Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

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

Señalización turística y la experiencia del visitante en el Distrito de Chavin, Región Ancash año 2026

Tesis
Para optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

Autoras
Daisi Violeta Nolasco Herrera
Frida Milusca Marquez Pimentel

Asesora
Dra. Patricia Elena Ramos La Rosa

Huacho – Perú
2026





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 GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**FECHA DE SUSTENTACIÓN**
Daisi Violeta Nolasco Herrera	**73529663**	**02 de septiembre de 2026**
Frida Milusca Marquez Pimentel	**71350598**	**02 de septiembre de 2026**
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
Patricia Elena Ramos La Rosa	**42929056**	**Https://orcid.org/0000-0002-3945-0899**
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	**DNI**	**CÓDIGO ORCID**
DR. Hugo Jahir Sanchez Garcia	**71087796**	**Https://orcid.org/0000-0002-0668-6432**
M(A). Yolanda Emperatriz Maguiña Poma	**15739689**	**Https://orcid.org/0009-0002-4671-7085**
M(O). Yoni Vidal Aponte Huerta	**41817125**	**Https://orcid.org/0009-0007-0634-9528**

MARQUEZ PIMENTEL y NOLASCO HERRERA

SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA Y LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE EN EL DISTRITO DE CHAVÍN, REGIÓN ÁNCASH A...

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCE-PREGRADO 2026
Unidad de Investigación de la FCE-2026
Facultad de Ciencias Empresariales

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::1:3605799827

Fecha de entrega
3 jul 2026, 3:06 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
3 jul 2026, 3:42 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
BORRADOR_MARQUEZ_-_NOLASCO.pdf

Tamaño del archivo
916.4 KB

66 páginas

16.652 palabras

105.401 caracteres

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

13% Fuentes de Internet
5% Publicaciones
9% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedico este logro a José, mi compañero de vida, por su fe inquebrantable y apoyo constante. A mis hijos, Ashlyn y Dairo, luces y motores de cada uno de mis esfuerzos. Y a mis padres, Norma y Pascual, junto a mis hermanos, Obed, Omar y Meyer, por ser mi puerto seguro y regalarme un amor incondicional que atesoraré por siempre”

Daisi Violeta Nolasco Herrera

A la memoria de mis padres, mi luz eterna y guía en el cielo. A mi hermana, mi pilar en la Tierra, cuyo apoyo incondicional ha sido la fuerza para alcanzar este gran sueño; y a mis hermanos, quienes con su respaldo constante se convirtieron en el motor de mi superación

Frida Milusca Marquez Pimentel

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecemos a Dios por habernos acompañado, bendecido y guiado con sabiduría a lo largo de toda nuestra carrera universitaria.

Asimismo, expresamos nuestra profunda gratitud a la Lic. Patricia nuestra asesora de tesis, por su valiosa guía, paciencia y constante apoyo en la realización de este proyecto de investigación.

Finalmente, hacemos extensivo nuestro agradecimiento a la Facultad de Ciencias Empresariales y a nuestra casa de estudios, la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, por habernos brindado las herramientas necesarias para nuestra formación profesional.

INDICE

RESULTADOS DE ÍNDICE DE SIMILITUD DE REPORTE DE ORIGINALIDAD iv
DEDICATORIA v
AGRADECIMIENTO vi
INDICE vii
ÍNDICE DE TABLAS ix
ÍNDICE DE FIGURAS x
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1
1.1 Descripción de la realidad problemática. 1
1.2 Formulación del problema. 3
1.2.1 Problema General. 3
1.2.2 Problemas específicos. 3
1.3 Objetivos de la investigación. 4
1.3.1 Objetivo General 4
1.3.2 Objetivos Específicos. 4
1.4 Justificación de la investigación 4
1.5 Delimitación del estudio 6
1.6 Viabilidad del estudio 7
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO 9
2.1 Antecedentes de la Investigación 9
2.2 Bases Teóricas. 13
2.2.1 Señalización turística 13
2.2.2 Experiencia turística del visitante 16
Elementos de la experiencia turística del visitante 18
2.3 Definiciones de términos básicos 20
2.4 Hipótesis de la investigación 22
2.4.1 Hipótesis General 22
2.4.2 Hipótesis específicas 22
2.5 Operacionalización de las variables 23
CAPITULO III. METODOLOGÍA 24

3.1. Diseño metodológico 24
3.1.1. Enfoque 24
3.1.2. Tipo 24
3.2. Población y muestra. 24
3.3. Técnicas de recolección de datos 28
3.3.1. Técnicas a emplear 28
3.3.2. Descripción de instrumentos. 29
3.4. Técnicas para el procedimiento de la información 29
CAPÍTULO IV RESULTADOS 31
4.1 Estadístico descriptivo 31
4.1.1 Variable 1 – Señalización turística 31
i. Dimensión-Señalización turística en vía terrestre 31
ii. Dimensión- Señalización turística en centros urbanos 32
4.1.2 Variable 2 – Experiencia turística del visitante 32
i. Dimensión -Física 33
ii. Dimensión – Emocional 34
iii. Dimensión – Intelectual 34
iv. Dimensión – Espiritual 35
CAPÍTULO V DISCUCIÓN 41
CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 44
6.1 Conclusiones 44
6.2 Recomendaciones 45
CAPÍTULO VII REFERENCIAS 46
7.1 Fuentes electrónicas 46
Anexo 01: CUESTIONARIO 48
Anexo 2 Matriz de consistencia 51
Anexo 3 Evidencia de entrevistas 52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables 23
Tabla 2 Reporte de visitantes 2024 - Museo de Chavín 25
Tabla 3 Descripción de la ecuación 25
Tabla 4 Descripción de la Muestra 26
Tabla 5 Análisis de confiabilidad de variable- Señalización turística 27
Tabla 6 Análisis de confiabilidad de variable Experiencia del visitante 27
Tabla 7 Prueba de KMO y Bartlett variable -Señalización turística 27
Tabla 8 Prueba de KMO y Bartlett variable Experiencia del visitante 28
Tabla 9 Variable 1 – Señalización turística 31
Tabla 10 Dimensión-Señalización turística en vía terrestre 31
Tabla 11 Dimensión- Señalización turística en centros urbanos 32
Tabla 12 Variable 2 – Experiencia turística del visitante 32
Tabla 13 Dimensión -Física 33
Tabla 14 Dimensión -Emocional 34
Tabla 15 Dimensión -Intelectual 34
Tabla 16 Dimensión -Espiritual 35
Tabla 17 Prueba de normalidad 36
Tabla 18 Matriz de correlaciones 37
Tabla 19 Rho de Spearman -Hipótesis general 38
Tabla 20 Rho de Spearman -Hipótesis especifica 1 39
Tabla 21 Rho de Spearman -Hipótesis especifica 2 40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sistema de orientación y dimensiones de señalización turísticas 14

Figura 2 Interacción en la experiencia del visitante 17

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo determinar el nivel de relación entre la señalización turística y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, con diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 321 visitantes, a quienes se aplicó un cuestionario estructurado con escala tipo Likert para medir la percepción sobre la señalización turística en vías terrestres y centros urbanos, así como la experiencia del visitante en sus dimensiones física, emocional, intelectual y espiritual. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva e inferencial. Debido a que las variables no presentaron distribución normal, se empleó el coeficiente Rho de Spearman para la contrastación de hipótesis. Los resultados evidenciaron una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística y la experiencia del visitante (rho = 0.603; p < .001). Asimismo, se identificó relación significativa entre la señalización en vías terrestres y la experiencia del visitante (rho = 0.528; p < .001), y entre la señalización en centros urbanos y dicha experiencia (rho = 0.696; p < .001). Se concluye que la señalización turística constituye un componente relevante para fortalecer la orientación, seguridad, desplazamiento y valoración integral del destino turístico.

Palabras clave: señalización turística, experiencia del visitante, vías terrestres, centros urbanos, destino turístico.

ABSTRACT

This study aimed to determine the level of relationship between tourist signage and visitor experience in the district of Chavín, Áncash region, in 2026. The research was developed under a quantitative approach, with a descriptive-correlational scope, a non-experimental design, and a cross-sectional nature. The sample consisted of 321 adult visitors, to whom a structured questionnaire with a Likert scale was applied. The instrument measured perceptions of tourist signage on land routes and in urban centers, as well as visitor experience through its physical, emotional, intellectual, and spiritual dimensions. Data were processed using descriptive and inferential statistics. Since the variables did not show a normal distribution, Spearman's Rho coefficient was used to test the hypotheses. The results showed a direct, positive, and statistically significant relationship between tourist signage and visitor experience (rho = 0.603; $p < .001$). Likewise, significant relationships were found between tourist signage on land routes and visitor experience (rho = 0.528; $p < .001$), and between tourist signage in urban centers and visitor experience (rho = 0.696; $p < .001$). It is concluded that tourist signage is a relevant component for strengthening orientation, safety, mobility, and the comprehensive appreciation of the tourist destination.

Keywords: tourist signage, visitor experience, land routes, urban centers, tourist destination.

INTRODUCCIÓN

La señalización turística constituye un componente importante en la gestión de los destinos, ya que facilita la orientación, el desplazamiento, la accesibilidad y la comprensión del espacio turístico. Su adecuada implementación permite que el visitante recorra el destino con mayor seguridad, autonomía y confianza, contribuyendo así a una experiencia turística más satisfactoria y significativa. En el distrito de Chavín, región Áncash, la señalización turística adquiere especial relevancia debido al valor cultural, arqueológico y natural del territorio. Sin embargo, se han identificado limitaciones relacionadas con la ubicación, visibilidad, conservación y suficiencia de las señales turísticas, tanto en vías terrestres como en centros urbanos.

Por ello, la presente investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de relación entre la señalización turística y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. De manera específica, se analizó la relación entre la señalización turística en vías terrestres y la experiencia del visitante, así como la relación entre la señalización turística en centros urbanos y dicha experiencia. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, con diseño no experimental y corte transversal. La muestra estuvo conformada por 321 visitantes adultos, a quienes se aplicó un cuestionario estructurado

Los resultados evidenciaron una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística y la experiencia del visitante. Asimismo, se encontró que la señalización turística en centros urbanos presentó una relación más alta con la experiencia del visitante que la señalización en vías terrestres. Estos hallazgos permiten sostener que la señalización turística constituye un elemento relevante para fortalecer la calidad de la visita, la orientación, la seguridad y la valoración del destino. La investigación se estructura en capítulos. El primer capítulo desarrolla el planteamiento del problema; el segundo, el marco teórico; el tercero, la metodología; el cuarto, los resultados; y finalmente, se presentan la discusión, conclusiones y recomendaciones del estudio.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática.

La señalización turística es un sistema de orientación e información, por lo que se considera una herramienta estratégica que contribuye a la promoción del patrimonio local, ya que permite poner en valor elementos que, de otra forma, podrían pasar desapercibidos, ayudando a diversificar el flujo de turistas y a descongestionar zonas saturadas del municipio. Este efecto favorece la redistribución del turismo dentro del espacio urbano o rural, potenciando destinos secundarios o menos conocidos dentro del mismo territorio.

En España, la señalización turística a aportado de forma sustancial a los municipios de este país, debido a que ha permitido gestionar y promocionar, debido a que no solo orienta al visitante, sino que también contribuye al desarrollo ordenado y sostenible del destino**.** En el contexto municipal, la señalética adecuada cumple una función fundamental al facilitar que los turistas interpreten el espacio, accedan fácilmente a los recursos culturales y naturales, y recorran el territorio sin incertidumbre, lo que mejora significativamente la experiencia del visitante al hacerla más fluida e intuitiva (Reynober, 2025).

En México en el estudio en el centro histórico de San Luis de Potosí a cargo de (Castillo, 2021) indica que señalización turística eficaz no solo cumple funciones de orientación, sino también de inclusión social, permitiendo que personas con capacidades diversas participen de forma plena y equitativa en la experiencia turística. Además, considera que la calidad, accesibilidad y diseño de la señalización turística impactan directamente en la experiencia vivida por el visitante, ya sea por facilitar la orientación espacial y movilidad, contribuir a la percepción de seguridad y confianza y promueve la inclusión y equidad en la experiencia turísticas.

En el Perú la situación de la señalización turística presenta brechas significativas en su implementación y gestión, evidenciando un desarrollo desigual entre los distintos destinos turísticos del país. En numerosos espacios de interés cultural y natural se observa la insuficiente presencia de señalización turística, así como la existencia de señales deterioradas, desactualizadas o carentes de mantenimiento, lo que limita la orientación adecuada del visitante y afecta la funcionalidad del sistema turístico. Esta problemática es particularmente visible en sitios arqueológicos y áreas naturales protegidas, donde la ausencia de señalización coherente y estandarizada restringe la comprensión del valor

patrimonial, reduce la percepción de seguridad y debilita la calidad de la experiencia turística (Moreno, Apaza, Ramirez, & Yauris, 2023).

El distrito de Chavín, perteneciente a la provincia de Huari, en la región Áncash, cuenta con tres zonas arqueológicas y cuatro paisajes naturales debidamente inventariados, lo que evidencia su potencial turístico. Asimismo, el distrito forma parte de importantes circuitos y rutas turísticas, entre los que destacan la Ruta Arqueológica del Callejón de Huaylas, los tours de día completo (Full Day) desde Huaraz y la Ruta de "Pueblos con Encanto". De acuerdo con la entrevista realizada el 10 de diciembre a la Lic. Estefany Gonzales Dibucio, asistente administrativo de la Gerencia de Turismo del distrito, señaló que "Chavín no ha logrado recuperar los niveles de afluencia turística previos a la pandemia". Si bien se reconoce que el distrito posee una oferta turística diversa, se considera que diversos factores asociados a la infraestructura turística han limitado la reactivación del flujo de visitantes, afectando su posicionamiento como destino turístico.

El distrito de Chavín forma parte de diversas rutas y circuitos turísticos; sin embargo, según la entrevista realizada al Lic. Edmundo Muñoz Barrón, que ocupa el cargo de asistente del área de División Turística de la municipalidad, indica que "en los últimos años la carretera Huaraz–Chavín se encuentra en deficientes condiciones", lo que genera una experiencia negativa para los visitantes y, en muchos casos, motiva que los turistas opten por excluir al distrito de su itinerario turístico. Asimismo, los funcionarios señalaron que la señalización turística en el distrito es insuficiente. Si bien la zona urbana cuenta con algunas señales y paneles turísticos, estos no han sido renovados y presentan un evidente deterioro, lo que limita su funcionalidad. En relación con los recursos naturales, como la laguna de Tishguyoc y el nevado Huantsán, se indicó que carecen de señalización turística, situación que genera en los visitantes incertidumbre, confusión y desconfianza, desincentivando su visita a dichos destinos. Respecto a la experiencia turística, los responsables manifestaron que, a pesar de las dificultades vinculadas a la infraestructura deficiente, la limitada señalización turística y la calidad media de los servicios turísticos, la experiencia de los visitantes se ve parcialmente afectada, tendiendo a ser valorada en un nivel medio.

En el distrito de Chavín, la insuficiente y deficiente señalización turística constituye una problemática que incide negativamente en la experiencia turística del visitante, evidenciándose principalmente en la desorientación durante los recorridos, el incremento

del esfuerzo físico innecesario y la generación de sensaciones de inseguridad e incertidumbre. Esta situación limita no solo el disfrute del visitante, sino también su capacidad para comprender y valorar el significado cultural y natural del territorio, afectando las dimensiones física, emocional, intelectual y espiritual de la experiencia turística.

Si el distrito de Chavín no mejora su señalización turística, la experiencia turística del visitante continuará deteriorándose de manera progresiva, especialmente en sus dimensiones física y emocional, debido al incremento de la desorientación, el esfuerzo físico innecesario y la incertidumbre durante el recorrido, lo que genera sensaciones de frustración, inseguridad y desconfianza. Asimismo, la limitada o inexistente señalización afectará las dimensiones intelectual y espiritual de la experiencia, al dificultar la comprensión del valor cultural y natural del territorio, impidiendo que el visitante establezca una conexión significativa y memorable con el destino, aspecto crítico en un espacio de alto valor patrimonial como Chavín. Esta situación repercute negativamente en la imagen y el posicionamiento turístico del distrito, reduciendo la recomendación, el tiempo de permanencia y la intención de retorno de los visitantes, en un contexto de creciente competencia entre destinos turísticos. A nivel local, la persistencia de esta problemática limita la reactivación del flujo turístico y el aprovechamiento de oportunidades económicas vinculadas a la actividad turística, afectando a los prestadores de servicios y a la comunidad.

Por tanto, la investigación se orienta a abordar la medida de relación entre la señalización turística y la experiencia vivida por el visitante del distrito de Chavin.

1.2 Formulación del problema.

1.2.1 Problema General.

PG. ¿En qué medida la señalización turística se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026?

1.2.2 Problemas específicos.

PE1. ¿En qué medida la señalización turística en vías terrestres se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026?

PE2. ¿En qué medida la señalización turística en centros urbanos se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026?

1.3 Objetivos de la investigación.

1.3.1 Objetivo General

OG. Determinar el nivel de relación entre la señalización turística se y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

1.3.2 Objetivos Específicos.

OE1. Determinar el nivel de relación entre la señalización turística en vías terrestres y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

OE2. Determinar el nivel de relación entre la señalización turística en centros urbanos y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación se justifica considerando cuatro criterios fundamentales: teórico, metodológico, práctico y social, los cuales se sustentan en la literatura metodológica que señala que la selección de los criterios de justificación depende de la naturaleza, el enfoque y los objetivos del estudio. Autores como Hernández Sampieri et al. (2014), Bernal (2010) y Ñaupas et al. (2018) indican que no existe un número rígido de criterios de justificación, sino que estos pueden agruparse o adecuarse según el tipo de investigación, siempre que se argumente su pertinencia. En ese sentido, el presente estudio adopta cuatro criterios por ser suficientes y coherentes con un enfoque cuantitativo de nivel correlacional.

Justificación teórica

Desde el punto de vista teórico, la investigación se justifica porque permitirá fortalecer y contrastar los planteamientos teóricos existentes relacionados con la señalización turística y la experiencia del visitante, a partir de evidencia empírica obtenida mediante un análisis estadístico correlacional. De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), los estudios correlacionales no buscan generar nuevas teorías, sino examinar la relación entre variables y aportar evidencia cuantitativa que respalde o cuestione los marcos teóricos existentes. En este sentido, los resultados expresados mediante coeficientes estadísticos (como r, p o χ^2) permitirán confirmar empíricamente los aportes conceptuales propuestos por el MINCETUR y por investigaciones previas sobre gestión

de destinos y experiencia turística, contribuyendo a la consolidación del conocimiento en el ámbito del turismo.

Justificación metodológica

Desde el enfoque metodológico, la investigación se justifica por la aplicación de un diseño cuantitativo, no experimental y de nivel descriptivo–correlacional, el cual resulta pertinente para analizar relaciones entre variables sin manipularlas. Según Bernal (2010) y Ñaupas et al. (2018), la justificación metodológica se sustenta cuando el estudio emplea procedimientos, técnicas e instrumentos adecuados que garantizan la validez, confiabilidad y replicabilidad de los resultados. En este caso, el uso de un cuestionario estructurado con escala tipo Likert y la aplicación de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales aportan rigurosidad científica y constituyen un referente metodológico para investigaciones similares en destinos turísticos.

Justificación práctica

Desde el enfoque práctico, la investigación se justifica porque los resultados obtenidos permitirán identificar el nivel de relación entre la señalización turística y la experiencia del visitante, generando información útil para la toma de decisiones en la gestión turística local. De acuerdo con Arias (2012), una investigación tiene justificación práctica cuando sus resultados pueden ser aplicados para resolver problemas concretos de la realidad estudiada. En este sentido, los hallazgos servirán como insumo para autoridades locales y gestores turísticos en el diseño, mejora o implementación de sistemas de señalización turística que contribuyan a optimizar la orientación y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín.

Justificación social

Desde el enfoque social, la investigación se justifica porque contribuye al desarrollo local al promover un turismo más ordenado, seguro y sostenible, beneficiando tanto a los visitantes como a la comunidad receptora. Según Tamayo y Tamayo (2011), la justificación social se evidencia cuando una investigación genera aportes que impactan positivamente en la sociedad y en la calidad de vida de la población. En este contexto, la mejora de la señalización turística y de la experiencia del visitante favorece la valorización del patrimonio cultural y natural del distrito, fortalece la identidad local y genera oportunidades económicas para los actores vinculados a la actividad turística.

1.5 Delimitación del estudio

Las delimitaciones del estudio permiten establecer los límites dentro de los cuales se desarrolla la investigación, precisando su alcance real y evitando interpretaciones que excedan los objetivos planteados. De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014) y Ñaupas et al. (2018), las delimitaciones definen el ámbito geográfico, espacial, temporal y conceptual de la investigación, garantizando coherencia metodológica y claridad en el análisis de los resultados.

Delimitación geográfica

La investigación se delimita geográficamente en el distrito de Chavín, perteneciente a la provincia de Huari, región Áncash, Perú. Este ámbito territorial se selecciona por su relevancia turística y patrimonial, así como por concentrar atractivos culturales y naturales que reciben afluencia de visitantes nacionales e internacionales, constituyéndose en un escenario pertinente para el análisis de la señalización turística y la experiencia del visitante (Hernández Sampieri et al., 2014).

Delimitación espacial

La delimitación espacial comprende los espacios turísticos específicos del distrito de Chavín, tales como las vías de acceso terrestres hacia los atractivos turísticos y el centro urbano, donde se concentra la mayor interacción del visitante con la señalización turística. En estos espacios se evaluará la señalización existente y su relación con la experiencia vivida por los visitantes durante su desplazamiento y permanencia en el destino. Según Arias (2012), la delimitación espacial permite precisar los escenarios concretos donde se manifiestan las variables de estudio.

Delimitación temporal

La investigación se desarrollará durante el año 2026, considerando específicamente el periodo comprendido entre los meses en que se realizará la recolección de datos mediante la aplicación de encuestas a los visitantes del distrito de Chavín. Esta delimitación temporal corresponde al momento en que se observarán y medirán las variables de estudio, de acuerdo con el diseño no experimental y de corte transversal adoptado (Bernal, 2010; Ñaupas et al., 2018).

Delimitación conceptual

Desde el punto de vista conceptual, la investigación se delimita al estudio de dos variables específicas: señalización turística y experiencia del visitante. La señalización turística se analizará únicamente a partir de las dimensiones señalización turística en vías terrestres y señalización turística en centros urbanos, conforme a los lineamientos del MINCETUR. Por su parte, la experiencia del visitante se abordará considerando las dimensiones física, emocional, intelectual y espiritual, excluyendo otros enfoques o componentes no contemplados en el modelo teórico adoptado. Esta delimitación conceptual permite acotar el análisis a los aspectos directamente vinculados con los objetivos de la investigación (Hernández Sampieri et al. 2014).

1.6 Viabilidad del estudio

Viabilidad técnica

La investigación es viable desde el punto de vista técnico, debido a que las investigadoras cuentan con los conocimientos teóricos y metodológicos necesarios para el desarrollo del estudio. Según Ñaupas et al. (2018), la viabilidad técnica se sustenta en la competencia del investigador para aplicar adecuadamente el enfoque, diseño, técnicas e instrumentos de investigación. En este caso, se dispone de formación académica en turismo y experiencia en la aplicación de encuestas, procesamiento de datos y análisis estadístico, lo que garantiza el manejo adecuado del diseño cuantitativo y correlacional adoptado.

Viabilidad humana

Desde el punto de vista humano, el estudio es viable debido a la disponibilidad de recursos humanos necesarios para su ejecución. Las investigadoras asumirán directamente las actividades de recolección, procesamiento y análisis de la información, contando además con el acompañamiento de una asesora de tesis y asesoría estadística. De acuerdo con Bernal (2010), la viabilidad humana se refiere a la disponibilidad y capacidad de las personas involucradas para desarrollar las actividades previstas en la investigación.

Viabilidad material

La investigación es viable en términos de recursos materiales, ya que se dispone de los materiales e insumos necesarios para la ejecución del estudio, tales como cuestionarios impresos, equipos informáticos, software estadístico (SPSS) y acceso a bibliografía física y digital. Según Arias (2012), la viabilidad material se sustenta cuando el investigador cuenta con los recursos físicos y tecnológicos indispensables para el desarrollo del trabajo de campo y el procesamiento de la información.

Viabilidad financiera

Desde el aspecto financiero, el estudio es viable, debido a que los costos asociados a la investigación serán asumidos íntegramente por las investigadoras, tal como se detalla en el presupuesto del proyecto. Esto incluye gastos de materiales, movilidad, asesoría y otros requerimientos operativos. De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), la disponibilidad de recursos financieros garantiza la continuidad del proceso investigativo y evita interrupciones durante su ejecución.

Viabilidad operativa y de acceso

La investigación es viable desde el punto de vista operativo y de acceso, ya que las investigadoras cuentan con acceso directo al área de estudio y a los visitantes del distrito de Chavín, lo que facilita la aplicación de los instrumentos de recolección de datos. Asimismo, existe disposición por parte de las autoridades locales y actores vinculados a la actividad turística para colaborar con el desarrollo del estudio. Según Ñaupas et al. (2018), el acceso al campo y a las unidades de análisis constituye un elemento fundamental para asegurar la viabilidad operativa de una investigación.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Flores et al. (2025) en su investigación plantearon el objetivo de diseñar un sistema de señalización turística que mejore la accesibilidad y orientación hacia los atractivos turísticos naturales de la comunidad Juan Pio Montufar. El estudio se abordó mediante una metodología de enfoque mixto**,** con diseño no experimental, empleando técnicas cualitativas como entrevistas estructuradas, observación directa y análisis documental, así como técnicas cuantitativas a través de encuestas aplicadas a los turistas. La muestra estuvo conformada por visitantes de la comunidad y directivos locales, complementándose con un levantamiento técnico que permitió identificar y georreferenciar 18 elementos de señalética turística mediante el sistema de coordenadas UTM y el uso de GPS. Los resultado**s** evidenciaron una señalización insuficiente y deteriorada, identificándose señales inexistentes, en estado regular y en mal estado, lo que generaba desorientación, dificultades de acceso y afectaba negativamente la experiencia del visitante. Como conclusión, el estudio determinó que la implementación de un sistema integral de señalética turística, alineado a la normativa nacional, contribuye significativamente a mejorar la accesibilidad, orientación y experiencia turística, además de fortalecer la gestión sostenible y la puesta en valor de los atractivos naturales de la comunidad.

Ko (2025) propuso en su investigación el objetivo de explorar y configurar el diseño óptimo de un sistema de señalización turística que mejore la orientación y satisfacción de los visitantes en el tradicional espacio turístico de Lukang Old Street, utilizando la teoría de *space syntax* para comprender la relación entre la configuración espacial y el comportamiento de los turistas. La metodología se basó en un enfoque cuantitativo aplicando análisis espacial mediante software especializado para evaluar la configuración urbana y la conectividad de rutas peatonales, identificando puntos clave de flujo de visitantes y potenciales ubicaciones estratégicas para la señalética turística; la investigación se centró en el contexto urbano histórico sin diseño experimental, empleando medidas derivadas de la teoría de espacio sintáctico para analizar los patrones de movimiento de los visitantes y su interacción con la señalización existente. Aunque el artículo no detalla una “muestra” tradicional de personas (al tratarse de análisis espacial), el objeto de análisis incluyó Lukang Old

Street y 10 intersecciones importantes donde se identificaron áreas clave para la ubicación de señalización. Los resultados mostraron que la configuración espacial influye significativamente en las rutas que los visitantes toman y que una planificación de señalética basada en *space syntax* puede mejorar la accesibilidad, facilitar el *wayfinding* y aumentar la satisfacción del visitante al reducir la desorientación y optimizar la experiencia turística. Como conclusión, el estudio sugiere que la aplicación de métodos analíticos espaciales para planificar la señalización turística puede contribuir a una mejor orientación y mayor satisfacción de los turistas, lo que a su vez puede favorecer el desarrollo turístico sostenible y mejorar la calidad de la experiencia en destinos con estructuras urbanas complejas.

Monar et al. (2022) en su investigación plantearon como objetivo determinar el estado actual de la señalización turística del atractivo con la finalidad de identificar problemáticas y proponer desafíos que contribuyan al incremento de la actividad turística. La investigación se abordó mediante una metodología de enfoque mixto, de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo, utilizando encuestas en una muestra finita de 239 habitantes, observación directa en campo y análisis documental basado en el Manual de Señalización Turística del MINTUR, complementado con un análisis FODA. Los resultados evidenciaron que el 75 % de la gestión del atractivo requiere mejoras, particularmente en infraestructura, mantenimiento y señalización turística, identificándose además que solo el 30,8 % de las categorías de señalética están presentes, mientras que el 61,8 % se encuentran ausentes, lo que limita la orientación y la satisfacción del visitante. Como conclusión**,** el estudio determinó que la señalización turística constituye un elemento clave para la promoción del destino, la mejora de la experiencia del visitante y el desarrollo turístico local, destacando la necesidad de implementar un sistema integral de señalética alineado a la normativa del MINTUR para fortalecer la competitividad del atractivo.

Salas et al. (2024) propusieron el objetivo de analizar las características del Complejo Turístico La Cocha para la implementación de señalización turística, considerando aspectos legales y técnicos que contribuyan al desarrollo turístico local. La investigación se abordó mediante una metodología no experimental, de corte transversal **y** enfoque mixto, utilizando fichas de inventario de atractivos turísticos, fichas técnicas para la colocación de señalética, observación directa y entrevistas a autoridades locales. La unidad de análisis estuvo constituida por el complejo turístico

y sus elementos naturales, complementándose con actores institucionales vinculados a la gestión turística. Los resultados evidenciaron que la falta de señalización informativa, orientativa e interpretativa limita la orientación del visitante, reduce su tiempo de permanencia y genera insatisfacción, pese a la alta riqueza natural del entorno. Como conclusión, el estudio determinó que la implementación de un sistema integral de señalética turística, alineado al Manual de Señalización del MINTUR, impactaría positivamente en la experiencia del visitante, la satisfacción turística y el desarrollo del destino, fortaleciendo su competitividad y gestión sostenible-

2.1.2 Investigaciones nacionales

Flores & Vallejos (2024) los investigadores plantearon el objetivo de proponer un plan integral que permita mejorar la señalización turística en dicha área natural, con la finalidad de fortalecer la orientación, seguridad y experiencia del visitante. La investigación se desarrolló bajo una metodología de tipo descriptiva–propositiva, con diseño no experimental **y** enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas y cuantitativas. La muestra estuvo conformada por 50 visitantes del Área de Conservación Privada Chaparrí, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia, así como 2 guardabosques, a quienes se les aplicaron cuestionarios y entrevistas, respectivamente. Los resultados evidenciaron que aproximadamente el 60 % de las rutas del área carecen de señalización turística adecuada, generando desorientación, percepción de inseguridad y experiencias poco satisfactorias en los visitantes, quienes manifestaron la necesidad de más información, paneles interpretativos y uso de pictogramas. Como conclusión, el estudio determinó que la implementación de un plan integral de señalización turística, alineado a las directrices del MINCETUR, contribuiría significativamente a mejorar la experiencia y satisfacción del visitante, así como a incrementar la afluencia turística y el desarrollo local del área de conservación.

Gomez (2022) planteó el objetivo de determinar de qué manera la señalética influye en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco. La investigación se realizó bajo una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental**,** nivel descriptivo, explicativo y correlacional, utilizando el método hipotético-deductivo. La muestra estuvo conformada por 316 visitantes, seleccionados de una población aproximada de 835 920 visitantes al distrito, a quienes se aplicaron cuestionarios estructurados con escala

Likert, validados mediante análisis de confiabilidad. Los resultados evidenciaron una correlación positiva alta entre la señalética y la satisfacción de los visitantes (Rho de Spearman = 0,869), demostrando que aspectos como las llegadas y accesos, la identificación de rutas con valor cultural, el mensaje informativo y la identificación del patrimonio influyen significativamente en la percepción del visitante. Como conclusión, el estudio determinó que la señalética influye de manera significativa y directa en la satisfacción de los visitantes, destacando la necesidad de diseñar un sistema de señalización turística adecuado a las necesidades del turista para mejorar la experiencia de visita y fortalecer la gestión turística del distrito de Barranco.

Guerrero & Guerrero (2025) los investigadores plantearon el objetivo de determinar cómo el nivel de atractividad turística del Castillo Unanue incide en la satisfacción de los visitantes. La investigación presentó una metodología de tipo aplicada**,** con enfoque cuantitativo**,** diseño no experimental**,** nivel descriptivo **y** alcance correlacional–causal**,** de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 144 visitantes, seleccionados de una población aproximada de 230 turistas que visitan mensualmente el atractivo, a quienes se aplicaron cuestionarios estructurados con escala Likert, validados mediante el coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados evidenciaron que el 94 % de los visitantes percibió un nivel bajo de atractividad turística, mientras que el 86 % manifestó un nivel bajo de satisfacción, identificándose una correlación positiva directa baja (Rho de Spearman = 0,213) entre ambas variables. Como conclusión, el estudio determinó que el nivel de atractividad turística incide significativamente en la satisfacción de los visitantes, destacando la necesidad de mejorar los elementos tangibles e intangibles del atractivo, como infraestructura, servicios y señalización turística, para elevar la experiencia y percepción del destino.

Moreno et al. (2023) en su investigación propusieron el objetivo de comprender la percepción de la comunidad local respecto a la implementación de la señalización turística como sendero interpretativo en el museo de sitio y zona arqueológica de Narihuala, en Catacaos, Piura, con la finalidad de fortalecer la identidad cultural y la participación ciudadana. La investigación se abordó desde una metodología de enfoque mixto**,** con un diseño no experimental, de tipo exploratorio y sustentado en la fenomenología. La muestra estuvo conformada por 52 pobladores del centro poblado de Narihuala, de los cuales 28 emprendedores participaron en entrevistas en profundidad. Los resultados evidenciaron que la comunidad percibe la señalización

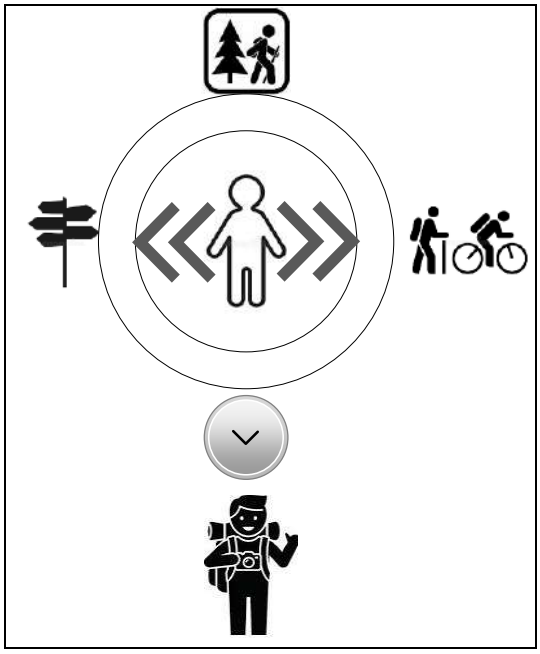
turística como un elemento clave para mejorar la orientación del visitante, incrementar el flujo turístico, difundir el patrimonio cultural y promover el desarrollo económico local, destacando además la necesidad de incorporar información clara, elementos visuales, multilingüismo y energías alternativas para su implementación. Como conclusión, el estudio afirma que la señalización turística, concebida como sendero interpretativo, contribuye significativamente al desarrollo, conservación y rejuvenecimiento de los recursos y atractivos turísticos, siempre que se implemente de manera articulada con la comunidad y en armonía con el entorno territorial.

2.2 Bases Teóricas.

2.2.1 Señalización turística

La señalización turística es un sistema integral de orientación, información e interpretación que permite a los visitantes moverse de manera independiente y segura en una zona turística para identificar atracciones, servicios y rutas. Desde la perspectiva de la gestión del destino, la señalización desempeña un papel estructural en la forma en que los visitantes experimentan una zona turística y ayuda a reducir la desorientación, lo que facilita la visita (MINCETUR, 2016). Desde un punto de vista institucional, la señalización turística es una herramienta tecnológica para planificar y gestionar el área turística asociada con destinos, circuitos y productos turísticos. Según las normas oficiales, la señalización es una de las herramientas más importantes para guiar a los turistas, difundir información sobre los recursos turísticos y crear un sistema de conocimiento para que el lugar sea más competitivo y sostenible en el contexto del desarrollo turístico nacional (Cagua & Zambrano, 2025). La señalización turística puede considerarse un impulsor de la experiencia turística en tanto influye en la percepción de accesibilidad de los visitantes, pero también en la del destino (la idea del lugar, la forma en que se percibe). Dicha señalización mejora la orientación espacial, reduce la incertidumbre en el viaje y promueve emociones positivas por parte del visitante, teniendo un impacto positivo en la satisfacción y percepción del lugar turístico por parte del visitante (Flores & Vallejos, 2024). Desde un punto de vista del desarrollo local y territorial, la señalización turística es una necesidad para el desarrollo de los recursos naturales y culturales, para hacerlos más accesibles al visitante y para que se vean adecuadamente. Los sistemas de señalización turística también mejoran la experiencia del visitante, potencian el turismo, la identidad local y el turismo sostenible.

Figura 1. *Sistema de orientación y dimensiones de señalización turísticas*



ii. Señalización turística en vías terrestre

i. Señalización turística en centros urbanos

Nota: Adaptación de MINCETUR 2016.

Desde un punto de vista funcional, la señalización turística es importante para la competitividad del destino, ya que ofrece información que no solo está bien escrita, sino que también es comprensible sobre dónde se pueden encontrar los recursos turísticos, los tiempos de viaje, las direcciones y los servicios disponibles. Es el uso estándar de pictogramas e iconos de tipo universal lo que nos permite superar las barreras lingüísticas y culturales para que la información sea entendida tanto por visitantes nacionales como internacionales (Penny, 2024).

Importancia de la señalización turística

La señalización turística es uno de los elementos más importantes de la gestión y operación de los destinos turísticos, ya que ayuda a las personas a navegar y moverse libremente en el área. Ayuda a reducir la desorientación, la incertidumbre y el tiempo de búsqueda de información, todo lo cual es fundamental para la percepción de orden, seguridad y calidad del destino. Esto es especialmente cierto cuando el visitante no está familiarizado con el entorno (MINCETUR, 2016). Desde un punto de vista funcional, la señalización turística ayuda en la conectividad y el acceso a lugares relacionados con el turismo a través de información clara, visible y estandarizada. Esto se debe a que, según las directrices técnicas de MINCETUR, la señalización turística promueve la circulación vial y peatonal, el flujo de visitantes y un mejor uso del entorno turístico en áreas terrestres y urbanas.

Elementos de la señalización turística

i. Señalización turística en vías terrestre

La señalización turística en vías terrestres forma parte del sistema de señales turísticas cuyo propósito es informar y orientar al visitante con anticipación sobre la aproximación a lugares de interés turístico, así como a actividades y servicios turísticos, mediante el uso integrado de pictogramas, íconos y palabras organizadas en un letrero, lo cual permite simplificar el mensaje y superar barreras lingüísticas gracias a un "idioma universal" de comunicación visual (MINCETUR, 2016).

Desde su función, la señalización turística tiene como eje orientar al visitante hacia el atractivo, proporcionando información importante durante su acceso y salida, lo que la convierte en un componente operativo de la gestión del desplazamiento turístico y del "wayfinding" en el territorio (Guerrero & Guerrero, 2025).

En esta lógica, el Manual clasifica la señalización turística en vías terrestres como aquella que dirige al visitante hacia atractivos, servicios o actividades que, por lo general, requieren un desplazamiento vial para llegar al punto de interés. A nivel técnico-operativo, esta señalización se diferencia según su contenido en: (a) señales informativas, que contienen información más completa y se ubican al inicio de rutas o circuitos, en desvíos de carreteras principales y en el ingreso inmediato al recurso; y (b) señales referenciales, colocadas en puntos intermedios, especialmente en intersecciones y bifurcaciones, cumpliendo una función de guía y confirmación del trayecto. Asimismo, el Manual vincula el diseño y escala de los letreros al tipo de vía: por ejemplo, la Serie A es aplicable a carreteras asfaltadas (mayor tamaño por velocidad de circulación) y la Serie B a carreteras no asfaltadas, caminos rurales e ingresos y alrededores de sitios turísticos (MINCETUR, 2016).

ii. Señalización turística en centros urbanos

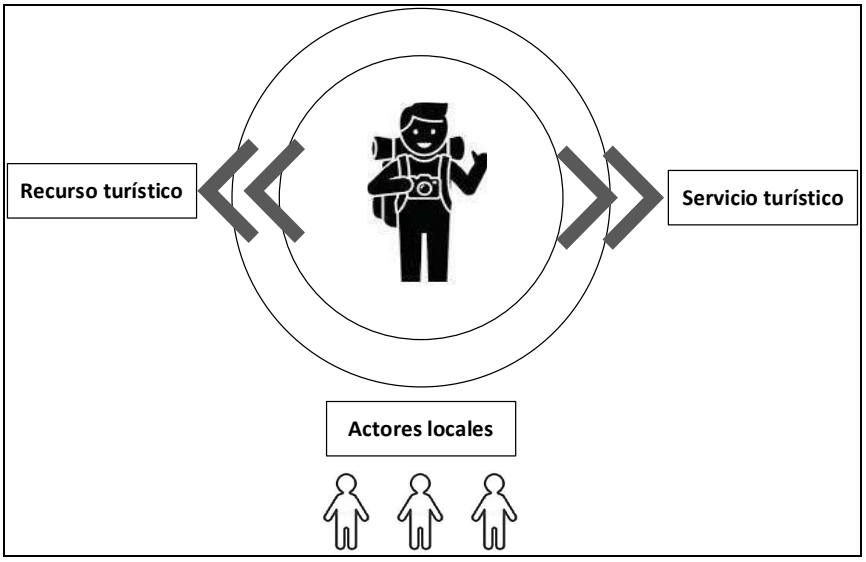
La señalización turística en los centros urbanos es el conjunto de elementos visuales diseñados para guiar a un visitante por la ciudad, principalmente en términos de su movimiento hacia las atracciones turísticas, servicios y lugares de interés. A diferencia de la señalización en las carreteras, esta dimensión se basa en la lógica de ruta interna del visitante que interactúa más directa y frecuentemente con el entorno urbano y, por lo tanto, requiere una arquitectura, ubicación e integración paisajística más estructurada. Este elemento, como explica MINCETUR, es crucial para la organización espacial del destino, ya que la señalización turística permite la construcción de circuitos urbanos, la

promoción de atracciones y la disponibilidad de puntos de interés cultural, histórico y recreativo en la ciudad. Esta señalización está dirigida a visitantes de baja velocidad, por lo que necesita ser clara, legible y comprensible, con un enfoque en la lectura directa, pictogramas y coherencia visual con el entorno (MINCETUR, 2016). Es una realidad integrada con la ciudad y la historia urbana y su arquitectura, especialmente en centros históricos o monumentos. El Manual aconseja que la señalización para turistas urbanos no debe causar contaminación visual, debe respetar la arquitectura existente y apoyar el entorno para que cumpla su función de informar sin afectar la imagen de la ciudad. De esa manera, la señalización no solo sirve al visitante, sino que también ayuda a hacer del área urbana un lugar mejor para el turista (Castillo, 2021). Asimismo, la señalización turística en centros urbanos incorpora contenidos que permiten al visitante identificar atractivos, reconocer recorridos y comprender el contexto del lugar, mediante señales direccionales, informativas e interpretativas. Estas señales se ubican estratégicamente en plazas, accesos, nodos de circulación y puntos de decisión, facilitando recorridos autónomos y reduciendo la necesidad de asistencia externa, lo que impacta positivamente en la percepción de orden, seguridad y calidad del destino (Guerrero & Guerrero, 2025).

2.2.2 Experiencia turística del visitante

La experiencia turística del visitante se concibe como un proceso integral, subjetivo y multidimensional que se construye a partir de la interacción del visitante con el destino, sus recursos, servicios, entorno y actores locales, antes, durante y después del viaje. De acuerdo con la Guía para el diseño de experiencias turísticas del MINCETUR, la experiencia no se limita a la prestación de servicios, sino que implica generar vivencias significativas, memorables y con valor simbólico, que conecten al visitante a nivel físico, emocional, intelectual y espiritual con el territorio visitado (MINCETUR, 2021).

***Figura 2**. Interacción en la experiencia del visitante*



Nota: Adaptación MINCETUR 2021.

Desde el punto de vista del visitante, la experiencia turística es un fenómeno orientado al visitante en el que sus motivaciones, expectativas, percepciones y emociones son los factores principales para juzgar el lugar. MINCETUR afirma que el turista moderno busca experiencias auténticas, personalizadas y significativas que van más allá del consumo pasivo de atracciones y que involucren al visitante en el aprendizaje y la conexión emocional con el lugar (Moreno et al., 2023). Muchos estudios empíricos también se han basado en este hecho y muestran que la calidad de la información, la orientación y la accesibilidad para un turista es directamente proporcional al nivel de información proporcionada y a dónde el turista puede ir. Flores Castro y Vallejos Hernández (2024) dicen que si no hay suficiente apoyo en el lugar (por ejemplo, señalización turística), el visitante experimentará desorientación, inseguridad y frustración, y que es necesario un buen plan para que el visitante tenga una buena experiencia (Flores et al., 2025).

Asimismo, la literatura señala que la experiencia turística integra componentes emocionales y cognitivos, los cuales influyen en la formación de recuerdos y en la intención de retorno o recomendación del destino. Gómez del Prado (2020) demuestra que la experiencia del visitante se ve fortalecida cuando el destino facilita la comprensión del espacio turístico, el patrimonio cultural y las rutas de recorrido, lo que incrementa la percepción de orden, seguridad y disfrute durante la visita (Gomez, 2022).

Elementos de la experiencia turística del visitante

i. Física

La dimensión física de la experiencia turística se refiere a la interacción corporal y sensorial del visitante con el espacio turístico, incluyendo el desplazamiento, la accesibilidad, la orientación, el esfuerzo físico y las condiciones materiales del entorno durante la visita. Desde el enfoque del MINCETUR, la experiencia turística se construye a partir de la vivencia directa del visitante en el territorio, donde el cuerpo actúa como el primer mediador de la experiencia, al activar los sentidos y permitir la percepción concreta del lugar visitado (MINCETUR, 2021).

En este sentido, la dimensión física está estrechamente vinculada a la comodidad y facilidad de recorrido, ya que un entorno accesible y ordenado favorece una experiencia más fluida y placentera. La Guía para el diseño de experiencias turísticas señala que la experiencia del visitante se ve fortalecida cuando el destino facilita el tránsito seguro y autónomo, minimizando barreras físicas y cognitivas que puedan generar cansancio, estrés o desorientación durante el recorrido

Asimismo, la literatura evidencia que la orientación espacial constituye un componente central de la dimensión física, especialmente en destinos culturales y patrimoniales. (Moreno et al. (2023) sostienen que la ausencia de elementos de apoyo a la orientación, como la señalización turística, afecta negativamente la experiencia del visitante al dificultar el desplazamiento y la identificación de espacios, mientras que su adecuada implementación permite recorridos más eficientes, reduciendo el esfuerzo físico innecesario y mejorando la percepción del entorno

De igual forma, Gómez (2022) demuestra que la dimensión física de la experiencia turística se ve fortalecida cuando el visitante percibe orden, claridad y facilidad de desplazamiento en el destino, lo cual incrementa la sensación de control sobre el recorrido y reduce la ansiedad asociada a la exploración de espacios desconocidos, impactando favorablemente en la valoración global de la experiencia.

ii. Emocional

La dimensión emocional de la experiencia turística es el sentimiento y el estado de ánimo del visitante cuando está en el destino. Esto se compone de sentimientos de disfrute, paz, alegría, confianza y frustración que tienen un gran impacto en el sentimiento general del viaje y en la creación de recuerdos. Según MINCETUR, la experiencia turística es realmente valiosa si está compuesta por emociones positivas y

memorables, ya que no solo tiene que ver con los lugares visitados, sino también con quién es la persona y, sobre todo, lo que siente. La Guía para el Diseño de Experiencias Turísticas afirma que el turismo de hoy es una economía de experiencias en la que el aspecto emocional está en el corazón de la diferenciación de destinos. En este contexto, las experiencias que brindan al visitante placer, seguridad y conexión emocional con el entorno aumentan la lealtad y la recomendación del visitante (MINCETUR, 2021). Gómez (2022) muestra que la experiencia emocional de un visitante se mejora cuando el destino tiene orden, confianza y seguridad, que son factores que disminuyen la ansiedad y dan sentimientos positivos al viaje. Estos sentimientos influyen directamente en la satisfacción del visitante y su deseo de calificar positivamente el destino. Asimismo, Moreno et al. (2023) destacan que la adecuada gestión del entorno turístico, a través de elementos como la señalización interpretativa y la organización del espacio, contribuye a generar emociones de tranquilidad, interés y agrado, al facilitar la comprensión del lugar y disminuir la sensación de desorientación. En contraste, la ausencia de estos elementos genera frustración, inseguridad y una experiencia emocional negativa, afectando la percepción del destino

iii. Intelectual

La dimensión intelectual de la experiencia turística es el proceso cognitivo y de aprendizaje que los visitantes atraviesan para entender, interpretar y dar sentido a los recursos turísticos, culturales y naturales que están experimentando. Es la adquisición de conocimiento, la curiosidad y la reflexión y la construcción de significado sobre el lugar, ya que no solo vemos la atracción turística como una atracción turística. Según MINCETUR, la experiencia turística se eleva cuando el visitante es consciente de la atracción del territorio, la historia del lugar, la cultura y su identidad y aprende a hacer que las cosas sucedan en el lugar. La Guía para Experiencias Turísticas en la actualidad muestra que el visitante no solo está interesado en el viaje, sino también en aprender y enriquecer su conocimiento en la cultura (MINCETUR, 2021). En el contexto de la experiencia turística, la dimensión intelectual está estrechamente asociada con la información y la interpretación del espacio turístico: la información turística y la señalización interpretativa, los paneles explicativos y los recursos son las piezas en la experiencia turística. Moreno et al. (2023) muestran que una señalización turística como sendero interpretativo puede impartir significado cultural y simbólico al turista, lo que mejora el aprendizaje y la apreciación del patrimonio por parte del visitante. Lo

mismo ocurre en la investigación, donde la investigación muestra que la experiencia intelectual se ve comprometida cuando no se tiene información clara y accesible sobre el destino. Gómez del Gómez (2022) muestra que cuando el visitante no entiende el espacio turístico y la información no es clara y accesible, la experiencia es limitada e insignificante; cuando el visitante tiene la información para entenderlo, la experiencia es mayor y el visitante está muy contento.

iv. Espiritual

La dimensión espiritual de la experiencia turística es la relación interna, reflexiva y simbólica que el visitante crea con el destino y va más allá de la interacción física, emocional o cognitiva. Involucra introspección, reflexión y sentimientos de significado, en los cuales el visitante cree que lo que hizo tuvo un impacto profundo en él debido a su identidad, creencias, recuerdos y sentido de identidad. Desde la perspectiva de MINCETUR, una experiencia turística auténtica se construye cuando una persona establece una conexión genuina con el entorno y las experiencias en el lugar y su vida han sido preservadas y mantenidas en la memoria y en la mente, de modo que la experiencia no solo es real sino que también perdura incluso después del hecho (MINCETUR, 2021). La dimensión espiritual es importante en destinos culturales, patrimoniales o naturales, en los cuales el entorno tiene aspectos simbólicos, históricos o relacionados con la identidad. En estos lugares, no solo se observa o se aprende, sino que se experimenta la trascendencia y un sentido de conexión con el lugar en un sentido de estar dentro y fuera del lugar y realmente es la persona el centro de la experiencia. Moreno et al. (2023) sugieren que la señalización turística interpretativa sirve para añadir a esta dimensión al visualizar aspectos culturales y simbólicos del territorio, creando así una conexión más cercana entre el visitante y el patrimonio cultural.

2.3 Definiciones de términos básicos

Accesibilidad turística: Condición que permite a todas las personas desplazarse y utilizar los espacios, servicios y atractivos turísticos de manera autónoma, segura y sin barreras físicas, informativas o cognitivas (MINCETUR, 2021).

Centro urbano turístico: Espacio urbano que concentra atractivos, servicios y actividades de interés turístico, donde se desarrolla principalmente el desplazamiento

peatonal del visitante y se requiere señalización integrada al entorno (MINCETUR, 2016).

Dimensión emocional: Componente de la experiencia turística asociado a los sentimientos, estados de ánimo y reacciones afectivas que experimenta el visitante durante su interacción con el destino (MINCETUR, 2021).

Experiencia turística: Conjunto de vivencias, percepciones y significados que el visitante construye antes, durante y después del viaje, integrando aspectos físicos, emocionales, intelectuales y espirituales (MINCETUR, 2021).

Identidad del destino: Conjunto de características culturales, simbólicas, históricas y sociales que distinguen a un destino turístico y les otorgan singularidad frente a otros (MINCETUR, 2021).

Interpretación turística: Proceso de comunicación que busca explicar y dar significado a los recursos naturales y culturales de un destino, facilitando su comprensión y valoración por parte del visitante (MINCETUR, 2016).

Orientación turística: Capacidad del visitante para ubicarse, desplazarse y tomar decisiones de recorrido dentro del destino mediante información clara y accesible (MINCETUR, 2021).

Patrimonio cultural: Conjunto de bienes materiales e inmateriales que representan la historia, identidad y valores de una comunidad, y que constituyen un recurso fundamental para la actividad turística (MINCETUR, 2016).

Recorrido turístico: Trayecto planificado o espontáneo que realiza el visitante dentro de un destino, integrando atractivos, servicios y espacios de interés (MINCETUR, 2016).

Señalización turística en centros urbanos: Conjunto de señales ubicadas en espacios urbanos que facilitan el desplazamiento peatonal del visitante y la identificación de atractivos y servicios turísticos (MINCETUR, 2016).

Señalización turística en vías terrestres: Señalización ubicada en carreteras y caminos que orienta al visitante durante su desplazamiento vehicular hacia destinos y atractivos turísticos (MINCETUR, 2016).

2.4 Hipótesis de la investigación

2.4.1 Hipótesis General

HG. La señalización turística se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

2.4.2 Hipótesis específicas

HG1. La señalización turística en vías terrestres se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

HG2. La señalización turística en centros urbanos se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

2.5 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	N	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable 1 Señalización turística	La señalización turística es el conjunto de elementos visuales normalizados que tienen como finalidad orientar, informar y facilitar el desplazamiento del visitante hacia y dentro de un destino turístico, contribuyendo a una circulación segura, ordenada y comprensible. Estos elementos permiten identificar atractivos, servicios y recorridos turísticos, así como comunicar normas y recomendaciones, favoreciendo una experiencia de visita fluida y satisfactoria.	La señalización turística se operacionaliza como la percepción del visitante respecto a la calidad y funcionalidad de la señalización presente en el destino turístico, considerando dos dimensiones establecidas por el MINCETUR: señalización turística en vías terrestres y señalización turística en centros urbanos.	Señalización turística en vías terrestres	**Visibilidad de la señalización**	1	Claridad visual de las señales durante el desplazamiento.	Escala de Likert 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
					2	Facilidad para ser identificadas a distancia	
				Ubicación estratégica de las señales	3	Colocación adecuada en desvíos, intersecciones y accesos.	
					4	Oportunidad de la información (antes de tomar decisiones de ruta).	
				Claridad del contenido informativo	5	Comprensión de símbolos, íconos y textos.	
					6	Uso adecuado de flechas, distancias y nombres del atractivo.	
				Continuidad y coherencia de la señalización	7	Existencia de señales sucesivas que confirmen la ruta.	
					8	Ausencia de interrupciones que generen confusión.	
				Estado y mantenimiento de las señales	9	Conservación física (legibilidad, limpieza, integridad).	
					10	Actualización de la información.	
			Señalización turística en centros urbanos	**Orientación espacial dentro del centro urbano**	11	Facilidad para ubicar atractivos turísticos.	
					12	Claridad del recorrido desde puntos estratégicos (plaza, accesos, paraderos)	
				Legibilidad y comprensión de la señalización	13	Claridad de textos e íconos.	
					14	Adecuación del tamaño y diseño para el peatón.	
				Integración con el entorno urbano	15	Armonía con el paisaje y arquitectura local.	
					16	No saturación visual ni interferencia con el entorno	
				Información interpretativa básica	17	Identificación clara del atractivo turístico.	
					18	Aporte mínimo a la comprensión del lugar (nombre, dirección).	
				Accesibilidad de la señalización	19	Ubicación a una altura adecuada.	
					20	Facilidad de lectura para distintos tipos de visitantes.	
Variable 2 Experiencia turística del visitante	La **experiencia turística** se entiende como el conjunto de vivencias, percepciones y significados que el visitante construye a lo largo de las diferentes etapas del viaje, desde su interacción con el entorno hasta la interpretación personal de lo vivido.	La experiencia turística se operacionaliza como la percepción del visitante respecto a las vivencias experimentadas durante su visita al destino turístico, considerando cuatro dimensiones propuestas por MINCETUR: dimensión física, dimensión emocional, dimensión intelectual y dimensión espiritual.	Física	**Comodidad durante el recorrido**	1	Facilidad para desplazarse por el destino.	Escala de Likert 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo
				Facilidad de orientación y desplazamiento	2	Capacidad del visitante para moverse sin perderse.	
				Percepción de accesibilidad del espacio turístico	3	Adecuación del entorno para distintos tipos de visitantes.	
				Esfuerzo físico percibido	4	Nivel de cansancio o fatiga durante la visita.	
			Emocional	**Activación sensorial del entorno**	5	Uso de sentidos como vista, oído y tacto durante la experiencia.	
				Disfrute emocional de la visita	6	Grado de agrado o placer experimentado.	
				Sensación de tranquilidad y confianza	7	Reducción de ansiedad o estrés durante el recorrido.	
				Emociones positivas generadas por el destino	8	Alegría, entusiasmo, interés	
				Satisfacción emocional global	9	Balance emocional de la experiencia vivida.	
				Recuerdo emocional del lugar	10	Intensidad con la que el lugar permanece en la memoria	
				Comprensión del valor cultural y patrimonial del destino	11	Entendimiento de la importancia del lugar visitado	
			Intelectual	**Aprendizaje durante la visita**	12	Adquisición de nuevos conocimientos	
				Claridad de la información recibida	13	Facilidad para comprender lo que se observa.	
				Estimulación del interés y la curiosidad	14	Deseo de saber más sobre el destino.	
			Espiritual	**Significado atribuido a la experiencia**	15	Capacidad del visitante para darle sentido a lo vivido	
				Conexión personal con el lugar	16	Sensación de vínculo interno con el destino.	
				Reflexión personal durante la visita	17	Momentos de introspección o contemplación	
				Sensación de trascendencia o significado profundo	18	Vivencia que va más allá de lo material	
				Conexión con la identidad cultural y simbólica del destino	19	Reconocimiento del valor simbólico del lugar	
				Impacto personal de la experiencia	20	Percepción de cambio o huella personal tras la visita.	

Nota. Elaboración propia

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Enfoque

La presente investigación se sustenta en el enfoque cuantitativo, el cual se caracteriza por el uso de procedimientos sistemáticos y el análisis de datos numéricos con la finalidad de describir fenómenos observables y establecer relaciones entre variables (Ruiz et al., 2025). Desde la perspectiva epistemológica del positivismo, este enfoque asume que la realidad es objetiva, medible y susceptible de ser analizada mediante instrumentos estandarizados, lo que permite obtener resultados verificables y generalizables.

3.1.2. Tipo

En cuanto al tipo de investigación, el estudio es de nivel descriptivo–correlacional, dado que, en una primera instancia, busca describir las características y comportamientos de las variables de estudio, y posteriormente analizar la relación existente entre ellas, sin manipularlas deliberadamente (Ruiz et al., 2025).

Diseño

Asimismo, el diseño metodológico adoptado es no experimental, ya que las variables no son manipuladas intencionalmente, sino observadas tal como se presentan en su contexto natural. Según Ruiz et al. (2025), este tipo de diseño es apropiado cuando el investigador busca analizar fenómenos sociales existentes, estableciendo relaciones entre variables a partir de datos recolectados en un momento determinado, sin alterar las condiciones del entorno de estudio

3.2. Población y muestra.

3.2.1 Población

La población se define como el conjunto total de elementos, individuos o unidades de análisis que comparten características comunes y que constituyen el universo de interés para una investigación científica (Ruiz et al., 2025). En este estudio la población está compuesta por los visitantes adultos nacionales e internacionales, que según el reporte de llegadas de turistas al distrito 2024, ascendió a 23 201, el promedio mensual es de 1 933, visitantes, que para este estudio representara la población.

Tabla 2

Reporte de visitantes 2024 - Museo de Chavín

Mes	Nacional					Internacional				
	Adultos	Estudiantes	Jubilados	Niños/escolares	Total	Adulto	Estudiantes	Jubilados	Niños	Total
Enero	1338	276	366	441	2421	68	16	17	6	107
Febrero	1719	363	456	591	3129	78	4	6	3	91
Marzo	2473	359	345	84	3261	95	6	7	0	108
Abril	902	148	202	0	1252	108	5	4	0	117
Mayo	1355	129	415	0	1899	207	7	36	5	255
Junio	1788	362	459	0	2609	189	17	43	13	262
Julio	1452	291	337	0	2080	242	24	54	12	332
Agosto	4435	833	1031	0	6299	278	23	58	8	367
Setiembre	1956	347	596	0	2899	196	11	23	2	232
Octubre	2379	335	590	0	3304	142	10	19	2	173
Noviembre	682	89	187	0	958	49	11	6	2	68
Diciembre	992	199	164	0	1355	78	5	4	0	87
	21471	3731	5148	1113	31466	**1730**	139	277	53	2199

Nota: Reporte de llegadas de turistas Gerencia de Turismo Municipalidad de Chavin H.

Criterios de inclusión

- Mayor de 18 años
- Contar con visita al museo de sitio de Chavin
- Muestra disposición a participar en el estudio
- Participantes de ambos sexos

3.2.2 Muestra

La muestra es un subconjunto representativo de la población, seleccionado mediante procedimientos estadísticos o no probabilísticos, con el propósito de recolectar datos que permitan inferir o generalizar resultados al conjunto poblacional (Ruiz et al., 2025). En la investigación se utilizó el cálculo del tamaño de la muestra para estimar una proporción poblacional mediante muestreo aleatorio simple sin reemplazo, se obtuvo una muestra mínima de 321.

Tabla 3

Descripción de la ecuación

Z	1.96
p	0.5
q	0.5
e	0.5
Valor Z	1.9600
Tamaño Esperado de muestra	70
Tasa de No Respuesta	0.1
Tamaño Planeado de Muestra	79

$$n_0 = \frac{Z^2\, p\, q}{e^2}$$

$n_0 = [(1.96)^2(0.5)(0.5)]/(0.05)^2 = (3.8416 \times 0.25)/0.0025 = 0.9604/0.0025 = 384.16$

Ajuste de la ecuación

$n = [1933(384.16)]/[(1933 - 1) + 384.16] = 742581.28/2316.16 = 320.61 \approx 321$

Tabla 4
Descripción de la Muestra

	n	**%**
Sexo		
Hombre	145	45.2
Mujer	176	54.8
Edad		
De 18 a 30 años	136	42.4%
De 31 a 50 años	176	54.8%
Más de 50 años	9	2.8%

Nota. Elaboración propia

La muestra en la tabla 4 estuvo conformada por 321 participantes. En relación con el sexo, se observa una ligera predominancia de mujeres, con 176 participantes, equivalente al 54.8 % del total. Los hombres representaron el 45.2 %, con 145 participantes. Respecto a la edad, el grupo con mayor representación fue el de 31 a 50 años, con 176 participantes, equivalente al 54.8 % de la muestra. En segundo lugar, se ubicó el grupo de 18 a 30 años, con 136 participantes, que representan el 42.4 %. Finalmente, el grupo de más de 50 años tuvo una participación menor, con 9 participantes, equivalente al 2.8 %. Estos resultados evidencian que la muestra estuvo compuesta principalmente por mujeres y por participantes adultos ubicados entre los 31 y 50 años.

Confiabilidad del instrumento

Tabla 5

Análisis de confiabilidad de variable- Señalización turística

Alfa de Cronbach	N de elementos
,926	20

Nota. Elaboración propia

El análisis de la tabla 5 arrojó un valor de α = 0.926 para un total de 20 ítems, lo cual indica un nivel de confiabilidad excelente.

Tabla 6

Análisis de confiabilidad de variable Experiencia del visitante

Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	20

Nota. Elaboración propia

El análisis de la tabla 6 arrojó un valor de α = 0.937 para un total de 20 ítems, lo cual indica un nivel de confiabilidad excelente.

Validez del instrumento

Tabla 7

Prueba de KMO y Bartlett variable -Señalización turística

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,728
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1814,556
	gl	91
	Sig.	,000

En la tabla 7 se presenta la validez de constructo del instrumento de Señalización turística, se aplicó un Análisis Factorial Exploratorio. La medida de adecuación muestral KMO = 0.728, valor que se considera aceptable, se establece que un valor superior a 0.70 indica que la matriz de correlaciones es adecuada para realizar el análisis factorial. Prueba de esfericidad de Bartlett: χ^2 (91) = 1814.556, con una significancia de p = 0.000, lo cual indica que las correlaciones

entre los ítems son estadísticamente significativas. Los datos permiten afirmar que el instrumento cuenta con validez de constructo.

Tabla 8
Prueba de KMO y Bartlett variable Experiencia del visitante

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.780
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	2875,222
	gl	153
	Sig.	,000

Los resultados de la prueba KMO y Bartlett en la tabla 8 evidencian que la variable *Experiencia del visitante* presenta condiciones adecuadas para el análisis factorial. El índice KMO alcanzó un valor de 0.780, lo que indica una adecuada suficiencia muestral. Asimismo, la prueba de esfericidad de Bartlett resultó significativa, $\chi^2 = 2875.222$, gl = 153, $p < .001$, lo que demuestra que la matriz de correlaciones no corresponde a una matriz identidad. En consecuencia, se confirma que los ítems de la variable presentan relaciones suficientes para ser sometidos a análisis factorial.

3.3. Técnicas de recolección de datos.

3.3.1. Técnicas a emplear

En la presente investigación se emplearán técnicas propias del enfoque cuantitativo, orientadas a la recolección sistemática de datos objetivos que permitan describir las variables de estudio y analizar la relación existente entre ellas.

La encuesta es el principal método de recolección de datos, ya que ofrece una visión directa de los visitantes sobre cómo se sienten respecto a las señales turísticas y cómo se sienten al visitar el destino. Este método permite la recolección de datos de un gran número de participantes en un tiempo determinado y la estandarización de respuestas y análisis estadísticos. La encuesta se llevará a cabo utilizando un cuestionario estructurado que consta de ítems presentados en una escala de Likert, que puede usarse para medir cuantitativamente las dimensiones e indicadores de las variables. En la primera etapa, se utilizarán estadísticas descriptivas para resumir y presentar la información mediante frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central y dispersión. Luego, se utilizarán

estadísticas inferenciales, por ejemplo, pruebas de correlación para determinar el grado y la dirección de la relación entre las variables.

3.3.2. Descripción de instrumentos.

Para la recolección de la información se empleará como instrumento principal el cuestionario estructurado, diseñado específicamente para medir las variables señalización turística y experiencia del visitante. Este instrumento permitirá obtener datos cuantificables a partir de las percepciones de los visitantes, garantizando la objetividad y sistematicidad propias del enfoque cuantitativo.

El cuestionario estará conformado por preguntas cerradas, organizadas en dos secciones principales. La primera sección estará orientada a la medición de la señalización turística, considerando sus dimensiones: señalización turística en vías terrestres y señalización turística en centros urbanos. Esta sección se consideran 20 afirmaciones. La segunda sección estará destinada a evaluar la experiencia turística del visitante, estructurada en las dimensiones física, emocional, intelectual y espiritual, la segunda sección tiene 20 afirmaciones.

Las preguntas del cuestionario se formularán en una escala tipo Likert de cinco puntos, donde 1 representa “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”. Esta escala permite medir la intensidad de las percepciones y facilita el tratamiento estadístico de los datos, siendo ampliamente utilizada en estudios descriptivos y correlacionales. Posteriormente, se evaluará la confiabilidad del instrumento a través del coeficiente Alfa de Cronbach, asegurando la consistencia interna de las escalas utilizadas.

3.4. Técnicas para el procedimiento de la información

Una vez recolectados los datos mediante el cuestionario estructurado, se procederá al procesamiento de la información, siguiendo un conjunto de técnicas estadísticas que permitan organizar, analizar e interpretar los datos de manera sistemática y objetiva. Este proceso es fundamental para garantizar la validez de los resultados y dar cumplimiento a los objetivos de la investigación. Primero, los datos serán codificados y tabulados, y las respuestas en la escala de Likert se les asignarán valores numéricos. A partir de ahí, los datos se ingresarán en un software estadístico (SPSS) para mantener la base de datos organizada y reducir el número de errores que pueden ocurrir. Luego se

utilizan técnicas estadísticas descriptivas como frecuencias y porcentajes. De esta manera, se describirá el comportamiento de cada variable y dimensión del estudio, lo que permitirá a los visitantes obtener una imagen clara de la señalización turística y la experiencia de los visitantes. En una segunda etapa, se utilizarán técnicas estadísticas inferenciales, es decir, análisis de correlación, para determinar el grado y la dirección de la relación entre las variables del estudio.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Estadístico descriptivo

4.1.1 Variable 1 – Señalización turística

Tabla 9
Variable 1 – Señalización turística

V1 Señalización turística	n	%
Bajo	89	27.70%
Medio	128	39.90%
Alto	104	32.40%

Nota. Elaboración propia

Respecto a la variable señalización turística de la tabla 9, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel medio, con 128 encuestados, equivalente al 39.90 %. Asimismo, el 32.40 % se situó en el nivel alto, representado por 104 participantes, mientras que el 27.70 % se ubicó en el nivel bajo, con 89 casos. Estos resultados evidencian que la señalización turística es percibida predominantemente en un nivel medio, lo cual sugiere que, si bien existen elementos positivos en su implementación, aún se presentan aspectos que requieren fortalecimiento para mejorar la orientación, información y experiencia del visitante.

i. Dimensión-Señalización turística en vía terrestre

Tabla 10
Dimensión-Señalización turística en vía terrestre

D1 Señalización turística en vía terrestre	n	%
Bajo	97	30.20%
Medio	120	37.40%
Alto	104	32.40%

Nota. Elaboración propia

En relación con la dimensión señalización turística en vía terrestre de la tabla 10, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel medio, con 120 encuestados, equivalente al 37.40 %. Asimismo, el 32.40 % se situó en el nivel alto, representado por 104 participantes, mientras que el 30.20 % se ubicó en el nivel

bajo, con 97 casos. Estos resultados evidencian que la señalización turística en vía terrestre es percibida predominantemente en un nivel medio; sin embargo, la presencia de un porcentaje considerable en el nivel bajo sugiere la necesidad de fortalecer la ubicación, visibilidad, claridad y mantenimiento de las señales orientadas al visitante.

ii. Dimensión- Señalización turística en centros urbanos

Tabla 11

Dimensión- Señalización turística en centros urbanos

D2 Señalización turística en centros urbanos	n	%
Bajo	48	16.20%
Medio	145	48.80%
Alto	104	35.00%

Nota. Elaboración propia

En cuanto a la dimensión de la tabla 11 señalización turística en centros urbanos, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel medio, con 145 encuestados, equivalente al 48.80 %. Asimismo, el 35.00 % se situó en el nivel alto, representado por 104 participantes, mientras que el 16.20 % se ubicó en el nivel bajo, con 48 casos. Estos resultados evidencian que la señalización turística en centros urbanos es percibida predominantemente en un nivel medio, lo que sugiere que, si bien existen condiciones aceptables para orientar e informar al visitante, aún se requieren mejoras vinculadas con la visibilidad, ubicación, claridad y suficiencia de las señales turísticas dentro del espacio urbano.

4.1.2 Variable 2 – Experiencia turística del visitante

Tabla 12

Variable 2 – Experiencia turística del visitante

V2 Experiencia turística del visitante	n	%
Bajo	24	7.50%
Medio	80	24.90%
Alto	217	67.60%

Nota. Elaboración propia

Respecto a la variable experiencia turística del visitante, se observa en la tabla 12 que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel alto, con 217 encuestados, equivalente al 67.60 %. Asimismo, el 24.90 % se situó en el nivel medio, representado por 80 participantes, mientras que el 7.50 % se ubicó en el nivel bajo, con 24 casos. Estos resultados evidencian que la experiencia turística del visitante es percibida predominantemente de manera favorable, lo cual sugiere que la mayoría de los encuestados valora positivamente su interacción con el destino, los servicios, el entorno y los elementos que conforman la experiencia turística.

i. Dimensión -Física

Tabla 13
Dimensión -Física

D1 Física	**n**	**%**
Bajo	64	19.90%
Medio	104	32.40%
Alto	153	47.70%

Nota. Elaboración propia

En relación con la dimensión física de la experiencia turística del visitante de la tabla 13, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel alto, con 153 encuestados, equivalente al 47.70 %. Asimismo, el 32.40 % se situó en el nivel medio, representado por 104 participantes, mientras que el 19.90 % se ubicó en el nivel bajo, con 64 casos. Estos resultados evidencian que la dimensión física es percibida predominantemente de manera favorable, lo cual sugiere que los visitantes valoran positivamente las condiciones materiales, espaciales e infraestructurales del destino turístico. No obstante, la presencia de participantes en los niveles medio y bajo indica que aún existen aspectos físicos que pueden ser mejorados para fortalecer la experiencia integral del visitante.

ii. Dimensión – Emocional

Tabla 14
Dimensión -Emocional

D2 Emocional	n	%
Bajo	40	12.50%
Medio	72	22.40%
Alto	209	65.10%

Nota. Elaboración propia

En relación con la dimensión emocional de la experiencia turística del visitante, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel alto, con 209 encuestados, equivalente al 65.10 %. Asimismo, el 22.40 % se situó en el nivel medio, representado por 72 participantes, mientras que el 12.50 % se ubicó en el nivel bajo, con 40 casos. Estos resultados evidencian que la dimensión emocional es percibida predominantemente de manera favorable, lo cual sugiere que la experiencia turística generó en la mayoría de los visitantes manifestaran emociones positivas vinculadas con el disfrute, la satisfacción y la valoración del destino. No obstante, la presencia de participantes en los niveles medio y bajo indica que aún existen aspectos que pueden fortalecerse para mejorar la conexión emocional del visitante con el destino turístico.

iii. Dimensión – Intelectual

Tabla 15
Dimensión -Intelectual

D3 Intelectual	n	%
Bajo	24	7.50%
Medio	104	32.40%
Alto	193	60.10%

Nota. Elaboración propia

En relación con la dimensión intelectual de la experiencia turística del visitante de la tabla 15, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel alto, con 193 encuestados, equivalente al 60.10 %. Asimismo, el 32.40 % se situó en el nivel medio, representado por 104 participantes, mientras que el 7.50

% se ubicó en el nivel bajo, con 24 casos. Estos resultados evidencian que la dimensión intelectual es percibida predominantemente de manera favorable, lo cual sugiere que la experiencia turística contribuyó al aprendizaje, la curiosidad, la reflexión y el conocimiento del visitante sobre el destino. No obstante, la presencia de participantes en los niveles medio y bajo indica que aún pueden fortalecerse los recursos interpretativos, informativos y educativos asociados a la experiencia turística.

iv. Dimensión – Espiritual

Tabla 16
Dimensión -Espiritual

D4 Espiritual	**n**	**%**
Bajo	24	7.50%
Medio	129	40.20%
Alto	168	52.30%

Nota. Elaboración propia

En relación con la dimensión espiritual de la experiencia turística del visitante de la tabla 16, se observa que el mayor porcentaje de participantes se ubicó en el nivel alto, con 168 encuestados, equivalente al 52.30 %. Asimismo, el 40.20 % se situó en el nivel medio, representado por 129 participantes, mientras que el 7.50 % se ubicó en el nivel bajo, con 24 casos. Estos resultados evidencian que la dimensión espiritual es percibida predominantemente de manera favorable, lo cual sugiere que la experiencia turística favoreció en las visitantes sensaciones de conexión, reflexión, bienestar interior y valoración simbólica del destino. No obstante, la presencia de participantes en el nivel medio indica que esta dimensión aún puede fortalecerse mediante experiencias más significativas, interpretativas y vinculadas con la identidad del lugar.

4.1.3 Análisis inferencial

Tabla 17
Prueba de normalidad

	V1	V2
	Señalización turística	**Experiencia turística del visitante**
Desviación estándar	20.9	16.5
Kolmogorov-Smirnov	0.971	0.833
Valor p	<.001	<.001

Nota. Elaboración propia

Los resultados del análisis de normalidad de la tabla 17 evidencian que las variables señalización turística y experiencia turística del visitante no presentan una distribución normal. La variable señalización turística obtuvo un valor de Shapiro-Wilk de $W = 0.971$, $p < .001$, mientras que la variable experiencia turística del visitante presentó un valor de $W = 0.833$, $p < .001$. En ambos casos, el valor de significancia fue menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula de normalidad. Asimismo, se observa que la señalización turística presenta mayor dispersión en sus puntajes, con una desviación estándar de 20.9, en comparación con la experiencia turística del visitante, cuya desviación estándar fue de 16.5. En consecuencia, debido a que las variables no siguen una distribución normal, corresponde utilizar pruebas estadísticas no paramétricas para el contraste de hipótesis.

4.1.4 Análisis de Correlaciones

Tabla 18
Matriz de correlaciones

		1	2	3	4	5	6	7	8
1. Señalización turística	**Rho de Spearman**	—							
	valor p	—							
2. Señalización turística en vías terrestre	**Rho de Spearman**	0.983***	—						
	valor p	<.001	—						
3. Señalización turística en centros urbanos	**Rho de Spearman**	0.960***	0.900***	—					
	valor p	<.001	<.001	—					
4. Experiencia turística del visitante	**Rho de Spearman**	0.603***	0.528***	0.696***	—				
	valor p	<.001	<.001	<.001	—				
5. Física	**Rho de Spearman**	0.633***	0.558***	0.744***	0.926***	—			
	valor p	<.001	<.001	<.001	<.001	—			
6. Emocional	**Rho de Spearman**	0.569***	0.506***	0.638***	0.903***	0.815***	—		
	valor p	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	—		
7. Intelectual	**Rho de Spearman**	0.469***	0.400***	0.541***	0.849***	0.732***	0.724***	—	
	valor p	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	—	
8. Espiritual	**Rho de Spearman**	0.447***	0.382***	0.499***	0.800***	0.631***	0.666***	0.695***	—
	valor p	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	—

Nota. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Los resultados del análisis de correlación de Spearman de la tabla 18 evidencian relaciones positivas y estadísticamente significativas entre las variables y dimensiones analizadas. En primer lugar, se identificó una relación positiva significativa entre la señalización y la experiencia turísticas del visitante, con un coeficiente rho = 0.603 y un valor p < .001. Este resultado indica que una mejor percepción de la señalización turística se asocia con una mejor experiencia turística del visitante.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1 Contrastación de hipótesis general

Ho: La señalización turística no se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

HG. La señalización turística se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

Tabla 19
Rho de Spearman -Hipótesis general

		4. Experiencia turística del visitante
1. Señalización turística	rho	. 0.603***
	Sig.	<.001
	N	321

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman en la tabla 19, se identificó una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística y la experiencia turística del visitante, con un valor de rho = 0.603 y una significancia de p < .001. Este resultado indica que la relación entre ambas variables es directa; es decir, cuando la percepción sobre la señalización turística mejora, también tiende a mejorar la experiencia turística del visitante. Asimismo, la magnitud del coeficiente evidencia una relación de intensidad moderada alta. En consecuencia, al ser el valor de significancia menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general, afirmando que la señalización turística se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026.

Por tanto, los hallazgos permiten sostener que una adecuada señalización turística se asocia directamente con una mejor experiencia del visitante, debido a que facilita la orientación, el desplazamiento, la comprensión del espacio turístico y la valoración general del destino.

4.2.2 Contrastación de hipótesis especificas

Hipótesis especifico 1

Ho: La señalización turística en vías terrestres no se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

HG1. La señalización turística en vías terrestres se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

Tabla 20
Rho de Spearman -Hipótesis especifica 1

		4. Experiencia turística del visitante
2. Señalización turística en vías terrestre	rho	0.528***
	Sig.	<.001
	N	321

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman en la tabla 20, se identificó una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística en vías terrestres y la experiencia turística del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. El coeficiente obtenido fue rho = 0.528, con un valor de significancia de $p < .001$, lo cual indica que la relación entre ambas variables es significativa al ser menor que el nivel de significancia de 0.05. Este resultado evidencia que, a medida que mejora la percepción sobre la señalización turística en vías terrestres, también tiende a mejorar la experiencia turística del visitante. La magnitud del coeficiente permite afirmar que existe una relación de intensidad moderada. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 1, afirmando que la señalización turística en vías terrestres se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante.

Por tanto, los resultados sugieren que la señalización ubicada en vías terrestres cumple un papel relevante en la experiencia turística, ya que facilita la orientación, el acceso, el desplazamiento y la seguridad del visitante durante su recorrido hacia el destino.

Hipótesis especifico 2

Ho: La señalización turística en centros urbanos no se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

HG2. La señalización turística en centros urbanos se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.

Tabla 21
Rho de Spearman -Hipótesis especifica 2

		4. Experiencia turística del visitante
3. Señalización turística en centros urbanos	rho	0.696***
	Sig.	<.001
	N	321

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman de la tabla 21, se identificó una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística en centros urbanos y la experiencia turística del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. El coeficiente obtenido fue rho = 0.696, con un valor de significancia de $p < .001$, menor al nivel de significancia de 0.05. Este resultado indica que la relación entre ambas variables es directa; es decir, a medida que mejora la percepción sobre la señalización turística en centros urbanos, también tiende a mejorar la experiencia turística del visitante. Asimismo, la magnitud del coeficiente evidencia una relación de intensidad moderada alta o considerable.

En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2, afirmando que la señalización turística en centros urbanos se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026.

CAPÍTULO V DISCUCIÓN

5.1 Discusión de resultados

Los resultados de la presente investigación permiten afirmar que existe una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística y la experiencia turística del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. El coeficiente Rho de Spearman obtenido fue de rho = 0.603, con una significancia de p < .001, lo que evidencia una relación de intensidad moderada alta entre ambas variables. Este hallazgo permite sostener que, en la medida en que mejora la percepción de la señalización turística, también tiende a mejorar la experiencia turística del visitante. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general de investigación.

En el informe descriptivo encontramos que la señalización turística fue percibida mayormente a un nivel medio con el 39.90% de los participantes, seguido de un nivel alto con el 32.40% y un nivel bajo con el 27.70%. Esto sugiere que, aunque hay elementos de la señalización que son valorados positivamente por los turistas, hay algunos aspectos que aún necesitan mejoras, particularmente en la ubicación, visibilidad, claridad, suficiencia y mantenimiento de las señales. Este comportamiento está en línea con Flores et al. (2025), quienes encontraron que la señalización que no está bien establecida o no es adecuada causa desorientación y afecta negativamente la experiencia del visitante. Monar et al. (2022) indica que la señalización es una herramienta necesaria para la gestión del destino y que la ausencia o falla de la señalización también limita la orientación y satisfacción del turista. En cuanto a la experiencia del visitante, la mayoría de los encuestados vieron la experiencia turística desde una perspectiva positiva, 67.60%. Esto sugiere que, a pesar de las calificaciones medias de la señalización turística, los visitantes pasan un buen rato al visitar el destino.

Este resultado puede explicarse porque la experiencia turística no depende únicamente de la señalización, sino también de otros elementos como el entorno físico, la valoración simbólica del lugar, la interacción con el destino, los servicios, la motivación del visitante y los significados personales asociados a la visita. Sin embargo, la relación significativa encontrada demuestra que la señalización sí cumple un papel importante en la configuración de dicha experiencia.

La relación directa hallada entre señalización turística y experiencia del visitante coincide con el estudio de Gómez (2022), quien encontró una correlación positiva alta entre la señalética y la satisfacción de los visitantes en los atractivos turísticos del distrito de Barranco, con un Rho de Spearman de 0.869. Aunque el coeficiente de Gómez fue mayor al encontrado en la presente investigación, ambos estudios coinciden en que la señalización turística tiene una incidencia significativa en la percepción del visitante. La diferencia en la magnitud puede deberse al contexto de estudio, al tipo de destino, a las condiciones urbanas y al modo en que cada investigación operacionalizó las variables satisfacción y experiencia turística.

Asimismo, los resultados guardan relación con Ko (2025), quien sostuvo que una planificación adecuada de la señalización turística mejora la accesibilidad, facilita el desplazamiento y reduce la desorientación de los visitantes. Esta es una agradable coincidencia porque en este trabajo la señalización no solo tiene propósitos informativos, sino que también se relaciona con la experiencia del visitante. Es decir, las señales turísticas no son meramente elementos físicos de orientación de la ruta, sino también recursos que ayudan a estructurar la ruta y reducir la incertidumbre, para penetrar mejor en el espacio y hacer la visita más placentera. La primera hipótesis importante fue que la señalización turística en rutas terrestres está asociada con la experiencia turística del visitante, es decir, es positiva, estadísticamente significativa, y el coeficiente rho es 0.528 y $p < 0.001$. Esto muestra que la señalización en caminos de acceso, rutas y espacios de movimiento terrestre juega un papel en la experiencia turística, porque ayuda a guiar al visitante desde el punto de entrada hasta el destino y ofrece mayor seguridad en el trayecto. Flores y Vallejos (2024) encontraron que la experiencia turística se ve afectada por la falta de señalización en rutas turísticas, lo que genera una sensación de inseguridad, desorientación y malas experiencias. Flores et al. (2025) también indicaron que la señalización turística es un factor para un mejor acceso y orientación de las personas hacia lugares naturales. De esta manera, los resultados del presente trabajo prueban que la señalización en rutas terrestres no solo actúa como guía de ubicación o dirección, sino que también impacta la percepción de seguridad, confianza y comodidad del visitante mientras viaja a un destino. En cuanto a la segunda hipótesis mencionada, encontramos una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística en centros urbanos y la experiencia turística del visitante con un coeficiente rho = 0.696 y significancia $p < .001$. Esta es una relación mayor que la señalización en rutas

terrestres. Por lo tanto, en dichos centros urbanos, la señalización turística está más conectada con la experiencia del visitante. Ko (2025) observó que la señalización en áreas urbanas facilita la orientación, la accesibilidad y mejora la experiencia turística de esta manera. También coincide con Salas et al. (2024) quienes señalaron que la falta de señalización informativa, orientativa e interpretativa limita la orientación, reduce la duración de la estancia y causa insatisfacción entre los visitantes. Cuando evaluamos las dimensiones de la experiencia turística, encontramos que la señalización turística tiene relaciones positivas e importantes con las dimensiones física, emocional, intelectual y espiritual. La dimensión física fue la más significativa con un rho = 0.633, la dimensión emocional con un rho = 0.569, la dimensión intelectual con un rho = 0.469 y la dimensión espiritual con un rho = 0.447. Los resultados de estos estudios muestran que la señalización turística se basa principalmente en los aspectos físicos y funcionales de la experiencia, como la orientación, accesibilidad, movimiento, ubicación y comprensión del entorno. En este sentido, nuestros resultados están en línea con los de Moreno et al. (2023), quienes demostraron que la señalización turística como un sendero interpretativo no solo proporciona una guía al visitante, sino que también es una forma de difundir el patrimonio cultural, la identidad local y proporcionar una experiencia significativa. Los resultados indican un papel claro de la señalización turística en la gestión del destino turístico en Chavín en general. No solo es importante poder informar al visitante sobre el sitio al llegar, sino que ayuda a mejorar la experiencia al final del recorrido y no solo es útil, sino que también le da al visitante una sensación de seguridad, la sensación de que el destino es seguro y es fácil de conocer, más ordenado, satisfactorio y significativo.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primera. En relación con el objetivo general, se concluye que existe una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. El coeficiente Rho de Spearman fue de 0.603, con un valor de significancia de $p < .001$, lo que evidencia un nivel de relación moderado alto. En consecuencia, se determina que, a mejor percepción de la señalización turística, mejor tiende a ser la experiencia del visitante. Por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general de investigación.

Segunda. En relación con el objetivo específico 1, se concluye que existe una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística en vías terrestres y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. El coeficiente obtenido fue rho = 0.528, con una significancia de $p < .001$, lo que demuestra un nivel de relación moderado. Este resultado indica que la señalización ubicada en vías de acceso, rutas y espacios de desplazamiento terrestre se asocia directamente con la experiencia del visitante, principalmente porque contribuye a la orientación, accesibilidad, seguridad y facilidad de llegada al destino.

Tercera. En relación con el objetivo específico 2, se concluye que existe una relación directa, positiva y estadísticamente significativa entre la señalización turística en centros urbanos y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Áncash, año 2026. El coeficiente Rho de Spearman fue de 0.696, con una significancia de $p < .001$, lo que evidencia un nivel de relación moderado alto o considerable. Este resultado permite afirmar que la señalización turística en centros urbanos presenta una mayor asociación con la experiencia del visitante, debido a que facilita la ubicación, desplazamiento, identificación de atractivos y comprensión del espacio turístico dentro del destino.

De manera integradora, se concluye que la señalización turística constituye un componente relevante para fortalecer la experiencia del visitante en Chavín. Si bien ambas dimensiones de la señalización se relacionan significativamente con la experiencia turística, la señalización en centros urbanos presenta una relación más alta que la señalización en vías terrestres.

6.2 Recomendaciones

Primera. En relación con la primera conclusión, se recomienda a la Municipalidad Distrital de Chavín, en coordinación con las entidades responsables de la gestión turística regional, implementar un plan integral de fortalecimiento de la señalización turística, debido a que se comprobó una relación directa, positiva y significativa entre la señalización turística y la experiencia del visitante. Este proceso también debe incluir la instalación, renovación y mantenimiento de señales turísticas claras, visibles, accesibles y estratégicamente ubicadas con el objetivo de mejorar la orientación, seguridad, movimiento y apreciación del destino por parte de los visitantes.

En segundo lugar, en las rutas terrestres, nos gustaría mejorar la señalización turística hacia el distrito de Chavín (rutas de acceso, intersecciones, desvíos, zonas de entrada y las principales atracciones turísticas), incluyendo señales informativas, direccionales y preventivas para que los visitantes puedan seguir y encontrar la ruta, calcular la distancia, conocer los puntos de referencia y moverse con mayor seguridad. Así, la experiencia turística se mejorará desde el inicio del viaje hasta el destino.

Tercero. Con la tercera conclusión se recomienda que mejoremos la señalización de la ciudad para que sea lo más beneficiosa para el visitante (no solo para el turista, sino también para la ciudad y su gente). Por esa razón, las señales deben colocarse en plazas, calles principales, áreas de concentración turística alrededor de atracciones, paradas de autobús, oficinas de información turística y espacios de circulación peatonal. Tales señales ayudarán a identificar las atracciones correctas, servicios turísticos, rutas internas y lugares de interés que proporcionarán una experiencia más ordenada, segura y placentera.

En general, recomendamos tener un sistema de señalización turística articulado, que integre rutas terrestres y centros urbanos tanto como sea posible y esté impulsado por la claridad, visibilidad, ubicación, suficiencia, mantenimiento e información turística. Este sistema no solo debería ayudar a guiar al visitante, sino también proporcionar información interpretativa sobre el valor cultural, natural y simbólico del destino para mejorar la experiencia física, emocional, intelectual y espiritual del visitante.

CAPÍTULO VII REFERENCIAS

7.1 Fuentes electrónicas

Cagua , E., & Zambrano, D. (2025). *Diseño de un sistema de señalética turística para mejorar la accesibilidad a los atractivos turísticos naturales de la comunidad Juan Pío Montufar cantón Loreto provincia de Orellana.* El coca: Escuela Superior Plitécnica de Chimborazo sede Orellana. Obtenido de ttps://dspace.espoch.edu.ec:8080/server/api/core/bitstreams/ccd0b892-aebd-4c9a-a022-2985bf4dd68d/content

Castillo, L. (2021). Situación de la señaletica de orientación turística para personas con discapacidad visual frente al COVID19 en el centro histórico de San Luis Potosí. *Journal of Tourism and Heritage Research,* 81-102. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7908056.pdf

Flores, E., Cagua, E., Chacha, A., & Zambrano, D. (2025). Diseño de un sistema de sañalética turística para mejorar la accesibilidad a los atractivos turísticos naturales de la comunidad Juan Pio Montufar del cantón Loreto provincia de Orellana. *Polo del conocimiento,* 220-251. Obtenido de https://www.polodelconocimiento.com/

Flores, K., & Vallejos, C. (2024). *Plan integral para la implementación de señalización turística para el área de conservación privada Chaparrí 2022.* Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/12552/Flores%20Castro%2c%20Kiara%20Briggite%20-%20Vallejos%20Hernandez%2c%20Cielo%20Genesis%20Jimena.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Gomez, M. (2022). *La senalética en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de de Barranco en el año 2019.* Lima: Universidad San Martin de Porras. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7112/GOMEZ_DM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guerrero, J., & Guerrero, A. (2025). *Nivel de atractividad turística del Castillo Unanue de la Ciudad San Vicente de Cañete y satisfacción de los visitantes , año 2023.* Huacho: Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Obtenido de https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/12341/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ko, Y. (2025). Optimización de la planificación de la ubicación de los sistemas de señalización turística basada en la teoría de la sintaxis espacial: un caso de la antigua calle Lukang en Taiwán. *Journal of Asian Architecture and Bulding Engneering,* 5111-5786. doi:https://doi.org/10.1080/13467581.2024.2423791

MINCETUR. (2016). *Manual de Señalización Turística.* Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/33607/Imagen.aspx.pdf?v=1531152857

MINCETUR. (2021). *Guía para el diseño de experiencia turística.* Lima: Ministerio deComercio Exterior y Turismo. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2359232/Gu%C3%ADa%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20experiencias%20tur%C3%ADsticas.pdf?v=1635961369

Monar, J., Zambrano, A., & Guala, P. (2022). Importancia de la señaletica turística en la promoción de La Laguna Julio Marín del Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos. *Green World Journal*, 1-18. Obtenido de https://doi.org/10.53313/gwj53048

Moreno, L., Apaza, C., Ramirez, E., & Yauris, W. (2023). Señalización turística como sendero interpretativo desde la percepción de la comunidad en Perú. *Revista de Ciencias Sociales,* 412-423. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9102164.pdf

Penny, R. (2024). Accesibilidad de la señalización turística en sitios patrimoniales: una aplicación de los principios del diseño universal. *Investigación en turismo y recreación, 49*(4), 757-771. Obtenido de https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2106099

Reynober. (2025). *¿Qué es la señalización turística y cómo beneficia a los municipios?* Obtenido de https://reynober.net/blog/que-es-la-senalizacion-tu

Ruiz, C., Valenzuela, A., Ramos, P., Calvo, I., & Carreño, E. (2025). *Perspectiva Introductoria sobre la Investigación Científica* (Vol. 0). Cartagena: Centro de Investigaciónes y Capacitaciones Interdisciplinares. doi:DOI: https://doi.org/10.70165/cici.116

Salas, P., Carrillo, D., Rivas, M., & Paredes, A. (2024). Tourist signage factor of development in La Cocha tourist complex, Cotaló – Pelileo. *Health Leadership and Quality of Life*, 2-8. doi:https://doi.org/10.56294/hl2024.475

Anexo 01: CUESTIONARIO

Estimado(a) visitante:

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información sobre sus percepciones respecto a Señalización turística y la experiencia del visitante en el distrito de Chavin, región Ancash. Su participación es voluntaria y las respuestas serán utilizadas únicamente con fines académicos y de investigación, garantizando en todo momento la confidencialidad y anonimato de la información.

Le pedimos responder con total sinceridad cada una de las afirmaciones, marcando la opción que mejor refleje su experiencia. No existen respuestas correctas o incorrectas, todas son igualmente válidas.

INSTRUCCIONES:

Marque con un aspa (X), según de acuerdo conde acuerdo a la escala de calificación.

Acuerdo

Descripción	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Valor	1	2	3	4	5

Datos Generales
Sexo: Masculino (…)
Femenino: (…)

Edad:
De 18 a 30 años (…)
De 31 a 50 años (…)
Mas de 50 años (…)

Variable 1					
I. Señalización turística en vías terrestres	**Calificación**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Las señales turísticas ubicadas en las vías de acceso al distrito de Chavín fueron claramente visibles durante el desplazamiento					
Pude identificar las señales turísticas a una distancia adecuada mientras me desplazaba hacia el destino.					
Las señales turísticas estuvieron correctamente ubicadas en desvíos, intersecciones y accesos al distrito.					
La información brindada por las señales apareció con la anticipación necesaria para tomar decisiones de ruta.					
Los símbolos, íconos y textos de las señales turísticas fueron fáciles de comprender.					
Las flechas, distancias y nombres de los atractivos estuvieron claramente indicados.					
Encontré señales sucesivas que confirmaron correctamente la ruta hacia los atractivos turísticos.					
No experimenté confusión debido a interrupciones o ausencia de señalización durante el recorrido.					
Las señales turísticas se encontraban en buen estado de conservación y eran legibles.					
La información proporcionada por las señales turísticas se percibió como actualizada.					

II. Señalización turística en centros urbanos	**Calificación**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
La señalización turística me facilitó ubicar los principales atractivos dentro del centro urbano de Chavín.					
Los recorridos desde puntos estratégicos (plaza, accesos, paraderos) estuvieron claramente señalizados.					
Los textos e íconos de la señalización urbana fueron claros y comprensibles.					
El tamaño y diseño de las señales fueron adecuados para recorridos peatonales.					
La señalización turística se integró armónicamente con el paisaje y la arquitectura del distrito.					
La señalización no generó saturación visual ni afectó negativamente el entorno urbano.					
Las señales permitieron identificar claramente los atractivos turísticos del distrito					
La información brindada contribuyó a comprender mínimamente el lugar visitado.					
Las señales turísticas estuvieron ubicadas a una altura adecuada para su lectura.					
La señalización fue fácil de leer para distintos tipos de visitantes.					
Variable 2					
I. Dimensión física	**Calificación**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Me sentí cómodo/a durante el recorrido por el destino turístico.					
Pude desplazarme por el destino sin perderme ni desorientarme.					
El espacio turístico fue accesible para distintos tipos de visitantes.					
El nivel de esfuerzo físico requerido durante la visita fue adecuado.					
Durante la visita, mis sentidos (vista, oído, tacto) se activaron de manera positiva.					
II. Dimensión emocional	**Calificación**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Disfruté emocionalmente mi visita al distrito de Chavín.					
Me sentí tranquilo/a y confiado/a durante el recorrido por el destino.					
El destino me generó emociones positivas como alegría, entusiasmo o interés.					
En general, me sentí emocionalmente satisfecho/a con la experiencia vivida.					
La experiencia vivida en Chavín permanecerá en mi memoria por las emociones que generó.					
III. Dimensión intelectual	**Calificación**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Comprendí la importancia cultural y patrimonial del destino visitado.					
Aprendí cosas nuevas durante mi visita al distrito de Chavín.					

La información recibida durante la visita fue clara y comprensible.					
La visita despertó mi interés y curiosidad por conocer más sobre el destino.					
La experiencia vivida tuvo un significado importante para mí.					
IV. Dimensión espiritual	**Calificación**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Sentí una conexión personal con el lugar que visité.					
Durante la visita tuve momentos de reflexión o contemplación personal.					
La experiencia vivida fue más allá de lo material o superficial.					
Me sentí conectado/a con la identidad cultural y simbólica del destino.					
La visita dejó una huella personal significativa en mí.					

Anexo 2 Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
¿En qué medida la señalización turística se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026?	Determinar el nivel de relación entre la señalización turística se y la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.	La señalización turística se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.	V.1. Señalización turística	Señalización turística en vías terrestres	• Visibilidad de la señalización • Ubicación estratégica de las señales • Claridad del contenido informativo • Continuidad y coherencia de la señalización • Estado y mantenimiento de las señales	Enfoque: Cuantitativo: Tipo: Aplicada Diseño: No experimental Corte: Transversal Nivel: Descriptico - correlacional Población: 1 933 Muestra: 79 visitantes
				Señalización turística en centros urbanos	• Orientación espacial dentro del centro urbano • Legibilidad y comprensión de la señalización • Integración con el entorno urbano • Información interpretativa básica • Accesibilidad de la señalización	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**	**HIPÓTESIS ESPECIFICAS**				
¿En qué medida la señalización turística en vías terrestres se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026?	Determinar el nivel de relación entre la señalización turística en vías terrestres se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026.	La señalización turística en vías terrestres se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026		Física	• Comodidad durante el recorrido • Facilidad de orientación y desplazamiento • Percepción de accesibilidad del espacio turístico • Esfuerzo físico percibido • Activación sensorial del entorno	
			V.2. Experiencia turística			
¿En qué medida la señalización turística en centros urbanos se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026?	Determinar el nivel de relación entre la. señalización turística en centros urbanos se relaciona con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026. .	La señalización turística en centros urbanos se relaciona de forma directa con la experiencia del visitante en el distrito de Chavín, región Ancash año 2026 .		Emocional	• Disfrute emocional de la visita • Sensación de tranquilidad y confianza • Emociones positivas generadas por el destino • Satisfacción emocional global • Recuerdo emocional del lugar	
				Intelectual	• Comprensión del valor cultural y patrimonial del destino • Aprendizaje durante la visita • Claridad de la información recibida • Estimulación del interés y la curiosidad • Significado atribuido a la experiencia.	
				Espiritual	• Conexión personal con el lugar • Reflexión personal durante la visita • Sensación de trascendencia o significado profundo • Conexión con la identidad cultural y simbólica del destino • Impacto personal de la experiencia.	

Nota. Elaboración propia.

Anexo 3 Evidencia de entrevistas



Ilustración 1 Lic. Estefany Gonzales Diburcio- Gerencia de Turismo Municipalidad de Chavín H.



Ilustración 2 Lic. Edmundo Muñoz Barrón -Área de División Turística Municipalidad Chavín H.