonces la probabilidad que el visitante/turista realice un pago por el servicio este aumenta en 5%, esto debido a que mientras mayor sea el nivel educativo mayor será la exigencia que tiene el individuo con respecto al servicio turístico.

- **Resultado del efecto marginal respecto al INGRESO PROMEDIO MENSUAL**

$$\frac{\Delta Prob (Y_i=0)}{\Delta X_4} = 0.00043 \Rightarrow 0.04\%$$

El ingreso al aumentar en una unidad (1 sol), no afecta a la toma de decisiones en cuanto al valor económico del recurso turístico, porque aumenta apenas en 0.04% (menos de 1%), en consecuencia, dicho incremento no es muy significativo.

- **Resultado del efecto marginal respecto al PRECIO HIPOTÉTICO**

$$\frac{\Delta Prob (Y_i=0)}{\Delta X_5} = 0.00617 \Rightarrow 0.6\%$$

De la misma manera, si el anuncio del precio hipotético se incrementa en una unidad (1 sol), es indiferente o no afecta a la toma de decisiones en cuanto al valor económico del recurso turístico, porque aumenta en 0.6% (menos de 1%), ya que dicho incremento no es muy significativo para el visitante/turista.

## CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los datos nos indican que el precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio tienen un impacto elocuente en el valor económico del servicio atractivo turístico del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

En este estudio, los datos muestran que diversos factores socioeconómicos tienen un impacto significativo en el valor económico percibido del servicio turístico ofrecido del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco. A partir de esto, se establece una relación funcional entre las variables:  $Y = f(X)$ , donde Y representa el valor económico del servicio y X incluye las características socioeconómicas de los turistas. Según el modelo econométrico utilizado, el precio hipotético que los visitantes estarían dispuestos a pagar asciende en promedio a 10.3 soles.

Por su parte, Quispe (2023), en su investigación sobre la valoración económica ambiental del turismo rural en la Isla de los Uros – Puno – 2021, concluyó que las principales variables que influyen en la disposición a pagar de los turistas son el precio hipotético, el ingreso mensual y el lugar de origen. Además, se encontró que los visitantes estarían dispuestos a pagar un adicional de S/ 5.00 por acceso al atractivo, lo que representaría un aumento considerable en los ingresos generados. Estos recursos podrían destinarse a mejorar el acceso a todas las islas, fortalecer la limpieza e higiene, y optimizar los espacios turísticos. En este sentido, aunque el presente estudio no aborda directamente todos esos factores, se observa una similitud en cuanto al papel del precio hipotético, junto con otras variables como lugar de procedencia, sexo, edad, nivel educativo, ingreso promedio y ocupación, que también determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.

Benites y Campos (2022) en su investigación “Valoración económico de los servicios ecosistémicos Área de Conservación Regional Moyán Palacio, región Lambayaque”, concluye que existe una influencia significativa del sexo, edad, población, nivel educativo, ingresos y actitudes hacia medidas ambientales hacia la valoración de los servicios provenientes del ecosistema en una región de conservación de 8,457.76 hectáreas. Asimismo, los resultados mostraron una disposición a pagar (DPA) de 11.16 soles por turista que visita el ACR Moyán Palacio. Este monto se destinaría a conservar y mejorar los servicios actualmente ofrecidos en diversas zonas. Resultados similares se

tiene en el presente estudio, en donde el sexo, edad, nivel educativo, ingreso promedio, determinan el valor económico de los servicios turísticos y se determinó que la disposición a pagar por parte de los visitantes para el ingreso al atractivo turístico es de 10.3 soles.

Alarcón (2021), en su tesis titulada “Valoración Económica del Potencial Turístico del Lago Carachamayoc, Sector Prado, Tambopata – Madre de Dios”, identificó las variables socioeconómicas más influyentes en la disposición a pagar (DAP) por el valor del potencial turístico del lago. Entre ellas destacaron el precio hipotético, la ocupación y los ingresos, todas con un nivel de significancia estadística superior al 0.1 ( $p < 0.1$ ). En particular, el precio hipotético mostró una alta relevancia, lo que indica que los visitantes consideran este factor clave al decidir cuánto están dispuestos a pagar. La DAP promedio estimada fue de S/ 5.13 por persona, lo que sugiere que existe un valor económico reconocido por parte de la población local. A partir de estos hallazgos, se concluye que la renovación del servicio y su sostenimiento son fundamentales para asegurar la viabilidad a largo plazo del atractivo turístico. Resultados similares se observan en el presente estudio, donde también se determina que la ocupación y el ingreso promedio influyen directamente en la valoración económica de los servicios turísticos. Además, se estima que los visitantes estarían dispuestos a pagar una suma promedio de 10.3 soles, lo que refuerza la idea de que existe un interés real y una percepción de valor en la experiencia turística ofrecida.

## CONCLUSIONES

1. Se determinó que el precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo, y el ingreso promedio, determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.
2. Los resultados con respecto a los factores socioeconómicos muestran que la mayoría de los visitantes/turistas tienen entre 21 y 36 años y representa el 59%; un 44% de los encuestados provienen de la región selva y solo un 2% del extranjero; asimismo, el 46% tienen un nivel educativo universitario. Por otro lado, un 66% de los visitantes del mirador de Carpish tienen un ingreso promedio mensual entre 1,288 y 3,652 soles.
3. Se identificó que el 57% (219 personas) de los visitantes estarían dispuestos a pagar un monto superior ( $> 5$  soles) para acceder al atractivo turístico del Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, en el distrito de Chinchao, toda vez que sus servicios son mejorados (restaurante que ofrece platos típicos de diferentes regiones, primeros auxilios, actividades de aventura, juegos extremos, programas de conservación del Mirador de Carpish). Además, el 31% de visitantes/turistas si están dispuestos a pagar más, el cual indican que pagarían hasta un máximo de 10 soles.
4. Se determinó que el valor económico a pagar es de 10.2 soles por el uso de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco.
5. Los visitantes/turistas están dispuestos a pagar el monto de 10 soles por el uso de los servicios turísticos en el Mirador de Carpish, distrito de Chinchao, región Huánuco. Por lo tanto, al fijar el monto de 10 soles como tarifa de entrada, se tendrá mayor ingreso y ello contribuiría a la sostenibilidad financiera del área, garantizando recursos para su conservación y fomentando un turismo responsable y compatible con la protección del ecosistema.

## RECOMENDACIONES

1. Al encargado de los servicios turísticos del Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, en el distrito de Chinchao – Provincia de Huánuco, que es factible incrementar a 10 soles la entrada a dicho recinto, dado que los turistas presentan mayor disponibilidad de realizar el pago.
2. Tenemos que encontrar alternativas de solución para la protección, conservación y mejora del área verde, debido al crecimiento poblacional que afecta al Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, en el distrito de Chinchao que es un atractivo turístico que podría generar mayores beneficios económicos a la ciudad.
3. Los turistas que provienen principalmente de la región selva (44%) y en menor medida del extranjero (2%) indican que se podría atraer a más público si se diversifican las actividades turísticas. Se sugiere promover el ecoturismo, crear rutas para caminatas guiadas, ofrecer actividades relacionadas con la observación de flora y fauna y, sobre todo, aumentar la visibilidad del atractivo para los turistas internacionales mediante campañas de marketing digital y colaboración con agencias de viajes.
4. Dado que una proporción significativa de los turistas posee estudios universitarios (46%) y están interesados en actividades de conservación, es fundamental desarrollar programas educativos y de sensibilización ambiental. Crear campañas sobre la importancia de la conservación del Mirador de Carpish y su biodiversidad, junto con actividades prácticas para involucrar a los visitantes, podría no solo atraer más turistas, sino también ayudar a preservar el entorno natural y aumentar el compromiso de los visitantes con la conservación a largo plazo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Accostupa, D. (2021). *Valoración económica del patrimonio natural Vinicunca medido a través de los métodos de valoración contingente y costo viaje [Tesis, Universidad Antonio Ruiz de Montoya]*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12833/2278>
- Alarcon, G. (2021). *Disposición a pagar a través del método de valoración contingente por el servicio ecosistémico recreativo turístico del lago Carachamayoc, sector el Prado, Tambopata - Madre de Dios [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12918/6955>
- Benites, J., & Campos, W. (2022). Valoración económica de los servicios ecosistémicos Área de Conservación Regional Moyan Palacio, región Lambayeque [Artículo, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Obtenido de <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/2297/1875>
- Bertoni, M. (2005). *Recursos naturales en nodos turísticos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27690206.pdf>
- Castiblanco, C. (2008). *La valoración económica ambiental*. Obtenido de <http://elti.fesprojects.net/2013%20Cali/c.castiblanco.valoracion.pdf>
- El Peruano. (2020). Bosque Montano de Carpish se convierte en la primera Área de Conservación Regional de Huánuco. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/sernanp/noticias/78451-bosque-montano-de-carpish-se-convierte-en-la-primera-area-de-conservacion-regional-de-huanuco>
- Espinoza, J. (2021). *Aplicación del Método de Valoración Contingente para el Mantenimiento de los Servicios Ecosistémicos del Área de Conservación Regional Humedales de Ventanilla (Lima-Perú) [Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma]*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.14138/4437>
- Greo, F. (2019). *Factores sociales*. Obtenido de [https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/GREO%20\(2019\)%20Social%20Factors%20Summary%20-%20Spanish.pdf](https://www.greo.ca/Modules/EvidenceCentre/files/GREO%20(2019)%20Social%20Factors%20Summary%20-%20Spanish.pdf)
- Hicks. (1963). Medidas de Bienestar Hicksianas.
- Marshall. (1887). Economía del Bienestar .

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (3 de Febrero de 2024). *Evolución del sector Turístico en el Perú: Una Mirada a los Últimos 10 Años*. Obtenido de <https://www.daihorizons.com/2024/01/evolucion-del-sector-turistico-en-el.html>
- Ministerio del Ambiente. (2015). *Manual de valoración económica del patrimonio natural*. Obtenido de <https://www.minam.gob.pe/patrimonio-natural/wp-content/uploads/sites/6/2013/09/MANUAL-VALORACI%C3%93N-14-10-15-OK.pdf>
- Pérez, S. (2007). *Teoría general del costo*. Obtenido de <https://apps.econ.unicen.edu.ar/sitios/costos/wp-content/uploads/2016/04/CLASE5-4.pdf>
- Quispe, J. (2023). *Valoración Económica ambiental del turismo rural en la Isla de los Uros - Puno -2021 [Tesis, Universidad Nacional del Antiplano]*. Obtenido de <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/19480>
- Quispe, M. (2020). *Valoración económica del servicio ecoturismo en los humedales de Pisco, a partir del método de valoración contingente [Tesis de maestría, Universidad Nacional Agraria La Molina]*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12996/4398>
- Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2013). *Áreas de Conservación Regional*. Obtenido de [https://biblioteca.spda.org.pe/biblioteca/mcatalogo/\\_data/20200209204218\\_5%20Doc%20Trabajo%20Areas%20de%20Conservacion%20Regional%20\(1\).pdf](https://biblioteca.spda.org.pe/biblioteca/mcatalogo/_data/20200209204218_5%20Doc%20Trabajo%20Areas%20de%20Conservacion%20Regional%20(1).pdf)
- Wiese, G. (2018). *Factores socioeconómicos que influyen en la calidad de vida de inmigrantes venezolanos en una Institución Migratoria, Lima, 2018*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31392/Wiese\\_GLG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31392/Wiese_GLG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# **ANEXOS**



## ANEXO 01: FICHA DE ENCUESTA

### UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

La presente encuesta tiene como objetivo evaluar la valoración económica que los visitantes asignan a los servicios turísticos ofrecidos por el Mirador de Carpish, ubicado en el distrito de Chinchao, región Huánuco. Los resultados de esta investigación permitirán comprender mejor las preferencias y disposición a pagar de los visitantes, lo que contribuirá a la mejora y sostenibilidad de este atractivo turístico. Su participación es fundamental para el éxito del estudio y sus respuestas son confidenciales.

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

1. Sexo: F  M

2. Edad: \_\_\_\_\_

3. Estado civil

a) Soltero

c) Casado

b) Unión libre

d) Otros \_\_\_\_\_

4. Lugar de procedencia: \_\_\_\_\_

#### INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA

5. Nivel educativo

a) Sin instrucción

d) Superior no universitario

b) Primaria

e) Superior universitario

c) Secundaria

6. Actualmente ¿Se encuentra empleado o trabajando?

a) Sí (pasar a la pregunta 7)

b) No (pasar a la pregunta 8).

7. ¿Dónde se encuentra trabajando o empleado?

a) Sector público

b) Sector privado

8. ¿Cuánto es su ingreso promedio mensual?

\_\_\_\_\_ (En soles).

#### INFORMACIÓN DEL PROYECTO

9. ¿Cómo se enteró la existencia del atractivo turístico?

a) Por un amigo

d) Redes sociales

b) Por familiares

e) Otros: \_\_\_\_\_ (especificar).

c) Por la zona

10. ¿Cuántas veces visitas al año el atractivo turístico?: \_\_\_\_\_

11. ¿Por qué motivo visita el atractivo turístico?

- a) Recreación
- b) Biodiversidad
- c) Investigación
- d) Trabajo
- e) Otro (especificar)\_\_\_\_\_

12. ¿Qué características le parece mejor del atractivo turístico?

- a) El gorila
- b) Criadero de truchas
- c) Su gastronomía
- d) Bosque neblina
- e) Sus diferentes representaciones  
(aves, manos, aerostático, etc).
- f. Otros: \_\_\_\_\_(especificar)

13. ¿Cómo calificaría usted el atractivo “El Recreo Ecoturismo CARPISH” como una zona de turismo?

- a) Muy malo
- b) Malo
- c) Regular
- d) Bueno
- e) Muy bueno

14. Para usted, ¿Qué podría mejorarse?

- a) Señalización (informativas, educativas)
- b) Seguridad y mantenimiento
- c) Sostenibilidad (promoviendo la conservación del agua y la biodiversidad local)
- d) Área de descanso
- e) Otro: \_\_\_\_\_ (especificar)

### VALORACIÓN ECONÓMICA

Suponiendo que en el atractivo turístico “Recreo ecoturismo CARPSIH” se implementarían servicios como; un restaurante que ofrece platos típicos de diferentes regiones, primeros auxilios, actividades de aventura, juegos extremos, programas de conservación del Mirador de Carpish.

15. ¿Estaría dispuesto a pagar un monto superior a lo que se cobra actual para acceder al atractivo turístico?

- a) Sí (pasar a la pregunta 16)

16. No (pasar a la pregunta 17)

17. Si su respuesta fue sí, ¿Cuánto pagaría? \_\_\_\_\_(soles).

18. Si su respuesta fue no, ¿Cuánto pagaría? \_\_\_\_\_(soles).

19. ¿Considera usted que las mejoras que se pretende realizar en el atractivo turístico son suficientes?

- a) Sí
- b) No

## ANEXO 02: Matriz de consistencia

INTERROGANTE GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES
<p>¿Cuáles son los factores que determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao - región Huánuco?</p>	<p>Determinar los principales factores que determinan el valor económico de los servicios turísticos del Mirador de Carpish, distrito de Chinchao - región Huánuco.</p>	<p>El precio hipotético, lugar de procedencia, edad, nivel educativo y el ingreso promedio, determinan el valor económico de los servicios turísticos del Área de Conservación Regional Bosque Montano de Carpish, en el distrito de Chinchao – Provincia de Huánuco.</p>	<p><b><u>Variable dependiente</u></b>  <b>Y= Valor económico de los servicios turísticos</b>    Y<sub>11</sub>= Disposición a pagar</p>
INTERROGANTES ESPECÍFICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuáles son las características del servicio turístico del Mirador de Carpish?</li> <li>- ¿Cuáles son las características de los factores socioeconómicos de los visitantes al recurso turístico del Mirador de Carpish?</li> <li>- ¿Cuál es la disponibilidad a pagar por el acceso al recurso turístico del Mirador de Carpish?</li> <li>- ¿Cómo se podría utilizar los resultados de la valoración económica para la toma de decisiones y la planificación de políticas relacionadas con la conservación del Mirador de Carpish?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las características del servicio turístico del Mirador de Carpish.</li> <li>- Identificar las características de los factores socioeconómicos de los visitantes al recurso turístico del Mirador de Carpish .</li> <li>- Determinar la disponibilidad a pagar por el acceso al recurso turístico del Mirador de Carpish.</li> </ul>		<p><b><u>Variable Independiente</u></b>  <b>X<sub>1</sub>: Factores socioeconómicos</b>  X<sub>11</sub>= Edad  X<sub>12</sub>= Lugar de procedencia  X<sub>13</sub>= Educación  X<sub>14</sub>= Ingreso promedio  X<sub>15</sub>= Precio hipotético</p>

## ANEXO 03: Portafolio de modelos

Table: MODELO\_PROBITTTT Workfile: MODELO:Untitled\

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-
	A	B	C	D	E	F			
1	Dependent Variable: DAP								
2	Method: ML - Binary Probit (Newton-Raphson / Marquardt steps)								
3	Date: 02/03/25 Time: 12:20								
4	Sample: 1 384								
5	Included observations: 384								
6	Convergence achieved after 10 iterations								
7	Coefficient covariance computed using observed Hessian								
8									
	Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.				
11	C	-7.206071	1.956053	-3.683986	0.0002				
12	EDAD	-0.096538	0.041596	-2.320821	0.0203				
13	LUGAR_PROC	-1.156961	0.542523	-2.132557	0.0330				
14	NIVEL_EDUCATIVO	1.327690	0.424977	3.123935	0.0018				
15	INGRESO_PROME...	0.002480	0.000774	3.206064	0.0013				
16	PRECIO_HIPOTETI...	0.688347	0.199532	3.449813	0.0006				
17									
18	McFadden R-squared	0.941908	Mean dependent var		0.570313				
19	S.D. dependent var	0.495677	S.E. of regression		0.101253				
20	Akaike info criterion	0.110630	Sum squared resid		3.875342				
21	Schwarz criterion	0.172358	Log likelihood		-15.24088				
22	Hannan-Quinn criter.	0.135114	Deviance		30.48177				
23	Restr. deviance	524.7181	Restr. log likelihood		-262.3590				
24	LR statistic	494.2363	Avg. log likelihood		-0.039690				
25	Prob(LR statistic)	0.000000							
26									
27	Obs with Dep=0	165	Total obs		384				
28	Obs with Dep=1	219							
29									
30									
31									

Table: MODELO\_GOMPIT Workfile: MODELO:Untitled\

View	Proc	Object	Print	Name	Edit+/-	CellFmt	Grid+/-	Title	Comments+/-
	A	B	C	D	E	F			
1	Dependent Variable: DAP								
2	Method: ML - Binary Extreme Value (Newton-Raphson / Marquardt steps)								
3	Date: 02/03/25 Time: 12:28								
4	Sample: 1 384								
5	Included observations: 384								
6	Convergence achieved after 8 iterations								
7	Coefficient covariance computed using observed Hessian								
8									
	Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.				
11	C	-6.499617	1.971123	-3.297419	0.0010				
12	EDAD	-0.188167	0.059442	-3.165569	0.0015				
13	LUGAR_PROC	-1.553139	0.737642	-2.105545	0.0352				
14	NIVEL_EDUCATIVO	1.877122	0.586201	3.202181	0.0014				
15	INGRESO_PROME...	0.003300	0.001094	3.015849	0.0026				
16	PRECIO_HIPOTETI...	0.835768	0.244891	3.412819	0.0006				
17									
18	McFadden R-squared	0.943271	Mean dependent var		0.570313				
19	S.D. dependent var	0.495677	S.E. of regression		0.101926				
20	Akaike info criterion	0.108767	Sum squared resid		3.927022				
21	Schwarz criterion	0.170498	Log likelihood		-14.88324				
22	Hannan-Quinn criter.	0.133251	Deviance		29.76649				
23	Restr. deviance	524.7181	Restr. log likelihood		-262.3590				
24	LR statistic	494.9516	Avg. log likelihood		-0.038758				
25	Prob(LR statistic)	0.000000							
26									
27	Obs with Dep=0	165	Total obs		384				
28	Obs with Dep=1	219							
29									
30									
31									
32									

**ANEXO 04: Elección del modelo**

Modelo de DAP con todos los indicadores			
<b>BONDAD DE AJUSTE</b>	<b>PROBIT</b>	<b>LOGIT</b>	<b>GOMPIT</b>
McFadden R-squared	0.941908	0.943362	0.943271
LR statistic	494.2363	494.9989	494.9516
Log likelihood	-15.24088	-14.85959	-14.88324
Akaike info criterion	0.11063	0.108644	0.108767
Schwarz criterion	0.172358	0.170372	0.170496
Hannan-Quinn criter.	0.135114	0.133128	0.133251
Prob(LR statistic)	0.00000	0.00000	0.00000
DISPONIBILIDAD A PAGAR			
<b>Coefficientes</b>	<b>PROBIT</b>	<b>LOGIT</b>	<b>GOMPIT</b>
C (Intercepto)	-7.206071	-14.06176	-6.499617
Coefficiente del Precio Hipotetico	0.688347	1.362019	0.835768
E (DAP) = C/PH	10.4686604	10.32420253	7.77681964

## ANEXO 05: Base de datos

	X = CARAC SOCIOECONOMICAS					Y = DISPOSICION A PAGAR
	Edad	Lugar de procedencia	Nivel educativo	Ingreso Prom	Precio hipotetico	Disposición a pagar
01	45	1	2	2,000	8	1
02	38	1	1	900	2	0
03	50	2	4	2,000	10	1
04	25	0	2	1,200	3	1
05	32	2	4	2,000	2	0
06	27	0	2	1,000	7	1
07	28	1	1	500	4	0
08	24	3	4	1,500	8	0
09	31	0	2	1,200	2	0
10	22	1	4	2,500	10	1
11	28	0	3	3,000	3	1
12	47	2	4	3,000	7	1
13	30	1	4	1,800	8	1
14	62	0	2	900	0	0
15	50	2	4	2,000	10	1
16	47	0	2	800	3	0
17	28	2	2	1,025	10	0
18	24	1	4	1,600	8	1
19	48	0	2	600	3	0
20	29	2	4	1,800	8	1
21	27	1	4	2,000	10	1
22	32	1	3	1,500	8	1
23	25	2	3	2,000	10	1
24	30	0	2	1,025	5	0
25	28	0	2	1,025	0	0
26	47	0	3	2,500	10	1
27	34	2	4	2,000	7	1
28	45	0	2	1,200	3	0
29	27	0	2	1,100	0	0
30	40	1	4	1,500	6	1
31	28	2	4	3,000	10	1
32	24	0	2	500	4	0
33	32	1	4	1,800	10	1
34	29	0	2	800	0	0
35	32	1	4	3,000	10	1
36	30	2	2	900	2	0
37	33	1	4	2,000	10	1
38	47	2	2	1,200	3	0
39	32	2	4	2,000	6	1
40	43	1	4	3,500	10	1
41	31	0	2	1,025	5	0
42	51	1	4	2,200	8	1
43	30	0	1	800	2	0
44	34	3	4	2 000	7	1

44	34	3	4	2,000	7	1
45	28	0	2	1,000	0	0
46	25	1	1	800	5	0
47	48	2	4	1,800	7	1
48	26	1	2	1,000	5	0
49	38	0	2	1,200	3	0
50	29	0	2	1,000	5	0
51	42	3	3	1,800	10	1
52	38	0	2	1,000	3	0
53	41	0	1	900	5	0
54	28	0	2	1,000	5	0
55	36	0	2	1,050	3	0
56	27	0	2	1,200	2	0
57	31	0	2	500	0	0
58	47	1	4	3,000	7	1
59	40	0	2	1,000	2	0
60	37	0	1	600	3	0
61	45	0	2	1,025	5	0
62	27	1	4	1,800	10	1
63	24	3	4	3,000	7	1
64	32	1	3	2,500	10	1
65	37	0	2	1,000	5	0
66	49	0	2	1,000	3	0
67	33	1	4	2,000	10	1
68	24	3	4	3,000	6	1
69	27	1	4	2,500	7	1
70	31	1	3	2,100	7	1
71	43	0	2	1,000	3	0
72	39	0	2	1,200	0	0
73	34	0	2	1,000	5	0
74	26	1	4	2,000	10	1
75	43	0	2	1,000	3	0
76	36	0	2	1,100	2	0
77	34	1	4	1,800	10	1
78	25	1	4	3,000	10	1
79	34	0	2	1,200	4	0
80	30	0	1	900	3	0
81	42	0	3	2,000	6	1
82	38	0	2	1,200	4	0
83	44	1	3	1,800	10	1
84	30	2	4	2,000	7	1
85	41	0	2	900	0	0
86	31	2	3	2,400	8	1
87	38	0	1	600	0	0
88	45	0	1	600	2	0
89	37	0	2	1,100	3	0
90	39	0	2	900	5	0
91	30	2	4	2,000	7	1
92	33	1	4	3,000	10	1

335	27	1	4	1,500	10	1
336	30	2	4	2,500	10	1
337	28	1	4	3,000	10	1
338	55	0	2	1,000	5	0
339	35	1	4	2,500	10	1
340	37	1	4	3,200	10	1
341	29	2	4	2,300	10	1
342	45	0	2	1,000	5	0
343	32	1	4	3,700	10	1
344	45	0	2	1,400	4	0
345	26	2	4	2,500	10	1
346	37	1	4	2,000	8	1
347	28	2	4	2,450	10	1
348	26	2	4	1,800	10	1
349	30	1	4	3,500	7	1
350	68	0	1	500	0	0
351	65	0	2	500	1	0
352	25	1	4	1,800	10	1
353	32	1	4	2,000	7	1
354	34	1	4	1,200	10	1
355	34	1	4	2,500	8	1
356	65	0	1	800	1	0
357	34	2	4	1,800	10	1
358	34	2	4	2,000	7	1
359	27	2	4	2,000	8	1
360	31	0	4	2,000	10	1
361	36	2	4	1,800	10	1
362	72	0	2	1,500	5	0
363	44	0	2	1,100	4	0
364	32	2	4	2,000	10	1
365	28	2	4	1,500	8	1
366	46	0	4	1,200	3	0
367	30	1	4	2,600	10	1
368	31	2	4	2,500	10	1
369	32	2	4	1,800	10	1
370	67	0	1	800	1	0
371	29	2	4	2,000	10	1
372	35	1	4	2,500	8	1
373	36	0	2	1,200	5	0
374	28	0	4	2,500	8	1
375	30	3	4	3,500	10	1
376	49	0	2	800	3	0
377	31	3	4	2,000	7	1
378	32	1	4	1,200	10	1
379	27	1	4	2,500	10	1
380	54	1	4	2,000	8	1
381	56	0	2	1,200	4	0
382	48	0	2	1,000	5	0
383	21	1	4	2,000	6	1
384	54	1	2	1,200	5	0