



OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE AYABACA, PIURA – PERÚ


Tourism offer in the province of Ayabaca, Piura – Peru

Johanna Santa-Cruz Arévalo 

Universidad Nacional de Frontera, Perú

Jessica Viera-Cánova 

Universidad Nacional de Frontera, Perú

Almendra Zúñiga-Aguirre 

Universidad Nacional de Frontera, Perú

Correspondencia: jsantacruz@unf.edu.pe, 2017102076@unf.edu.pe, 2017102080@unf.edu.pe

RESUMEN. Se analizó la oferta turística de la provincia de Ayabaca, Piura, bajo un enfoque cualitativo, con diseño fenomenológico, se aplicó entrevistas a los servidores públicos del área de turismo en los distritos que conforman la provincia. Se realizó un análisis documental, para validar los resultados obtenidos en las entrevistas. Las cuatro dimensiones consideradas en la investigación contemplaron: delimitación del espacio turístico, situación de los recursos y atractivos, situación de los servicios e inversiones en la localidad y problemática más resaltante de la oferta turística. Los resultados mostraron que la provincia posee 31 recursos turísticos, la planta turística ofertada es básica, siendo algunas casas adaptadas para dar el servicio de restauración y hospedaje, así mismo se evidencia que las autoridades gubernamentales de los distritos no dan la debida importancia al sector turismo. Finalmente, se cuenta con potencial turístico para poder desarrollar el sector, sin embargo, se necesita que este sector forme parte de la planeación turística en cada distrito.

Palabras clave: atractivos turísticos, gestión turística, gobierno local, oferta turística, recursos turísticos.

ABSTRACT. The tourist offer of the province of Ayabaca, Piura was analyzed, under a qualitative approach, with a phenomenological design, interviews were applied to public servants in the tourism area in the districts that make up the province. A documentary analysis was carried out to validate the results obtained in the interviews. The four dimensions considered in the research contemplated: delimitation of the tourist space, situation of resources and attractions, situation of services and investments in the locality and most outstanding problems of the tourist offer. The results showed that the province has 31 tourist resources, the tourist facilities offered are basic, with some houses adapted to provide catering and lodging services, likewise it is evident that the government authorities of the districts do not give due importance to tourism sector. Finally, there is tourism potential to develop the sector, however, this sector needs to be part of tourism planning in each district.

Keywords: tourist attractions, tourism management, local government, tourism offer, tourism resources.

Recibido: 01/12/2022 Aceptado: 23/01/2023



1. Introducción.

El turismo es una actividad inherente al ser humano, mediante la cual busca disfrutar de su tiempo libre para movilizarse desde su lugar de residencia hacia otro, permitiéndole así interactuar con nuevas culturas, involucrarse con costumbres locales, entre otros (World Tourism Organization, [UNWTO], 2021); así mismo, contribuye al desarrollo sostenible y económico de la comunidad (Garrido, 2018), en especial por la generación de más de 270 millones de empleos (Organización Mundial del Turismo, [OMT], como se citó en Orús, 2021) aportando al Producto Bruto Interno [PBI] mundial con más de 4,5 billones de dólares en el último año (Consejo Mundial del Viaje y el Turismo [WTTC] como se citó en Orús, 2021).

En una proyección pre-pandemia se previó para el 2030 la movilización de 1.800 millones turistas internacionales a nivel mundial (UNWTO, 2017, p.3); sin embargo, el turismo evidenció una disminución del 73% en viajes internacionales en el 2022, debido a la pandemia, generando solo un 1.6 billones de dólares al producto bruto interno directo del turismo (UNWTO, 2022). En el contexto peruano, año 2018 los monumentos arqueológicos, museo de sitio y museos, fueron visitados por 5,416,647 turistas tanto extranjeros como nacionales y para el 2020 se registró un total de 1 106 880 (Ministerio de Cultura, como se citó en Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2021), visualizándose un decrecimiento a causa de las medidas de aislamiento y distanciamiento social declarado mediante decretos supremos en nuestro país y las restricciones de salidas de otros países (Apaza-Panca et al., 2020).

Posteriormente, ante las distintas estrategias por reactivar la economía en nuestro país, más aún en el sector turismo, surge nuevas tendencias post COVID en el sector, nuevos comportamientos (Afshardoost & Eshaghi, 2020; Zhu et al., 2020) y exigencias por parte de los turistas (Zenker & Kock, 2020) las cuales deben ser aprovechadas, destacando la tendencia a visitar destinos más cercanos, con menos densidad turística, disfrute del aire libre (PromPerú, 2020; Prom Perú, 2021a).

Ayabaca, provincia de Piura, cuenta con diez (10) municipalidades distritales, donde cada distrito posee recursos turísticos registrados en el inventario del SIGMINCETUR, y también con recursos potenciales, los cuales pueden ser aprovechados para el desarrollo de las nuevas tendencias turísticas, por sus características geográficas y proporcionar menor afluencia turística, las cuales son requisitos de los visitantes poscovid. Sin embargo, se necesita del trabajo articulado y en equipo desde las oficinas o unidades de turismo a nivel distrital, son ellas quienes deben liderar una planificación y gestión turística para ofrecer una adecuada oferta turística, resaltando la importancia del sector en beneficio económico, social y sostenible en la comunidad.

2. Revisión de la literatura.

La oferta turística es considerada como el “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo” (Organización Mundial del Turismo, 1998, p. 51), dentro de esta es importante delimitar el espacio turístico, se debe considerar que este puede ser real o potencial, es decir, es el territorio donde pueden realizarse actividades turísticas, donde los turistas pueden llegar o no, esto debido a la inaccesibilidad del lugar, pero si cuenta con el potencial turístico (Ascón y Argibay, 2020; Boullón, 2006).

Dentro de esta delimitación, encontramos a los recursos turísticos, los cuales son “expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico” (Ley 29408 de 2009), estos recursos se convierten en atractivos turísticos al añadirse instalaciones turísticas, equipamiento y servicios (Ministerio de Economía y Finanzas, [MEF], 2011, p. 16), ambos logran captar el interés de los visitantes y por ende poseen un valor turístico (Cooperación Suiza – SECO, 2014, p. 33), en el contexto peruano, los recursos turísticos, se encuentran divididos en cinco categorías: sitios naturales, manifestaciones culturales, folclore, las realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas; y la última categoría acontecimientos programados (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, [MICETUR], 2018, p. 21).

Como parte complementaria de la oferta turística se tiene a los servicios, los cuales se brindan a los visitantes, estos pueden ser servicios turísticos privados, ofertados a través de la planta turística y los servicios turísticos públicos

ofertados a partir de las instalaciones turísticas y recursos turísticos, como son el servicio de observación, de información turística, de descanso, entre otros (Ministerio de Economía y Finanzas, [MEF], 2011, p. 19); por ende, es fundamental que la comunidad cuente con proyectos de inversión, ya sean públicas y privadas, que favorezcan al desarrollo del sector, buscando así disminuir las brechas existentes para brindar un mejor servicio y de calidad.

Así mismo, problemática concerniente a la oferta turística, podemos citar a la carencia de elementos básicos necesarios para el adecuado funcionamiento de un centro soporte, ya sea este urbano o rural, como el transporte, servicios básicos, comunicaciones, otros que complementan a los servicios turísticos (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, [MINCETUR], 2021).

3. Metodología.

El área de estudio fue la oferta turística en la provincia de Ayabaca. A través del enfoque cualitativo, con el diseño fenomenológico (Hernández-Sampieri et al., 2014). La muestra consideró a todos los servidores públicos responsables de las oficinas turísticas de las municipalidades distritales que conforman la provincia en estudio. Se elaboró una guía de entrevista con preguntas estructuradas (Carhuancho et al., 2019), las cuales fueron validadas por expertos en el rubro de gestión pública y turística. La técnica de la entrevista (Aceituno et al., 2020) fue aplicada durante los meses de mayo y junio, coordinando previamente con cada uno de los responsables para la atención correspondiente, de los 10 distritos que conforman la provincia de Ayabaca, solo una entrevista fue realizada mediante videoconferencia meet, debido a la temporada de lluvias que se suscitó en el distrito y la poca accesibilidad de infraestructura- carreteras para llegar al distrito de Frías; cabe indicar, que hubo disponibilidad por parte de los entrevistados para la aplicación del instrumento y estas se desarrollaron en un contexto poscovid, año 2022, por lo que se consideró el uso de equipo y siguiendo los protocolos de bioseguridad correspondiente al Covid-19. Así mismo se realizó trabajo de campo, la cual incluía la visualización de los recursos y atractivos turísticos, planta turística con su respectiva toma fotográfica.

4. Resultados y discusión.

Las entrevistas muestran la carencia de especialistas en cada una de las oficinas o unidades destinadas para la gestión turística, inclusive muchas de ellas, la función de estas no solo compete a turismo, sino que también a otros rubros, como del sector económico y empresarial, lo que dificulta el desarrollo y el trabajo enfocado al sector turístico, y en una municipalidad, no se registró oficina alguna relacionada al rubro, a pesar que el distrito si posee recursos turísticos potenciales, para lo cual se detalla en la tabla 1.

Tabla 1. Listado de oficinas y/o unidades del rubro turístico por distrito correspondiente a la provincia de Ayabaca.

DISTRITO	OFICINA O UNIDAD	EDAD DEL SERVIDOR PÚBLICO	CARGO	TIEMPO DE LABORES
Ayabaca	Oficina de turismo de Ayabaca	31 años	Jefe del área de cultura	2 años
Sicchez	Sub gerencia de recursos humanos	33 años	Jefe de RR. HH*	2 años
Pacai-pampa	Departamento de Comercio Exterior y Turismo	23 años	Apoyo en el Departamento de Comercio Exterior y Turismo	2 meses
Jililí	Imagen institucional	32 años	Jefe de imagen institucional*	1 año y 6 meses
Montero	Oficina de desarrollo económico local de la municipalidad distrital de Montero	23 años	Jefe de la Oficina de desarrollo económico local de la municipalidad distrital de Montero*	3 meses
Paimas	Oficina de Desarrollo Social	55 años	Jefa de desarrollo social*	1 año y 6 meses
Suyo	Unidad de comercialización y turismo	45 años	Jefa de la Unidad de Comercialización y Turismo**	2 meses
Sapillica	Oficina de Imagen institucional	28 años	Jefe de Imagen Institucional*	1 año y 2 meses
Frías	Unidad de gestión empresarial y turismo de la municipalidad distrital de Frías	23 años	Jefe de la Unidad de gestión empresarial y turismo**	3 meses
Lagunas	-	-	-	No cuenta con oficina de turismo

Fuente: elaboración propia.

* Cumple la función adicional de servidor público en turismo.

** Unidad con poco tiempo de funcionamiento.

La delimitación del espacio turístico de la provincia de Ayabaca, está conformada por 31 recursos que se encuentran registrados en el inventario de recursos turísticos del MINCETUR, 21 recursos se ubican en el distrito de Ayabaca, 5 en Montero, 4 en Pacaipampa y 1 en Frías, destacando el Centro Arqueológico de Aypate y el Santuario del Señor Cautivo de Ayabaca, dado que ambos cuentan actualmente con el sello safe travel (La República, 2021), también se registran recursos potenciales en los demás distritos (Jililí, Paimas, Sapillica, Sicchez, Suyo y Lagunas). Estos recursos abarcan las 5 categorías existentes a nivel nacional, sitios naturales y manifestaciones culturales con 55% y 35% respectivamente como líderes de la oferta turística; con respecto al estado de los recursos inventariados el 52% se encuentran en óptimo a buen estado, 48% en regular o mal estado; este panorama permite desarrollar emprendimientos

relacionados al turismo, sobre todo considerando que la estacionalidad de los distritos, Pacaipampa puede ser visitado entre los meses de mayo a septiembre, los distritos de Montero, Ayabaca y Frías ofrecen un clima acogedor desde junio a noviembre, el distrito de Sapillica tiene mayor temporalidad de visita que va desde abril hasta diciembre. Por su parte, los distritos de Sicchez, Jililí, Paimas y Suyo, gracias a su posicionamiento geográfico y clima están aptos todos los meses del año.

La planta turística de la provincia está conformada por restaurantes y establecimientos de hospedaje, que en algunos casos, son casas adecuadas para brindar el servicio, carece de agencias de viajes. La artesanía es considerada como un factor para el desarrollo del turismo, por ende 3 distritos manifestaron la existencia de artesanos que ofrecen sus productos: en el museo de Frías, en el trayecto a los atractivos turísticos de Montero y en el trayecto a Aypate, (exactamente en un pueblo llamado Yanchalá). Para mejorar habilidades y capacidades del sector, solo 3 distritos realizaron talleres en temas de marketing y atención al cliente, en alianza con el Centro de Educación Técnico Productiva de Ayabaca (CETPRO) y también en el año 2022 con la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de la Universidad Nacional de Frontera.

La accesibilidad es crucial para el desarrollo de la oferta turística. Tal es así, que 5 distritos consideran ser accesibles, esto debido a encontrarse por el lado costero y ser menos lluvioso, por ende, sus carreteras se ven menos afectadas; por otro lado, existen 4 distritos que son menos accesibles, debido a que geográficamente se ubican en zonas de altura, el clima es impredecible, frecuencia de lluvias y neblina, dificultando la transitabilidad e impidiendo ofertar sus servicios y productos.

Con respecto a inversiones, la plataforma de Banco de Inversiones, registra 9 proyectos viables y 1 ejecutado, 8 de los cuales desarrollados por sectores como Transporte y Comunicaciones; Mujer y Poblaciones Vulnerables, Desarrollo e Inclusión Social; Vivienda, Construcción y Saneamiento; Educación y Agricultura y Riego, Ambiental; el de turismo corresponde al proyecto registrado desde el 2018: Mejoramiento de los servicios turísticos en la Festividad del Señor Cautivo de Ayabaca, Distrito de Ayabaca-provincia de Ayabaca-Departamento de Piura; se identificó también otro, ejecutado por el Gobierno Regional de Piura con la Autoridad con Reconstrucción con Cambios, a través de la Gerencia Sub Regional Luciano Castillo Colonna, obra denominada “Recuperación de Camino Vecinal en ruta PI-679 EMP PI – 110 Yanchalá, Aypate, Huamba Real del Distrito y Provincia de Ayabaca”, con una inversión de S/43, 202, 863.83, el cual intervendrá 27.846 km de longitud de la carretera, señalización, obras de drenaje y arte (Gobierno Regional de Piura, 2021).

Los ingresos económicos que genera la oferta turística (Liu & Wu, 2019) se vió afectada en el 2020 (Wang et al., 2022) debido a las restricciones sobre distanciamiento social en distintas partes del mundo (Apaza-Panca et al., 2020), repercutiendo negativamente en los ingresos económicos de las familias que dependen del rubro turístico (Anton Martin et al., 2021; Santa-Cruz Arévalo et al., 2021). Los servidores públicos entrevistados brindaron información sobre las dimensiones de la oferta turística de Ayabaca consideradas en el estudio, tal como Carpio y Mejía (2015) quienes emplearon la misma técnica, buscaron determinar la oferta turística en la ciudad de Ilo; Calderón (2021) en su investigación identificó la situación de la oferta turística en Tambogrande, concluyendo en que existe una carencia de servicios turísticos en el área de estudio, así otros estudios fueron realizados durante pandemia (Yang et al., 2021).

Beltrán y Bravo (2008) indicaban que los servidores deben ser capacitados, sobre todo en atención al cliente, para mostrar calidad y adecuada atención (Hernandez-Rojas et al., 2021), Liza (2020) en su investigación también determinó la misma falencia, y sobre todo la carencia del perfil idóneo en municipalidades distritales en el sector, ante esto, nuestros resultados mostraron que solo 3% de las municipalidades enfocan sus esfuerzos en capacitar al sector, convirtiendo este aspecto en debilidad percibida por el visitante y se percibe una carencia del perfil para los cargos responsables del sector turístico.

El potencial turístico de la provincia de Ayabaca, es una de las fortalezas del sector, permitiendo oportunidades que deben ser aprovechadas para emprendimientos y posicionar a la provincia, por ende, es necesario una adecuada planificación estratégica que permita medir los impactos del turismo y la concertación de la sostenibilidad (Connell et

al., 2009), y sobre todo que exista una voluntad política para considerar al turismo (McGehee & Meng, 2006) como una estrategia de desarrollo económico y social (Ghalia et al., 2019).

Para Llanos y Medina (2019) la oferta turística de Sabandía, en Arequipa, está conformada por 33 recursos turísticos inventariados, actividades turísticas similares al estudio como cultura, folclore, de naturaleza y a diferencia del estudio realizado, su planta turística cuenta con un hotel de 4 estrellas, y 5 restaurantes tradicionales, contrario a la provincia de Ayabaca, que en su conjunto no se ha identificado hoteles de categoría, para Rentería (2013), identificó establecimientos de hospedaje en la provincia de Ayabaca, con condiciones básicas, pero no adecuadas para ofertar a visitantes, sin embargo, si apreció la predisposición de los dueños para mejorar sus servicios y en referencia a los restaurantes, cuentan con infraestructura inadecuada, debido a que las viviendas son ambientadas y adecuadas para brindar el servicio, el cual es brindado por los dueños, por ende, el servicio en atención al cliente no es adecuado, este mismo resultado coincide con el entrevistado del distrito. El presente estudio identificó 31 recursos turísticos inventariados, número validado en entrevistas y el filtro a SIGMINCETUR. En el estudio llevado a cabo en el distrito de Paimas por Flores (2019) identificó 5 atractivos turísticos, de los cuales solo 2 se encontraban en buenas condiciones, tienen la accesibilidad para llegar al lugar y adecuados servicios.

5. Conclusiones.

El estudio mostró una perspectiva amplia acerca de las fortalezas y debilidades de la oferta turística de la provincia de Ayabaca, sobre todo de cada gestión distrital, visualizándose iniciativas positivas por parte de algunos servidores públicos que lideran las oficinas o unidades de turismo. La oferta turística en la provincia de Ayabaca, está conformado por emprendimientos de hospedaje y restaurantes, 31 recursos inventariados y atractivos turísticos potenciales, infraestructura con servicios básicos. La situación de los servicios turísticos y las inversiones en la provincia de Ayabaca presentan dos escenarios, en el caso de los servicios turísticos estos tienen muchas falencias respecto a ofrecer sus servicios, hablando específicamente de la atención al cliente y publicidad. Por otro lado, las inversiones para el turismo en la provincia son limitadas.

Finalmente, la problemática más resaltante de la oferta turística en la provincia de Ayabaca, es la deficiencia en el sector, debido a factores como: el poco compromiso de autoridades que lideran los distritos y población local, planeación inadecuada para la conservación de los recursos y atractivos, la multifuncionalidad que tienen los encargados de las oficinas de turismo, por no ser de la especialidad, la carencia de agencias de viajes que promocionen dichos los recursos y atractivos turísticos, deficiencia en la infraestructura básica y poca accesibilidad y servicios con pocos indicios de calidad y salubridad.

Referencias bibliográficas.

- Acetuno Huacani, C., Silva Minauro, R., & Cruz Chuyma, R. (2020). Mitos y realidades de la investigación científica. *Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. Tourism Management, 81, 104154. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>*
- Anton Martin, C., Camarero Izquierdo, C., & Laguna-García, M. (2021). Culinary tourism experiences: The effect of iconic food on tourist intentions. *Tourism Management Perspectives, 40, 100911. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100911>*
- Apaza-Panca, C. M., Santa-Cruz Arévalo, J. E., Maquera-Luque, P. J., & Ticona-Carrizales, L. (2020). Rethinking Tourism Public Policies to mitigate the effects of Covid-19. *Cuestiones Políticas, 38(Especial), 119–133. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.38e.08>*
- Ascón, J., & Argibay, A. (2020). Herramienta para el desarrollo de metahabilidades directivas en jefes de Recepción de hotel. *SUMMA. Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales, 2(2), 61-82.*
- Beltrán Galindo, L. C., & Bravo, A. (2008). Turismo de aventura: reflexiones sobre su desarrollo y potencialidad en Colombia. *Anuario Turismo y Sociedad, 9, 103–112.*

- Boullón, R. (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 17–24.
- Calderón Guzmán, L. A. (2021). Situación de la oferta turística en Tambogrande [Tesis de bachiller, Universidad Nacional de Frontera]. <http://repositorio.unf.edu.pe/handle/UNF/122>
- Carhuacho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., & Casana, K. (2019). Metodología para la investigación holística [Methodology for holistic research]. In Uíde. <https://n9.cl/t0s2>
- Carpio, M., & Mejía, L. (2015). Análisis de la oferta turística y demanda turística y diseño de un circuito turístico, provincia de Ilo, Moquegua, 2015.
- Connell, J., Page, S. J., & Bentley, T. (2009). Towards sustainable tourism planning in New Zealand: Monitoring local government planning under the Resource Management Act. *Tourism Management*, 30(6), 867–877. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.001>
- Cooperación Suiza – SECO. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. In Manual para la Planificación de Productos Turísticos. https://www.cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/manual_de_planificacion.pdf
- Flores Valladares, S. M. (2019). Diagnóstico de la infraestructura turística en el distrito de Paimas - provincia de Ayabaca - Piura - Perú 2019 [Tesis para título profesional, Universidad Nacional de Piura]. <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/2125>
- Garrido, S. J. (2018). Diseño de productos turísticos. Paraninfo.
- Ghalia, T., Fidrmuc, J., Samargandi, N., & Sohag, K. (2019). Institutional quality, political risk and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100576. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100576>
- Gobierno Regional de Piura. (2021). Gore reconstruirá más de 27 kilómetros de caminos vecinales en Ayabaca. Nota de Prensa. <https://www.gob.pe/institucion/regionpiura/noticias/549950-gore-reconstruira-mas-de-27-kilometros-de-caminos-vecinales-en-ayabaca>
- Hernandez-Rojas, R. D., Folgado-Fernandez, J. A., & Palos-Sanchez, P. R. (2021). Influence of the restaurant brand and gastronomy on tourist loyalty. A study in Córdoba (Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 100305. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100305>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). Metodología de la Investigación (6ta ed.). Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). Visitantes nacionales y extranjeros a monumentos arqueológicos, museos de sitio y museos, según departamento, 2018 - 2020. Estadística Turismo. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/turismo-11176/>
- La República. (2021). Piura: Santuario del Señor Cautivo de Ayabaca recibe sello Safe Travels. <https://larepublica.pe/sociedad/2021/11/25/piura-santuario-del-senor-cautivo-de-ayabaca-recibe-sello-safe-travels-turismo-lrnd/>
- Liu, A., & Wu, D. C. (2019). Tourism productivity and economic growth. *Annals of Tourism Research*, 76, 253–265. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.005>
- Liza Zatti, S. A. (2020). Planeamiento estratégico territorial como herramienta para fomentar el turismo como eje estratégico del desarrollo sostenible de la Provincia de Ferreñafe? [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/8898/Liza_Zatti_Sonia_Alejandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Llanos Huaracallo, E. I., & Medina Gallegos, M. R. (2019). Estudio de la oferta turística del distrito de Sabandía - Arequipa, 2019 [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10354>
- McGehee, N. G., & Meng, F. (2006). The politics of perception: Legislative images of the tourism industry in Virginia and North Carolina. *Journal of Travel Research*, 44(4), 368–378. <https://doi.org/10.1177/0047287505282953>

- Melian, A. G. (n.d.). Accessible tourism : An integrated model of the behaviour of tourists with disabilities in a destination .
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/401761/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_de_l_inventario_de_recursos_turisticos.pdf
- Ministero de Comercio Exterior y Turismo. (2021). Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL). <http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Guia-plan-de-desarrollo.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (1998). Introducción al Turismo. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Orús, A. (2021). El turismo en el mundo - Datos estadísticos. Turismo y Hostelería - Viajes de Ocio. https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader__wrapper
- Presidencia de la República del Perú. (2009). Ley N° 29408 - Ley General del Turismo. <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/29408.pdf>
- Prom Perú. (2021). El próximo vacacionista: una nueva mentalidad de viaje. https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2021/may/2_el_proximo_vacacionista_una_nueva_mentalidad_de_viaje.html
- PromPerú. (2020). Conociendo al nuevo vacacionista nacional. In Promperú. [https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo al nuevo vacacionista nacional&url=Uploads/infografias/1089/loads_infografias_1089_El nuevo vacacionista nacional \(1\).pdf&nomObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20nuevo%20vacacionista%20nacional&url=Uploads/infografias/1089/loads_infografias_1089_El_nuevo_vacacionista_nacional(1).pdf&nomObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=)
- Rentería Torres, C. S. (2013). Elementos que favorecen el desarrollo del turismo, como actividad económica alterna, en el distrito de Ayabaca - Provincia de Ayabaca, departamento de Piura [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/8380>
- Santa-Cruz Arévalo, J. E., Moreno Quispe, L. A., Apaza-panca, C., & Martinez-Nole, I. (2021). Peruvian Artisanal Products and the Effect of Covid-19 on Artisanal Enterprises. *Hong Kong Journal of Social Sciences*, 57(57), 142–159.
- UNWTO. (2017). Advancing towards a clear North: Annual Magazine. In E-Unwto.Org. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419203>
- UNWTO. (2021). Glosario de términos de Turismo. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- UNWTO. (2022). UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2022. Volumen 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
- Wang, Y., Han, L., & Ma, X. (2022). International tourism and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 94, 103388. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103388>
- Yang, Y., Zhang, C. X., & Rickly, J. M. (2021). A review of early COVID-19 research in tourism: Launching the Annals of Tourism Research's Curated Collection on coronavirus and tourism. *Annals of Tourism Research*, 91, 103313. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2021.103313>
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81(April), 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
- Zhu, S., Wu, Y., Zhu, C. yan, Hong, W. chu, Yu, Z. xi, Chen, Z. ke, Chen, Z. lei, Jiang, D. guo, & Wang, Y. guang. (2020). The immediate mental health impacts of the COVID-19 pandemic among people with or without quarantine managements. *Brain, Behavior, and Immunity*. <https://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.04.045>