



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería

Seguridad turística e intención de visita del turista en el Distrito de Santa María, 2023

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Autora

Gianella Medalit Salvador Estupiñan

Asesora

Mg. Ana Juliani Rodríguez Cadillo

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha

27/01/2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Gianella Medalit Salvador Estupiñan	75119265	12/07/2024
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
M(a). Ana Juliani Rodriguez Cadillo	43173523	0000-0001-9218-8087
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dra. Patricia Elena Ramos La Rosa	42929056	0000-0002-3945-0899
Dr. Jose Luis Ausejo Sanchez	45307125	0000-0003-4674-6150
M(o). Williams Ramiro Calla Jaimes	41469196	0000-0002-3174-2248

SEGURIDAD TURÍSTICA E INTENCIÓN DE VISITA DEL TURISTA EN EL DISTRITO DE SANTA MARÍA, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

3%

★ repositorio.cientifica.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Apagado

Seguridad turística e intención de visita del turista en el Distrito de Santa María, 2023

Bach. Gianella Medalit Salvador Estupiñan

Tesis Pregrado

Asesora:

Mg. Ana Juliani Rodriguez Cadillo

Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería

Huacho – Perú

2024

Dedicatoria

Dedicado a mis abuelos en el cielo por bendecirme y guiarme siempre, a mis padres y a mi hermano recompensando todo su amor, esfuerzo y sacrificio que han hecho por sacarme adelante ante cualquier adversidad pues sin ellos no lo habría logrado, con todo mi corazón.

Gianella Medalit Salvador Estupiñan

Agradecimiento

Agradezco a Dios por guiarme en este largo camino y acompañarme siempre, a mi familia por su ejemplo, y apoyo incondicional por ser siempre mi motor y motivo de lograr siempre el éxito.

Gianella Medalit Salvador Estupiñan

Índice

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Índice	iii
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Introducción.....	x
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Descripción de la realidad problemática	12
1.2. Formulación de problemas	15
1.2.1. Problema general	15
1.2.2. Problemas específicos.....	15
1.3. Formulación de objetivos	15
1.3.1. Objetivo general	15
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
1.4. Justificación de la investigación	16
1.5. Delimitación del estudio.....	16
1.5.1. Delimitación espacial	16
1.5.2. Delimitación temporal	17
1.5.3. Delimitación conceptual.....	17
1.5.4. Delimitación social.....	17

1.6. Viabilidad del estudio.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1. Antecedentes internacionales	18
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	20
2.2. Bases teóricas	21
2.2.1. Seguridad turística	21
2.2.1.1. Dimensiones de la seguridad turística	23
2.2.1.1.1. Protección al turista	23
2.2.1.1.2. Prevención de riesgo en turismo.....	24
2.2.1.1.3. Experiencia de viaje.....	25
2.2.2. Intención de visita.....	26
2.2.2.1. Dimensiones de intención de visita	27
2.2.2.1.1. Factores de empuje	27
2.2.2.1.2. Factores de atracción	27
2.3. Definición de términos básicos.....	29
2.4. Hipótesis	31
2.4.1. Hipótesis general	31
2.4.2. Hipótesis específicas.....	31
2.5. Operacionalización de las variables	32
2.5.1. Variable: Seguridad turística	32
2.5.2. Variable: Intención de visita turística.....	33
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	
3.1. Diseño metodológico.....	34

3.1.1. Tipo de investigación.....	34
3.1.2. Diseño de investigación.....	34
3.1.3. Nivel de investigación	35
3.2. Población y muestra.....	35
3.2.1. Población	35
3.2.2. Muestra	35
3.2.3. Criterio de inclusión	36
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	36
3.4. Técnicas para el procedimiento de la información.....	36
3.5. Matriz de consistencia	38
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1. Análisis de resultados	39
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1. Conclusiones.....	53
6.2. Recomendaciones	54
Referencias bibliográficas	55

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de la variable seguridad turística.....	32
Tabla 2 Matriz de Operacionalización de la variable intención de visita turística.....	33
Tabla 3 Niveles de seguridad turística.....	39
Tabla 4 Niveles de intención de visita.....	40
Tabla 5 Niveles de medidas de protección	41
Tabla 6 Niveles de prevención de riesgo	42
Tabla 7 Niveles de experiencia turística.....	43
Tabla 8 Niveles de factor de empuje	44
Tabla 9 Niveles de factor de atracción	45
Tabla 10 Correlación de seguridad turística e intención de visita	46
Tabla 11 Correlación de medidas de protección e intención de visita	47
Tabla 12 Correlación de prevención de riesgos e intención de visita.....	48
Tabla 13 Correlación de experiencia turística e intención de visita	49

Índice de figuras

Figura 1 Niveles de seguridad turística	39
Figura 2 Niveles de intención de visita	40
Figura 3 Niveles de medidas de protección.....	41
Figura 4 Niveles de prevención de riesgo	42
Figura 5 Niveles de experiencia turística	43
Figura 6 Niveles de factor de empuje.....	44
Figura 7 Niveles de factor de atracción.....	45

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre seguridad turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023. Como metodología se empleó un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional y diseño no experimental, con una muestra de 100 turistas seleccionadas por conveniencia a quienes se les aplicó un cuestionario de encuesta medido en una escala tipo Likert. Los resultados mostraron que el 5% de los visitantes percibían un nivel bajo de seguridad, mientras que el 66% lo consideraba medio y el 29% lo evaluaba como alto. Respecto a la intención de visita, el 35% tenía un nivel medio y el 65% mostraba un alto interés en explorar el distrito. El estudio concluye con una correlación positiva entre seguridad turística e intención de visita representado por un coeficiente de Spearman de 0.548 y un p-valor de 0.000 (≤ 0.05), indicando que a medida que aumenta la percepción de seguridad, también lo hace la disposición a visitar el distrito. Estos hallazgos sugieren la importancia de garantizar un entorno seguro para mejorar la experiencia turística y promover el atractivo del destino.

Palabras clave: Seguridad, Medida de seguridad, reducción del riesgo de desastre, turismo

Abstract

The objective of this study was to determine the relationship between tourist safety and intention to visit the district of Santa María in 2023. As a methodology, a quantitative approach was used, of a correlational type and non-experimental design, with a sample of 100 tourists selected by convenience to who were administered a survey questionnaire measured on a Likert-type scale. The results showed that 5% of visitors perceived a low level of security, while 66% considered it medium and 29% evaluated it as high. Regarding the intention to visit, 35% had a medium level and 65% showed a high interest in exploring the district. The study concludes with a positive correlation between tourist safety and intention to visit represented by a Spearman coefficient of 0.548 and a p-value of 0.000 (≤ 0.05), indicating that as the perception of safety increases, so does the willingness to visit the district. These findings suggest the importance of ensuring a safe environment to enhance the tourism experience and promote destination attractiveness.

Keywords: Security, Safety measure, disaster risk reduction, tourism

Introducción

La seguridad turística y la intención de visita son elementos fundamentales en la experiencia del turista y en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles. Este estudio se enfoca en analizar la relación entre ambas variables en el contexto del distrito de Santa María, donde la seguridad y la atracción turística son aspectos vitales para su desarrollo. El estudio se desarrolla en seis capítulos, que dan cumplimiento a lo solicitado por las instancias de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión y a continuación se describen.

El primer capítulo describe la realidad problemática, formulando preguntas clave y estableciendo el objetivo de investigación, centrado en comprender cómo la percepción de seguridad se relaciona con la disposición de los turistas a visitar el distrito. Se justifica la importancia del estudio, y se delimita el alcance de la investigación.

El segundo capítulo revisa los antecedentes del estudio y las bases teóricas que fundamentan la relación entre seguridad turística e intención de visita. Se definen los términos básicos y se plantean las hipótesis del estudio, y las variables operacionalizadas para su análisis.

El tercer capítulo detalla el diseño metodológico empleado, identificando el tipo, diseño, nivel y enfoque de la investigación, así como la población y muestra seleccionada. Se describen las técnicas de recolección de datos utilizadas para obtener información relevante.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados obtenidos mediante análisis descriptivos e inferenciales, proporcionando una visión clara de la relación entre seguridad turística e intención de visita.

El quinto capítulo se dedica a la discusión de los hallazgos, analizando su significado y relevancia en el contexto del estudio.

Finalmente, el sexto capítulo resume las conclusiones obtenidas y ofrece recomendaciones para mejorar la seguridad turística y promover la visita al distrito, contribuyendo así al desarrollo sostenible del turismo en el distrito de Santa María.

La autora

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La seguridad turística abarca las dimensiones, como la seguridad física de los turistas y su protección contra delitos y accidentes, así como también la seguridad sanitaria y la prevención de enfermedades contagiosas, especialmente en momentos de pandemias o crisis de salud pública.

A nivel internacional, se pudo observar que durante la crisis sanitaria, que trajo consigo el cierre de fronteras, dejó a la deriva a muchos turistas en distintas partes del mundo con vuelos cancelados, viviendo en lugares extraños, sin asistencia médica ni consular y sin recursos económicos para cubrir sus necesidades durante el confinamiento, generando un entorno de incertidumbre e inseguridad, que afectó negativamente a la confianza de los turistas en los viajes internacionales. Asimismo, la Organización de Estados Americanos (OEA), América Latina y el Caribe presentan una tasa de homicidios cuatro veces mayor que la media mundial, especificando una alta tasa de homicidios (Hernández, 2021). Por ejemplo, destinos turísticos internacionales como México presentan un alto índice de delitos de robo, homicidios, narcotráficos, que impactan en la percepción de seguridad, generando temor no solo para los turistas sino también para los mismos anfitriones.

En el Perú, los indicadores de inseguridad ciudadana van incrementando, y se ven reflejadas en los altos índices de acciones delictivas y denuncias generadas en Lima y otras regiones, que afectan significativamente la actividad turística y el flujo turístico; sumado a todas las acciones violentas, protestas, entre otros suscitadas a inicios del año 2023, encontrándose un registro alto de denuncias en las regiones durante los meses de octubre y diciembre 2022, donde Lima Metropolitana registró 44,879 denuncias por delitos, representando el 27% en relación al total registrado en dicho año; siguen Lambayeque (22%), Arequipa (18%), La Libertad (17%) y Piura (16%) (Gestión, 2023). Asimismo, otra situación que perjudica la seguridad de los destinos turísticos son los enfrentamientos violentos, protestas y bloqueos y según cifras de INEI (2023), en diciembre del 2022 se registró en el Cuzco una disminución del 52% en las llegadas de turistas nacionales y 38% en llegadas internacionales. Esta situación de inseguridad limita la intención de visita de los turistas y, aunque en algunos destinos turísticos como Cuzco, Arequipa y Lima cuentan con policía de turismo, esta solo se encuentra en perímetros determinados y orienta su labor principalmente a la información turística y al uso de servicios y bienes turísticos. No obstante, las ciudades turísticas necesitan demostrar ser seguros para los visitantes desde la planificación del viaje, durante su viaje hasta el retorno del turista a su residencia habitual. En los destinos turísticos, los actos delictivos en contra de los visitantes no solo perjudican a ellos, sino que también deteriora la imagen de la misma ciudad, que requiere de acciones constantes y costosas para mantenerla de forma positiva.

El distrito de Santa María forma parte de la jurisdicción de la provincia de Huaura y de la Región Lima y como tal se presentan cifras alarmantes de inseguridad que atañen a toda la provincia de Huaura en su conjunto. Sobre ello, en el Plan Regional de Seguridad Ciudadana 2022, la provincia de Huaura ocupa el segundo lugar de victimización en la Región con un 25% de incidencias delictiva contra la vida, cuerpo y salud, hurto, robo, extorsión y secuestro, solo seguido de Cañete que representa el 40% de incidencia delictiva. Asimismo, la Comisaria de Huacho que abarca los distritos de Huacho, Carquín, Hualmay, Santa María y Huaura ocupa el tercer lugar en registrar la mayor cantidad de denuncias por delito de violencia, además, registró 390 incidencias delitos de hurto y robo durante el año 2021, y registro alrededor de 43 accidentes de tránsito, finalmente se muestra un índice de

percepción de inseguridad del 86%, lo que significa que de cada 10 personas 8 se sienten insegura (Municipalidad Distrital de Huaura, 2022), que no solo representa una preocupación para el ciudadano sino también para el visitante, quien antes de decidir su próximo destino de vacaciones, evalúa diferentes factores internos y externos de un destino turístico, revisando información diferentes medios de comunicación como internet, televisión, radio.

Pese a dichos resultados que evidencian inseguridad en el distrito y a pesar de que existe normativa legal que promueve la conformación de la Red de Protección al Turista a nivel nacional, la Municipalidad Distrital de Santa María a través de la oficina de turismo no han conformado ninguna Red, no cuenta con policía de turismo y no cuenta con un plan de prevención de riesgo, lo que agudiza el proceso de identificación de situaciones de riesgo y vulnerabilidad de los turistas y debilitan la implementación de acciones que mejoren las condiciones de seguridad turística en el distrito.

Las causas mencionadas asociadas a una débil estrategia de seguridad turística traen como consecuencia una falta de interés y preocupación por el turista, toda vez que, el turista siempre evalúa diferentes factores externos antes de tomar la decisión de viajar y esto se ve reflejado en cifras como la ocupabilidad hotelera a nivel nacional se encuentra en un 45% frente a una cifra de 74% de años anteriores (Pérez, 2023). La disminución en la afluencia turística impacta negativamente en la economía local, puesto que, cuando los turistas atraviesan por situaciones que pusieron en riesgo su seguridad e integridad física, viéndose afectados en la capacidad de disfrute del destino turístico, no solo es manifestado ante las instancias respectivas como la Policía Nacional e Indecopi sino también es difundido en redes sociales generando una mayor sensación de inseguridad, socavando la confianza en el destino, lo que a su vez puede tener repercusiones económicas y sociales. En ese sentido, la seguridad es, por lo tanto, un factor crítico para el desarrollo y éxito de un destino turístico.

Para mejorar la seguridad turística y fomentar la intención de viaje, los destinos deben implementar estrategias como la promoción de medidas de seguridad visible, la cooperación con las autoridades locales, y la sensibilización de los visitantes sobre prácticas seguras. La inversión en infraestructura, iluminación pública y la formación de personal turístico en

seguridad contribuirán a fortalecer la percepción de seguridad, atraer más turistas y potenciar el desarrollo turístico sostenible.

1.2. Formulación de problemas

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?

¿Cuál es la relación entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?

¿Cuál es la relación entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?

1.3. Formulación de objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

Establecer la relación entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Identificar la relación entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Determinar la relación entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación teórica

El presente estudio se fundamentará en teoría vinculadas a la seguridad turística y la intención de viaje, permitiendo incrementar el conocimiento teórico sobre dichas variables en un contexto turístico, toda vez que, la seguridad es un factor clave para atraer más turistas, quienes exigen un ambiente seguro para el disfrute.

Justificación práctica

El presente estudio permitirá analizar la relación que existe entre seguridad turística e intención de viaje, cuyos resultados permitirán conocer la percepción que tienen los turistas que visitan la ciudad de Santa María sobre mencionadas variables. Información valiosa para las autoridades y empresas turísticas útiles para la toma de decisiones estratégicas que mejoren la experiencia de viaje del turista.

Justificación metodológica

El estudio se desarrollará aplicando del método científico, cumpliendo con un diseño de investigación que coadyuvará al logro de los objetivos, aplicando técnicas e instrumentos confiables y válidos que generará información confiable que aunado a las recomendaciones de la investigadora será útil para la toma de decisiones.

1.5. Delimitación del estudio

1.5.1. Delimitación espacial

El trabajo se desarrollará en el distrito de Santa María, jurisdicción de la provincia de Huaura.

1.5.2. Delimitación temporal

El estudio se ejecutará dentro de los meses julio del 2023 a enero del 2024.

1.5.3. Delimitación conceptual

Para cumplir con los objetivos del presente estudio se abordará una fundamentación teórica para el constructo materia de investigación seguridad turística e intención de visita. En ese sentido, el constructo seguridad turística se fundamenta como la seguridad turística comprende medidas y acciones destinadas a proteger a los turistas y garantizar su bienestar durante sus viajes mediante un conjunto de estrategias, políticas y prácticas diseñadas para prevenir y mitigar los riesgos asociados con el turismo, así como para promover la confianza y la tranquilidad de los visitantes (García & Pérez, 2018).

Asimismo, el siguiente constructo materia de investigación, intención de viaje se fundamenta como un proceso que está condicionada por los factores de empuje que comprenden las necesidades sociopsicológicas, relacionadas y los factores de atracción que son externos y se relacionan con el atractivo y las características específicas del destino turístico (Uysal & Jurowski, 1994).

1.5.4. Delimitación social

El presente estudio se desarrollará involucrando a los turistas que visitan el distrito de Santa María.

1.6. Viabilidad del estudio

El desarrollo del presente estudio es viable puesto que, la investigadora cuenta con los recursos materiales, económicos, disponibilidad de tiempo y conocimientos teórico y práctico sobre las variables de investigación, que posibilitará el cumplimiento de los objetivos del estudio.

Asimismo, es posible acceder a información institucional por transparencia a través de las páginas web de cada una de las instituciones. Además, es posible acceder a bibliografía relevante y confiable a través de bibliotecas virtuales y/o bases de datos de revistas indexadas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Chandi et al. (2022) en su estudio propusieron analizar la seguridad turística del cantón Montúfar, así como, determinar la demanda turística en el cantón para correlacionar con la seguridad y la demanda turística. Como metodología presenta un enfoque mixto cuantitativo de tipo correlacional y cualitativo de tipo fenomenológico, se usó la técnica de la encuesta y entrevista a una muestra conformada por 205 turistas y 2 representantes de instituciones públicas y 8 empresarios turísticos. Como resultado, se obtuvo que el 90.7% de turistas no han tenido problemas de inseguridad en el destino turístico, el 83.9% perciben que los negocios turísticos son seguros, el 52,7% afirma que la seguridad tiene influencia sobre la elección de viaje y un 97.1% cree que la seguridad turística tiene influencia sobre la demanda turística. En ese sentido, se concluye que la seguridad turística en Montúfar influye en la demanda turística.

Hernández-Estrada et al. (2021) en su estudio planteó el objetivo de analizar las motivaciones turísticas sobre la intención de visita a la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, frente al estado de inseguridad por narcotráfico. Como metodología usó un enfoque cuantitativo de tipo explicativo, método deductivo, no experimental con la participación 453 turistas de turismo interno y receptivo, mediante un análisis estadístico de mínimos cuadrados parciales

se obtuvo como resultado que a pesar de la inseguridad a raíz del narcotráfico, las motivaciones pull (incentivos relacionado a atractivos turísticos de interés) tienen una mayor incidencia de las motivaciones push (incentivos relacionado a actividades de recreación y ocio). No obstante, esta latente inseguridad influye en la conducta del encuestado, quienes asumen un comportamiento de prevención en los espacios concurridos. Los turistas extranjeros perciben un menor nivel de estrago ocasionado por la situación de inseguridad y muestran más motivaciones pull y push, dando como resultado una mayor intención de viaje al lugar que los propios nacionales. En ese sentido, Mazatlán a pesar de tener espacios inminentemente peligrosos, generan estímulos que motivan una estancia vacacional.

Denda et al. (2021) en su estudio planteó como objetivo determinar la percepción de los turistas sobre la inseguridad en la región Mena y su influencia al proceso de decisión de viaje. Metodológicamente el estudio presenta un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, como técnica uso la encuesta de una muestra conformada por 301 encuestados, pero válido solo 249. La investigación concluye que la reubicación de la demanda turística de Serbia es producida como consecuencia de la crisis que atraviesa. Asimismo, el estudio afirma que la situación de seguridad no se constituye como un factor decisivo en la selección del destino turístico.

Jiménez y Pérez (2018) en su estudio planteó el objetivo de correlacionar la seguridad turística con los estándares de calidad en los destinos turísticos y en los servicios de alojamiento. Como metodología, es un estudio analítico, de revisión sistemática, cuya muestra estuvo conformado por 35 y 60 archivos entre julio y diciembre del 2017, siendo seleccionado solo aquellos que tengan una mayor congruencia con los objetivos del estudio. El trabajo concluye con la relación entre la seguridad turística y la calidad. Factores como el cambio cultural, gestión eficaz de resultados, agencias, gobiernos y opinión pública marcan la calidad, que repercuten en valor añadido a la gestión, solvencia y fidelización que se presta. Asimismo, los espacios geográficos que muestran una mejor política y prácticas de seguridad son aquellos más visitados, motivo por el cual se debe seguir estudiando, planificando y considerar medidas de mejora continua.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Condori y Apaza (2022) en su estudio planteó el objetivo describir la percepción de seguridad del visitante en la ruta a la montaña de colores Vinicunca en la ciudad del cusco durante el año 2021. Como diseño metodológico, presenta un enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, con una población de 120 visitantes, se usó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Como resultado se obtuvo que la percepción de seguridad en la montaña es regular representado por el 45%, un 42% la consideró como buena y esto debido a que los visitantes que tomaron el recorrido hacia la montaña de siete colores evidenciaron peligros graves y notaron que los guías no estuvieron al pendiente de las amenazas y no contaban con instrumentos idóneos para brindar confianza y seguridad en cada uno de los turistas.

Ruiz (2021) en su estudio propuso el objetivo de determinar la relación existente entre la seguridad turística y la calidad de servicio turístico en el Distrito de Sauce, provincia y región San Martín, año 2018; bajo un diseño metodológico descriptivo-correlacional, no experimental, con una población de 230 112 turistas nacionales y extranjeros y una muestra de 384 personas, bajo la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento. Como conclusión, la seguridad turística en el distrito de Sauce en el año 2018 ha mejorado y se evidencia por la buena seguridad informativa y de facilitación que se le ofrece al visitante. Asimismo, se logró determinar que la calidad de los servicios turísticos en el distrito de Sauce es alta, destacando la fiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta de los trabajadores, la confianza que muestra los colaboradores a la hora de atender al usuario. Finalmente, se logró determinar una relación significativa entre la seguridad turística y la calidad de los servicios turísticos en el distrito de Sauce con un coeficiente de correlación de Spearman de 0,793.

Alejandrina (2019) en su estudio propuso el objetivo de determinar la relación entre seguridad turística y su relación con la satisfacción del turista que visita el destino turístico Quistococha de la ciudad de Iquitos. Como metodología se optó por un estudio de enfoque descriptivo correlacional con diseño no experimental, con una población de 233,024 turistas extranjeros y nacionales, y una muestra de 384 turistas, donde se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. La investigación concluye que la seguridad

turística en el destino turístico de Iquitos es regular (64%), puesto que, existen muchas deficiencias en la seguridad pública, médica, informativa, vial, ambiental, entre otros. Asimismo, se halló que la satisfacción del turista muestra un nivel medio (52%), concluyendo que existe relación entre la seguridad turística y la satisfacción del turista que visita un lugar turístico de Iquitos con un coeficiente de correlación de 0,823.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Seguridad turística

La seguridad ha sido un concepto que se vincula a la ley, territorio y Estado como una necesidad básica y un derecho constitucional. Para tratar el tema de seguridad, hacemos referencia a la pirámide de Maslow, la misma que detalla a seguridad en la segunda escala como una necesidad básica y está relacionada a la protección y seguridad de la persona (Gálvez et al., 2020).

La seguridad como derecho constitucional se encuentra definido en el Art. 1 de la Constitución del Perú como la defensa que posee cada ser humano y respeto de su dignidad como un fin supremo de la sociedad y del Estado, en el Art. 22 se sostiene que la persona tiene derecho a la paz, tranquilidad, goce del tiempo libre, descanso y de encontrarse en un ambiente en equilibrio e ideal para su propio desarrollo humano. Cabe resaltar, que es el Estado Peruano responsable de generar las condiciones necesarias que aseguren la tranquilidad y paz de todos sus habitantes y visitantes.

El turismo es una actividad que implica un desplazamiento desde el lugar de residencia habitual hacia un destino turístico, haciendo uso de diferentes servicios que forman parte de la cadena de valor del turismo, cuya concatenación generan una experiencia para el turista positiva o negativa. Esta experiencia se ve influenciada por diferentes factores, siendo la seguridad del destino turístico un factor relevante para el visitante y con el tiempo, probablemente se convierta en un elemento decisorio para elegir un destino turístico. Ahora bien, la seguridad turística posee una conceptualización multidimensional que tiene por objeto prevenir y atender integralmente a los visitantes, empresarios turísticos y población

en general en temas vinculados a la salud, integridad física, psicología y economía (Fundación Turismo para Todos, 2020). Asimismo, la seguridad turística comprende medidas y acciones destinadas a proteger a los turistas y garantizar su bienestar durante sus viajes mediante estrategias, políticas y prácticas diseñadas para prevenir y mitigar los riesgos asociados con el turismo, así como para promover la confianza y la tranquilidad de los visitantes (García y Pérez, 2018). Este término no es nuevo, desde tiempos inmemoriales las ciudades se amurallaban con el objetivo de repeler ataques externos que eran fundamentados por la autorización del Rey (Korstanje, 2012).

Brindar seguridad al turista comprende diversos aspectos como: protección contra el delito, prevención de accidentes y emergencias, provisión de servicio de salud e higiene, seguridad vial, seguridad en el transporte, protección del patrimonio turístico, y gestión de riesgos vinculados a desastres naturales, entre otros. La seguridad turística resulta de suma importancia para la calidad en el turismo, en ese sentido, el éxito de un destino turístico depende de la propuesta de un entorno seguro para el visitante (Amir et al., 2015).

En el Art. 35° de la Ley No 29408, Ley General de Turismo (2009), se crea la Red de Protección al Turista que en cumplimiento de su función se encargaran de la elaboración del Plan de Protección al Turista, que propondrá y coordinará formas para proteger y defender a los turistas y sus bienes. Como Red de Protección al Turista tiene nueve (09) funciones que cumplir: (1) Elaboración y ejecución del Plan de Protección al Turista, (2) ejecución de acciones idóneas para garantizar la seguridad turística, (3) promoción de formas que informan, protejan, y asistan al turista en concordancia con las autoridades competentes, (4) coordinación con otras instituciones para prevenir, atender y sancionar cualquier evento que atente, agrede o amenace la integridad física de los turistas, (5) coordinación con las instituciones competentes para prevenir, atender y sancionar los atentados contra instalaciones turísticas o patrimonio turístico, (6) propuesta de normativa legal para la protección y defensa del turista, (7) realización de acciones publica-privado para la protección y defensa del turista, entre otras acciones que pongan en salvaguarda a todas las personas y bienes que forman parte de la actividad turística.

2.2.1.1. Dimensiones de la seguridad turística

2.2.1.1.1. Protección al turista

La protección del turista se refiere a las medidas y normativas legales implementadas para salvaguardar los derechos, seguridad y bienestar de los viajeros durante su experiencia turística (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [Mincetur], 2023). La actividad turística como tal es una actividad que tiene un gran aporte al contexto económico y social para muchas ciudades en el Perú y como tal, resulta imprescindible garantizar un entorno de confianza y seguridad para la mejor satisfacción de los visitantes. Los turistas poseen derechos específicos que deben ser respetados y protegidos durante toda la experiencia de viaje. Estos derechos pueden incluir el acceso a información precisa y clara sobre servicios turísticos, la integridad personal y la seguridad, la protección contra el fraude y el engaño, la privacidad, la igualdad de trato y la asistencia en caso de emergencias o situaciones problemáticas (El Peruano, 2022).

Existen diversas normativas legales y regulaciones a nivel nacional e internacional que buscan proteger los derechos de los turistas. Estas normativas pueden abordar temas como la calidad y seguridad de los servicios turísticos, la protección al consumidor, los contratos y acuerdos entre turistas y proveedores de servicios, la responsabilidad de las agencias de viajes y las empresas turísticas, entre otros aspectos relevantes.

Ley N° 29408 (2009), en el Art 35° se promueve la creación de la Red de Protección que tiene un alcance multisectorial y como una de sus funciones está la elaboración del Plan de Protección al Turista, documento que debe ser consensuado entre el sector público y privado, involucrando al Mincetur, al Ministerio del Interior (Mininter) y la Dirección de Turismo y Protección del Ambiente. El Plan de Protección al Turista 2023 comprende cuatro ejes: fortalecimiento de la Red Regional de Protección al Turista en cada una de las regiones del país; la gestión de instituciones estratégicas para promover la seguridad turística en el ámbito terrestre, acuático y Espacios Naturales Protegidos; el fortalecimiento de la Seguridad Turística y de acciones para formalizar la actividad turística; y la firma de convenios de cooperación intersectorial entre el sector público y privado (Mincetur, 2023).

2.2.1.1.2. Prevención de riesgo en turismo

El turismo implica la exposición a diversos tipos de riesgos, tanto naturales como humanos. Los riesgos naturales pueden incluir desastres naturales, enfermedades endémicas, condiciones climáticas adversas, entre otros. Los riesgos pueden afectar negativamente la experiencia de los turistas y poner en peligro su seguridad, salud y bienestar, manifestando una situación de alta vulnerabilidad de la actividad turística, que siempre ha sido enfrentada con mucha resiliencia (Cruces, 2021). El riesgo manejado correctamente valoriza situaciones placenteras, que trastoca la percepción y relevancia del gozo de las personas (Galmarini & Blacha, 2020).

La gestión del riesgo en el turismo requiere identificar, evaluar y mitigar los riesgos potenciales para fortalecer la seguridad y el bienestar de los turistas. Esto requiere que se implementen cualquier tipo de medida preventiva, la planificación de contingencias, la promoción de la seguridad y la comunicación clara de los riesgos existentes a los turistas. El término de seguridad turística presenta diversos enfoques, en este caso en específico se refiere a la intención del turista para regresar de forma segura y adecuadas condiciones para satisfacer las necesidades de viaje (García & Pérez, 2018).

La percepción de riesgo puede influir en las decisiones de viaje y en la elección de destinos, así como en la satisfacción general del turista durante su estancia. Riesgo y turismo son términos que implican situaciones complejas de origen social, cuyas autoridades tomado acciones apropiadas para prevenir, reducir y controlar acciones que pudieran considerarse peligrosas o perjudiciales para la propia actividad turística y para la sociedad en general (Korstanje, 2013). Dichos riesgos humanos pueden estar relacionados con la seguridad personal, la delincuencia, el terrorismo, las estafas, la salud y la seguridad alimentaria, entre otros. Asimismo, los riesgos que están asociados a viajes y se clasifican en riesgos a) financiero, b) social, c) psicológico, d) corporal, e) de funciones, f) experiencias negativas, g) situaciones peligrosas, h) de salubridad por la mala manipulación de alimentos e i) ataques terroristas (Korstanje, 2012).

2.2.1.1.3. Experiencia de viaje

La experiencia turística se refiere al conjunto de vivencias, emociones y percepciones que experimenta una persona durante su viaje o estancia en un destino turístico. Esta experiencia abarca desde la planificación del viaje, la llegada al destino, la interacción con el entorno y la participación en actividades turísticas, hasta el regreso a casa, motivo por el cual se debe gestionar una visita más responsable, sobre todo en lugares que son frágiles como las áreas naturales protegidas (Abdelouhab et al., 2012).

La experiencia turística es una construcción social que tiene la capacidad de influir en el turista, y, es el turista quien tiene la capacidad de crear en su cerebro algo que existe y cuando el visitante recibe los estímulos en el destino turístico que visita, el cerebro activa una serie de circuitos sensoriales sobre dichos estímulos generando una valoración afectiva y cognitiva (Izaguirre, 2012). Toda la información sobre los destinos turísticos es capturada por los cinco sentidos del visitante pasan a evaluarse por las vías nerviosas y la corteza cerebral y se involucra en la parte límbica y de memoria a fin de generar un primer valor afectivo y cognitivo de la experiencia en la visita turística (Braidot, 2010).

La experiencia turística puede ser influenciada por una variedad de factores, como las expectativas del turista, la calidad de los servicios turísticos, el entorno natural o cultural, la interacción con la comunidad local y la satisfacción de las necesidades y deseos individuales del viajero. En ese sentido, antes de que el turista tome la decisión de visitar un destino turístico, el turista se imagina determinadas condiciones entre positivas y negativas, que emocionan al turista antes que realice la visita para luego ser contrastadas por la realidad en el mismo destino, resultando necesario la calidad y autenticidad de la información para no generar falsas expectativas (Braidot, 2010).

2.2.2. Intención de visita

El crecimiento de la actividad a nivel mundial y nacional se debe a determinados factores de empuje y atracción, dicho concepto fue teorizado en la década de los setenta por Dann y que hasta la actualidad sigue siendo considerado por los estudiosos modernos (Salmón et al., 2019). Los consumidores justifican su comportamiento de compra e identifican razones de consumo apropiadas (Chen et al., 2017). El establecimiento de los motivos que favorecen la intención de visita depende de los atributos del destino turístico. Por ejemplo, la información que se tiene sobre el destino turístico impulsa el consumo utilitario y el atributo experiencial de los destinos turísticos impulsan el consumo hedónico (Byun & Jang, 2015).

Un destino turístico representa un espacio geográfico que posee diferentes significados y valores, entre los significados encontramos a los hedónicos, utilitarios, sociales y de consumo (Byun & Jang, 2015; Hosany & Gilbert, 2010) y cada uno de los destinos ofrecen diferentes experiencias de viaje a los turistas, que vienen atraídos por diferentes motivaciones o intención de viaje en función de las características y significado del lugar visitado (Byun & Jang, 2015; Hudson & Ritchie, 2009). La intención de visita turística se refiere al propósito o motivo que impulsa a una persona a viajar a un destino específico con fines turísticos.

La intención de viajar es inherente al individuo, quien se siente motivado para visitar y explorar un lugar determinado a fin de disfrutar de sus atracciones, actividades y experiencias turísticas influenciado por los factores de empuje y atracción. Dichos factores fueron aceptados desde la década de los setenta por autores como Crompton, Uysal y Hagen, quienes sostienen que las personas viajan porque son empujadas a tomar esta decisión por fuerzas internas y empujadas por fuerzas externas de los atributos de destino, respecto a ello, el concepto de “jale” (pull) y “empuje” (push), las que proporcionan razones de por qué la gente viaja. En otras palabras, la motivación de empuje es una energía interna que motiva a un individuo y aumenta el deseo para que viaje, mientras que la motivación de atracción es

una fuerza externa a un individuo e influencia a que la gente quiera viajar (Uysal & Jurowski, 1994).

Uysal y Jurowski (1994) sostienen que los factores de empuje comprenden las necesidades sociopsicológicas, relacionadas con los motivadores intrínsecos, mientras que los factores de atracción son externos y se relacionan con el atractivo y las características específicas del destino turístico. En ese sentido, la mayoría de los factores de empuje representan motivadores intrínsecos y se relaciona con el deseo de escapar, descansar y relajarse, el prestigio, la salud y el estado físico, la aventura y la interrelación humana. Por otro lado, los factores de atracción son aquellos que se generan como resultado propio de la percepción del atractivo generando deseo de viajar. Incluyen tanto elementos tangibles, como espacios naturales, culturales, espacios recreativos, como las percepciones y expectativas de los visitantes como innovación, expectativas de beneficios e imagen de marketing.

2.2.2.1. Dimensiones de intención de visita

2.2.2.1.1. Factores de empuje

Mohammad y Mat Som (2010) también examinaron las motivaciones de viaje que influyen sobre la intención de visita de los turistas extranjeros a Jordania. En el estudio, se encontraron ocho factores de empuje como satisfacer el prestigio, mejorar la relación, buscar la relajación, mejorar el círculo social, hacer turismo, satisfacer las necesidades espirituales, escapar de la rutina diaria y adquirir conocimiento.

Por otro lado, Jang y Wu (2006) afirmaron que los factores de empuje comunes encontrados en la mayoría de los estudios incluyen la relajación, la búsqueda de conocimiento y la unión familiar. Como conclusión se sostiene que los motivos personales que tiene el turista antes de visitar el destino turístico corresponderán a los motivos de empuje (Bashar & Puad, 2010).

2.2.2.1.2. Factores de atracción

El turismo es un sector que en los últimos años se ha visto más susceptible a situaciones de desastres naturales, crisis sanitarias, crisis económicas y problemas

antropogénicos. Dichos eventos tienen incidencia en la estadía y el gasto turístico. Lamentablemente, son los destinos turísticos, espacios preferidos para la delincuencia e inclusive para actos criminales organizados por dos razones específicas: a) convertirse en un potencial mercado de comercialización y consumo de estupefacientes y b) representar un espacio apropiado para cometer actos delictivos contra los visitantes, exponiendo a los mismos a sufrir algún tipo de violencia. También, es un escenario propicio para cometerse actos delictivos graves que ponen en riesgo la integridad física y mental de la persona como secuestro, extorsión, trata de personas, prostitución, lavado de activo, contrabando, entre otros (Hernández-Estrada et al., 2021).

Por lo tanto, la seguridad y la protección del destino previsto son muy importantes en la mente de los viajeros (Salmón et al., 2019). En ese sentido, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2017) afirma que cuando sucede un desastre natural o causado por el hombre como atentados terroristas, el gasto de los visitantes suele disminuir automáticamente, puesto que, los turistas buscarán destinos alternativos que sean percibidos como más seguros.

Autores como Yousefi y Marzuki (2015) argumentaron que, a pesar de que los factores push-pull representan factores sustanciales que explican por qué las personas se embarcan en el turismo, no existe un marco teórico o conceptual globalmente aceptado para comprender tales motivos. Por lo tanto, conocer los factores que motivan a las personas a viajar y ofrecer productos que satisfagan esas necesidades permitirá a los especialistas en marketing de destinos identificar mejor los atributos que deben promoverse para satisfacer las necesidades y los deseos de los turistas (Huang, 2010).

Los factores de atracción más comunes fueron los entornos naturales e históricos, la seguridad, el costo, la facilidad de acceso y las instalaciones. Asimismo, se han identificado ocho factores de atracción como eventos y actividades, fácil acceso y asequible, historia y cultura, búsqueda de variedad, aventura, recursos naturales, sitios patrimoniales y variedad de visitas turísticas (Mohammad y Mat Som, 2010). En ese sentido, la identificación y análisis de los factores de atracción permitirán generar mejores condiciones de atracción al destino turístico. Por lo tanto, las características que posee un destino turístico representan

los motivos de atracción, lo que determinan las percepciones del destino (Bashar & Puad, 2010).

Desde la perspectiva de los turistas, la sensación general de estar seguros mientras viajan y dentro de la elección de sus destinos se considera un factor esencial sobre cualquier otro (George, 2003; Hsu et al., 2017). Si un turista percibe que el destino previsto está asegurado, su motivación hacia el destino deseado será positiva, mientras que, de lo contrario, hará que los turistas perciban que el destino no está asegurado, para ello, resulta de suma importancia conocer sobre la interacción de estas fuerzas, y que pueden ayudar a los gestores y comercializadores de los destinos turísticos a determinar la combinación más exitosa de factores de empuje y atracción.

Respecto a ello, Baloglu y Brinberg (1997) argumentaron que el concepto de paquetes de productos se utiliza para referirse a la importancia percibida de la interacción entre elementos push y pull de las motivaciones. Esto implica que ciertas razones para viajar pueden corresponder a determinados beneficios que se van a valorar y obtener en el lugar de destino. Así, los mercadólogos y Los promotores de destinos en turismo deben de tener en cuenta que los productos más exitosos son aquellos que responden mejor a un conjunto de necesidades dentro de un segmento de mercado dado, y debe dedicar más esfuerzos de marketing a satisfacer un principal atributo del destino a las diversas necesidades psicológicas de los turistas.

2.3. Definición de términos básicos

Delitos contra el turista: Riesgos asociados a la seguridad que aumentan la posibilidad de generar una imagen negativa que afecta al destino turístico (Cerezo et al., 2022).

Denuncia de los turistas: Proceso mediante el cual se acusa malas prácticas durante la prestación de servicios, donde los turistas terminan perjudicándose con términos no convenientes (Gestión, 2023).

Deseo de escapar: Sensación de aislarse de la vida cotidiana (Dann, 1977).

Emociones: Son alteraciones que se experimenta desde nuestro estado anímico, generado por ideas, recuerdos o determinado contexto (Cano y Zea, 2012).

Entorno natural: Espacio que no ha sufrido ninguna alteración por la acción del hombre y cuenta con medidas de protección y conservación.

Entorno cultural: Espacio que comprende un conjunto de valores, creencias que se aprenden y comparten entre un grupo social, quienes se encargan de transmitir a otras generaciones de manera secuencial.

Facilidad de acceso: Implica el mejoramiento de las instalaciones turísticas para el disfrute del turista.

Instalaciones turísticas: Son componentes físicos que mejoran la experiencia de viaje como señalización, zonas de descanso, centros de interpretación, paradores turísticos, entre otros.

Incumplimiento de contrato: Malas prácticas comerciales en contra de los turistas, quienes terminan aceptando contratos con cláusulas nada convenientes (Gestión, 2023).

Informalidad de los negocios turísticos: Son aquellas organizaciones que eluden la normatividad, no cuentan con representación legal, contable ni tributaria (Manuel, 2015).

Interacción social: es la relación de cooperación entre sus miembros y puede configurarse como parte integral de un desarrollo sostenible equilibrado (Orgaz y Moral, 2016).

Percepciones: Está relacionado a estímulos físicos y sensaciones que involucran, seleccionan y organizan dichos estímulos y sensaciones (Cano y Zea, 2012).

Protección al consumidor: Función que implica generar mejores decisiones de consumo en el mercado, que asegure la protección de la salud y seguridad de los consumidores (Indecopi, 2023).

Resguardo policial: Proceso mediante el cual se refuerza la seguridad de los viajeros como método preventivo ante cualquier alteración del orden público en las principales vías.

Regulación de los servicios: Supervisión del cumplimiento de las condiciones mínimas de aquellos servicios que permiten satisfacer los requerimiento de los visitantes.

Responsabilidad empresarial: Obligación que tiene el empresariado de aplicar políticas, toma de decisiones y seguir las líneas de acción enmarcadas en los valores de nuestra sociedad (Bowem 1953 citado en Duque et al., 2013).

Vivencias: Experiencia que se adquiere a partir de una determinada situación y forma parte de la realidad de una persona (Orgaz y Moral, 2016).

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

Existe relación estadística y significativa entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

Existe relación estadística y significativa entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Existe relación estadística y significativa entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Existe relación estadística y significativa relación entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

2.5. Operacionalización de las variables

2.5.1. Variable: Seguridad turística

La seguridad turística comprende medidas y acciones destinadas a proteger a los turistas y garantizar su bienestar durante sus viajes mediante un conjunto de estrategias, políticas y prácticas diseñadas para prevenir y mitigar los riesgos asociados con el turismo, así como para promover la confianza y la tranquilidad de los visitantes (García & Pérez, 2018).

Tabla 1 *Matriz de Operacionalización de la variable seguridad turística*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	Niveles y rango
Seguridad turística	Medidas de protección al turista	-Resguardo policial -Regulación de los servicios -Protección al consumidor -Responsabilidad empresarial.	1: Muy en desacuerdo. 2: En desacuerdo.	Alto [49-65]
	Prevención de riesgo	-Delitos turísticos -Informalidad de los negocios turísticos -Denuncia de los turistas -Situaciones peligrosas	3: Ni en desacuerdo, ni de acuerdo. 4: De acuerdo.	Medio [31-48]
	Experiencia turística	-Cumplimiento de contrato -Vivencias -Emociones -Percepciones -Interacción con el entorno	5: Muy de acuerdo.	Bajo [13-30]

2.5.2. Variable: Intención de visita turística

Uysal y Jurowski (1994) sostienen que la intención de visita es el motivo que impulsa a una persona a viajar a un destino específico con fines turístico y está condicionada por los factores de empuje que comprenden las necesidades socio psicológicas, relacionadas y los factores de atracción que son externos y se relacionan con el atractivo y las características específicas del destino turístico.

Tabla 2 *Matriz de Operacionalización de la variable intención de visita turística*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	Niveles y rango
Intención de visita turística	Factor de empuje	Deseo de escapar	1: Muy en desacuerdo.	Alto [49-65]
		Relajación		
		Búsqueda de conocimiento		
		Interacción social		
		Estado físico		
	Factor de atracción	Aventura	2: En desacuerdo.	Medio [31-48]
		Entorno natural	3: Ni en desacuerdo, ni de acuerdo.	
		Entorno cultural	4: De acuerdo.	
		Costo		
		Facilidad de acceso		
Instalaciones turísticas	5: Muy de acuerdo.	Bajo [13-30]		
Novedad				
Imagen de marketing				

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

El presente estudio presenta un tipo de investigación aplicada, cuyas variables de estudio se fundamentan en teorías y cuyos resultados se orientan a conseguir un nuevo conocimiento que favorecerá a la solución del problema en el contexto turístico. Hernández et al. (2018) sostienen que la investigación aplicada se caracteriza por la utilización de un conocimiento teórico para aplicarlo en un contexto determinado.

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño utilizado fue el no experimental, debido a que, no requiere la manipulación de variables mediante experimentos. Creswell (2009), le da la denominación de investigación de encuesta y proporciona una descripción cuantitativa de tendencias, actitudes u opiniones sobre una muestra de una población, que incluye estudios transversales y longitudinales utilizando cuestionarios para la recolección de datos, con el objetivo de generalizar.

3.1.3. Nivel de investigación

El presente estudio presentó un nivel correlacional, puesto que, los objetivos de investigación tienen la intención de determinar el grado de relación existente entre los constructos de investigación. Para Hernández et al. (2018) la investigación de alcance correlacional tiene como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado.

3.1.4. Enfoque de investigación

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, el mismo que permitió recolectar datos numéricos que serán procesados estadísticamente, tal y como sostiene Creswell (2009) el enfoque cuantitativo es un medio para probar teorías objetivas mediante el examen de la relación entre las variables, cuyos datos numéricos se recolectan mediante el uso de instrumentos y se analizan mediante procedimientos estadísticos.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población representa el conjunto de todos los casos que poseen características similares, que son estudiados y pretenden generalizar los resultados (Hernández et al., 2018). Para el desarrollo del presente estudio, la población estuvo conformado por la cantidad de turistas que visitan el distrito de Santa María, que a la fecha representa una población desconocida, puesto que, no se encuentran con cifras oficiales.

3.2.2. Muestra

La muestra comprende el subconjunto de la población, dicho subconjunto se caracteriza por cumplir determinados criterios de inclusión con el fin de homogeneizar la unidad de análisis (Hernández et al., 2018). Dado las características de la población y la dificultad de encontrar cifras de visitantes, se trabajó con un muestreo no probabilístico por conveniencia, toda vez que permitió identificar los casos con mayor accesibilidad que acepten

su inclusión (Otzen & Manterola, 2017), se trabajó con 100 turistas, quienes cumplieron con los siguientes criterios de inclusión.

3.2.3. Criterio de inclusión

Los criterios para ser considerado como parte de la muestra serán:

- Visitantes del día o que hayan pernoctado una a más noches.
- Visitantes nacionales e internacionales.
- Visitantes mayores de edad.

3.3. Técnicas de recolección de datos

En el desarrollo del presente estudio se utilizó la técnica de la encuesta. La técnica es un conjunto de herramientas y procedimientos a disposición de los investigadores para obtener datos informativos (Hernández et al., 2018). En el desarrollo del presente estudio se empleó la técnica de la encuesta, técnica que nos sirvió para obtener los datos, que provienen de un conjunto de preguntas en relación de una o más variables.

El instrumento utilizado fue el cuestionario de encuesta, este instrumento es definido como un conjunto de preguntas abiertas y/o cerradas respecto de uno o más constructos a medir (Hernandez et al., 2018). Para el presente estudio se usó un cuestionario de encuesta compuesto por 13 ítems para la variable seguridad turística y 13 ítems para la variable intención de visita, medido en escala tipo Likert que va de (1) Muy en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni en desacuerdo, ni de acuerdo, (4) De acuerdo y (5) Muy de acuerdo y medido mediante el baremo del nivel alto, medio y bajo,

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información

La tesista recolectó los datos haciendo uso del instrumento por cada una de las variables, el tiempo promedio para ambos cuestionarios fue de 30 minutos.

Los datos se procesaron en un archivo de Excel y luego fueron considerados en el software estadístico SPSS V27.

Los datos fueron presentados de forma descriptiva mediante el baremo para la variable seguridad turística e intención de visita en los niveles bueno, regular y malo.

Para finalizar, la tesista analizó los resultados mediante la estadística descriptiva e inferencial mediante la prueba de hipótesis con el coeficiente Rho de Spearman, que es un análisis bivariado que mide la relación entre dos variables existentes, Spearman es considerada como prueba no paramétrica que se encarga de analizar datos que no siguen una distribución normal (Ortega et al., 2021).

3.5. Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿Cuál es la relación entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?	Determinar la relación entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.	Existe relación estadística y significativa entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.		<p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>Tipo de Investigación: Aplicada, descriptivo - correlacional</p> <p>Diseño de Investigación No experimental transversal</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Seguridad turística	Variables de investigación
¿Cuál es la relación entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?	Establecer la relación entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.	Existe relación estadística y significativa entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.		<p>V1. Seguridad turística</p> <p>V2. Intención de visita turística</p>
¿Cuál es la relación entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?	Identificar la relación entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.	Existe relación estadística y significativa entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.	Intención de visita turística	<p>Técnicas Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario de encuesta</p> <p>Población Población desconocida de visitantes al distrito de Santa María.</p>
¿Cuál es la relación entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023?	Determinar la relación entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.	Existe relación estadística y significativa entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.		<p>Muestra 100 visitantes del distrito de Huaura.</p>

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

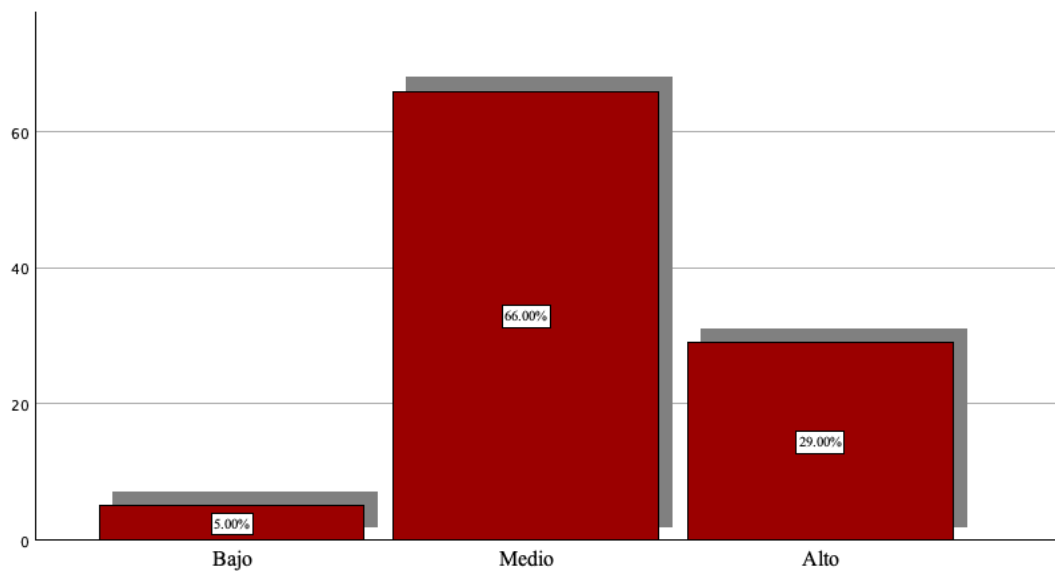
4.1. Análisis de resultados

4.1.1. Análisis descriptivo

Tabla 3 Niveles de seguridad turística

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Bajo	5	5.0	5.0	5.0
Medio	66	66.0	66.0	71.0
Alto	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 1 Niveles de seguridad turística

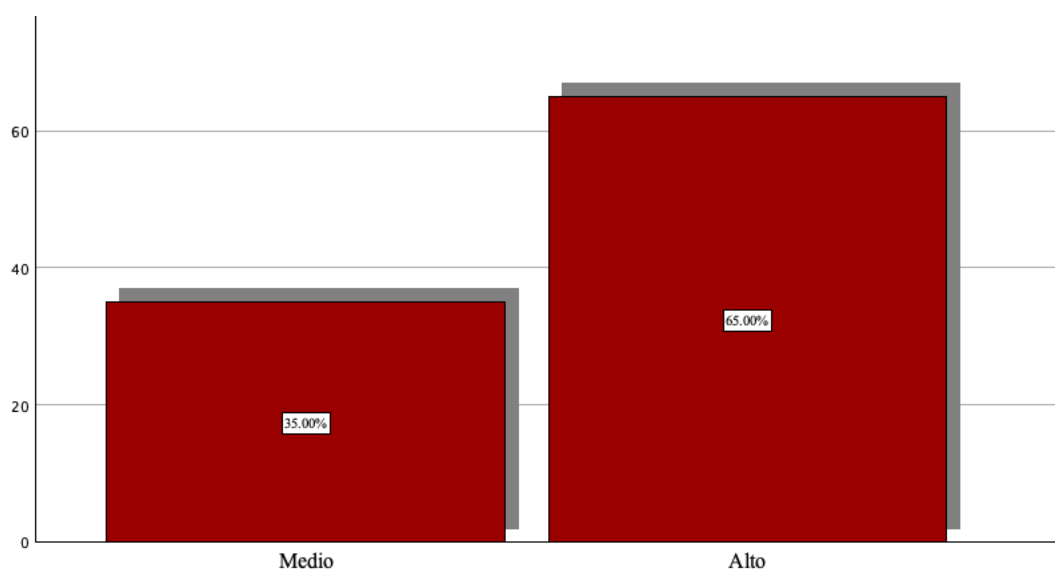


Nota. En la tabla 3, se muestran los niveles de seguridad turística en el distrito de Santa María, clasificándose en tres niveles: bajo, medio y alto. El 5% de los visitantes perciben un nivel bajo de seguridad, el 66% lo considera medio y el 29% lo evalúa como alto. Esta distribución refleja una percepción variada de seguridad entre los turistas en la zona e indica cierta confianza en el entorno, pero también sugieren áreas de mejora para garantizar una experiencia turística más segura y satisfactoria.

Tabla 4 Niveles de intención de visita

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Medio	35	35.0	35.0	35.0
Alto	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 2 Niveles de intención de visita

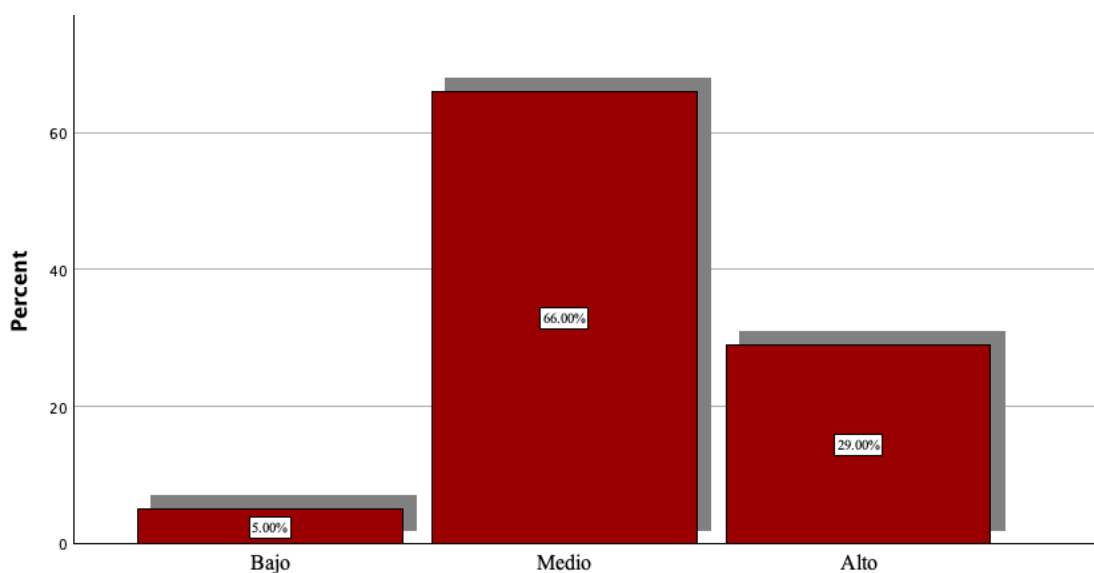


Nota. En la tabla 4, se muestran los niveles de intención de visita en el distrito de Santa María, reflejándose una nivel medio (35%) y una tendencia mayoritariamente alta (65%), representando un interés significativo en explorar la zona. Este resultado sugiere un atractivo turístico considerable en el distrito, posiblemente debido a sus recursos naturales, culturales o actividades disponibles.

Tabla 5 Niveles de medidas de protección

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Bajo	5	5.0	5.0	5.0
Medio	66	66.0	66.0	71.0
Alto	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 3 Niveles de medidas de protección

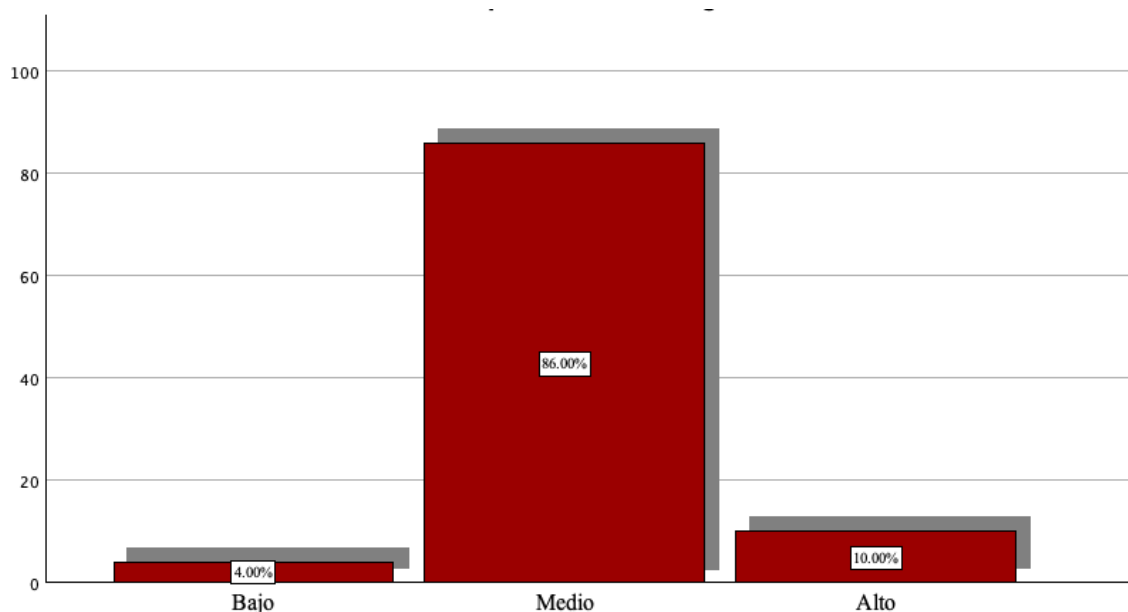


Nota. En la tabla 5, se presentan los niveles de medidas de protección en el distrito de Santa María, donde un 5% de los visitantes perciben un nivel bajo respecto a las medidas de protección, mientras que el 66% lo considera medio y finalmente el 29% lo considera como un nivel alto. En ese sentido, se percibe una sensación variada respecto a las medidas de protección manteniéndose un mayor porcentaje neutro, no obstante, los turistas manifiestan que se sigan optimizando las medidas de protección para mayor seguridad y mejor experiencia.

Tabla 6 Niveles de prevención de riesgo

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Bajo	4	4.0	4.0	4.0
Medio	86	86.0	86.0	90.0
Alto	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 4 Niveles de prevención de riesgo

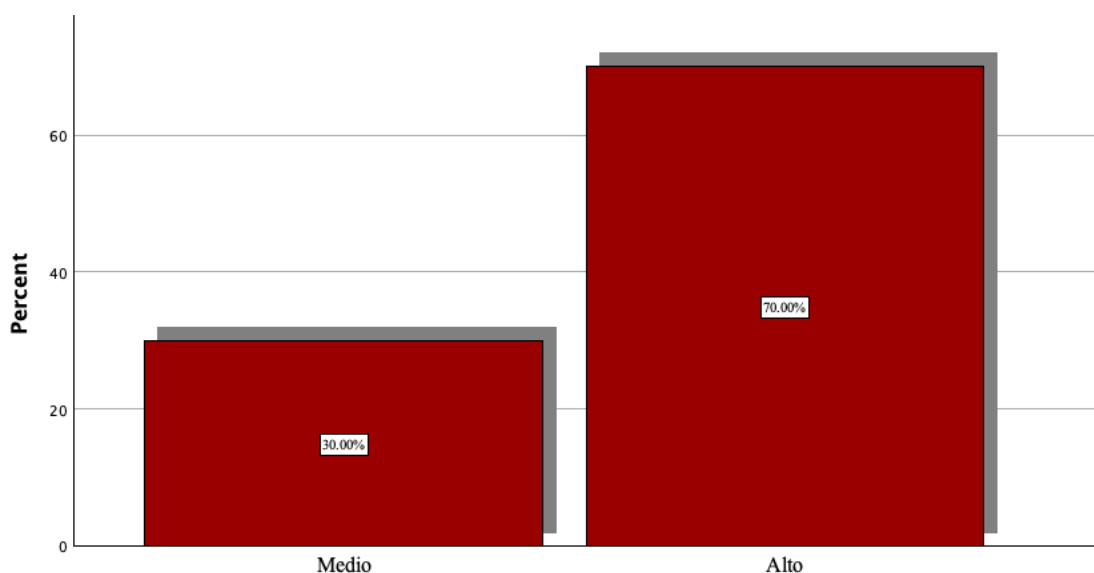


Nota. En la tabla 6, se muestran los niveles de prevención de riesgo en el distrito de Santa María, donde la mayoría de los visitantes representado por el 86% perciben un nivel medio de prevención, lo que indica una conciencia razonable sobre los posibles riesgos. Sin embargo, un pequeño porcentaje percibe un nivel bajo de prevención representado por el 4%, y un 10% percibe un nivel alto de prevención, lo que significa que en el distrito se trata de fomentar la conciencia y la preparación para situaciones potencialmente peligrosas.

Tabla 7 Niveles de experiencia turística

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Medio	30	30.0	30.0	30.0
Alto	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 5 Niveles de experiencia turística

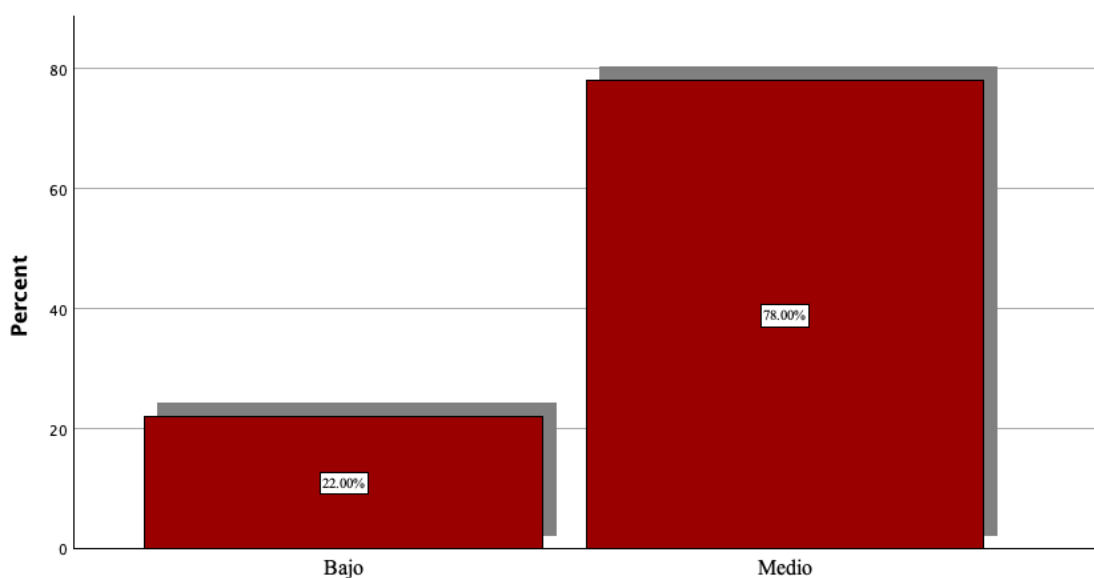


Nota. En la tabla 7, los niveles de experiencia turística en el distrito de Santa María reflejan una tendencia mayoritaria hacia una experiencia de calidad, con un 70% de los encuestados reportando un nivel alto. Esto sugiere que la oferta turística en el distrito puede estar satisfaciendo las expectativas y necesidades de los visitantes en gran medida.

Tabla 8 Niveles de factor de empuje

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Bajo	22	22.0	22.0	22.0
Medio	78	78.0	78.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 6 Niveles de factor de empuje

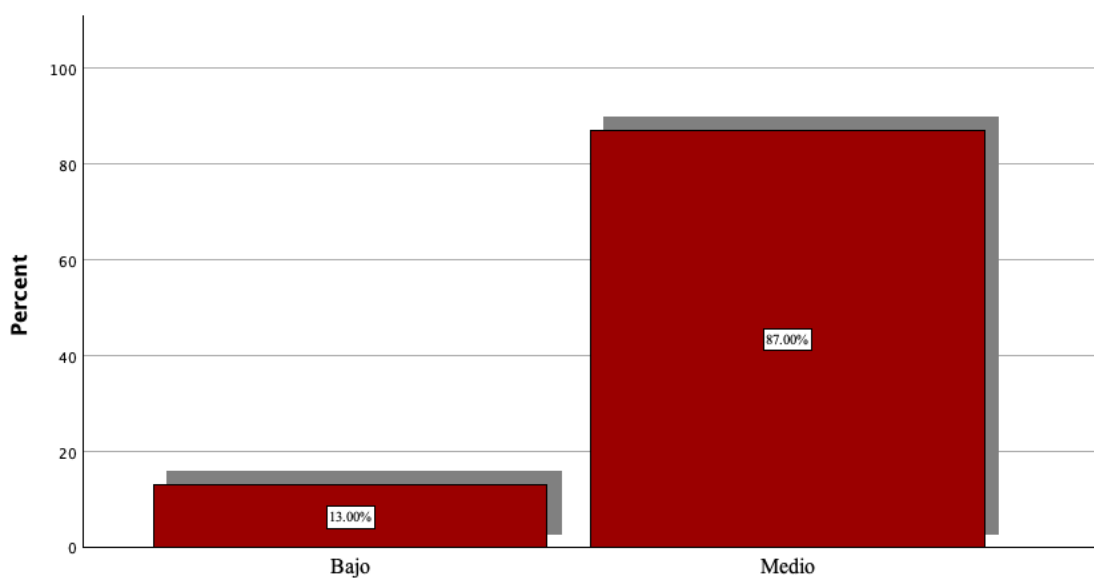


Nota. En la tabla 8 se muestran los resultados de los niveles de factor de empuje en el distrito de Santa María, donde se indica una inclinación predominante hacia un nivel medio, con el 78% de los encuestados, sugiriendo que factores como el deseo de escapar, la relajación, la búsqueda de conocimiento y la interacción social son importantes motivaciones para visitar la zona, aunque no alcanzan niveles extremadamente altos.

Tabla 9 Niveles de factor de atracción

	N°	Porc (%)	Porc. válid.	Porc. Acumul.
Bajo	13	13.0	13.0	13.0
Medio	87	87.0	87.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Figura 7 Niveles de factor de atracción



Nota. En la tabla 9, se evidencian los niveles de factor de atracción en el distrito de Santa María, donde se revela una predominancia significativa en el nivel medio, con el 87% de los encuestados ubicados en esta categoría. Esto sugiere que elementos como el entorno natural, cultural, costo, facilidad de acceso, instalaciones turísticas y la imagen del lugar son factores atractivos para los visitantes, sin embargo, no alcanzan niveles excepcionalmente altos.

4.1.2. Análisis inferencial

4.1.2.1. Prueba de hipótesis general

Ho: No existe relación estadística y significativa entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Ha: Existe relación estadística y significativa entre seguridad turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Tabla 10 *Correlación de seguridad turística e intención de visita*

			Seguridad turística	Intención de visita
Rho de Spearman	Seguridad turística	Correl. Coef.	1.000	.548**
		Pvalor	.	<.001
		N°	100	100
	Intención de visita	Correl. Coef.	.548**	1.000
		Pvalor	<.001	.
		N°	100	100

Nota. En la tabla 10, se muestra la correlación estadística y significativa obtenida entre seguridad turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, representada por un coeficiente de Spearman de 0.548 y un p-valor de 0.000 (≤ 0.05), indica una relación positiva y moderada entre ambos factores. Este resultado sugiere que a medida que aumenta el nivel de seguridad percibida por los visitantes, también lo hace su disposición a visitar el distrito.

4.1.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

Ho: No existe relación estadística y significativa entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Ha: Existe relación estadística y significativa entre medidas de protección al turista y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Tabla 11 *Correlación de medidas de protección e intención de visita*

			Intención de visita	Medidas de protección
Rho de Spearman	Intención de visita	Correl. Coef.	1.000	.440**
		Pvalor	.	<.001
		N°	100	100
	Medidas de protección	Correl. Coef.	.440**	1.000
		Pvalor	<.001	.
		N°	100	100

Nota. En la tabla 11, se presenta la correlación estadística y significativa entre medidas de protección al turista e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, representada por un coeficiente de Spearman de 0.440 y un p-valor de 0.000, indica una relación positiva moderada entre ambos factores. Este resultado sugiere que a medida que aumentan las medidas de protección percibidas por los turistas, también aumenta su disposición a visitar el distrito.

4.1.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

H₀: No existe relación estadística y significativa entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

H_a: Existe relación estadística y significativa entre prevención de riesgo y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Tabla 12 *Correlación de prevención de riesgos e intención de visita*

			Intención de visita	Prevención de riesgo
Rho de Spearman	Intención de visita	Correl. Coef.	1.000	.227*
		Pvalor	.	.023
		N°	100	100
	Prevención de riesgo	Correl. Coef.	.227*	1.000
		Pvalor	.023	.
		N°	100	100

Nota. En la tabla 12, se evidencia la correlación estadística y significativa entre prevención de riesgo e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, evidenciada por un coeficiente de Spearman de 0.227 y un p-valor de 0.023, indica una relación positiva, aunque más débil, entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que aumenta la percepción de prevención de riesgo, también tiende a incrementarse la disposición de los visitantes a realizar una visita al distrito.

4.1.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

H₀: No existe relación estadística y significativa entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

H_a: Existe relación estadística y significativa entre experiencia turística y la intención de visita al distrito de Santa María, 2023.

Tabla 13 *Correlación de experiencia turística e intención de visita*

			Intención de visita	Experiencia turística
Rho de Spearman	Intención de visita	Correl. Coef.	1.000	.704**
		Pvalor	.	<.001
		N°	100	100
Experiencia turística	Experiencia turística	Correl. Coef.	.704**	1.000
		Pvalor	<.001	.
		N°	100	100

Nota. En la tabla 13, se muestra la correlación estadística y significativa entre experiencia turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, evidenciada por un coeficiente de Spearman de 0.704 y un p-valor de 0.000, indica una relación positiva y fuerte entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que aumenta la experiencia turística percibida por los visitantes, también incrementa su disposición a realizar una visita al distrito.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

La seguridad turística comprende diversos aspectos como la protección y la prevención de riesgos físicos y/o mentales de los visitantes de un determinado espacio turístico, necesarios para ofrecer un experiencia turística de calidad y memorable, en ese sentido, tomando en consideración los resultados obtenidos y comparándolo con lo dicho por Amir et al. (2015) el éxito de un destino turístico va a depender de proporcionar el entorno seguro para el visitante.

El presente estudio concluye hallando la relación positiva sobre seguridad turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023 con un coeficiente de Spearman de 0.548 y un p-valor de 0.000 (≤ 0.05), esto sugiere que a medida que aumenta la percepción de seguridad entre los visitantes, también aumenta su disposición a visitar el distrito. Respecto a ello, estudios como el de Chandi et al. (2022) muestran que una gran mayoría de turistas perciben la seguridad como un factor influyente en sus decisiones de viaje, lo que respalda la importancia de este aspecto en la demanda turística. Por otro lado, Hernández-Estrada et al. (2021) encontraron que los turistas extranjeros muestran una menor preocupación por la inseguridad y presentan una mayor intención de visitar un lugar que los turistas nacionales, lo que resalta cómo ciertos destinos pueden motivar el interés de los visitantes a pesar de los desafíos de seguridad.

Asimismo, el estudio arroja una relación estadística positiva entre las medidas de protección al turista e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, con un coeficiente de Spearman de 0.440 y un p-valor de 0.000, dicho resultado sugiere que a medida

que aumenta la percepción de medidas de protección entre los turistas, también aumenta su disposición a visitar el distrito. Este hallazgo coincide con la investigación de Jimenez y Perez (2018), quienes identificaron que factores como el cambio cultural y la gestión eficaz, tanto por parte de agencias como de gobiernos, influyen en la calidad y valor añadido de la experiencia turística. Además, se observa que los espacios con políticas y prácticas de seguridad más sólidas son los más visitados, lo que resalta la importancia de continuar con el estudio, la planificación y la implementación de medidas de mejora continua. Por otro lado, Ruiz (2021) encontró que la calidad de los servicios turísticos en el distrito de Sauce es alta, y destacan aspectos como la fiabilidad del servicio, la capacidad de respuesta del personal y la confianza, encontrando una relación significativa entre seguridad turística y calidad de servicios turísticos en el distrito de Sauce, con un Rho de Spearman de 0.793.

Por otro lado, se halló la relación estadística positiva débil entre prevención de riesgos e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, con un coeficiente de Spearman de 0.227 y un p-valor de 0.023, sugiriendo que a medida que aumenta la percepción de prevención de riesgos, también tiende a incrementarse la disposición de los visitantes a realizar una visita al distrito. Al comparar estos resultados, se encuentra una investigación realizada por Alejandrina (2019), quien concluye que la seguridad turística en el destino turístico Quistococha de la ciudad de Iquitos es regular (64%), debido a diversas deficiencias en seguridad pública, médica, informativa, vial, y ambiental, entre otros aspectos. Además, se encontró que la satisfacción del turista en el complejo turístico Quistococha es de nivel medio (52%). En última instancia, se concluye que existe una relación entre la seguridad turística y la satisfacción del turista que visita el destino turístico Quistococha de la ciudad de Iquitos, con un coeficiente de correlación de 0.823.

Finalmente, la discusión de la investigación sobre la prueba de hipótesis específica 3 revela una relación positiva y fuerte entre la experiencia turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, con un coeficiente de Spearman de 0.704 y un p-valor de 0.000. Esto implica que a medida que aumenta la experiencia turística percibida por los visitantes, también incrementa su disposición a realizar una visita al distrito. Al comparar estos hallazgos con el estudio de Alejandrina (2019) respecto a la seguridad turística de un

destino turístico de Iquitos, se observa que aunque la seguridad turística es regular debido a diversas deficiencias en seguridad pública, médica, informativa, vial y ambiental, la satisfacción del turista muestra un nivel medio. Dichos resultados sugieren que, a pesar de las limitaciones en seguridad, la experiencia turística ofrece una satisfacción moderada, lo que podría influir en la intención de visita al destino. No obstante, se requiere una evaluación más detallada para comprender completamente la relación entre la experiencia turística y la intención de visita en diferentes contextos turísticos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Se halló una correlación estadística y significativa entre seguridad turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, con un coeficiente de Spearman de 0.548 y un p-valor de 0.000 (≤ 0.05). Dicho resultado sugiere que a medida que aumenta el nivel de seguridad percibida por los visitantes, también lo hace su disposición a visitar el distrito.

Se obtuvo una correlación estadística moderada entre medidas de protección al turista e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, identificándose un coeficiente de Spearman de 0.440 y un p-valor de 0.000. Este resultado sugiere que a medida que aumentan las medidas de protección percibidas por los turistas, también aumenta su disposición a visitar el distrito.

Se halló una correlación estadística entre prevención de riesgo e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, evidenciada por un coeficiente de Spearman de 0.227 y un p-valor de 0.023, sugiriendo que a medida que aumenta la percepción de prevención de riesgo, también tiende a incrementarse la disposición de los visitantes a realizar una visita al distrito.

Existe una correlación estadística entre experiencia turística e intención de visita al distrito de Santa María en 2023, determinada por un coeficiente de Spearman de 0.704 y un p-valor de 0.000. Esto sugiere que a medida que aumenta la experiencia turística percibida por los visitantes, también incrementa su disposición a realizar una visita al distrito.

6.2.Recomendaciones

Se recomienda hacer un diagnóstico con una muestra más amplia de data informativa sobre indicadores propios de seguridad turística, disponibles para el sector público, privado e investigadores, que tienen la capacidad de apoyar con el desarrollo de un plan de seguridad turística que favorezca la disminución de los índices de inseguridad turística y coadyuve a mejorar la percepción de imagen de destino turístico.

Coordinar el apoyo interinstitucional con instituciones públicas como Policía Nacional del Perú, Indecopi, PromPerú, Fiscalía, Sunat, entre otras instituciones que agilicen la capacidad de respuesta de medidas de protección ante cualquier situación que ponga en riesgo la integridad física, tranquilidad, salud mental del turista.

Formar parte y fortalecer la Red de Protección del Turista de la Región Lima e incentivarlos al desarrollo del Plan de Seguridad Turista que involucre no solo a instituciones públicas sino también al sector privado y sociedad civil, quienes en base a su experiencia establezcan medidas de prevención de riesgo.

Se recomienda revisar constantemente las redes sociales donde los turistas dejan comentarios sobre su experiencia de viaje, así como, el nivel de satisfacción de los visitantes según opinión de las empresas turísticas del distrito. Además, se recomienda hacer una encuesta corta sobre satisfacción del visitante del distrito de Santa María.

Referencias bibliográficas

- Abdelouhab, I., Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). Turismo responsable, espacios rurales y naturales y cooperación para el desarrollo a propósito de la Declaración de Tetuán. *Pasos. Revistas de turismo y patrimonio cultural*, 10(5), 651-664.
- Amir, A. F., Ismail, M. N. I., & See, T. P. (2015). Sustainable Tourist Environment: Perception of International Women Travelers on Safety and Security in Kuala Lumpur. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 168, 123–133. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.218>
- Alejandrina, G. (2019). *Seguridad turística y su relación con la satisfacción del turista que visita el destino turístico Quistococha de la cañada de Iquitos - 2018*. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos.
- Baloglu, S., & Brinberg, D. (1997). Affective Images of Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11–15. <https://doi.org/10.1177/004728759703500402>
- Bashar, A., & Puad, M. (December de 2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists t o Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5(12), 41-50.
- Braidot, N. (2010). *Neuromarketing. ¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú?* (Segunda ed.). Barcelona: Gestión.
- Byun, J., & Jang, S. (Shawn). (2015). Effective destination advertising: Matching effect between advertising language and destination type. *Tourism Management*, 50, 31–40. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.005>
- Cano, S., & Zea, M. (julio-diciembre de 2012). Manejar las emociones, factor importante en el mejoramiento de la calidad de vida. *Logos, Ciencia y Tecnología*, 4(1), 58-67.
- Cerezo Medina, A., Peláez Verdet, A., & Sortino Barrionuevo, J. F. (2022). Delitos sobre turistas. El caso de la ciudad de Málaga. *Cuadernos de Turismo*, 49, 77–103. <https://doi.org/10.6018/turismo.521801>
- Condori, Y., & Apaza, I. (2022). *Percepción de seguridad del visitante en la ruta a la montaña de colores Vinicunca, Cusco - 2021*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- Creswell, J. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publications, Inc.

- Cruces, R. (2021). Riesgos, vulnerabilidad y paradojas del turismo. *Barataria*(30), 154-169.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (julio-diciembre de 2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206.
- Fundación Turismo para Todos. (2020). *Municipio, turismo y seguridad*. Buenos Aires.
- Gálvez Izquieta, P. C., Ramírez Iñiguez, K. L., Pinos Guerra, M. E., & Mero Espinosa, D. N. (2020). Seguridad y turismo: plan de seguridad para las zonas turísticas en Manta-Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33361>
- Galmarini, M., & Blacha, L. (2020). El riesgo y el turismo. Herramientas para transformar la crisis en oportunidades. *Desarrollo con. soc.*, 9, 54-59.
- García, J., & Pérez, M. (enero de 2018). La seguridad como componente esencial del concepto de calidad turística. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, 27(4), 921-943.
- Gestión. (19 de junio de 2023). *Indecopi inicia procedimientos contra empresas de turismo por denuncias de usuarios*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/indecopi-inicia-procedimientos-contra-empresas-de-turismo-por-denuncias-de-usuarios-publicidad-enganosa-noticia/>
- Gestión. (05 de mayo de 2023). *Turismo en Perú en alerta roja: los puntos críticos ante la inseguridad ciudadana*. Obtenido de <https://gestion.pe/peru/turismo-en-peru-en-alerta-por-inseguridad-ciudadana-los-puntos-criticos-para-un-sector-duramente-golpeado-protestas-policia-nacional-juan-stoessel-general-manuel-lozada-noticia/>
- Hernández-Estrada, D. G., Delgado-Cruz, A., & Palmas-Castrejón, Y. D. (2021). Motivaciones e intención de visita frente a la situación de inseguridad por el narcotráfico. Estudio de las percepciones del turista de Mazatlán, México. *CienciaUAT*, 86–101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i1.1537>
- Hernández, H. (julio-diciembre de 2021). Homicidios en América Latina y el Caribe: magnitud y factores asociados. *Notas de población*, 119-144.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Mc Graw Hill Education.

- Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring Tourists' Emotional Experiences toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513–526.
<https://doi.org/10.1177/0047287509349267>
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2009). Branding a memorable destination experience. The case of 'Brand Canada.' *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 217–228.
<https://doi.org/10.1002/jtr.720>
- Indecopi. (23 de julio de 2023). *Protección al consumidor*. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/en/proteccionalconsumidor#:~:text=Protección%20al%20Consumidor,de%20conflictos%20a%20nivel%20nacional>.
- Izaguirre, M. (2012). La experiencia turística de los sentidos. *Observatorio turístico del Perú*, 26, 151-178.
- INEI. (2023). *Estadísticas turismo*. Obtenido de <https://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/turismo-11176/>
- Jang, S. (Shawn), & Wu, C.-M. E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27(2), 306–316.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.11.006>
- Korstanje, M. (2013). Nuevo modelo para comprender al riesgo turístico. *Turydes*, 6(14), 1-12.
- Korstanje, M. (noviembre de 2012). Los riesgos y el sistema turístico: una nueva aproximación. *Turismo y Sociedad*, 8, 99-116.
- Korstanje, M. (agosto de 2012). Discutiendo la seguridad turística: nuevos tiempos, nuevos enfoques. *Caderno Virtual de Turismo*, 12(2), 167-184.
- Manuel, L.-T. (Diciembre de 2015). Empleo formal e informal en el sector turístico en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 18, 179-187.
- Municipalidad Distrital de Huaura. (2022). *Plan de acción distrital de seguridad ciudadana 2022*. Huaura.
- Orgaz, F., & Moral, S. (julio-diciembre de 2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*(31).
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.

- Pérez, S. (1 de noviembre de 2023). *Ocupabilidad hotelera en Lima solo llega a 45%, ¿hay espacio para que aumente?* Obtenido de <https://gestion.pe/economia/ocupabilidad-hotelera-solo-llega-a-45-hay-espacio-para-que-aumente-hoteles-turismo-viajes-noticia/>
- Ruiz, Karla. (2021). *Seguridad turística y la calidad de servicios turísticos en el distrito de Sauce, provincia y región San Martín, año 2018*. Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, Tarapoto.
- Salmón, M. G., Karrem, O., Mokhtar, S. S. M., Yusoff, R. Z. Bin, & Gorondutse, A. H. (2019). Tourism Intention: The empirical investigations of pull, push and perceived security factors in Nigeria. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 25(2), 358–374. <https://doi.org/10.30892/gtg.25207-365>
- Salmón, M., Kareem, O., Mokhtar, S., Yusoff, R., & Gorondutse, A. (2019). Intención turística: Las investigaciones empíricas de los factores de seguridad percibidos y de atraer y empujar en Nigeria. *GeoRevista de Turismo y Geositios*, 25(2), 358-374.
- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844–846. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90091-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90091-4)

Anexo 1: Instrumento de investigación de la variable seguridad turística

Estimado visitante, agradecemos tu participación en el cuestionario de seguridad turística, ya que tu experiencia y opiniones son esenciales para comprender la relación entre la seguridad percibida e intención de visita al distrito de Santa María. La encuesta tiene una duración de 20 minutos y es de carácter confidencial.

Edad:

Nacionalidad: Peruano Extranjero

Noche de pernocte: Ninguna 1 noche 2 a más noches

Dimensión: Medidas de protección						
N°	Ítems	MD	ED	ND	D	MD
01	Percibe la presencia y vigilancia policial durante su visita al distrito de Santa María					
02	Percibe que los servicios turísticos del distrito de Santa María son regulados para brindar una satisfactoria experiencia.					
03	Percibe que en el distrito de Santa María hay instituciones que garantizan sus derechos como consumidor de servicios turísticos.					
04	Percibe que los negocios turísticos cumplen responsablemente con lo prometido, buscando su satisfacción.					

Dimensión: Prevención de riesgo						
N°	Ítems	MD	ED	ND	D	MD
05	Ha tenido alguna incidencia delictiva (robo, estafa) durante su visita al distrito de Santa María.					
06	Percibió informalidad de los negocios turísticos durante su visita al distrito de Santa María.					
07	Como turista se sentiría cómodo y confiado de realizar denuncias sobre situaciones de inseguridad o mala experiencia de viaje en Santa María					
08	Percibe que existen situaciones peligrosas que puedan afectar la seguridad de los turistas en Santa María.					
09	Percibe usted que los negocios turísticos muestran interés por cumplir con lo prometido.					

Dimensión: Experiencia turística						
N°	Ítems	MD	ED	ND	D	MD
10	Te sientes satisfecho/a con tus vivencias y experiencias en el distrito de Santa María.					
11	Las emociones que experimentas durante tu visita a Santa María son predominantemente positivas.					
12	Las percepciones que tienes sobre Santa María son mayormente favorables.					
13	Sientes que tu interacción con la población de Santa María ha sido enriquecedora y significativa.					

Anexo 1: Instrumento de investigación de la variable intención de visita

Estimado visitante, agradecemos tu participación en el cuestionario de intención de visita, ya que tu experiencia y opiniones son esenciales para comprender la relación entre la seguridad percibida e intención de visita al distrito de Santa María. La encuesta tiene una duración de 20 minutos y es de carácter confidencial.

Dimensión: Factor de empuje						
N°	Ítems	MD	ED	ND	D	MD
01	Sientes un fuerte deseo de escapar y visitar Santa María para desconectarte de la rutina y relajarte.					
02	Sientes que Santa María te brinda un ambiente propicio para relajarte y liberar el estrés.					
03	consideras que Santa María te brinda oportunidades para adquirir nuevos conocimientos y aprender sobre su cultura, historia y atractivos.					
04	Sientes que Santa María te ha permitido interactuar de manera positiva y enriquecedora con otras personas, tanto locales como otros turistas.					
05	Consideras que su estado físico influye en su capacidad para disfrutar plenamente de las actividades y atractivos de Santa María.					
06	Sientes que Santa María ofrece emocionantes oportunidades para vivir aventuras y experiencias fuera de lo común.					

Dimensión: Factor de atracción						
N°	Ítems	MD	ED	ND	D	MD
07	Percibes que este destino turístico ofrece un entorno natural atractivo y cautivador para los visitantes.					
08	Consideras que Santa María ofrece un entorno cultural enriquecedor y auténtico para conocer las tradiciones, historia y expresiones artísticas.					
09	Consideras que Santa María ofrece una relación costo-beneficio favorable, teniendo en cuenta la calidad de los servicios y experiencias que proporciona.					
10	Consideras que Santa María ofrece facilidad de acceso para los turistas, permitiéndoles llegar y moverse cómodamente por sus atractivos y servicios.					
11	Consideras que Santa María cuenta con instalaciones turísticas que ofrecen comodidad durante tu estancia.					
12	Percibes que Santa María ofrece novedades y experiencias únicas que te sorprenden y atraen durante tu visita.					
13	Consideras que la imagen de marketing de Santa María refleja de manera precisa los principales atractivos y experiencias para los turistas.					

Anexo 2: Base de datos

N°	Nacion.	Noche de perno	VARIABLE SEGURIDAD TURÍSTICA												
			Medidas de protección				Prevención de riesgo					Experiencia turística			
			1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo
1	1	1	2	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4
2	1	1	4	4	5	5	2	1	5	2	5	5	5	5	4
3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	5	5	5	3
4	1	3	4	2	2	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3
5	1	3	1	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4
6	1	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5
7	1	3	4	3	4	3	1	1	4	4	4	3	4	4	4
8	1	1	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4
9	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	3	2	2	2	4
10	1	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
11	1	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12	1	1	2	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4
13	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
14	1	2	3	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
15	1	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
16	1	1	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	5	4	5
17	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
18	1	1	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4
19	1	1	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4
20	1	2	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4
21	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
22	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
23	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
24	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
25	1	1	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
26	1	1	4	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4
27	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3

28	1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3
29	1	3	1	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4
30	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
31	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
32	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
33	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
34	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	4
35	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
36	1	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	4	4	4	4
37	1	1	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
38	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
39	1	2	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
40	1	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
41	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
42	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
43	1	1	4	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4
44	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3
45	1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3
46	1	3	1	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4
47	1	1	4	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4
48	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3
49	1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3
50	1	3	1	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4
51	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
52	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
53	1	1	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
54	1	1	4	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4
55	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3
56	1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3
57	1	3	1	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4
58	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
59	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
60	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
61	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
62	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	4
63	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
64	1	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	4	4	4	4
65	1	1	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
66	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5

67	1	2	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
68	1	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
69	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
70	1	1	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
71	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	4
72	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
73	1	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	4	4	4	4
74	1	1	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
75	1	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
76	1	2	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
77	1	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
78	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
79	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
80	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
81	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
82	1	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
83	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
84	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
85	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
86	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
87	1	1	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
88	1	1	4	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4
89	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3
90	1	3	4	2	2	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3
91	1	3	1	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4
92	1	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	5
93	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	3
94	1	1	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4
95	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
96	1	2	2	1	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	4
97	1	1	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
98	1	1	4	4	5	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4
99	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3
100	1	1	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4

VARIABLE INTENCIÓN DE VISITA												
Factor de empuje						Factor de atracción						
1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni en desacuerdo ni de acuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3
4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	4	2	2	3	2	2	3	1
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3

5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	2	2	3	2	2	3	1
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	2	2	3	2	2	3	1
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	4	2	2	3	2	2	3	1
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	2	2	3	2	2	3	1
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4