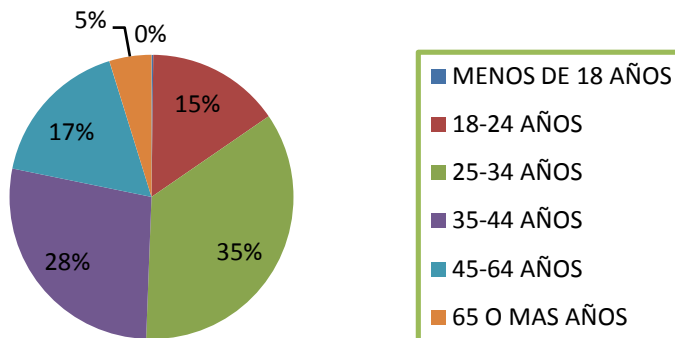


# INTERPRETACIÓN DE LOS GRÁFICOS

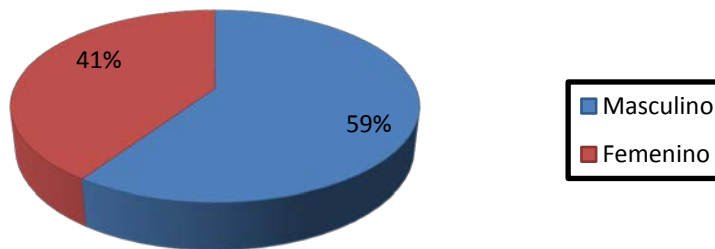
## 1) Perfil Demográfico

**Gráfico 01: Edad**



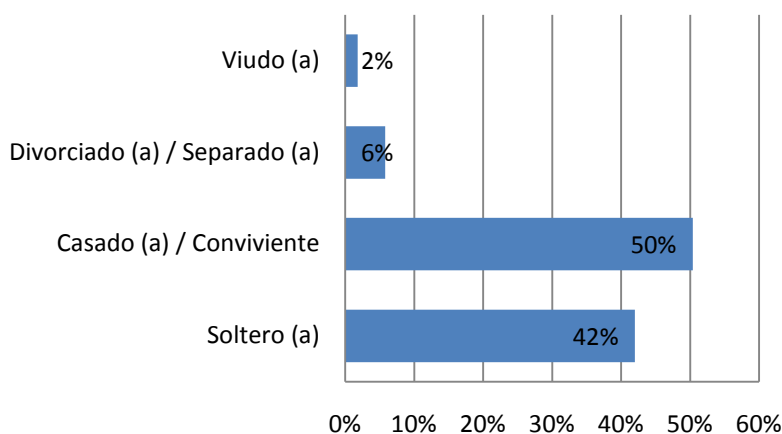
El 78% de los encuestados tienen edades entre 18 a 44 años, lo que representa un mercado relativamente joven. Mientras que las personas mayores de 45 apenas cuentan con un 22%. Esto podría pasar por la falta de paquetes turísticos existentes en este mercado que incluya programas para personas de tercera edad.

**Gráfico 02: Género**



El 59% de los encuestados son de sexo masculino y el 41% son sexo femenino, notándose que no existe gran diferencia entre estos dos géneros, considerando que el 50% son casados o conviven, sin embargo el 37% viajan solos y el 22% con sus parejas.

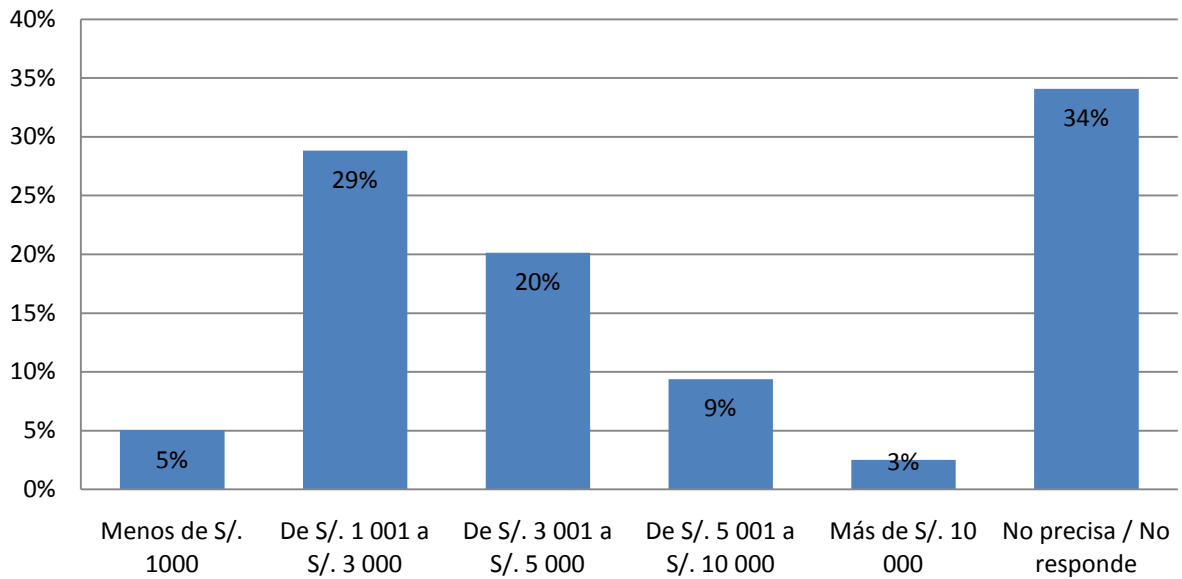
**Gráfico 03: Estado Civil**



❖ Se aprecia que el mayor porcentaje representa al estado civil casados con un 50%, seguido por el estado civil soltero con un 42%. No existiendo demasiada diferencia entre estos dos estados.

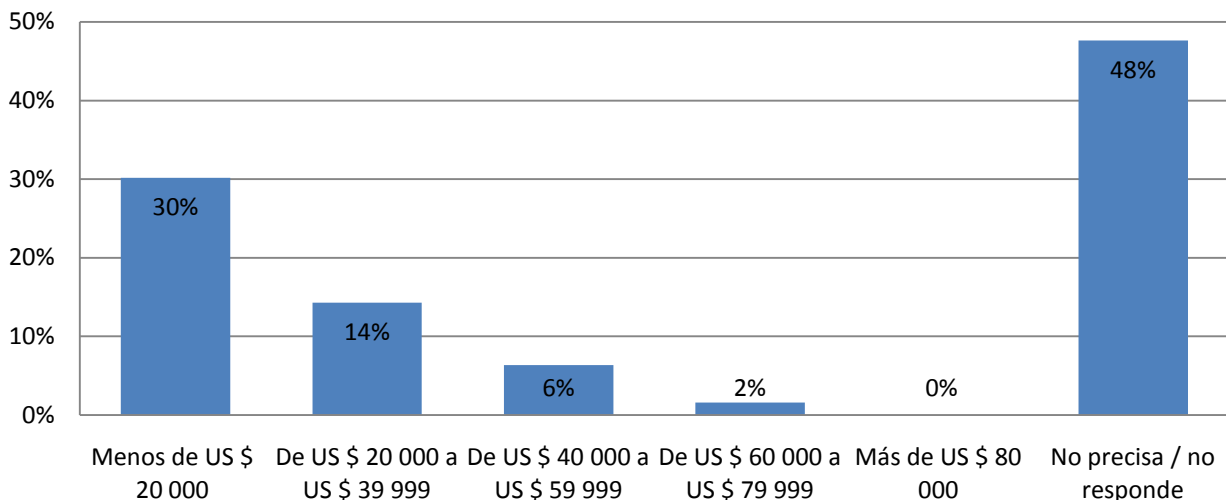
❖ De los 500 encuestados; 231 realizaron estudios superiores universitarios que equivale a 46%, seguido por 134 que realizaron estudios técnicos que representa el 27%.

**Gráfico 04: Ingreso mensual por hogar de quién visita San Martín - Nacional**



- ❖ De los encuestados, 437 turistas nacionales, el 35% no precisa y no responde ante la interrogante sin embargo el 28% manifiesta que sus ingresos oscilan entre S/1001 a S/3.000, y el 20% tiene un ingreso mensual de S/3001 a S/5000. Con estos datos se observan que las personas que visitan la Región San Martín son turistas Nacionales en un 89% y están representadas por una clase media baja a media con estudios superiores universitarios y técnicos en su mayoría.

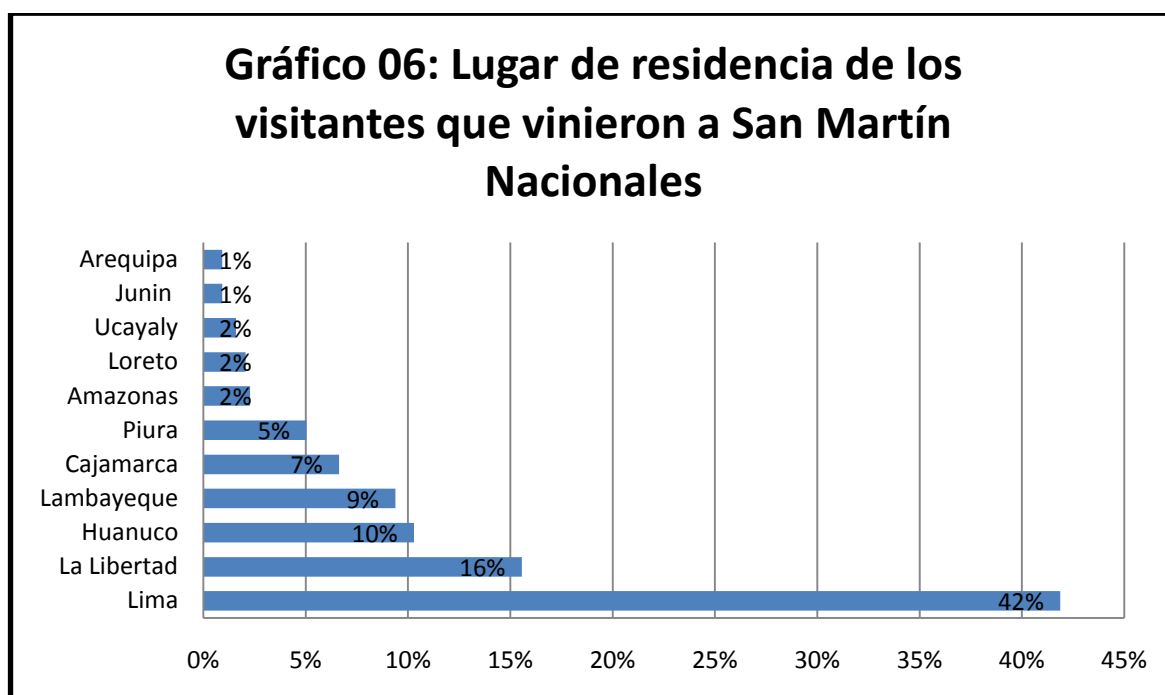
**Gráfico 05: Ingreso mensual por hogar del quién visita San Martín- Extranjero**



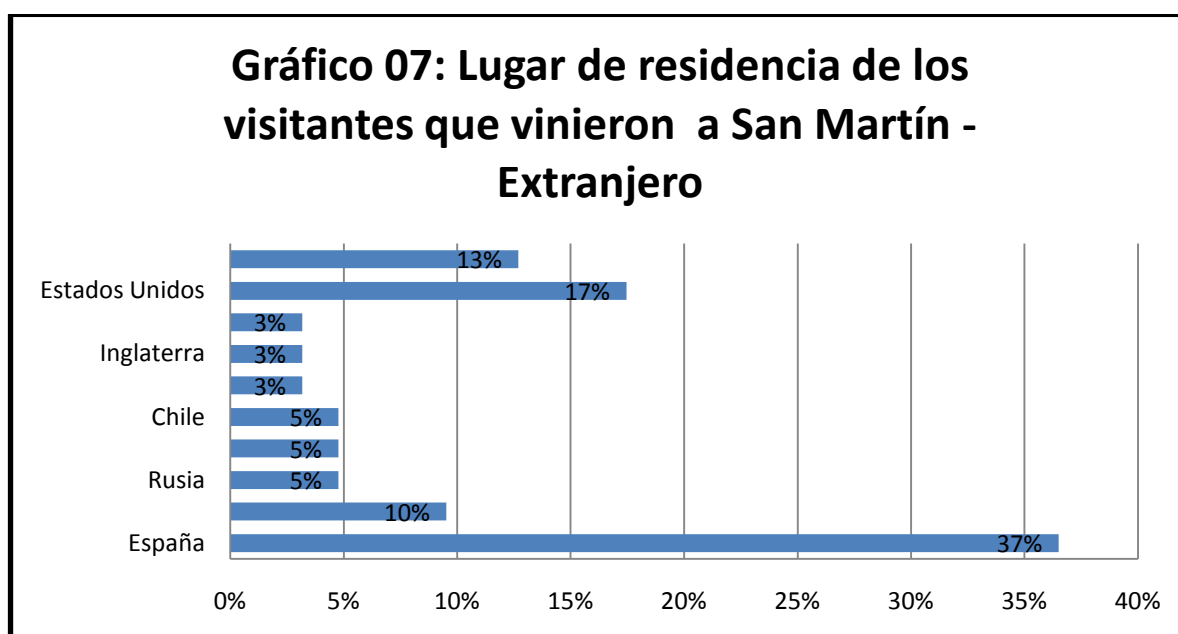
- ❖ Los turistas extranjeros que visitan San Martín según los encuestados son 63 personas que representan el 11% de 500 encuestados. El 38% ante esta interrogante de sus ingresos mensuales prefiere no

responder, sin embargo el 36% manifiesta que sus ingresos mensuales son menos de US \$2000, mientras que un 17% manifiesta que sus ingresos son de US \$2000 a US \$ 20000 a US \$ 39999.

## 2) Origen de los visitantes

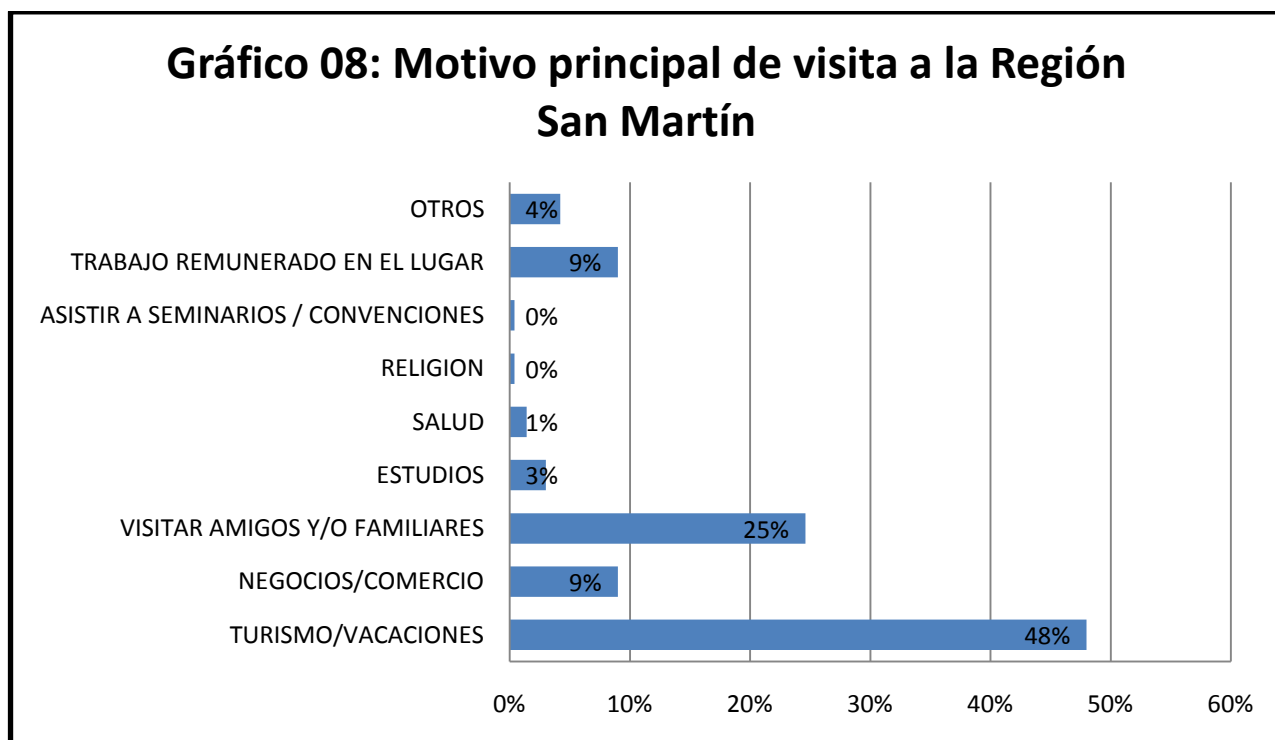


- ❖ Lima se mantiene como el mercado emisor más grande con un 42% , el Norte del Perú en su conjunto(La Libertad, Lambayeque, Piura, Cajamarca y Amazonas) representan el 39% del total de visitantes Nacionales. Es necesario poder diversificar la oferta turística e implementar estrategias que puedan atraer más visitantes de otros Departamentos que no necesariamente requieran el servicio aéreo para llegar a San Martín.



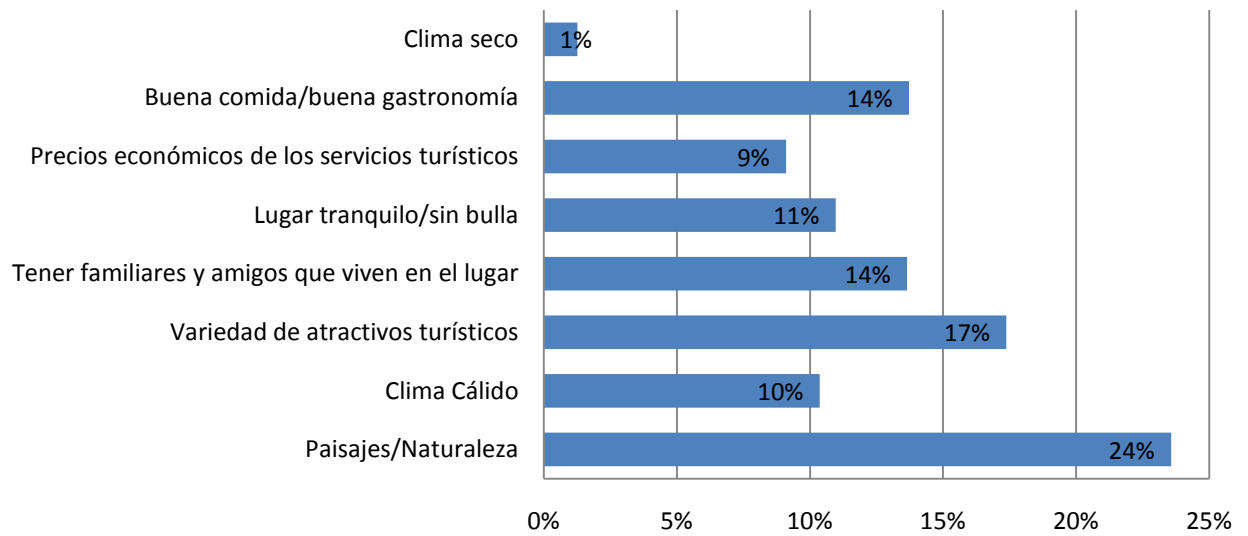
- ❖ 63 encuestados son de procedencia Extranjera; un nicho de mercado relativamente bajo ya que los que llegan a San Martín son más turistas internos.
- ❖ El 37% son del País de España. El 17% de Estados Unidos y el resto es una mezcla heterogénea de diversas nacionalidades, los visitantes latinoamericanos son escasos.

### 3) Razones para su visita



- ❖ El primer filtro-pregunta inquiriere sobre el motivo PRINCIPAL de la visita a la Región San Martín del encuestado.
- ❖ Según los resultados, podemos apreciar que 48% vino a hacer turismo y vacaciones lo que nos demuestra que la Región San Martín es considerada como una alternativa para la realización de turismo en tiempos de descanso y ocio.
- ❖ Un 25 % vino paravisitar familiares y amigos dentro de su visita aprovechar para para realizar turismo.
- ❖ Un 9% vino por negocios y comercio, un porcentaje mínimo sin embargo esto implica que si una persona viene contratada por una empresa, su primera razón será laboral pero no se descarta que el encuestado realice, en un segundo término, actividades Turísticas, sin embargo ésta no es el motivo primordial de su visita. De las personas que vinieron a realizar negocios que equivale a 45 personas de 500 el 62% son trabajadores independientes y el 49% se dedica a la venta de productos ,
- ❖ Al mismo un 9% manifiesta que su motivo principal de visita fue trabajo remunerado en el lugar sin embargo no es una categoría trascendente.
- ❖ Las categorías que obtuvieron menor porcentaje son religión, asistir a seminarios y convenios con 0% y salud con 1% lo cual representa que estos son lo que tiene menor relevancia al momento de realizar sus viajes.

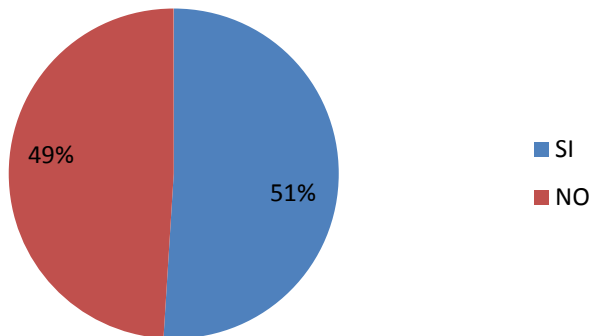
## Gráfico 09: Aspectos que toma en cuenta para realizar su viaje



- ❖ Con respecto a los aspectos que toman en cuenta antes de viajar los encuestados manifestaron que el aspecto que mayor consideran es paisaje y naturaleza con un 24%, lo que representa que San Martín es considerado como un destino de naturaleza, haciendo referencia al lema Región verde.
- ❖ El 17% su interés está demostrado en conocer variedad de atractivos turísticos existentes en la Región lo que significa que el interés por conocer los atractivos turísticos es amplio.
- ❖ El 14% porque tienen familiares y amigos lo que indica que la publicidad interna es relevante para promocionar los atractivos turísticos existentes en la Región. Así mismo también obtuvo un 14% la buena comida, lo que nos indica que uno de los principales intereses en visitar San Martín es degustar los diversas comidas típicas de la Región sin embargo más adelante se manifiesta que una de las cosas que menos les gusto de la vista a San Martín fueron los servicios recibidos dentro de los establecimientos de restauración lo que nos conlleva a precisar que este es un aspecto que debería mejorarse para hacer más placentera la visita de los turistas.
- ❖ Los que obtuvieron menor porcentaje de puntuación fueron precios económicos de los recursos turísticos con 9% y clima seco con un 1% lo que indica que no son aspectos relevantes en el momento de decidir realizar un viaje.

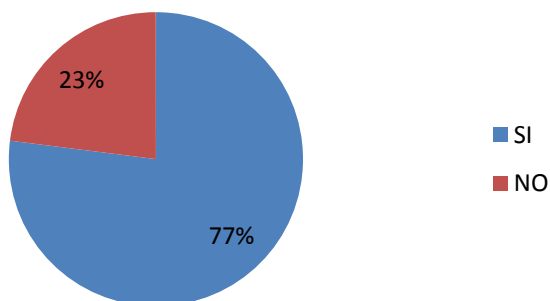
#### 4) Características del viaje

**Gráfico 13: ¿Es la primera vez que visita San Martín?**



El 51% de los encuestados ya vinieron a San Martín más de una vez mientras que el 49% lo hace por primera vez, La mitad de los encuestados repiten su visita a San Martín lo que conlleva a pensar que sus visitas anteriores fueron placenteras y desean conocer nuevos lugares turísticos, existe un gran porcentaje que vinieron a realizar otras actividades que no son turismo sin embargo dentro de sus tiempo libre visitaron los atractivos turísticos.

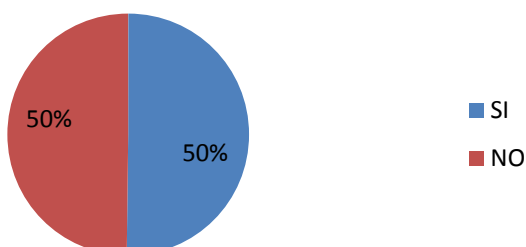
**Gráfico 14: Planifico su viaje**



❖ El 77% de los encuestados planificaron su viaje antes de realizarlo y solo el 23% no lo hicieron, la mayoría de personas al momento de realizar un viaje prefiere planificarlo con un tiempo máximo de una semana para que su visita sea más placentera.

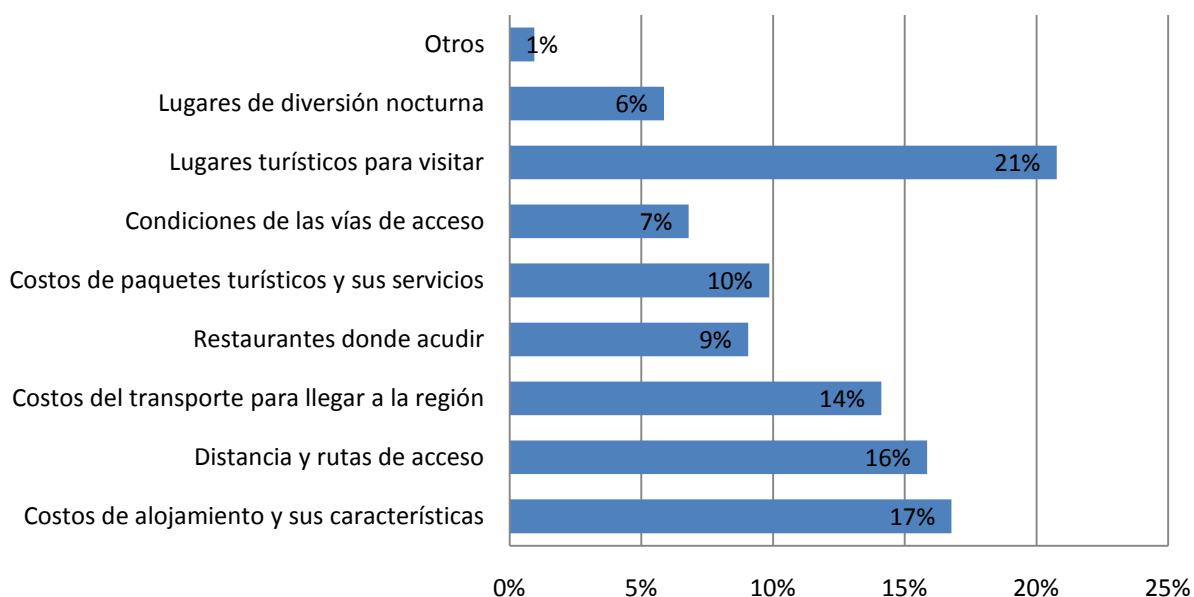
#### 5) Búsqueda de Información

**Gráfico 15: ¿Busco información para realizar su viaje?**



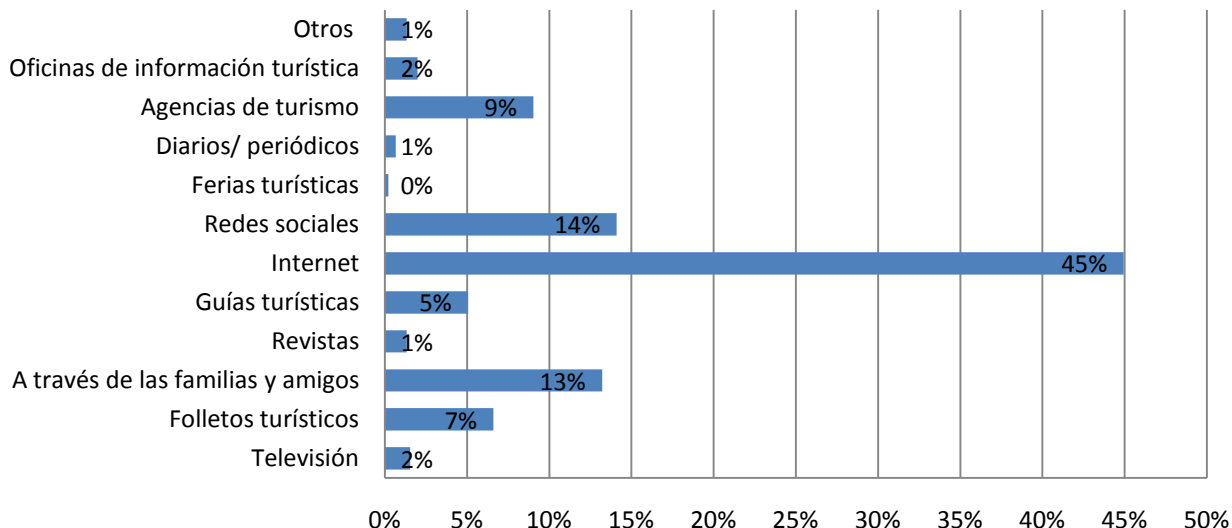
❖ Las personas que visitan San Martín planifican su viaje sin embargo se demuestra que el 50% busca información acerca del lugar que va a visitar y el otro 50% no lo hizo.

### Gráfico 16: Tipo de información que busco

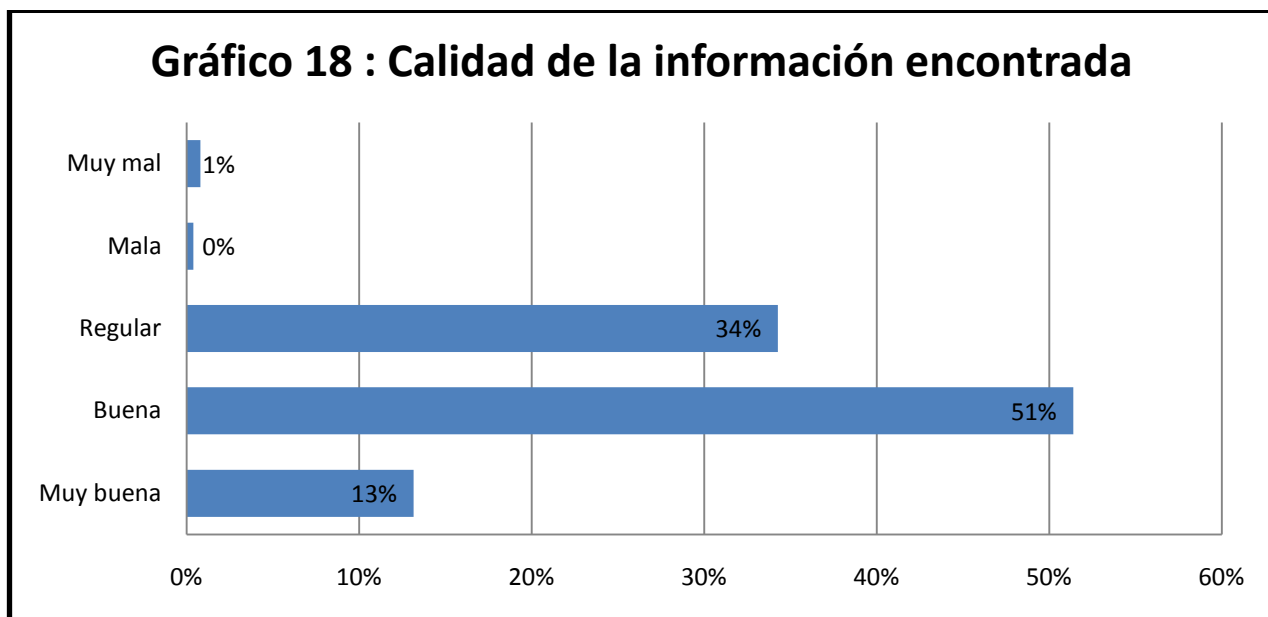


- ❖ Para las personas que dijeron que planifican su viaje que representa a 251 personas de 500 encuestados la información que buscan al momento de realizar su viajes son acerca de los atractivos turísticos por visitar con un 21%,esto quiere decir que los diversos atractivos turísticos existentes es el principal motivación para poder elegir como un destino a San Martín
- ❖ En segundo lugar se encuentra los costos de los alojamientos y sus características ya que buscan el confort de los establecimientos para hacer más cómodo su estancia, sin embargo no muy distante se encuentra la categoría; distancia, rutas y acceso con un 16% esto quiere decir que también se interesan por la distancia de los lugares por visitar así como la accesibilidad para poder realizar las visitas.

### Gráfico 17: ¿Dónde busco información?



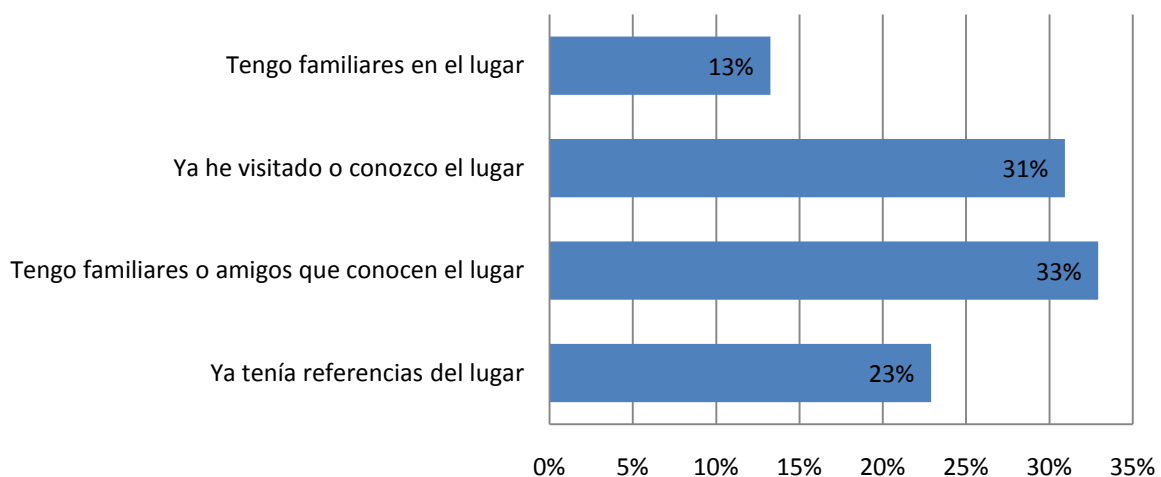
- ❖ Para los que respondieron que buscaron información para realizar su viaje la mayoría lo hace por internet con un 45%, es importante saber si la información que se cuenta en este medio es lo suficientemente motivante para la toma de decisiones.
- ❖ El segundo medio que se utiliza para buscar información son las redes sociales que en la actualidad han adquirido bastante relevancia teniendo en cuenta que son los jóvenes los que mayormente utilizan más este medio y la demanda que visita San Martín está representada en su mayoría por un segmento relativamente joven.
- ❖ El medio con menor relevancia para buscar información son las revistas y ferias turísticas obteniendo relativamente el menor porcentaje que equivale a 1% y 0% respectivamente.



- ❖ Con respecto a la información que encontraron en los diversos medios que utilizaron los encuestados para buscar información para poder realizar su viaje, manifiestan que consideran que la información es buena con un 51% ya que existe bastante información y el 34% manifiesta que la información es regular porque muchas veces lo que se encuentra en las páginas no van de acuerdo con la realidad.

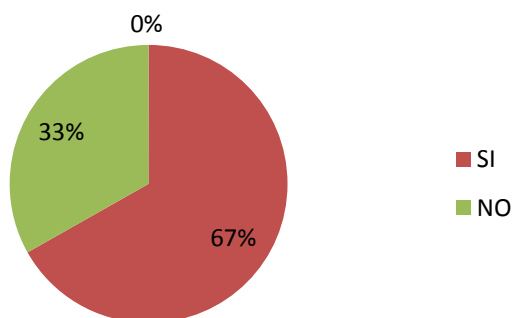


### Gráfico19: ¿Porqué no busco información?



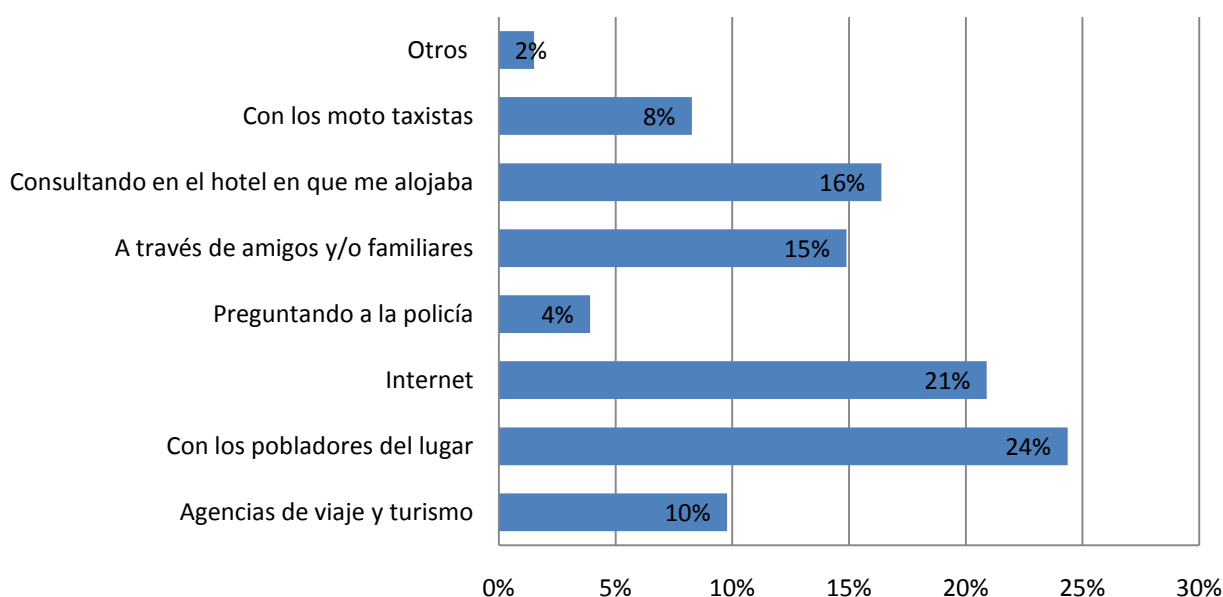
- ❖ Para los que dijeron que no buscaron información para realizar su viaje que son 249 personas que representa el 50% cuando se les pregunto el motivo del porque no realizan búsqueda de información respondieron con un 33% porque tienen familiares y amigos que conocen el lugar eso quiere decir que también tiene mayor relevancia la información que cada poblador conoce acerca de su región y del su potencial turístico con el que cuenta cada Provincia, es por eso que se debe tener en cuenta la mejora de la cultura turística de la población.
- ❖ El 31% manifiesta que ya ha visitado y conoce el lugar lo cual nos indica que su visita anterior le pareció bien por eso decidió regresar.
- ❖ El 23% ya tenía referencia del lugar, nuevamente se ve que la transmisión de la información de boca a boca es importante y que las personas que visitan la Región recomiendan a sus amigos y familiares visitarlo.
- ❖ El 13% porque tienen familiares en el lugar, realizan su vista y aprovechan para realizar turismo.

### Gráfico 20: ¿Busca información del lugar que va a visitar?



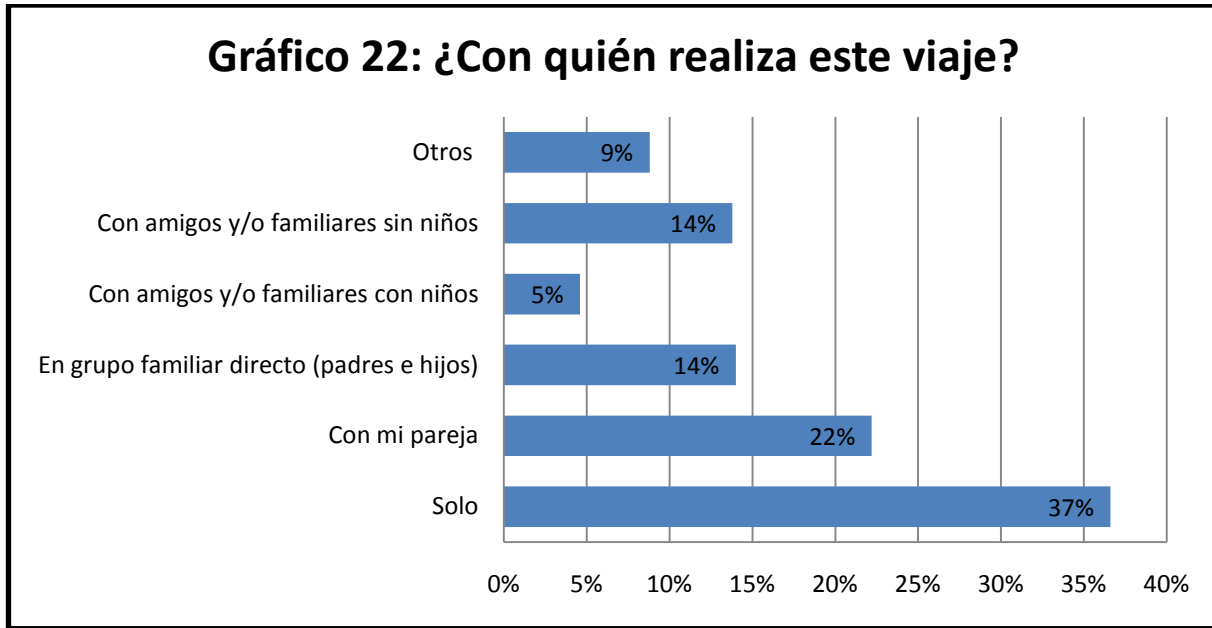
Para los 500 encuestados para conocer si realizan búsqueda de la información en el lugar que visita, respondieron el 67% que sí, mientras que el 33% que no.

## Gráfico 21: ¿Dónde realiza la búsqueda de información en el lugar que visita?

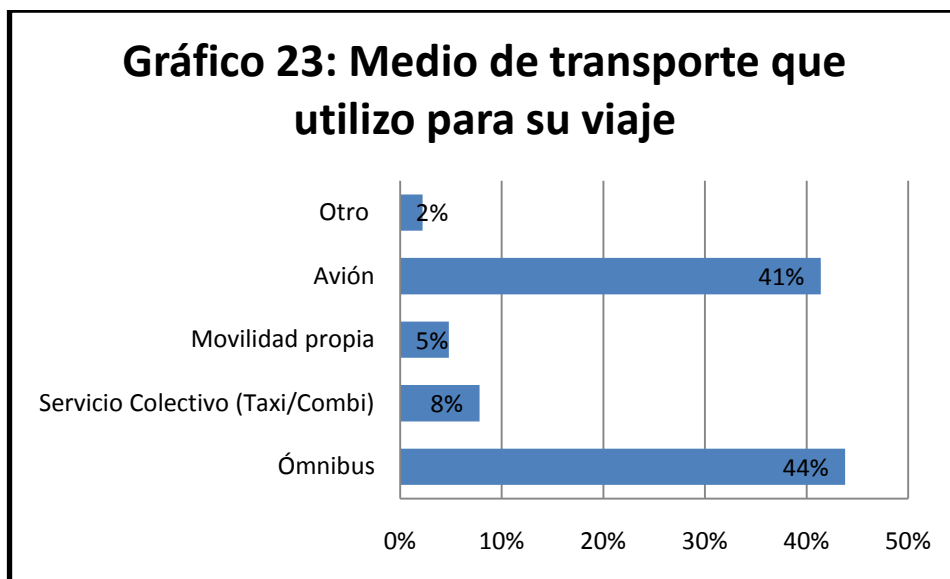


- ❖ Para las personas que respondieron que si realizan búsqueda de información en el lugar que visita que son 334 que equivale a 67% respondieron que lo hacen con los pobladores del lugar con un 24% lo que nos indica que la pobladores de una Provincia o Distrito donde se encuentra un atractivo es muy importante porque son ellos los que conocen la realidad de sus pueblos y los transmiten a los visitantes.
- ❖ El 21% manifiesta que lo hizo por internet, nuevamente aparece que el medio con mayor importancia para la búsqueda de información es el internet porque la mayoría de personas lo utilizan para buscar la conseguir la información que necesitan.
- ❖ La información que tienen los hoteles también es importante porque el 16% manifiesta que la información lo obtuvo consultando a las personas que trabajan en el hotel en el que se hospedaron.
- ❖ El 15% lo hizo a través de los amigos o familiares.
- ❖ Los que obtuvieron menor ponderación es la información que la obtuvieron a través de las personas que brindar el servicio de transporte en motaxis y de los policías de la ciudad.

## 6) Compañía de viaje y servicios utilizados

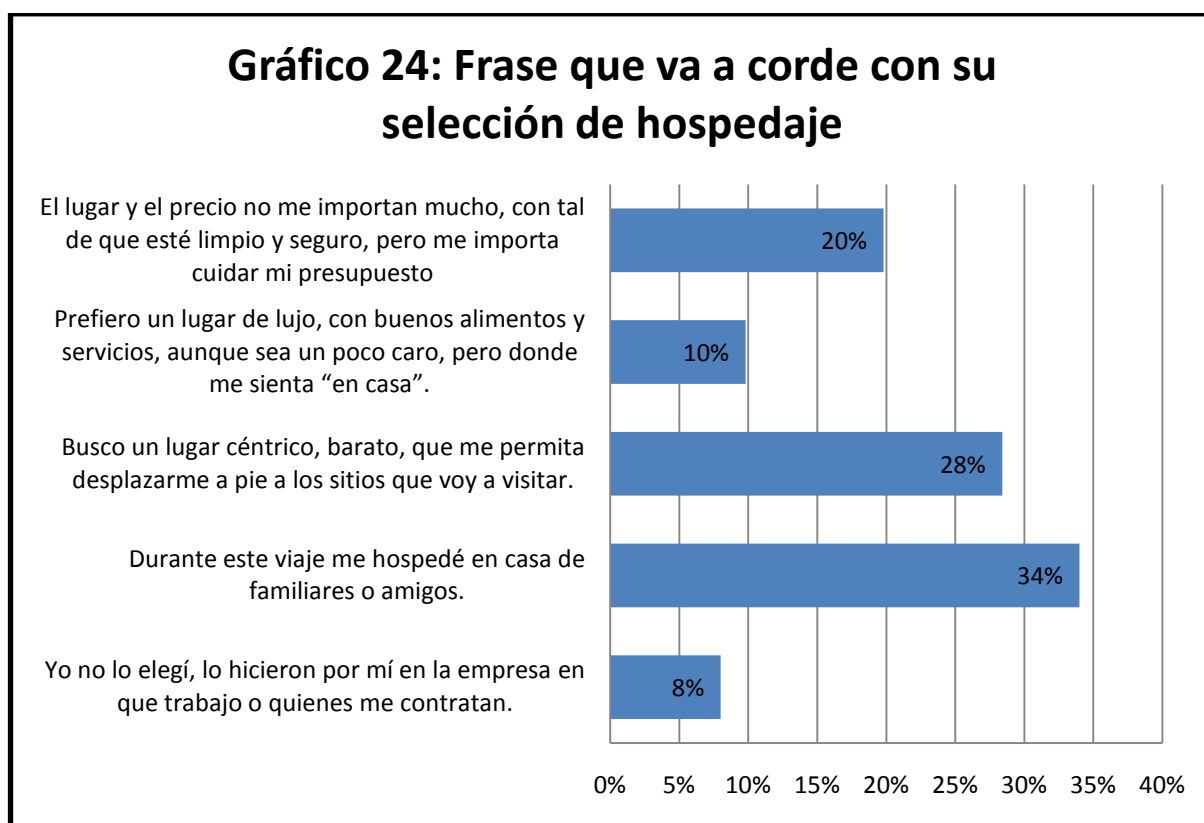


- ❖ Para todos los encuestados que son 500 con respecto a la pregunta de con quien realiza su viaje manifiestan que lo realizan solos con un 37%.
- ❖ El 22% lo hacen con su pareja y el 14% con amigos y familiares.



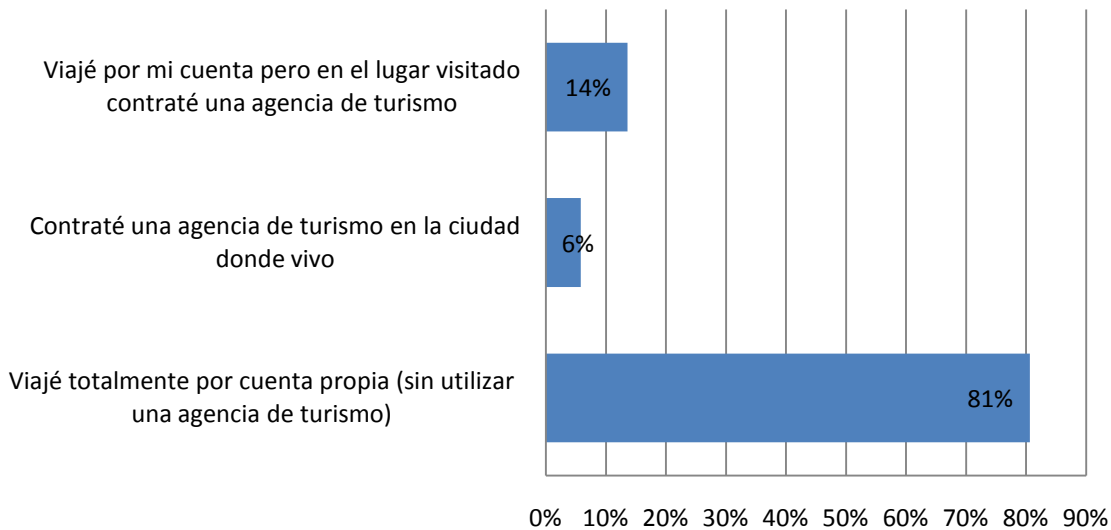
- ❖ El medio de transporte más utilizado para visitar la Región San Martín fue ómnibus con un 44% lo que demuestra que la mayoría utiliza el transporte terrestre para realizar sus viajes. Considerando que gran parte de las personas que visitan San Martín son de los departamentos de Lima, La libertad y Lambayeque.
- ❖ El segundo medio de transporte más utilizado es la vía aéreas con un 41%, sin embargo no existe mucha diferencia entre estos dos medios de transporte utilizados para llegar a la Región San Martín.

- ❖ Un mínimo porcentaje utiliza el servicio colectivo y movilidad propia con un 8% y 5% correspondientemente.
- ❖ El promedio de personas que llegaron a San Martín en esta visita realizando promedio es de 3 personas.



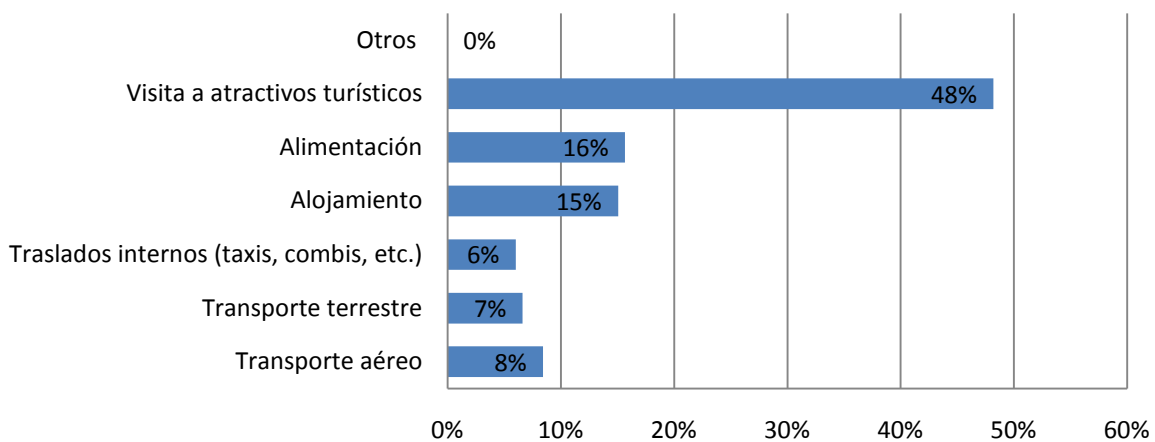
- ❖ Con respecto a los servicios de hospedaje que utilizan en su viaje los encuestados manifiestan que el 34% se hospedo en la casa de familiares y amigos, demostrando que la mayoría que vienen a la Región cuentan con amistades y amigos y prefieren quedarse con ellos, sin embargo el 28% utilizaron los servicios de hospedaje y tienen en cuenta para elegir el lugar donde hospedarse que el hotel se encuentre en un lugar céntrico, barato que le permita trasladarse a pie a los sitios que piensa visitar.
- ❖ Por otro lado el 20% manifiesta que el precio no es muy importante que prefieren un lugar limpio y seguro pero sobre todo les interesa cuidar su presupuesto.

## Gráfico 25: ¿Cómo organizo su viaje?



- ❖ Con respecto a cómo organizaron su viaje el 81% manifiesta que viajó totalmente por cuenta propia (sin utilizar una agencia de viajes y turismo) lo que demuestra que las personas no necesitan contratar una agencia de viajes para realizar su viaje a la Región San Martín pues tienen la información necesaria y cuentan con familiares y amigos que les apoyan en la toma de sus decisiones.
- ❖ Pero un 14% viajó por su cuenta pero en el lugar visitado contrató los servicios de una agencia de viajes lo que conlleva a pensar que estas personas buscan la seguridad y tranquilidad al momento de realizar sus visitas a los atractivos sin preocupación alguna.
- ❖ El 6% contrató una agencia de viajes en la ciudad donde vive.

## Gráfico 26: Servicios contratados en la agencia de viajes



- ❖ Para las personas que contrataron una agencia de viajes para su visita a San Martín que son 97 de 500 encuestados que representa 20%, manifiestan que contrataron los servicios

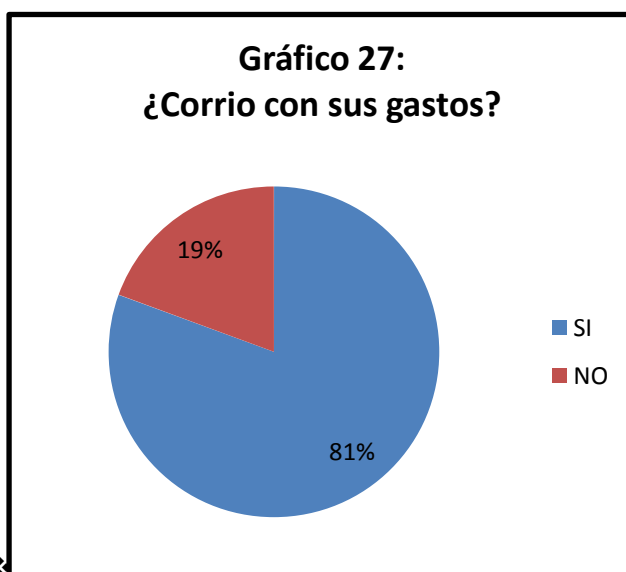
de una agencia de viajes para la visita a los atractivos turísticos con 48%, seguido de alimentación con 16%, no con mucha diferencia se encuentra alojamiento con 15%

- ❖ Los tres últimos servicios contratados son; transporte aéreo, transporte terrestre y traslado interno.

## 7) Gastos del visitante

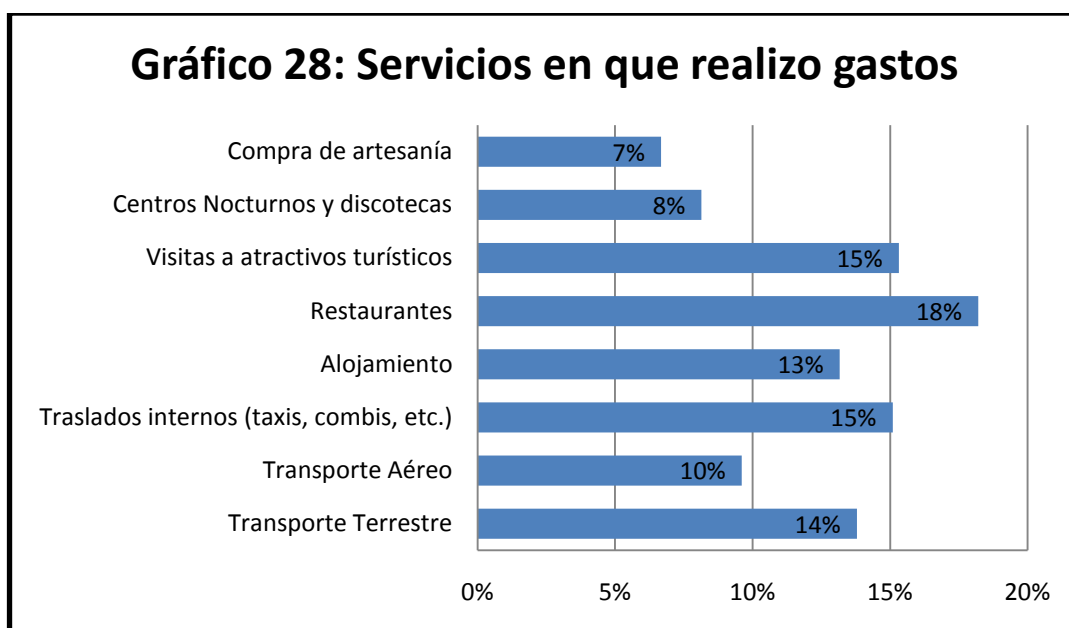
El promedio de los gastos realizados en su visita a San Martín, con respecto a los turistas nacionales son, S/1,317.00. Considerando que son 437 y solo 245 respondieron y el resto que son 192 no precisaron ante la pregunta.

El promedio del gasto realizado de los turistas extranjeros en dólares son: 11,44. Fueron 15 personas que respondieron a esta pregunta y 48 personas no quisieron precisar. Considerando que el promedio de pernoctaciones es de 10 noches.



- ❖ Para todos los encuestados que son 500, el 81% corrió con sus gastos y un 19% no lo hizo si no la empresa donde trabaja o familiares.

- ❖ La forma de financiamiento de su viaje fue con un 69% con los ahorros, eso dice que las personas tienen ahorros destinados a la realización de turismo. Mientras que el 21% lo hizo con el sueldo del momento.



- ❖ Los gastos en su visita al Departamento de San Martín fueron realizados con mayor porcentaje en alimentación con 18%

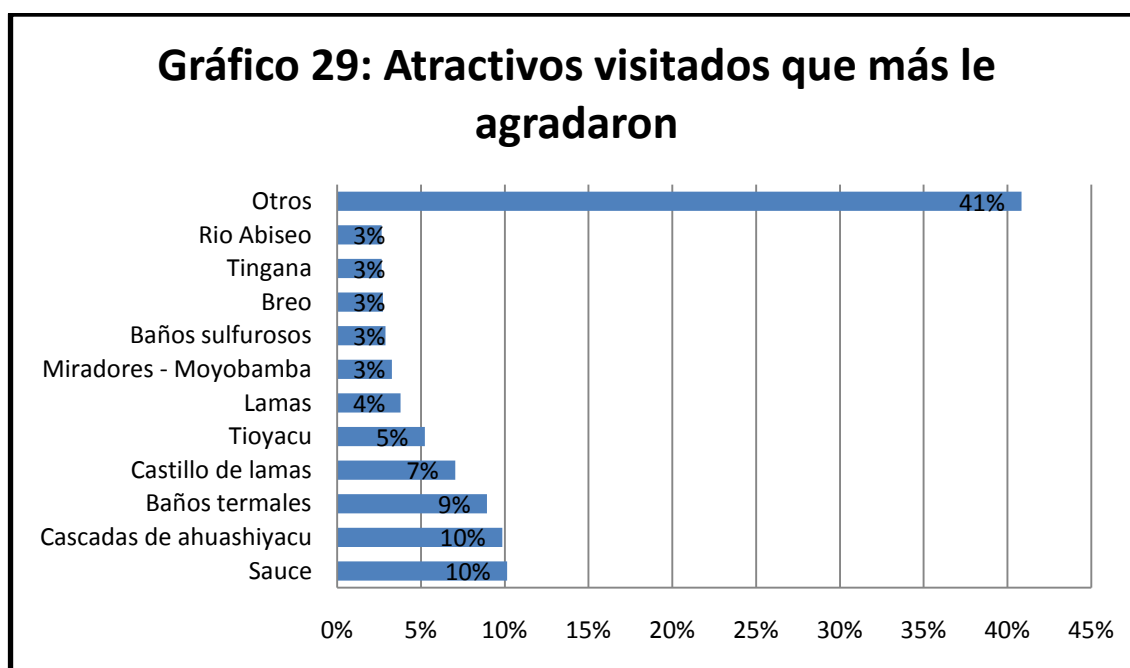
- ❖ Con un 15% encontramos a visitas a atractivos turísticos y traslado interno(taxis, combis, etc)
- ❖ El 14% en transporte terrestre.
- ❖ 10% transporte Aéreo.
- ❖ Y por último centros nocturnos y compra de artesanías.

## 8) Sitios visitados y actividades realizadas

ACTIVIDAD PRINCIPAL	ACTIVIDADES SECUNDARIAS	CANTIDAD	TOTAL
<b>TURISMO DE AVENTURA</b>	Canotaje	51	169
	Trekking (Caminatas al aire libre)	112	
	Ciclismo de montaña	6	
	No realizo	281	
<b>TURISMO DE NATURALEZA</b>	Pasear por el campo	169	682
	Visitar áreas protegidas / reservas naturales	121	
	Pasear en lagos, lagunas y/o ríos	272	
	Observación de flora o fauna en su ambiente	120	
	No realizo	76	
<b>TURISMO URBANO</b>	Pasear por la ciudad	388	702
	City tour guiado	47	
	Visitar parques y plazas de la ciudad	267	
	No realizo	27	
<b>TURISMO CULTURAL</b>	Visitar museos	104	209
	Visitar iglesias, catedrales y/o conventos	86	
	Visitar inmuebles históricos y/o monumentos	19	
	No realizo	224	
<b>DIVERSION N Y ENTRETENIMIENTO</b>	Ir a discotecas / pubs / karaoke	220	240
	Ir a casinos, bingos y tragamonedas	6	
	Asistir a conciertos, bingos y tragamonedas	2	
	Ir a espectáculos deportivos	12	
	No realizo	204	
<b>COMPRAS</b>	Artesanías	184	528
	Artículos de vestir	58	
	Dulces típicos	122	
	Productos del lugar	161	
	Otro ¿Cuál?:	3	
	No realizo	98	

<b>OTROS</b>	Visitar chamanes / curanderos	15	153
	Participar en festividades locales	20	
	Participar en festividades religiosas	7	
	Ir a parques de diversión	11	
	Visitar comunidades nativas	100	
	Realice otra(s) actividad(es) no listada(s) aquí ¿Cuáles?:	24	

- ❖ Las 4050 respuestas de las actividades que realizaron los encuestados en su visita son respuestas múltiples y no exclusivas.
- ❖ La mayoría realizó un turismo Urbano paseando por la ciudad y sus alrededores.
- ❖ En segundo lugar realizaron turismo de Naturaleza.
- ❖ Cabe resaltar que también existen personas que precisaron que no realizan estas actividades obteniendo mayor puntuación turismo de aventura y turismo cultural.

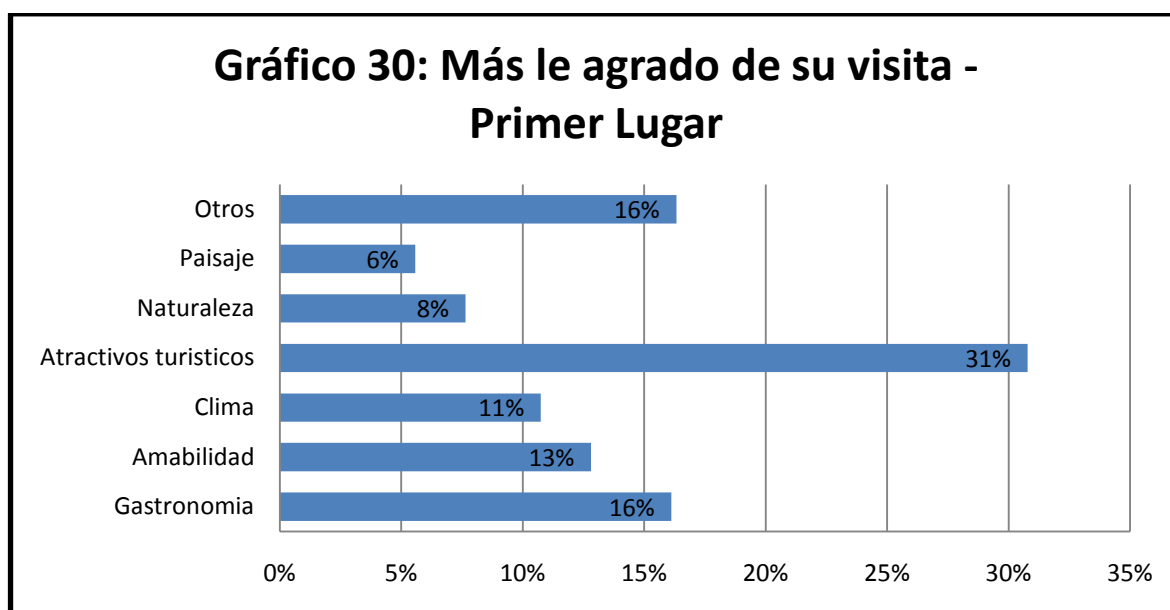


- ❖ A los encuestados se les pidió que mencionaran 5 atractivos turísticos que más les gusto en su visita a la Región San Martín, se lograron obtener 1320 respuestas; los atractivos que obtuvieron mayor puntaje es Laguna Azul con un 10% con la misma ponderación que las cascadas de ahuashiyacu, atractivos que se encuentran en la Provincia de San Martín.
- ❖ En segundo lugar con un 9% se encuentra los Baños termales de San Mateo ubicado en la Provincia de Moyobamba.
- ❖ Con un 7% se encuentra el Castillo de Lamas, ubicado en la Provincia de Lamas.
- ❖ El atractivo Tioyacu – Provincia de Rioja cuenta con un 5%, seguido con un 4% Lamas con sus comunidades nativas.



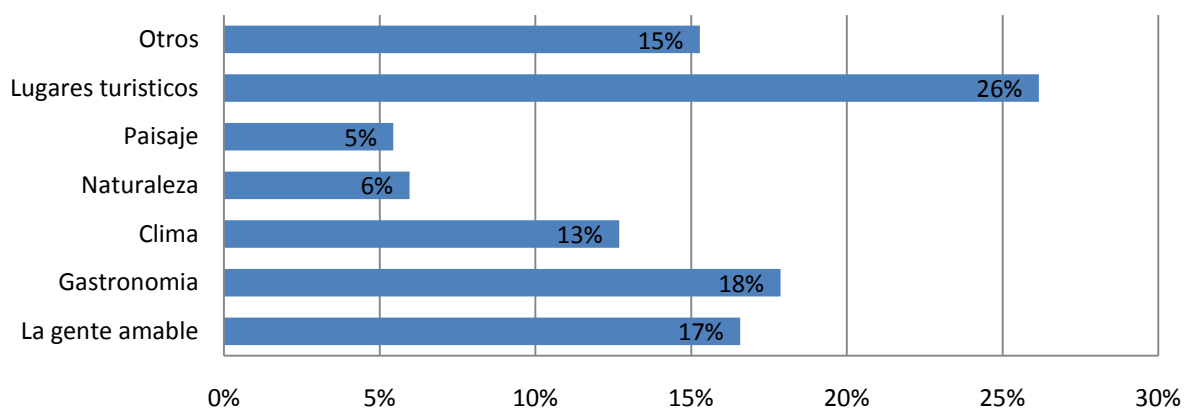
- ❖ Los que obtuvieron un porcentaje igual a 3% son los atractivos Baños sulfurosos, Miradores, La reserva Ecológica Tingana; todos estos ubicados en la Provincia de Moyobamba; en la provincia Mariscal Cáceres encontramos Parque Nacional Río Abiseo y el Río Breo.
- ❖ Sin embargo un 41% especificaron que les gusto otros atractivos ubicados dentro de las 10 provincias del Departamento de San Martín.

## 9) Aspectos que más le agradaron y desagradaron de su visita



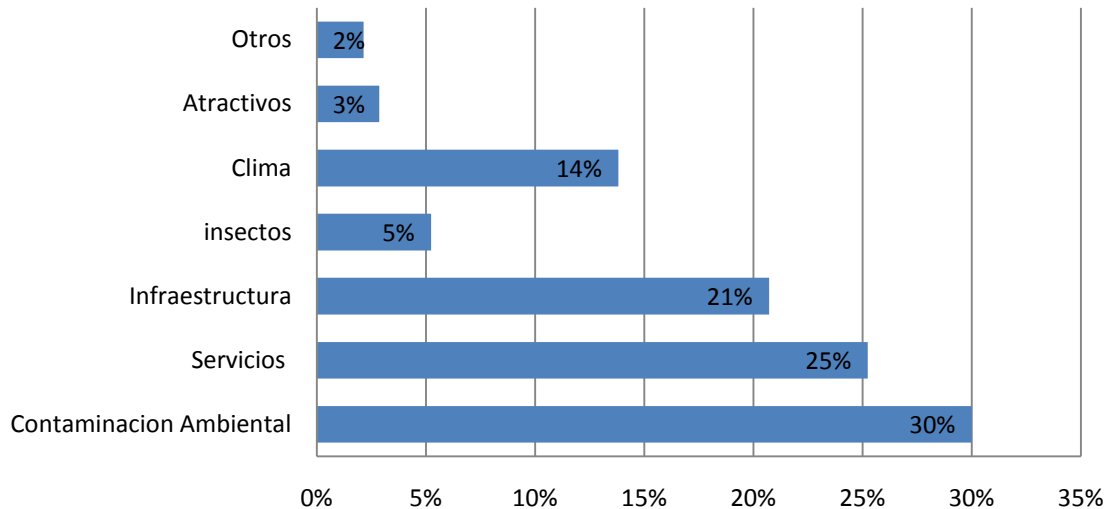
- ❖ Cuando se les pregunto a los encuestados que mencionen en primer lugar lo que más les agrado de su visita a San Martín se obtuvieron 484 respuestas, donde el 31% respondieron lo que más les agrado fueron los diversos atractivos turísticos existentes en la Región San Martín.
- ❖ Con un 16% encontramos gastronomía y otros donde esta palabra otros significa(servicios, seguridad, biodiversidad, etc.)
- ❖ La amabilidad de las personas tiene un 13% demostrando que los habitantes en San Martín son amables con las personas que visitan el Departamento y esto les agrada a los visitantes.
- ❖ Un 11% respondieron que más les agrado el clima.
- ❖ Un 8% y 6% respectivamente más les agrado la naturaleza y paisaje.

**Gráfico 31: Más agrado de su visita-  
Segundo lugar**



- ❖ En segundo lugar cuando se les pregunta qué es lo que más les agrada de su visita de las 386 respuestas el 26% volvió a precisar que más les agrada los atractivos turísticos visitados, seguidos por la gastronomía con 18% y en tercer lugar la amabilidad de las personas.

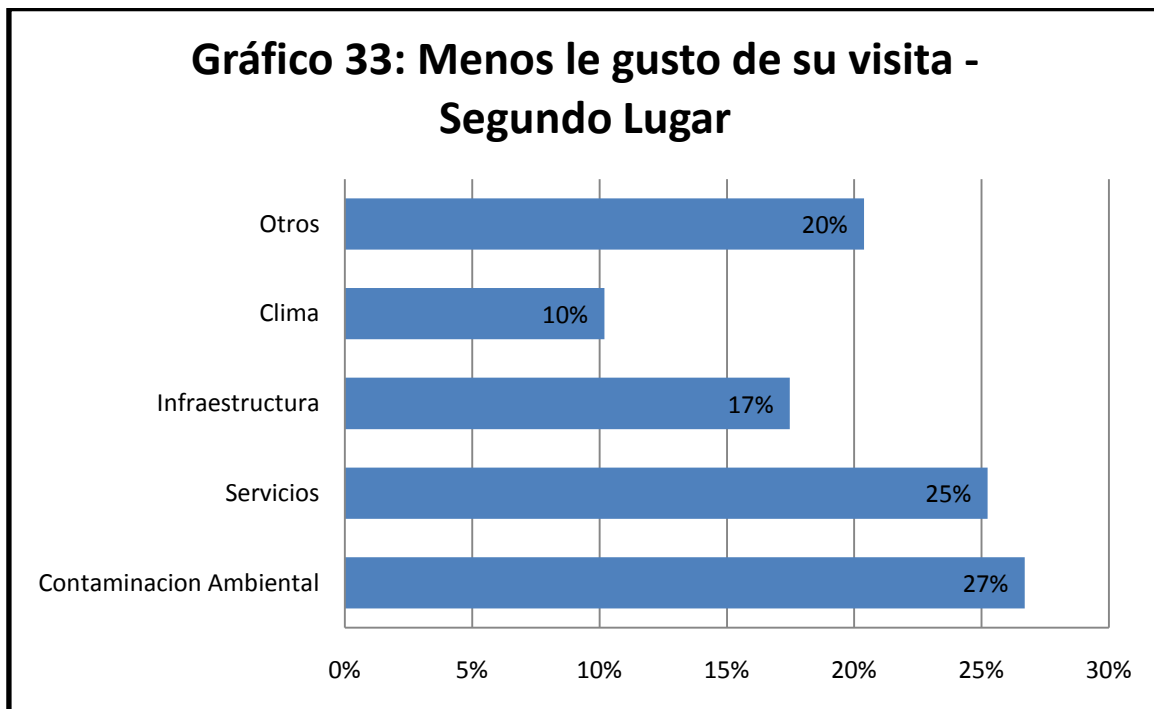
**Gráfico 32: Menos le agrado de su visita -  
Primer Lugar**



- ❖ Con respecto a la pregunta que es lo que menos les agradó de su visita a nuestra Región en primer lugar se obtuvieron 420 respuestas el que alcanzó el primer lugar con el 30% fue la contaminación ambiental que se refiere, a la basura que se encuentran en las calles, contaminación sonora, deforestación, personas no cuidan sus ríos, demasiados motos que genera un tránsito desordenado.
- ❖ Con un 25% se encuentra servicios que se refieren: A los diversos servicios recibidos en los hospedajes, restaurantes, agencias de viajes específicamente en las agencias de viajes la falta de guías profesionales y la puntualidad al momento de realizar los tours; mala atención a los turistas en algunos establecimientos turísticos. Tarifas a los atractivos no específicas, tarifas

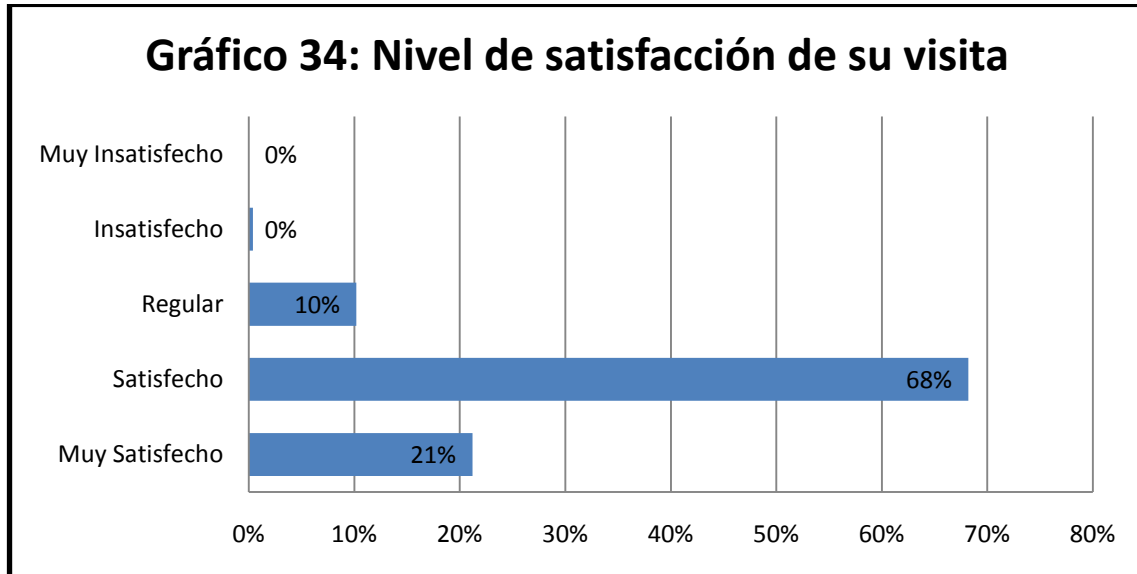
elevadas de los mototaxis poco promoción de los diversos atractivos existentes en la región, etc.

- ❖ Con un 21% se encuentra la infraestructura donde se refieren al mal estado de las carreteras, falta de acceso y señalización a algunos atractivos turísticos, calles no pavimentadas, etc.
- ❖ El 14% manifestaron que no les agrada el clima por el calor y las lluvias que se producen inesperadamente.
- ❖ Al 5% les desagradó la cantidad de mosquitos y/o insectos existentes.



- ❖ Los mismos premisas se utilizan cuando se refiere a la pregunta lo que menos les gusto de su visita en segundo lugar se obtuvieron 206 respuestas, donde el 27% sigue manifestando que lo que menos le agrado de su visita fue la contaminación ambiental, segundo con un 25% los servicios recibidos, el 17% infraestructura.

## 10) Nivel de Satisfacción

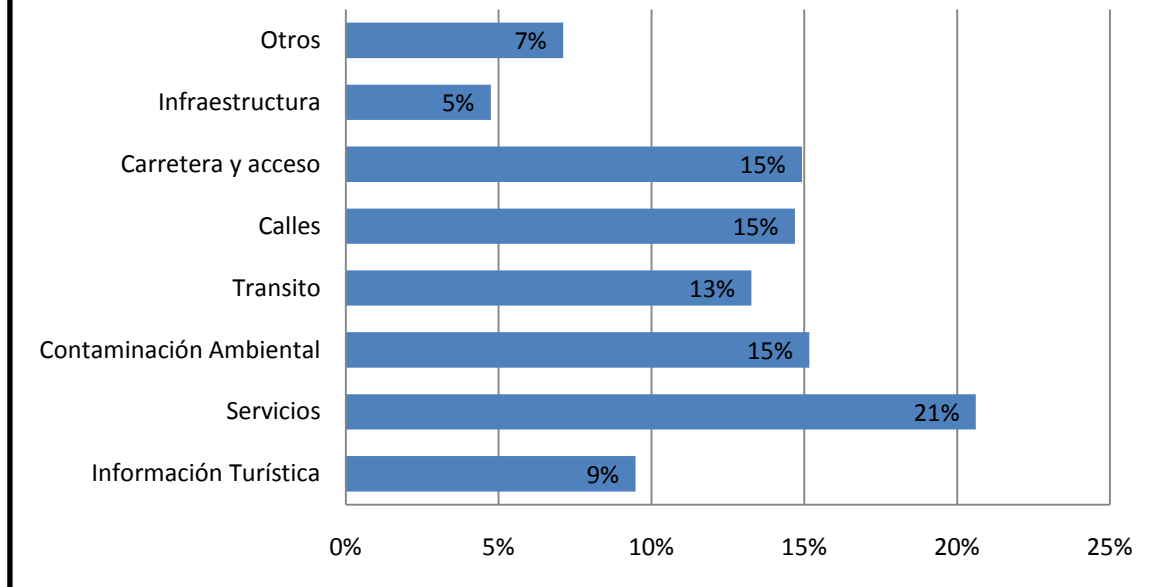


- ❖ El 68% de los encuestados manifestaron que se encuentran satisfechos con la visita realizada a San Martín, mientras que un 21% se encuentra muy satisfecho.



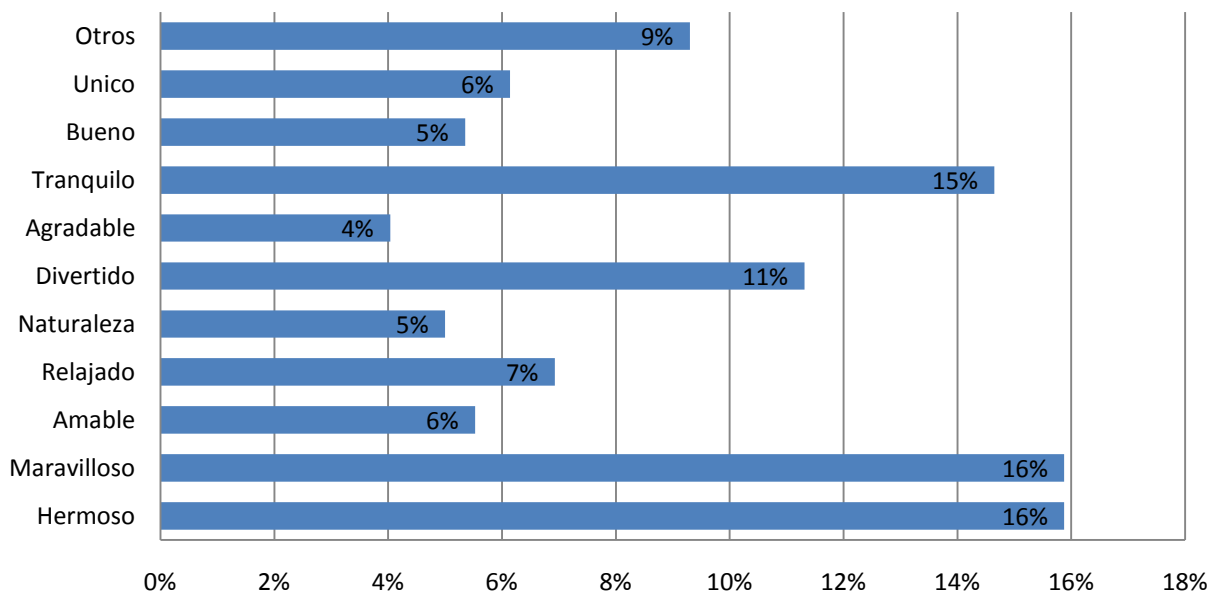
El 98% de los encuestados mencionaron que recomendarían visitar San Martín lo cual demuestra que su visita a San Martín fue placentera y agradable. Sin embargo existe un 2% que mencionan que no lo recomendarían eso nos puede llevar a pensar que existen cosas que aún nos falta mejorar como Región para convertirse en una destino recomendable.

### Gráfico 36: Qué debería mejorarse?



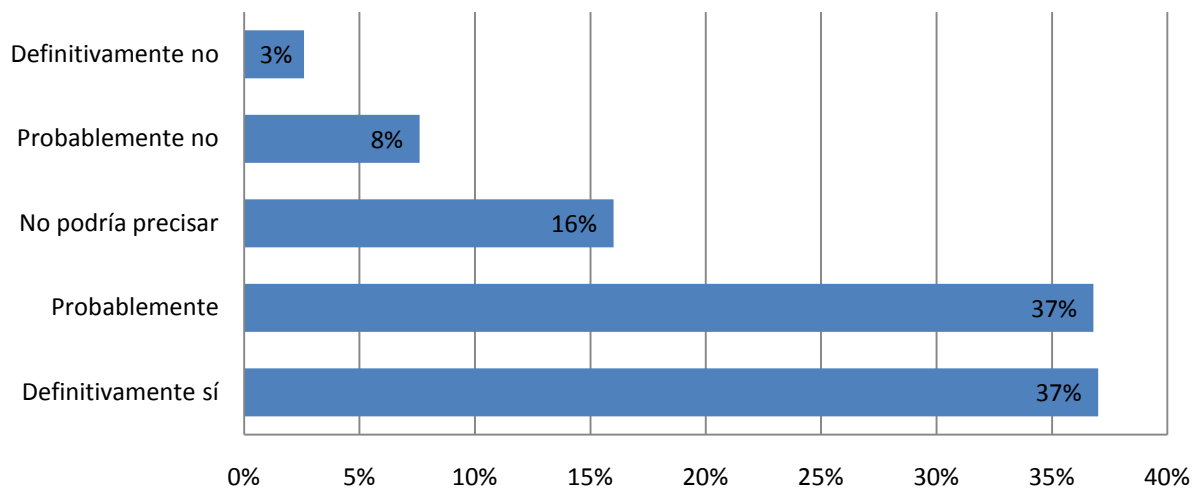
- ❖ Con respecto a la pregunta ¿Qué debería mejorar para hacer su próxima visita más placentera? Se obtuvieron 422 respuestas de los cuales el 21% manifestaron los servicios turísticos recibidos.
- ❖ Con un 15% encontramos a contaminación ambiental, el estado de las calles, carreteras y acceso a los diversos atractivos turísticos.
- ❖ El 13% manifestaron que el transito desordenado que existe.
- ❖ El 9% manifiesta que se debería mejorar la información turística, se debería contar con más mapas de los atractivos turísticos, la población debería conocer más sobre los diversos atractivos turísticos existentes en su Región, más publicidad de los diversos atractivos turísticos existentes en la Región.

### Gráfico 37: Palabra como califica su experiencia en su viaje



- ❖ Se les pidió a los encuestados que mencionaran 3 palabras para calificar su experiencia durante su visita se obtuvieron 1140 respuestas donde: el 16% calificaron su visita a San Martín como Maravilloso y Hermoso.
- ❖ El 15% como un lugar tranquilo.
- ❖ El 11% un lugar divertido
- ❖ El 7% un lugar relajado.
- ❖ El 6% como único y amable.

**Gráfico 38: Regresaría a San Martín en menos de un año a a relizar turismo**



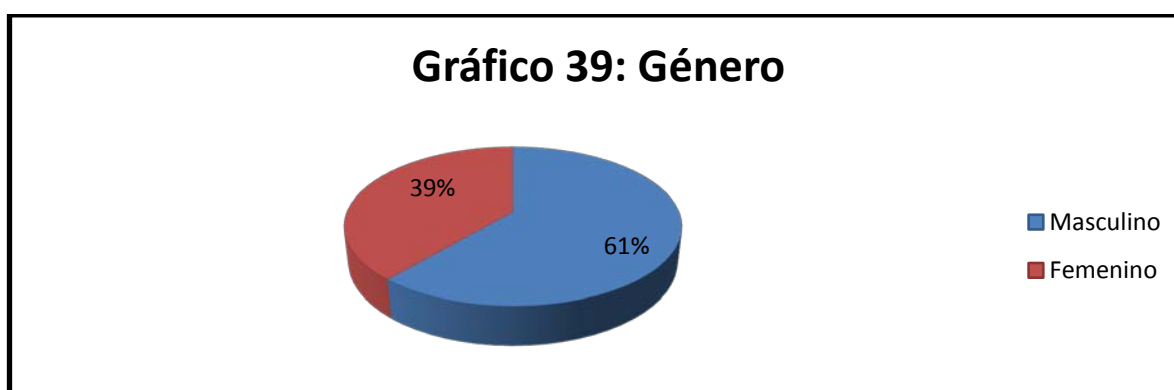
- ❖ Los encuestados respondieron el 37% definitivamente si y probablemente, lo que nos demuestra que su visita en nuestra Región fue satisfactoria y les gustaría regresar para conocer nuevos lugares turísticos.
- ❖ Sin embargo existe un 8% que respondió que probablemente no, esto se debería al tiempo con los que cuentan ya que las personas que visitan San Martín son personas con un nivel de estudios superiores entre técnicos y universitarios mayormente jóvenes que trabajan.

## 11) Información específica por tipo de visitantes

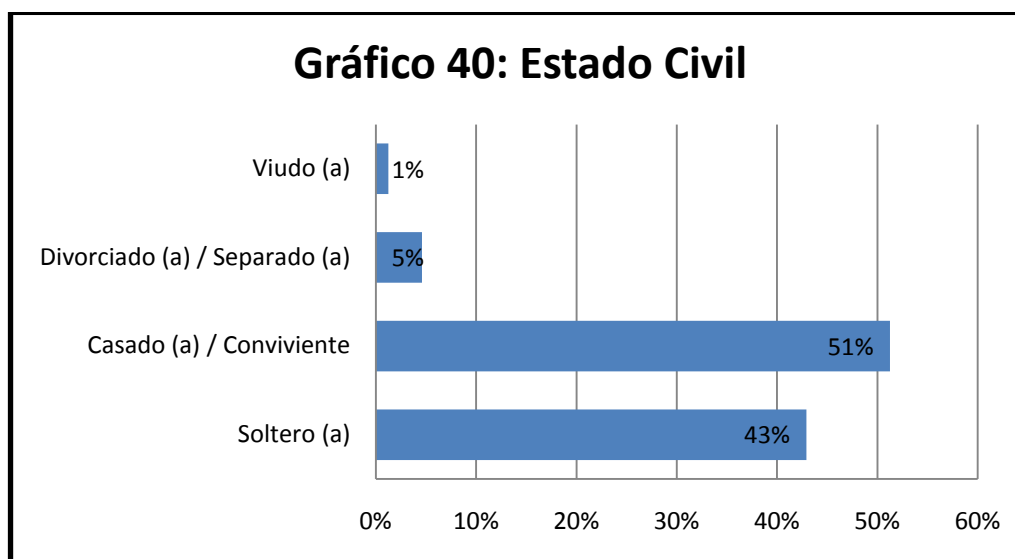
Como se puede observar en el perfil demográfico son varios los motivos por lo que se visita San Martín. En esta sección hemos considerado considerar al viajero potencial turístico: el turista propiamente que viene a realizar turismo y vacaciones. Esta información deriva de un filtrado de datos obtenidos de la generalidad de los visitantes.

Visitantes por turismo: 240 de 500

Realizando un promedio de los gastos que realizan los turistas nacionales que vienen a realizar turismo que son 199, solo 128 contestaron la pregunta de cuanto había sido sus gastos realizados en su visita, teniendo como resultado S/1,654 nuevos soles. Y con respecto a los gastos realizados por los turistas extranjeros que son 41, solo 11 resisaron cuanto había sido sus gastos, donde el promedio es 1,340 dólares. Considerando que el promedio de pernотaciones en San Martín es de 5 noches.



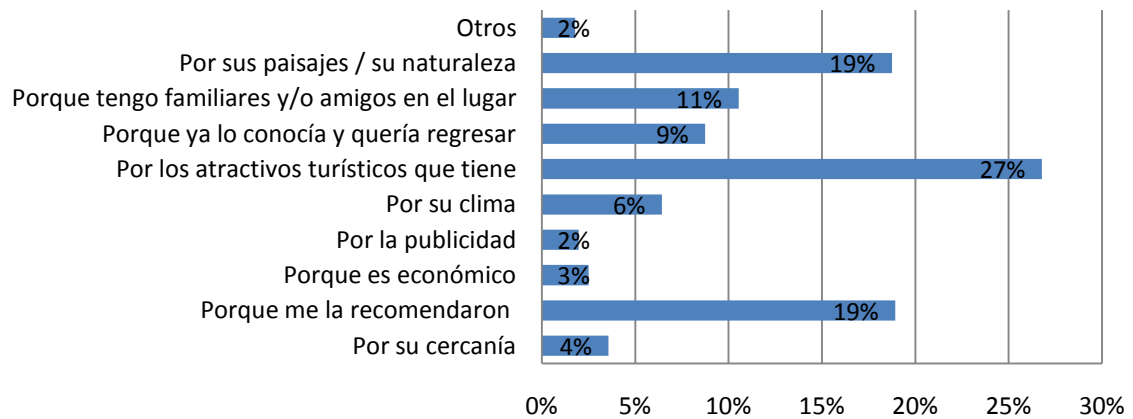
- ❖ El 61% son de sexo masculino contra un 39% de sexo femenino. Una diferencia de 22%.



- ❖ La información nos demuestra que el 51% de los encuestados que vinieron por turismo son casados o conviven, mientras que el 43% son solteros. Con respecto a la pregunta con quien viajaron el 33% respondieron con sus parejas y el 23% solos.

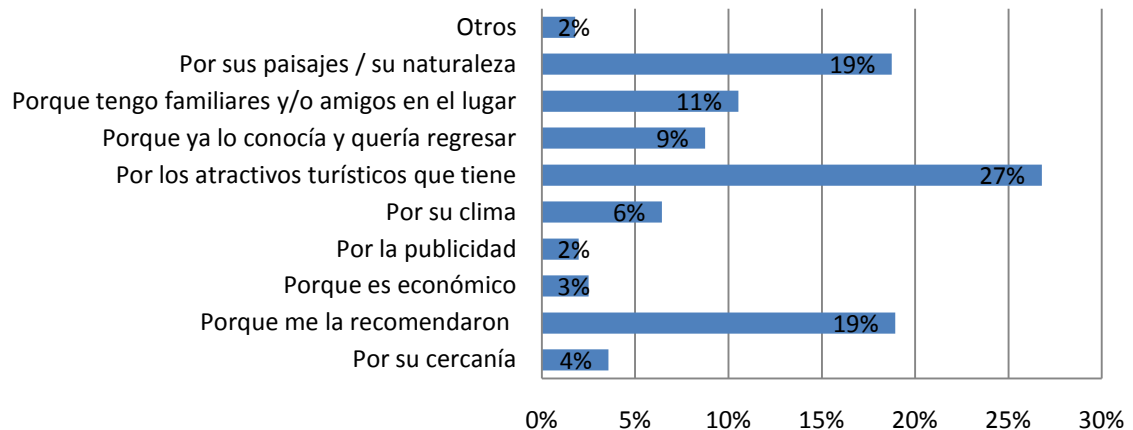


**Gráfico 41: Razón principal de su visita- Turismo y vacaciones**



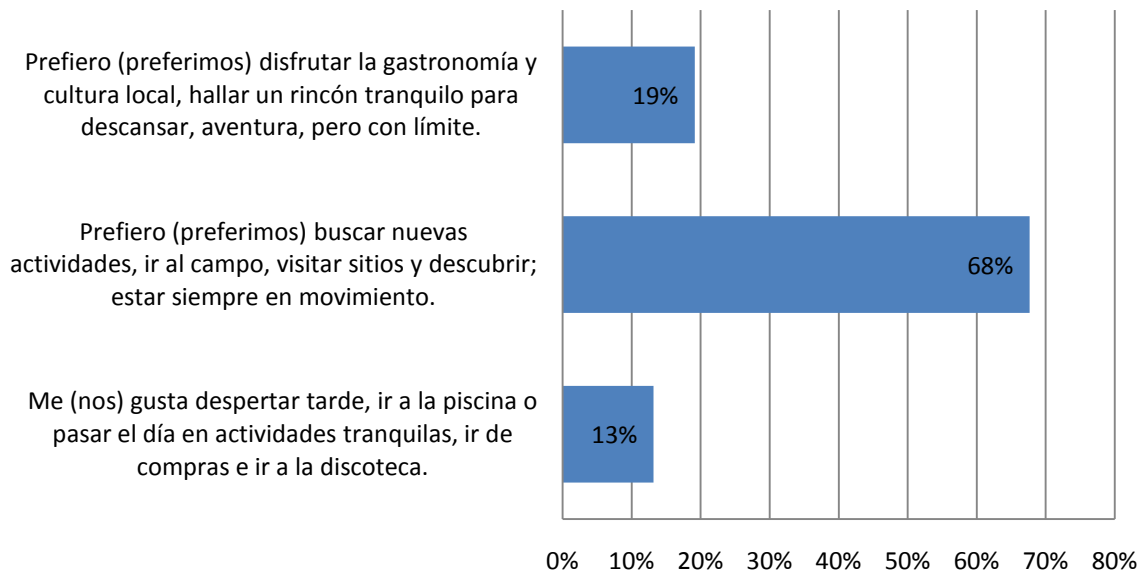
- ❖ El 48% de los encuestados. Se les pregunto porque decidió realizar su viaje, su respuesta con mayor porcentaje está representada por descansar y relajarse con un 40%, seguida por conocer nuevos lugares con un 35%, el que obtuvo menor porcentaje está representado por conocer gente con un 1%.

**Gráfico 42: Razón principal de su visita - Turismo y Vacacines**



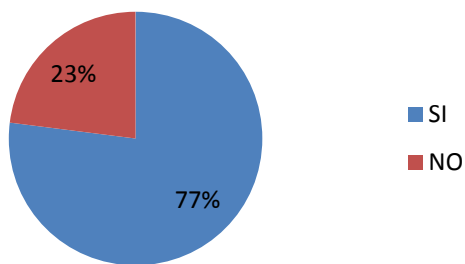
- ❖ Con respecto a la razón principal de su visita el 27% manifestaron que es por los atractivos turísticos que tiene la Región San Martín eso quiere decir que a la mayoría se interesan por conocer los diversos atractivos representado por naturaleza ya que el 19% manifestaron q también vienen motivados por el paisaje y naturaleza
- ❖ La misma puntuación lo obtuvo porque me lo recomendaron con un 19% eso nos demuestra que muchas personas que visitaron San Martín recomiendan visitar nuestro Departamento porque se llevaron una buena imagen de su visita.

### Gráfico 43: Frase que representa su estilo de viaje - Turismo y Vacaciones



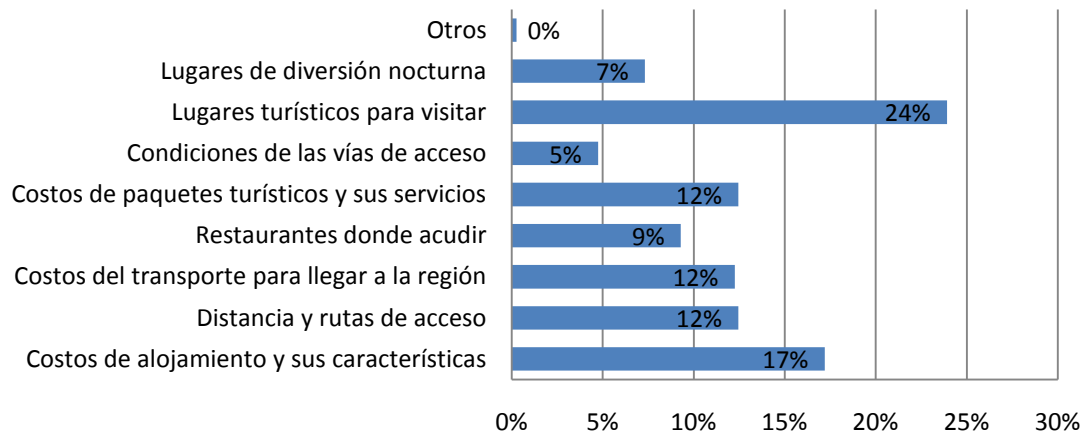
- ❖ La frase que responde mejor a su estilo de viaje de las personas que vinieron San Martín motivados a la realización de turismo y vacaciones el 68% manifestó que prefiere buscar nuevas actividades, ir al campo, visitar sitios y descubrir y estar siempre en movimiento.

### Gráfico 44: Planifico su viaje



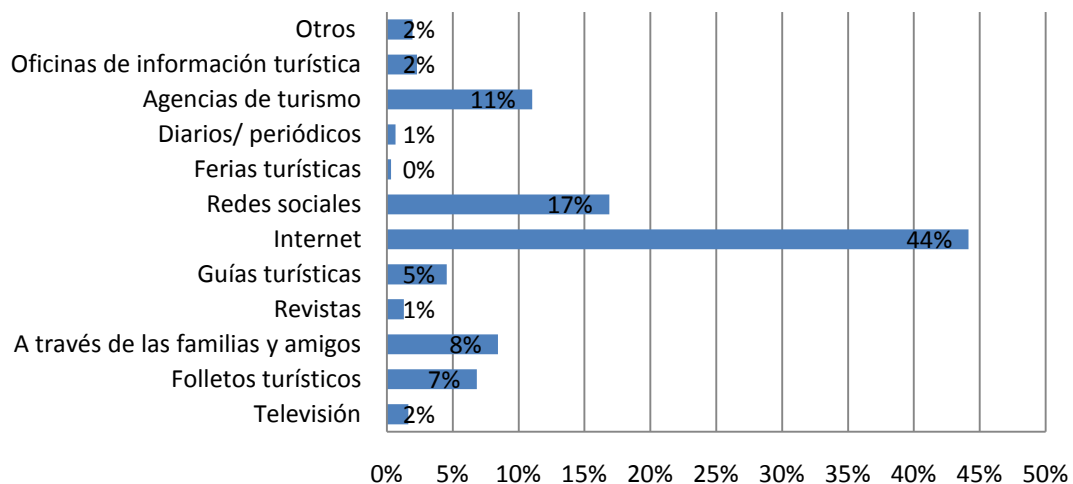
Las personas que vienen por turismo y vacaciones el 77% planifican su viaje mientras que el 23% no lo hace, y al momento de realizar su viaje el 73% busco información al momento de realizar su viaje mientras que un 33% no lo hizo.

### Gráfica 45: Tipo de información que busco



- ❖ El 24% busco información de los diversos atractivos turísticos existentes para visitar mientras que el 17% los costos de alojamiento y sus diversas características.

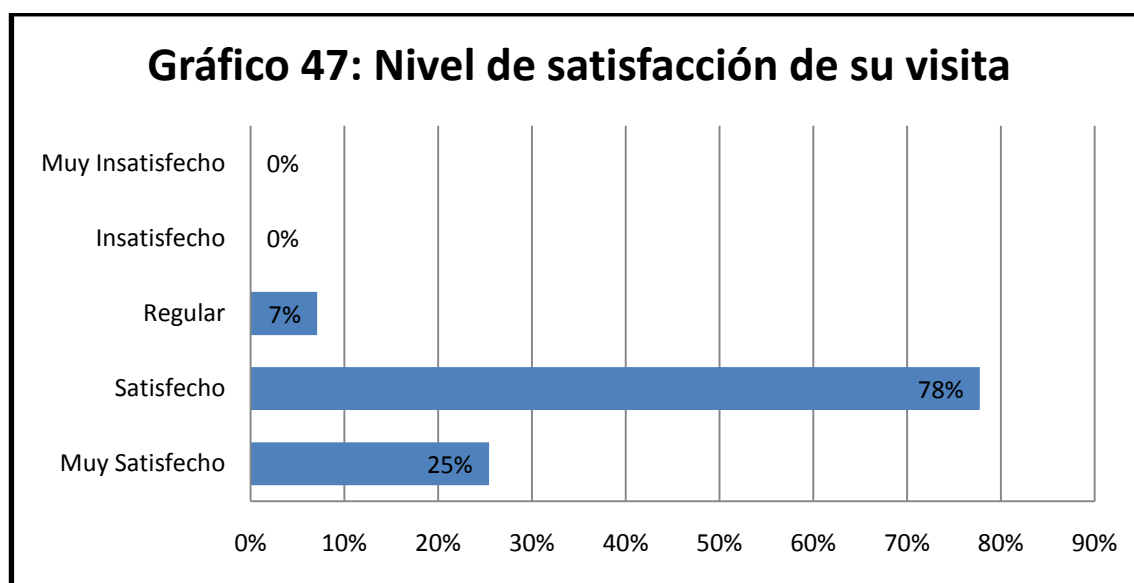
### Gráfico 46: ¿Dónde busco información?



- ❖ El 44% manifestaron que buscaron información para realizar su viaje con 44% en el internet y un 17% con las redes sociales, nuevamente demuestra que el uso del internet en la actualidad es muy importante y que la mayoría de personas lo utilizan para realizar su viaje, donde el 31% de los encuestados manifiestan que la información que encontraron lo consideran buena y el 23% regular.

## Atractivos turísticos que más les gustaron en el departamento de San Martín

ATRATIVOS TURÍSTICOS	CANTIDAD
Sauce	86
Cascadas de Ahuashiyacu	84
Baños Termales	62
Castillo de Lamas	46
Tioyacu	39
Lamas	34
Breo	31
Rio Abiseo	25
Miradores	22
Tingana	22
Baños Sulfurosos	20
Otros	282
<b>TOTAL</b>	<b>753</b>



- ❖ El 78% manifestaron que se encuentran satisfechos con su visita a San Martín y el 25% muy satisfecho y precisan con un 31% ante la interrogante si regresarían a hacer turismo en menos de un año a San Martín manifiestan definitivamente si, mientras que un 41% no podrían precisar.