



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
NEGOCIOS**

TESIS

**CONDICIONES TURÍSTICAS PARA EL TURISMO
DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE HUARAZ
2019**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN TURISMO Y NEGOCIOS**

Autor:

**Bach. Kelwin Zenon Alvarado Tolentino
ID ORCID: 0000-0003-4869-2168**

Asesora:

**Mg. Cilenny Cayotopa Ylatoma
ID ORCID: 0000-0002-1480-7011**

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

**Pimentel – Perú
2019**

APROBACIÓN DE JURADO
CONDICIONES TURÍSTICAS PARA EL TURISMO DE AVENTURA EN LA
PROVINCIA DE HUARAZ 2019

Asesor (a) de jurado

Mg. Cilenny Cayotopa Ylatoma

Presidente del Jurado

Mg. Sánchez Gamarra Astrid Poulet

Secretario del Jurado

Mg. Solano Alvarado José Luis

Vocal de Jurado

Mg. Lama Morales Juan Carlos

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hijo, son los mejores padres.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradecer a los docentes de la Escuela de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a la Magister Cilenny Cayotopa Ylatoma asesora del trabajo de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los ciudadanos de la provincia de Huaraz por su valioso aporte para nuestra investigación.

RESUMEN

La presente investigación busca decidir las condiciones turísticas del territorio de la provincia de Huaraz para crear experiencia en la industria de viajes en el año 2019. La investigación fue inconfundible, sin prueba, transversal, con una población de 260409 turistas que visitaron la ciudad. de Huaraz y un ejemplo de 133621 individuos, que tienen el entusiasmo de hacer la industria de viajes en el territorio de Huaraz. Por esta razón, se utilizaron instrumentos de surtido de información, por ejemplo, hojas de percepción y una encuesta para distinguir los activos de los visitantes, el marco de la industria de viajes, la planta de la industria de viajes y la solicitud de viajero potencial en la región de Huaraz, suponiendo que la condición de los activos de los turistas de la región de Huaraz es insuficiente, puesto que en los 04 recursos identificados se encuentran contaminantes y poca señalización; la infraestructura es regular, del mismo modo se puede observar que cuenta con carreteras en buen estado para el tránsito, pero solo algunas están asfaltadas y señalizadas; también se observa que la planta turística es regular ya que no brindan todos los servicios necesarios para una cómoda estadía, y la demanda turística potencial que tiene la provincia de Huaraz, también se puede ver que la planta turística principalmente son de procedencia de la ciudad de Lima y Trujillo, son personas mayores con edades entre 18 y 45 años, con una necesidad de viaje en la que predomina el interés por la cultura y la naturaleza.

PALABRAS CLAVE: Condiciones turísticas, Turismo de aventura.

ABSTRAC

The present examination tries to decide the visitor states of the territory of Huaraz to create experience the travel industry in the year 2019. The examination was expressive, non-exploratory, cross-sectional plan, with a populace made up of 260409 vacationers who visited the city of Huaraz and an example of 133621 individuals, which have the enthusiasm of the travel industry in the area of Huaraz. To this end, information assortment instruments were utilized, for example, the perception structures and a poll distinguishing the vacationer assets, the visitor framework, the traveler office and the potential visitor request of the region of Huaraz, arriving at the resolution that the condition of the vacationer assets of the territory of Huaraz are lacking, since in the 04 recognized assets are contaminants and rare flagging; the foundation is ordinary, similarly it very well may be seen that it has sufficient streets for travel, however not all are cleared and stamped; It is additionally seen that the touristic plant is standard since they don't give all the vital administrations to an agreeable remain, and the potential visitor request that the area of Huaraz has, it can likewise be valued that the voyaging individuals are fundamentally originating from the city of Lima and Trujillo, with ages somewhere in the range of 18 and 45, with a requirement for movement where enthusiasm for culture and nature prevails.

KEYWOORD: Tourist conditions, Adventure tourism.

INDICE

APROBACIÓN DE JURADO _____	II
DEDICATORIA _____	III
AGRADECIMIENTO _____	IV
RESUMEN _____	V
PALABRAS CLAVE _____	V
ABSTRAC _____	VI
KEYWOORD _____	VI
I. INTRODUCCIÓN _____	9
1.1. Realidad de la problemática _____	9
1.2. Trabajos previos _____	12
1.3. Teoría relacionada al tema _____	17
1.3.1. Bases Teóricas _____	17
1.3.2. Definición de términos básicos. _____	30
1.4. Formulación del problema _____	35
1.5. Justificación e importancia del estudio _____	35
1.6. Hipótesis: _____	37
1.7. Objetivos _____	37
1.7.1. Objetivo general _____	37
1.7.2. Objetivos específicos _____	37
II. MATERIAL Y MÉTODO _____	38
2.1. Tipo y Diseño de investigación: _____	38
2.2. Población y muestra. _____	39
2.2.1. Población: _____	39
2.2.2. Muestra: _____	39
2.3. Variable, Operacionalización _____	39
2.3.1. Variable _____	36
2.3.2. Operacionalización. _____	37
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. 38	
2.4.1. Métodos, instrumentos y técnicas de recolección de datos. _____	38
2.4.2. Validez: _____	38
2.5. Procedimiento para análisis de datos _____	38

2.5.1.	Procedimiento para la recolección de datos.	38
2.5.2.	Plan de análisis estadístico de datos:	39
2.6.	Aspectos éticos.	39
2.7.	Criterios de rigor científico.	40
III.	RESULTADOS	40
3.1.	Tablas y Figuras	40
3.2.	Discusión de resultados	60
3.3.	Aporte científico (Propuesta de investigación)	62
3.3.1.	FUNDAMENTACION	62
3.3.2.	OBJETIVOS	62
3.3.3.	RESPONSABLES	62
3.3.4.	INVERSION	63
3.3.5.	Cronograma de las Actividades	64
3.3.6.	Actividades a realizar	65
3.3.7.	Producto o servicio	67
3.3.8.	Análisis FODA	68
3.3.9.	Plan de acción	70
3.3.10.	Estrategia de producto o servicio	70
3.3.11.	Características de los paquetes de aventura	71
3.3.12.	Estrategia de precios	72
3.3.13.	Estrategia de distribución	72
3.3.14.	Estrategia de publicidad y promoción	73
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	74
4.1.	Conclusiones	74
4.2.	Recomendaciones	76
V.	REFERENCIAS	78
VI.	ANEXOS	81

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad de la problemática

A nivel universal, podemos ver que existe un problema similar, por lo que vale la pena de Brasil, según la asociación brasileña de empresas de ecoturismo y turismo de aventura (2015) piensa que Brasil, con su gran región y variedad ecológica, brinda extraordinarias puertas abiertas en la industria de viajes de aventura en espacios grandes, en cualquier caso, ese potencial aún es mínimo. Brasil tiene 69 Parques Nacionales, sin embargo, no todos están disponibles para la sociedad en general, perdiendo la oportunidad de obtener un enorme salario financiero, por eso se interesan por una base de calidad y se aseguran de que tengan las condiciones para conseguir viajeros que buscan. para ejercicios de experiencia. ABETA (2014) "Sostiene que necesitan que Brasil explote su gran capacidad latente, volviéndose en un objetivo ideal para muchos turistas mundiales, copiando el caso de naciones como Costa Rica".

Costa Rica "es una nación en la que la industria de viajes ha crecido notablemente en las décadas en curso. Es donde la naturaleza es claramente la fascinación fundamental, obteniendo la llegada de viajeros a los que les encantan los deportes acuáticos, por ejemplo, surf, zambullirse y diferentes juegos, por ejemplo, parapente, paracaidismo, rappel".

La industria de viajes es en este momento un mercado verdaderamente beneficioso en Perú, por lo que es importante desarrollar y mejorar siempre nuestra oferta de la industria de viajes, incorporando la experiencia de la industria de viajes en diferentes objetivos que tengan las condiciones para hacer dicha acción y, en

consecuencia, brindar otro artículo para Un perfil de visitantes con gustos e inclinaciones para experimentar deportes y ejercicios en contacto con el ambiente natural, teniendo en cuenta no afectar ninguna modificación en el ambiente donde realizan los ejercicios.

En el Perú, puede ubicar innumerables activos vacacionales, cronológicos, comunes y sociales que le brindan a la oficina unir como un objetivo importante para los visitantes, sin embargo, es importante que estos activos se cambien en artículos de viajero que puedan cumplir con las preferencias y exceder los deseos de los viajeros. Tal es la situación del territorio de Iquitos, rama de Loreto, que tiene una diversidad de activos en la selva amazónica y el incomparable río Amazonas, donde la industria de viajes está terminando de navegar a lo largo del río Amazonas, sin embargo, fue reconocido que existe un interés increíble por este tipo de movimiento, sin embargo, la oferta de flujo y reflujo no aborda los problemas o deseos de los viajeros que buscan ejercicios de experiencia. Para esto, es importante asegurar la seguridad del visitante, actualizar los programas de avance manejables y dar las garantías para explotar una amplia variedad de activos que aún no se están utilizando, por ejemplo, visitas a clanes locales, paseos nocturnos, paseos por el desierto y diferentes ejercicios que deberían ser posibles en el núcleo de la Amazonía.

En la localidad de Ancash hay algunos objetivos con un potencial increíble para crear la industria de viajes, de todos modos, no se están utilizando mucho, tenemos, por ejemplo, la zona de Recuay, que debido a su geología tiene activos regulares en los que pueden ser encuentros únicos de experiencia y aventura. Vivió la aventura de la industria de viajes, una de las atracciones es el marco de piedra, de diversos tamaños para la práctica de escalada en roca, entre ellas destaca la pared

lomo de elefante, la cual cuenta con pinturas rupestres que a la fecha son casi imperceptibles debido al olvido y un clima muy humedo, lo cual amerita no solo un cuidado por parte de las autoridades pertinentes, sino que su implementación generaría un circuito de aventura e historia.

Así mismo, existen numerosas rutas llenas de caminos incas que tras el paso del tiempo van desapareciendo, lugares arqueológicos, y la entrada a través de varios pisos ambientales, con los que puede hacer un circuito de ciclismo de montaña, escalar, al aire libre y extender la oferta de vacaciones para los huéspedes, haciendo nuevas recomendaciones para experimentar la industria de viajes y de esta manera producir un desarrollo financiero, como se está haciendo en Catac o Chavín, quienes explotan los activos con el registro, han extendido su oferta de viajero y ahora obtienen invitados que buscan experiencia en los ejercicios de la industria de viajes, por ejemplo, rappel, parapente, kayak, canotaje en el estanque de mareas de Querococha .

Uno de los lugares que se recuerda por la concurrencia del visitante y en el que se realiza este estudio es Huaraz, región a la que pertenece el MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (2015), en su política de diversificación de la oferta turística, lanzó como nuevo destino turístico a Huaraz, tierra de emociones y aventura.

Huaraz es la capital de Áncash y es un distrito donde se ha aumentado la concurrencia de turistas en más de 70% según cifras dadas por la Dirección Regional de Turismo Áncash en el 2016, sin embargo, existen vacíos tanto logísticos como de diversificación que deben ser llenados para así convertir a este distrito en un foco turístico que no solo genere impacto económico sino sociocultural

con conciencia.

El distrito de Huaraz, es un lugar que por su posición geográfica, se dan determinadas condiciones para implementar y crear experiencia en la industria de viajes, realizar ejercicios, por ejemplo, escalada en roca, descenso en cascadas, canopy, trekking, bicicleta, aire libre, entre otros, obteniendo la consideración de un perfil de visitantes que buscan experiencia y contacto con la naturaleza para ubicarse y ser recordados por el viajero y en resumen de los objetivos más visitados en el distrito de Ancash y de esta manera buscar avances que beneficien a toda la población.

1.2. Trabajos previos

A) Internacional:

“AGUIRRE Y RUEDA” (2014), “De la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Internacional del Ecuador, hizo una propuesta de trabajo en la ciudad de Quito, en donde se planteó” “Avanzar a través de un modelo de administración al área de la industria de viajes y mostrar las ventajas de la experiencia deportiva, en la región de Napo, en 2014 "(p. 9)". La estrategia que utilizaron fue expresiva, ya que su motivación era exhibir la verdad de los veraneantes sobre la experiencia deportiva y, al mismo tiempo, mostrar un método perfecto para producir el pago a través del fusible de la experiencia. industria de viajes en la acción financiera de la zona de Napo "Entre los extremos llegaron, los que sobresalen:

- a. La posibilidad de los deportes de aventura crece constantemente dentro del Ecuador y principalmente en la provincia de Napo.
- b. Determinaron que al 96.90% de clientes potenciales les agrada que los operadores turísticos conectaran los deportes de aventura con los paquetes tradicionales (Aguirre & Rueda, p. 114).

c. La provincia de Napo, cuenta entre sus cualidades, atractivos para la práctica de deportes de aventura, que pueden generar empleos e ingresos económicos para las personas que participan en esta actividad en el sector turístico.

d. Afirman que la cooperación de los habitantes y la calidad de los servicios pueden lograrse mediante una competencia sana. Si se crea una empresa modelo, la competencia se estandarizará" (Aguirre & Rueda, p. 114).

Lanuzza (2014) Hizo un Estudio de aventura de último grado para la Facultad de Negocios y Gestión Pública de la Universidad de Zaragoza. Propuso presentar "Ciclo de la industria de viajes como un elemento inventivo de la industria de viajes en el área de Huesca" (p.1). "La estrategia utilizada fue ilustrativa, ya que cumple con lo que necesita para ingresar a la investigación. Entre los extremos de la conclusión está":

a. La región de Huesca tiene los activos importantes para construir un artículo de la industria de viajes que depende de las visitas en bicicleta. Une una progresión de variables que son positivas para su fuerza, por ejemplo, la realidad de tener un sistema decente de senderos y calles, escena y naturaleza, gastronomía, legado y activos sociales, al igual que una oferta de alojamiento decente y administraciones recíprocas,

b. El avance y la organización de las visitas en bicicleta pueden exhibir la oportunidad de expandir la oferta de la industria de viajes, disminuyendo la regularidad del área.

c. La propuesta de hacer que el artículo de la industria de viajes en el ciclo sea la industria de viajes en la región de Huesca ayudará a lograr una separación

progresivamente convincente, ya que el artículo depende de las cualidades y aspectos más destacados del dominio.

Gómez y Almeida (2014) Hizo una propuesta de trabajo para la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Propusieron Evaluar la utilización de la experiencia de la industria de viajes y la mejora de los juegos extraordinarios en el Salto de Oro Cascada del cantón Pedro Carbo para fortalecer financieramente el dominio sin afectar los recursos normales (p. 30). El método que utilizaron fue abstracto, que, como parecen, es el que mejor se adapta a los objetivos de la prueba. Entre las razones por las que pueden llegar se pueden exhibir:

- a. La población está inclinada a interesarse en el avance de la experiencia en la industria de viajes y sabe que la industria de viajes los beneficiará económicamente para que estén disponibles para prepararse en la administración y el cuidado natural.
- b. Se logró el apoyo de las autoridades, con lo cual se comprometieron para mejorar la infraestructura básica que permite el ingreso a la cascada.

B) Nacional

“Arrieta, Solís y Zapatero (2016)”, "Construyeron una propuesta de trabajo para la tesis de graduado de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Esta fue propuesta". "Construir un acuerdo clave para la mejora incorporada de los ejercicios para viajeros que se hicieron en el valle del río Lurín, contribuyendo al avance financiero del territorio" (p. 16). La estrategia que utilizaron es subjetiva; en una primera etapa, recabaron datos sobre el movimiento de la industria de viajes cuando todo está dicho, en una etapa posterior, se trasladaron a los especialistas

y autoridades de los establecimientos dedicados a la mejora de la industria de viajes en la zona, finalmente en la tercera etapa en la que completaron el campo de trabajo. Entre los fines a los que llegaron, se descubre que:

- a. Hay un nivel significativo de activos normales que se pueden abusar de la industria de viajes.
- b. El potencial de la industria de viajes está excepcionalmente cerca de la capital, que es la estación de huéspedes fundamental y tiene un acceso moderadamente simple.
- c. "La explicación fundamental que sostienen los invitados de la región es" descansar y relajarse, con inclinaciones para goles con grandes escenas y naturaleza. Además, va con su familia cercana y a partir de ahora tiene un consumo normal de cien soles. Debe notarse que hay una parte significativa (40%) de vacacionistas del NSE An y B ". (Arrieta, et al. P. 161-162)
- d. Los distritos de la zona no organizan actividades (Lurín y Pachacamac en un nivel muy básico), cada uno de ellos actúa de manera autónoma, la región no cuenta con un plan de avance exhaustivo de la industria de viajes.
- e. las personas responsables de recibir y atender a los invitados, necesitan información y arreglos suficientes, requieren preparación.

Reaño (2014) en su tesis "**Condiciones Turísticas para la consolidación de un turismo naturaleza – aventura en Puerto Malabrigo año 2014**"; (Tesis de Licenciatura), en el que se completó un trabajo gráfico y esclarecedor, se trató de decidir los estados visitantes de Puerto Malabrigo, estudiar la planta del viajero que presenta, distinguir la condición de disponibilidad, la solicitud del turista en los últimos 4 años y reconocer los activos del visitante de un tipo característico y por

experiencia, para esta empresa se aplicó una revisión a 206 individuos de la ciudad de Puerto Malabrigo, infiriendo en consecuencia que:

Puerto Malabrigo tiene 8 activos turísticos de un tipo y experiencia característicos, por ejemplo, las costas del mar: El muelle, El Hombre, El Point, El Cayo, Punta de Malabrigo y la Isla Macabí. Las condiciones del viajero que Puerto Malabrigo tiene para la unión de una naturaleza: la experiencia de la industria de viajes está dictada por la cercanía de los activos y la experiencia característicos; planta visitante, acceso satisfactorio, interés potencial y asociación de la población (p.99).

“Susan Lizeth BARRETO DE LA CUNZA (2018)” La investigación titulada **“Potencialidades que presenta la Zona Arqueológica Quebrada Santo Domingo para la práctica del Turismo Cultural y de Naturaleza – Aventura en el distrito de Laredo, provincia de Trujillo”**, El objetivo era decidir y diseccionar la capacidad de la Zona Arqueológica para su extensión posterior, a fin de avanzar en la mejora de la experiencia social y la industria de viajes en el área de Laredo, región de Trujillo. Estas posibilidades se identifican con los rasgos sociales y de escena registrados de la Zona Arqueológica y su entorno (Cerro Santo Domingo y Dunas de Santo Domingo), así como la disponibilidad de la calle para el activo, la planta del viajero que tiene el foco de ayuda, la inclinación y la contribución de la red de acogida en el movimiento de vacacionistas y el interés potencial situado para el tipo de visitantes de experiencia ordinaria, novata y peligrosa; Estas posibilidades se complementan y permiten el ejercicio de ejercicios sociales y la naturaleza de la experiencia en la Zona Arqueológica de la Quebrada Santo Domingo y su entorno. Del mismo modo, se utilizaron estrategias de diagnóstico etnográficas y manufacturadas, respaldadas por los métodos de percepción directa, firma, reunión, revisión y crónica realista. La investigación de cada uno de los factores

nos ha permitido cumplir el objetivo de decidir la capacidad de la Zona Arqueológica de Santo Domingo Quebrada para el acto social y la experiencia de la industria de viajes en la naturaleza. En consecuencia, este informe espera ser un dispositivo valioso para futuras investigaciones en la Zona Arqueológica de Quebrada Santo Domingo, Cerro Santo Domingo y las Dunas de Santo Domingo, que intentan avanzar en la mejora de la industria de viajes a través del acto de ejercicios sociales y naturaleza: experiencia en la zona

Local

Según lo investigado en el contexto local no se ubicó como antecedentes investigaciones específicas en el área de deportes de aventura o similares.

1.3. Teoría relacionada al tema

1.3.1. Bases Teóricas

Definición de condición:

Para García (2012) la condición: Es el logro de estándares de conducta personal contra motivaciones bien caracterizadas de los que se pueden crear en uno o en un conjunto de individuos dentro de una reunión social.

Para García (2012) la condición: Es el ambiente natural de las cosas, de algo o de alguien, es la posición especial o constitución de un pueblo y su situación actual.

Definición de condición turística:

Para Díaz (2013) La condición turística: Reside en el ambiente o la situación en la que surgen los lugares naturales como posibilidades o situaciones favorables que ayudan a desarrollar la actividad turística, debido a que tiene algunas características importantes en un entorno o espacio geográfico. Las condiciones turísticas, término acuñado

García (2012) afirma que: Las condiciones del viajero están dadas por los segmentos positivos u horribles de los activos de un visitante similar, la oferta es primaria u opcional, a pesar de las administraciones generales, la planificación del personal que está en contacto constante con el cliente, los estados de un espacio de vacaciones son identificados con el desarrollo de ángulos, por ejemplo, regionales, financieros y naturales.”.

Condiciones turísticas y sus variables:

García (2012) sostiene: Para examinar los estados de viajero de cualquier objetivo vacacional, debemos observar algunos factores, por ejemplo, los activos, la solicitud, los segmentos que afectan lo que ofrecen las organizaciones de la industria de viajes, entre estos componentes, el tratamiento poco común que los activos deberían tener es generalmente presentado, en el cual los establecimientos demuestran para asegurar las partes más significativas que impactan la oferta, coordinándolos en artículos, creando una base que los coloca en estima para ayudar al público en general en el que tienen un lugar.

Características de las condiciones turísticas:

Las condiciones del visitante, **García (2012)** nos revela que: incorpora una investigación interna y, en general, un trabajo cada vez más cauteloso y una variedad de datos, disecciona las características físicas de un lugar y cómo se ajustaría para la utilización de la industria de viajes, las administraciones que tiene, el equipo, la economía cercana y el interés que tendría, etc.

Condiciones físicas más relevantes: La naturaleza físicas más aplicables, por ejemplo, la topografía del lugar, la vegetación, la atmósfera, la fauna, la vegetación, etc. Ellos decidirán el área y la red, y también evaluarán el efecto que puede crear la industria de viajes, la suficiente dispersión del trabajo a la sociedad por las

divisiones de movimiento. Dichos datos podrían complementarse con información subjetiva adquirida de la población. Este problema es importante, ya que tener un activo humano adecuadamente organizado y listo para asumir cambios en el trabajo creará en gran medida un ajuste a la mejora competente de la industria de viajes.

La investigación de los estados de la oferta de vacaciones es cuantitativa y simultáneamente subjetiva debido a los componentes que conforman la idea del objetivo del visitante: bases de alojamiento, bases de cocina, ejercicios de entretenimiento y diversión, oferta concentrada en la cultura, etc.

Fundación, equipo satisfactorio, administraciones abiertas, conservación de activos ecológicos, actividades abiertas, de la ciudad y el grado de intercesión de la sociedad son una parte de las principales necesidades que prevalecen en el desarrollo de la industria de viajes en una región en particular. La sinceridad en las correspondencias y una conexión acogedora entre distritos y lugares públicos son el comienzo de la acción de la industria de viajes.

Definición de Turismo:

Muñoz (2002) en su libro **Folklore y Turismo**, nos indica que “Es la combinación de conexiones y maravillas que se originan de la excursión y la estadía de los ocupantes, siempre y cuando esta estadía no continúe hasta que le dé carácter o se incruste en una estructura que genere beneficios”.

Otra definición es la de Pulido et al. (2011) señala que: La industria de viajes depende de una disposición impredecible de marco y activos físicos / regulares que afecta de manera importante los lugares donde se encuentra. Sin embargo, no debe

pasar por alto que lo que el viajero compra es la experiencia que brindan estos activos, marco y empresas, en lugar de un elemento sustancial.

Mercado Turístico:

Según el **MINCETUR (2005)** señala que: Es donde colaboran, el mercado orgánico de los artículos y las administraciones de la industria de viajes.

El mercado turístico es la mezcla de la oferta turística, la demanda turística y los operadores turísticos para la mejora del turismo.

Oferta Turística:

Según el MINCETUR (2005) afirma que: Se incluye el surtido de componentes que conforman el artículo de la industria de viajes al que se destinó la expansión de un programa de avance suficiente para compradores potenciales, un programa para la dispersión del artículo del viajero que se ocupó de los administradores de la visita, designando un valor como indicado por las cualidades del mercado. La oferta es generalmente transmitida por la división privada confirmada por el segmento abierto explícitamente en el reconocimiento y evaluación de los activos, el desarrollo de la base necesaria, el avance en los sectores empresariales donde hay intriga, pautas y preparación más prominentes.

Dentro de la oferta turística encontramos:

Recursos Turísticos:

Según Torres, Esteve y Fuentes (2006), En su libro “**Estructura de los mercados turísticos**”, sostienen que: Los activos turísticos son cualquier componente, inconfundible o evasivo, conectado a la naturaleza o cultura de un lugar socialmente resuelto, que, sin el aporte de nadie o a través de su desarrollo, puede acumularse incidentalmente a las personas. de otros lugares mejores, y en este sentido se convierten en un objetivo para el visitante.

Según el Manual para la formulación del inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional MINCETUR (2006) Indica que: Son los activos normales, sociales, de historias antiguas, logros contemporáneos especializados, lógicos o magistrales y ocasiones modificadas que tienen un lugar específico, con las cualidades que podrían intrigar y captar la consideración de los invitados.

- Para una administración de existencias legítima, se agrupan en cinco clasificaciones, considerando las particularidades del potencial de la industria de viajes peruano.
- **Sitios Naturales:** esta clasificación agrupa diferentes zonas comunes que, debido a sus propias cualidades, son vistas como una parte importante del potencial de la industria de viajes.
- **Manifestaciones culturales:** se consideran las articulaciones sociales distintivas de la nación y sus localidades, desde antiguas ocasiones, por ejemplo, destinos arqueológicos, destinos auténticos, entre otros.
- **Folclore:** compuesto por la considerable cantidad de convenciones, tendencias, costumbres, leyendas, gastronomía, etc., de la nación en cada uno de sus distritos.
- **Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas:** Difunden cada trabajo actual, que tiene una singularidad o calidad extraordinaria, lo que hace que tengan una intriga de los visitantes.
- **Acontecimientos programados:** incorpora todas las ocasiones compuestas, independientemente de si están presentes o no, que atraen a los visitantes como observadores o personajes en pantalla.

a) Atractivos turísticos:

Según Quezada (2002), en su libro “Elementos del Turismo”, afirma que: La disposición de los componentes materiales e irrelevantes que probablemente se van a cambiar a un elemento de vacaciones que tiene la capacidad de impactar el procedimiento de elección del visitante que causa su estadía a través de flujos de desarrollo desde su sitio de alojamiento constante a un dominio específico (p. 95).

b) Planta turística:

Boullón (2006), Sostoene que: Llamamos a la industria de viajes, la reunión de organizaciones que ofrecen y brindan beneficios en el campo de la industria de viajes. Se compone de dos componentes:

- ✓ Equipamiento.
- ✓ Instalaciones

El equipo comprende el considerable número de fundaciones supervisadas por personas en general o en áreas privadas que están situadas para ofrecer las administraciones fundamentales.

- ✓ Comida.
- ✓ hospedaje

Las oficinas son todas las estructuras excepcionales cuyo objetivo es potenciar el reconocimiento de los ejercicios de la industria de viajes.

c) Transporte:

El Manual para el plan de la reserva de Recursos Turísticos a nivel nacional (2006) revela que: Son las implicaciones que sirven al vacacionista para tener la opción de avanzar hacia los objetivos elegidos. Están organizados en:

- ✓ Aéreo

✓ Terrestre

✓ Acuático

d) Infraestructura turística:

Blanco (2008) caracteriza el marco de la industria de viajes como: La disposición de mercancías y empresas con las que tiene un sitio para mantener su estructura lucrativa y social, ya que la mejora de la industria de viajes lo requiere.

Conformado por los siguientes:

✓ Administraciones básicas: electricidad, agua, teléfono, administraciones públicas del estado, etc.

✓ Transportes: Puertos, terminales, Aeropuertos.

✓ Accesibilidad: rutas, carreteras, Caminos

✓ Servicios: Educación, comercio, bienestar, comunicaciones, etc.

El marco es el establecimiento de un objetivo para tener condiciones que permitan a la red crearse como una sociedad funcional. En este sentido, el marco del viajero permite la mejora de la industria de viajes, por lo que es esencial que haya planes vitales y una buena administración con el objetivo de que un objetivo mantenga una base para que el visitante aprecie y tenga el consuelo que esto requiere en las oficinas.

Demanda Turística:

Según el MINCETUR (2005) sostiene que: El interés está compuesto por huéspedes que buscan utilizar las administraciones cambiadas que se ofrecen en el campo de la industria de viajes". La solicitud de turismo se divide en:

- Solicitud de visitante potencial: se refiere a la reunión de personas que tienen todas las características requeridas para la utilización o adquisición de

administraciones de vacaciones o artículos, pero que aún no han realizado ninguna compra.

- Solicitud de la demanda de vacacionista real: se refiere a la reunión de personas que obtienen una administración o artículo de viajero.

Boullon (2006) nos dice que: Es concebible cuantificar comprobando el número total de personas que visitan los centros turísticos o atracciones turísticas en un lugar o nación, simultáneamente la medida del pago financiero que crean, así como desarrollar la investigación, estimar la transmisión de estas entradas en los diferentes tipos de administraciones. que se anuncian.

Servicios turísticos:

Martínez (2009) sostiene que: Es la disposición de varios ejercicios, que están conectados, trabajando de acuerdo y coordinación para reaccionar a las solicitudes de las administraciones de un flujo de viajeros específico.

La administración de visitantes se compone de la recopilación de sistemas para un comerciante de mercancías de vacacionista, desde el fabricante o fabricante, hasta el viajero que es el cliente.

La administración de visitantes se ha ido explícitamente para una solicitud de vacacionista, que se compone de personas con viajeros explícitos que viajan a una meta, configurando una secuencia continua con personajes excepcionales para realizar ejercicios distintos al horario, descubriendo cómo satisfacer las necesidades del viajero en cada uno de ellos. Idea diferente.

Accesibilidad:

Jafari (2000), indica que: La apertura está ligada con lo simple o problemático que es aprovechar un golpe de suerte. La idea se utiliza normalmente en un entorno espacial en referencia a la separación física que aísla a un cliente de una oficina de

viajeros, separación que se estima en línea recta o siguiendo un curso, dependiendo del momento en que la aventura continúa, como lo indica el gasto deliberado en términos fiscales o, en cualquier caso, depende del nivel de agotamiento que el desgaste provocado por la separación infiere.

Población receptora del Turismo:

Butler (1980) indica: Obtener población como una característica del marco de la industria de viajes supone un trabajo significativo con las diversas partes del marco. La población cercana es un componente decisivo para el avance de la industria de viajes. La población, al igual que las administraciones esenciales para abordar los problemas de sus huéspedes, por ejemplo, la conveniencia y la cocina, también incorpora administraciones restaurativas, recreativas y de compradores, que se han creado principalmente con el objetivo de que la población se beneficie y sea mal utilizada por el público. Industria de viajes.

En casos específicos, la población del barrio media en la idea de administraciones organizadas por una población similar. En general, esto ocurre en tipos específicos de la industria de viajes en los que la población responde ante la generación y los ejecutivos de sus administraciones, por ejemplo, la industria de viajes rústica. Del mismo modo, la población cercana, en una situación de interés de mercado, ha sido reconocida como un factor focal de los objetivos. El grado de consideración de que la población cercana presente es de importancia esencial al punto de elegir la visita o el regreso de los vacacionistas a la meta. El aura de la población cercana antes de la acción del viajero intercede para caracterizar el logro o la decepción de un objetivo vacacional.

Tipos de Turismo:

Tipos de turismo, término acuñado por Muñoz J. (2002) denomina: La agrupación que se produce utilizando las inspiraciones que las personas necesitan para realizar sus salidas. Esto se hace para dividir a los visitantes en clases para percibir sus preferencias, propuestas y deseos en el momento de la utilización.

Los géneros de la industria de viajes están incorporados por las inspiraciones y cualidades por porción. Cada tipo, de manera similar, puede extenderse en diferentes modalidades; Como lo indica la identidad del cliente y de los ejercicios de vacaciones en los que participa, se caracterizan por:

- A. Turismo Cultural:** Está conectado al deseo de los vacacionistas de darse cuenta de cómo viven las personas, sus tradiciones y métodos para transmitir todo lo que necesita ser transmitido. Social: la industria de viajes está llamada a viajes hechos con el anhelo de conocer y apreciar parajes donde se percibe la mano de obra y la cultura.
- B. Turismo Deportivo:** Persuadido a interesarse por los juegos, apreciar, aprender o poner en marcha algún movimiento de blandos como rivalidades. Esto provoca ejercicios físicos, ejecutados como un juego en un desafío, cuyo entrenamiento requiere estimulación y consistencia con las normas; Como regla, suceden afuera.
- C. Turismo de Negocios:** Son las excursiones que intentan hacer empresas y administraciones de una organización en un lugar mejor al de la organización de la vivienda. Hoy es visto como una especie de industria de viajes, debido a que las personas que viajan a lo largo de estas líneas requieren transporte, conveniencia, cafés y otras administraciones de viajeros. Estas personas también hacen ejercicios divertidos en su mayor parte como otros viajeros

convencionales. A pesar de que su inspiración fundamental los problemas son del trabajo y no del descanso.

- D. Turismo Naturalista:** Pulido por reuniones de individuos cuya inspiración es conocer, apreciar o estudiar un activo regular específico de un objetivo. Dependiendo del nivel de entusiasmo del activo, del mismo modo será el nivel de especialización que requiera adquirir esta metodología, que se sub-divide en naturaleza delicada, la industria de viajes, naturaleza dura, la industria de viajes y ecoturismo.

Turismo de Naturaleza suave o Softnature: Realizado por la gran parte de los viajeros que comprende excursiones que se hacen a un objetivo con propiedades regulares y grandiosas, para apreciar esos activos, sin la necesidad de hacer ningún examen. El turista de un tipo delicado tiene una inclinación excepcional por las regiones salvajes o por destinos normales de vez en cuando utilizados o mal utilizados por la gente.

Turismo de Naturaleza fuerte o Hardnature: compuesto por viajeros que conocen varios sistemas biológicos en donde pueden visualizar y apreciar ciertos tipos de flora o plantas, que son la inspiración fundamental para hacer un viaje a estos lugares. Los visualizadores de aves son un caso de esta sección.

Ecoturismo: es un tipo de industria de viajes que representa una autoridad considerable en la capacidad de apoyo o consciente de la industria de viajes, que impulsa y busca la conservación de la abundancia común y social de cada objetivo, promueve la mejora social y monetaria de la población cercana, exige que los temas salgan a la luz y sean satisfactorios, de un camino ético para todos los compradores o vacacionistas.

E. Turismo Sostenible: Incorpora naturaleza a la industria de viajes, ecoturismo, provincial a la industria de viajes y agroturismo. A pesar de los diferentes tipos de la industria de viajes, por ejemplo, la costa del sol y el mar, estudie la industria de viajes, básicamente en espacios naturales, que deben estar coordinados con sensatez, asegurando el uso futuro de sus visitantes de manera práctica y con un efecto insignificante en el hábitat indígena humano. Se busca que los activos sigan siendo accesibles en futuras ocasiones a causa del uso sensible en la actualidad.

F. Turismo de aventura Son actividades turísticas de gran nivel de aventura y riesgo, conforman esta actividad. Aquellas actividades de expansión que involucran habilidades físicas y deportivas con un serio escalón de pasión y en límite seguido con el apartado.

G. Turismo de aventura:

Según Muñoz J. (2002) Es una metodología de la industria de viajes que consta en mudarse a parajes muy distanciados de la ciudad, investigación, en la que el viajero puede vivir para encontrar algo sorprendente. Del mismo modo, **Ewert, I. (1989)** nos revela que son ejercicios de autointento en contacto con el ambiente natural, que incorporan componentes de peligro obvios o genuinos, en los que los resultados, aunque dudosos, pueden verse afectados por los visitantes y la circunstancia o condición.

Según el MINCETUR (2005) nos indica que: La aventura de la industria de viajes tiene la agrupación que la acompaña: Experiencia suave en la industria de viajes. Forman parte de ejercicios esenciales y, en su mayor parte, explotan los activos físicos y recreativos. Las personas que no tienen información extraordinaria sobre los ejercicios se interesan en este modelo de la industria de viajes.

- Canotaje en corrientes medias y leves.
- Kayak en corrientes medias y leves.
- Caminata o trekking.
- Paseo a caballo.
- Montañismo, expedición.

Experimente la industria de viajes fuertes y experimental. Generalmente realizado por personas que tienen una información extraordinaria sobre estos ejercicios, ya que se presentan a diferentes peligros.

- Espeleología.
- Ala delta.
- Puenting.
- Canotaje.
- Kayak.
- Montañismo.
- Rock Climbing.

Bosques:

Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para la Alimentación y la Agricultura (2011), sostiene que: Podemos denominarla como un gran espacio o extensión de tierra, la cual tiende a tener una extensión mayor a las 05 hectáreas, así como una cobertura del 10% de su superficie con copas. Asimismo, sus árboles deben tener una altura mínima de 5 metros en su etapa madura.

- **Tipos de Bosques:**
- Bosques tropicales: tiene un suelo casi infértil y una desintegración rápida, las temperaturas (T°) en su mayor parte sobrepasan los 25 ° C. Hay una increíble

variedad decente de clases de criaturas y plantas, y tiene una caracterización interna.

- Bosques secos tropicales: con una época explícitamente seca, la escena cambia demasiado durante el año. En temporadas tormentosas, la vegetación se desarrolla, mientras que en temporadas que no hay aguacero, las escenas se arruinan y se vuelven progresivamente amarillentas.
- Selva tropical: son un extraordinario sombreado verde, debido a la proximidad de los aguaceros de manera constante. Están cargados de plantas y árboles altos que propagan la luz del día, impidiendo el desarrollo de pequeñas plantas.
- Bosques de coníferas: Acuña el nombre de la sólida cercanía de los pinos y los desarrollos de bosques de coníferas con hojas de hoja perenne. Es básico en los altos alcances de la mitad norte del globo, en general el ambiente es helado y húmedo, y su fauna es de poca variedad decente
- Bosques templados: las temperaturas están entre 30 °C y 25 °C, son los bosques que generalmente se han utilizado de forma inadecuada para usos de personas, entre los que se hayan el desarrollo y el encenderse. Debido a las condiciones climáticas, estos son típicamente los espacios donde puede producirse una mejor agricultura.

1.3.2. Definición de términos básicos.

- **ATRACTIVO TURÍSTICO:** Cualquier sitio o lugar topográfico particular que tenga atributos de intriga del viajero.
- **BUNGEE:** Acción que se basa en propulsar en el vacío desde una altura específica, sostenida claramente por la parte inferior de las piernas o por la sección media con una banda flexible.

- **CANOPY:** es otra actividad de experiencia que se basa en deslizarse comenzando con un lugar y luego hacia el siguiente mediante métodos para enlaces planos suspendidos que se notan por todos lados.
- **CANYONING:** deporte que consiste en deslizarse caminando por barrancos o vías fluviales con barrancos.
- **DESCENTRALIZACION:** Es el intercambio de fuerzas y administraciones de la Administración Central a empresas cercanas o locales, la descentralización debe apoyar la racionalización de los métodos tediosos de papeleo.
- **DESCONCENTRACIÓN:** Que los activos que se utilizarán sean apropiados en partes para explotarlos y avanzarlos.
- **ECOSISTEMA:** es la unidad esencial de la coordinación de la condición de la criatura, que resulta de las conexiones actuales entre los componentes vivos y sin vida de una zona determinada.
- **ECOTURISMO:** respetuoso con el medio ambiente, el movimiento de la industria de viajes que comprende desplazarse o visitar territorios característicos, a fin de apreciar, reconocer y observar las atracciones regulares (escena, vegetación, fauna u otras) de estas zonas, como cualquier indicación social, presente y por último , que se puede encontrar allí, a través de un procedimiento que promueve la preservación, tiene poco efecto ecológico y social, y estimula la inversión dinámica de las poblaciones vecinas que respaldan un modelo de mejora práctica de la tierra.
- **FACILIDADES TURÍSTICAS:** es todo lo que tiene atributos que infieren una guía para la industria de viajes, independientemente de si se trata de un tipo característico de diversión y entretenimiento, verificable - social.
- **GESTIÓN:** todos aquellos ejercicios que la asociación acepta de manera

esencial para adquirir las metas y objetivos que se han propuesto a través del procedimiento de organización.

- **GUÍA TURÍSTICA:** Una guía de vacaciones o viaje directo es un libro para visitantes o exploradores que ofrece información sobre un territorio o región topográfica, un objetivo del viajero o un horario específico.
- **INFRAESTRUCTURA TURISTICA:** es la disposición de los activos que se crean de acuerdo con la disposición de los beneficios del viajero e incorpora: conveniencia, restaurante, oficinas recreativas, organizaciones de la industria de viajes, lugares de trabajo de datos, organizaciones de transporte y otros.
- **INTERMEDIAR:** Mediar, existir una cosa en otras, interceder por otra.
- **KAYAC:** Embarcación ligera de varios metros, de remos, creada de cubierta en un borde de madera, para uno o unos pocos marineros.
- **OCIO:** Es el tiempo que las personas puede tener fuera de sus horas de trabajo, es un componente de pago de los estados de trabajo de la vida actual. Permisos de recreación, evitando arreglar el desgaste psicofísico.
- **PARAPENTE:** es un avión muy ligero adaptable que no requiere molestarse con un motor como ocurre con los aviones, ni ser más ligero que el aire, por ejemplo, inflables ligeros a la luz del hecho de que no pesan exactamente el piloto que lo conduce. Permite despegar y llegar caminando sin ayuda y solo con nuestros propios métodos, adaptables a la luz del hecho de que está hecho de texturas y materiales que no forman una estructura flexible.
- **PRODUCTO TURÍSTICO:** compuesto por todos los puntos de vista característicos y básicos que hacen de un sitio un lugar encantador para visitar.
- **PUENTING:** Movimiento deportivo que se basa en propulsar en un vacío

desde un andamio, sostenido por una cuerda flexible que deja el puente suspendido notablemente a su alrededor.

- **RAFTING:** es un movimiento blandito donde una reunión de individuos a bordo de un pontón o pontón "neumático" es transportado por el flujo y reflujo de un canal de aguas bravas.
- **RAPPEL:** Actividad que consiste en derribar divisores verticales más notables que 20 metros, suspendidos de una cuerda.
- **SUSTENTABILIDAD:** el avance sostenible es un procedimiento fundamental que requiere los diversos personajes en pantalla de los deberes y obligaciones de la sociedad en el uso del modelo monetario, político, natural y social, al igual que en los diseños de utilización que deciden la satisfacción personal.
- **SOSTENIBILIDAD:** es un tipo de avance que aborda los problemas del presente sin poner en peligro a las personas en el futuro, es decir, que el ambiente natural no se convierta en un riesgo para las personas, ni se convierta en un peligro para la naturaleza.
- **PUESTA EN VALOR:** Alude a lo que infiere revalorización, mejora, recuperación, restablecimiento, restauración, recuperación, salvaguarda o recuperación, cualquier componente con estima social, visitante, política, imaginativa, etc., es decir, todo genial, individuo o elemento que exhibe estos atributos.
- **PLAN:** Modelo sistemático creado para dirigir y canalizar actividades. Archivo que está en el modelo.
- **RUTA:** es el camino que se recorre con un lugar de nacimiento alternativo y una meta, que se completa como la razón para la producción de horarios. Lo

que decide el curso es una progresión de escenas, cualidades sociales, humanas y regulares que hacen que el enfoque principal sea directo

- **TURISMO:** es la disposición de ejercicios provocados por el desplazamiento transitorio y deliberado de personas fuera de su lugar de residencia permanente (que contribuyen) en sus costos, activos que no se originan en el lugar visitado

- **TURISMO DE AVENTURA:** es un movimiento recreativo de viajeros en el que se utiliza la tierra o el hábitat regular como un activo para transmitir a los visitantes determinados sentimientos y vibraciones de revelación e investigación al ensayar ejercicios deportivos de cierto peligro. Experimentar la industria de viajes es otra metodología de elección de la industria de viajes, y sin lugar a dudas una de las estructuras que producen deseos más prominentes a su alrededor, tal vez en vista de un término similar que inspira, o debido a una calidad sobrenatural específico y tabúes que han sido creados en su estado. El problema comienza con su propio nombre, algunos lo llaman deportes en la industria de viajes, otros tienen más experiencia en autos, la misma cantidad de adrenalina en la industria de viajes o desafían a la industria de viajes, ya pesar de que su división es la menor, las ideas sí llegan a concluir Estas secciones producen desorden y preocupaciones entre los viajeros e incluso entre los proveedores y anunciantes de estas administraciones.

- **TURISMO AGRÍCOLA O AGROTURISMO:** la industria de viajes amplía el stock de artículos y continúa la economía de las redes rústicas. Su motivación es aparecer y aclarar una progresión de encuentros identificados con la vida del trabajador rural. El agroturismo ha generado posadas agrícolas en norte

america, con un logro ascendente, ya que brinda a los viajeros largos períodos de permanencia con cada una de las administraciones incluidas, a pesar de instruirlos para desarrollar, cosechar, trabajar en los marcos del sistema de agua y combatir los errores, entre otros. diferentes ejercicios. Uno de los beneficios del agroturismo es que la adquisición de artículos alimenticios se realiza en un rancho similar o en diferentes vecinos, con el objetivo de que el interés monetario respalde legítimamente a la red.

- **TURISMO CULTURAL:** Corresponde a viajes realizados con el anhelo de conectarse con diferentes sociedades y familiarizarse con su personalidad.
- **TREKKING:** metodología de senderismo que consiste en pasear largas separaciones o una región específica.

1.4. Formulación del problema

Problema general

¿Cuáles son las condiciones turísticas de la provincia de Huaraz para desarrollar el turismo de aventura?

1.5. Justificación e importancia del estudio

Mediante el estudio de investigación se quiere ver la calidad turísticas que tiene la ciudad de Huaraz, teniendo en cuenta las teorías que se establecen con respecto a Recurso y/o Atractivos turísticos para poder implementar un plan de acción; para poder corregir las falencias que posee la ciudad, el que aplicara la municipalidad del mismo y los pobladores; el cual nos ayudara a identificar si se está aplicando de la manera correcta para también poder preservar el Recurso y/o Atractivo y finalmente así pueda servir como un antecedente en futuros estudios que se realicen en la ciudad de Huaraz.

Según la perspectiva que plantea Hernández (2010) la investigación se justifica por lo siguiente:

A) Conveniencia

Esta empresa de exploración diferenciará la oferta de vacacionistas del área de Ancash, incluyendo más objetivos, por ejemplo, la región de Huaraz, extendiendo nuestra variedad de activos para desarrollar la metodología de la experiencia de la industria de viajes.

B) Relevancia Social

La información que se crea a partir de este examen contribuirá con éxito, produciendo la incorporación en el mercado de la industria de viajes a los ocupantes, mediante la difusión de los activos de sus visitantes.

C) Implicaciones Prácticas

El presente examen brindará los datos esenciales y elevará el avance de la industria de viajes del área, al igual que creará una experiencia en el artículo de la industria de viajes en la región de Huaraz con la cual las personas cercanas se coordinan y se aprovechan en los campos financiero, social y ecológico. Creando más trabajo y asegurando simultáneamente sus activos sociales y comunes.

D) Valor Teórico

El presente examen no tiene ningún establecimiento hipotético, sin embargo, su motivación es complementar los datos de las hipótesis actuales, el compromiso de esta investigación se completará como base y consentirá analizar lo que es una condición en relación con la industria de viajes. para tener una idea exacta de lo que es una condición de vacacionista.

E) Unidad Metodológica

La razón de esta exploración es construir un modelo que se complete como un

dispositivo para recopilar datos y llevar a cabo una investigación de los activos de la industria de viajes, agregando lo que a partir de ahora existe, trabajando con un instrumento que se ajustará.

1.6. Hipótesis:

Huaraz tiene calidad turística para el turismo de aventura junto con: recursos de turismo de naturaleza aventura, planta de turismo, gran demanda turística y la infraestructura turística adecuada.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar las condiciones turísticas de la provincia de Huaraz para el turismo de aventura.

1.7.2. Objetivos específicos

Evaluar la infraestructura y recursos turísticos en Huaraz.

Identificar la planta turística con la que cuenta Huaraz.

Identificar la demanda turística potencial con el que cuenta el distrito de Huaraz.

Diseñar un producto turístico de aventura en la provincia de Huaraz.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de investigación:

Tipo de investigación.

Como lo indica la Orientación

El examen es distinto: propositivo a la luz del hecho de que se utiliza la técnica de investigación, que representa un objeto de estudio o una circunstancia particular, que muestra atributos y propiedades; Por lo tanto, la experiencia de la industria de viajes se puede crear en el territorio de Huaraz con las mejores condiciones para los visitantes, por lo que también se puede utilizar para realizar consultas que requieran un grado de profundidad más notable más adelante.

Es de tipo claro con un plan de campo bibliográfico-narrativo, ya que refina las circunstancias sobre la condición actual del problema de ejecución del personal, describe sus particularidades y cualidades, sus limitaciones y sus enfoques básicos, retrata y evalúa sus particularidades.

El examen es de tipo proactivo ya que depende de una necesidad o vacío dentro del establecimiento, cuando se toman los datos representados, se hará una propuesta para un marco de evaluación de la exposición para conquistar el presente problema y las faltas encontradas. Al distinguir los problemas, explorarlos, extenderlos y dar una respuesta dentro de un entorno particular.

Diseño de la investigación.

El diseño del estudio de investigación es no experimental porque se analizó el fenómeno en su estado natural (Condiciones turísticas) y no se manipula la variable, es transversal – descriptivo porque se observó y describió los fenómenos (Condiciones Turísticas) tal como se presenta en su forma natural.

Variable X1

2.2. Población y muestra.

2.2.1. Población:

En el estudio la población está conformada por los visitantes que llegaron a la ciudad de Huaraz en el 2016, los cuales fueron de una cifra total de 260,409 personas según los datos estadísticos del MINCETUR.

2.2.2. Muestra:

Aplicación de la muestra de población finita, obtenemos:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.6 * 0.4 * 260409}{0.05^2(260409 - 1) + 1.96^2 * 0.6 * 0.4}$$
$$n = 368.27 = 368$$

Dónde:

n = Es el tamaño de la muestra.

N = Es la población (260,409 visitas que llegaron en el año 2018).

Z = Es el valor asignado a un nivel de confianza.

e = Es el margen de error (0.05).

p = Es la probabilidad de éxito.

q = (1-p); Es la probabilidad de fracaso.

2.3. Variable, Operacionalización

VARIABLE X1: Condiciones Turísticas del Turismo de Aventura

2.3.1. Variable

Variable	Definiciones conceptuales	Definiciones operacionales	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<p>CONDICIONES TURÍSTICAS DEL TURISMO DE AVENTURA</p>	<p>La condición turística consiste en la forma o la manera en que los lugares naturales surgen como posibilidades o circunstancias favorables para el desarrollo de la actividad turística, por poseer alguna característica importante en un medio o espacio geográfico.</p>	<p>Las condiciones turísticas del distrito de Huaraz se medirá a través de recolección de datos con una ficha de observación, la aplicación de una encuesta.</p>	<p>Recursos Turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de recursos turísticos • Número de recursos de naturaleza aventura. • Estado real de los recursos. • Variedades de actividades turísticas a realizar. 	<p>Ordinal Nominal Nominal Nominal</p>
			<p>Planta turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de alojamiento de hospedaje • Tipos de empresas de restauración. <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de transporte. 	<p>Nominal</p>
			<p>Demanda Turística Potencial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de visitantes al destino. <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de visitantes • Temporada de mayor visita. 	<p>Nominal</p>
			<p>Infraestructura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estado actual de la vía de acceso. 	<p>Nominal</p>

2.3.2. Operacionalización.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
¿Cuáles es/son las condiciones turísticas de la provincia de Huaraz para desarrollar el turismo de aventura?	Objetivo General: Determinar las condiciones turísticas de la provincia de Huaraz para desarrollar el turismo de aventura	Huaraz tiene calidad turística para el turismo de aventura junto con: recursos de turismo de naturaleza aventura, planta de turismo, gran demanda turística y la infraestructura turística adecuada.	Condiciones turísticas	✓ Recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de recursos turísticos ✓ Números de recursos de naturaleza aventura. ✓ Estado actual de los recursos. ✓ Tipos de deportes turísticos a realizar. 	Ordinal Nominal Nominal Nominal
				✓ Planta turística.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de alojamiento de hospedaje ✓ Tipos de restauración. ✓ Tipo de transporte. 	Nominal
				✓ Demanda Potencial turística	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número de visitas al destino. ✓ Tipo de visitante ✓ Temporada de mayor afluencia. 	Nominal
				✓ Infraestructura.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estado real de carretera. 	Nominal

2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Métodos, instrumentos y técnicas de recolección de datos.

Para lograr realizar cada uno de los objetivos específicos se empleará los siguientes instrumentos.

Técnica	Instrumento
Observación directa	Registro de percepción, para la investigación de los activos de la industria de viajes, la disponibilidad y la planta de la industria turística. Permite adquirir datos inmediatos y dependientes, siempre que se realice a través de una preparación eficiente y controlada, para lo cual hoy estamos utilizando medios variados terminados, particularmente en investigaciones del comportamiento de las personas en sus entornos de
Encuesta	El estudio depende de una encuesta o conjunto de consultas, para obtener datos de individuos.

2.4.2. Validez:

Con el fin de buscar la legitimidad de la sustancia, los instrumentos fueron entregados a la encuesta de tres (03) maestros de la profesión del turismo. Con la aprobación, se resuelve la encuesta de sustancias y la conexión entre los marcadores y las consultas o cosas, que logran medir los factores del presente estudio.

2.5. Procedimiento para análisis de datos

2.5.1. Procedimiento para la recolección de datos.

El procedimiento se realizó acudiendo a los ambientes turísticos de la provincia de Huaraz, para poder determinar sus condiciones en las cuales se encuentran para realizar el turismo de aventura, de manera que se formularle las preguntas correspondientes.

La presente investigación se ejecutará de la manera siguiente:

1. Se recolectó los datos a través del cuestionario proveniente del número de turistas que conforman la muestra.
2. Se procesó la información en el programa informático Excel para calcular los porcentajes de respuestas.
3. Se discutió los resultados encontrados.
4. Se planteó las conclusiones y se formuló las sugerencias

2.5.2. Plan de análisis estadístico de datos:

Se utilizará una técnica de examen para aclarar, a fin de mostrar información precisa, recopilar datos sobre los activos de los visitantes a través de hojas de percepción, también se aplicará una visión general para cuantificar la solicitud actual de vacacionista, para esta estrategia objetiva se aplicará para exhibir a través de medidas mensurables tablas y diagramas de los datos adquiridos.

2.6. Aspectos éticos.

Al hacer las encuestas, se han tenido en cuenta los estándares éticos propuestos a través del registro de "Belmont", lo que indica el principio de beneficencia, ya que este estudio permite la difusión del potencial de Huaraz para el turismo de viaje, de modo que la población de su vecindario pueda aprovecharlos. en turismo del mismo modo, el principio de justicia, porque se supone que las millas generan una ganancia conjunta tanto para la red como para los turistas, es decir, todos los actores involucrados en este pasatiempo, por lo tanto, se han propuesto mejoras para proporcionar un Buen servicio a los viajeros nacionales y extranjeros, logrando beneficiar socio-económica a la población completa del distrito de Huaraz. Finalmente, con el principio de respeto a los pobladores, dentro del sentimiento en el que también se tomó en consideración la provisión, la voluntad y la autonomía

de la participación de las personas para el llenado de las encuestas, cuyas identidades se han respetado bajo el anonimato. de aquellos autores que, con sus estudios, teóricamente han ayudado en la elaboración de nuestra tesis.

2.7. Criterios de rigor científico.

Este trabajo tiene de propósito realizar una reflexión de cómo garantizar la calidad de un estudio cualitativo.

Los criterios científicos que aseguran la veracidad del siguiente trabajo de investigación son los siguientes.

Criterio de validez: Para este punto se recurrió a especialistas en el tema y a bases teóricas científicas.

Criterio de fiabilidad: La utilización de los instrumentos de estudio que se realizaran en esta investigación cumplirá con la fiabilidad ya que la información que se logre obtener será confiable.

III. RESULTADOS

Resultados

Las encuestas que se realizó a los turistas internacionales e nacionales, se realizaron los días del mes de agosto a octubre del 2019, seleccionando en la Provincia de Huaraz.

El objetivo principal que se llevó acabo de las encuestas es tratar de mostrar la predisposición de la Provincia de Huaraz, sobre un total de 368 encuestas.

3.1. Tablas y Figuras

Encuesta a los Visitantes (nacional y extranjero)

1. LUGAR DE PROCEDENCIA NATURAL

CUADRO N° 01

LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

Variable	N° de respuestas	Porcentaje (%)
EEUU	36	9.78%
Perú	78	21.20%
Francia	29	7.88%
Alemania	34	9.24%
Canadá	27	7.34%
Brasil	35	9.51%
Israel	58	15.76%
Japón	11	2.99%
Suiza	24	6.52%
Otros	36	9.78%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 01



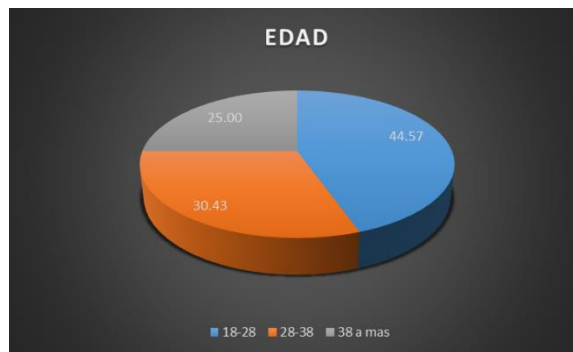
FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Según los resultados podemos decir que el 21.20% son turistas nacionales Perú, Israel con 15.76%, Brasil 9.51% y así progresivamente según se observa en el cuadro. Estos resultados nos ayudan en orientar a qué clase de mercado se tiene que ofertar el turismo de aventura en la Provincia de Huaraz.

**CUADRO N° 02
EDAD DE LOS TURISTAS**

Edad	Personas	Porcentaje (%)
18-28	164	44.57%
28-38	112	30.43%
38 a mas	92	25.00%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados
Grafica N° 02



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

**CUADRO N° 03
SEXO DE LOS TURISTAS**

Genero	Personas	Porcentaje (%)
Femenino	173	47.01%
Masculino	195	52.99%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados
Grafica N° 03



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

2. ¿CUÁL FUE EL MOTIVO POR EL QUE HA REALIZADO ESTE VIAJE?

**CUADRO N° 04
MOTIVO DEL VIAJE**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
Turismo cultural	72	19.57%
Ecoturismo	103	27.99%
Turismo de Aventura	92	25.00%
Turismo comunitario	69	18.75%
Otros	32	8.70%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 04



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

- Los principales motivos por el cual el turista realiza su visita a Huaraz, es por el Ecoturismo con un 27.99%. por ser el directo contacto con un ambiente de naturaleza y su comunidad, el Turismo de Aventura con el 25% y el Turismo Cultural con un 19.57%.
- En poca escala se encuentra el Turismo Comunitario con un 18.75%.

- Un 8.70% ha realizado esta visita con otras alternativas como lo es Turismo medicinal, entre otros.
- Este resultado es alentador para el proyecto de investigación porque está dirigido a lograr realizar el turismo de aventura

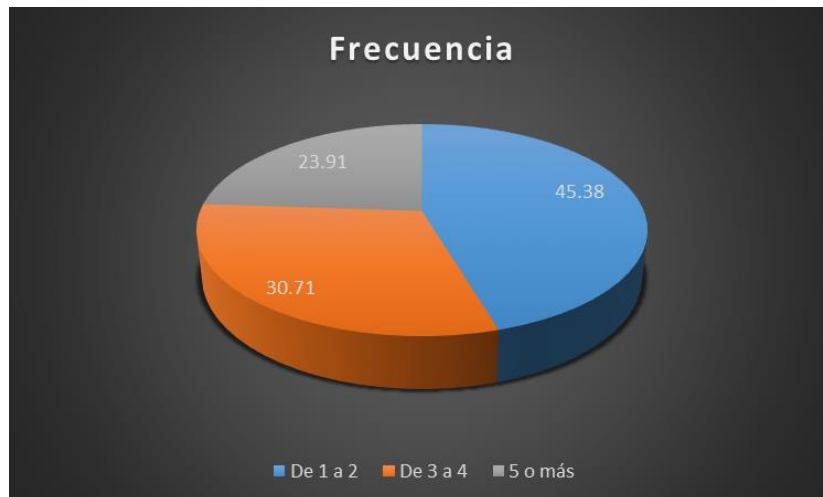
3. ¿CUANTAS VECES AL AÑO USTED VA DE VACACIONES?

**CUADRO N° 05
VECES AL AÑO QUE VA DE VACACIONES**

Frecuencia	Personas	Porcentaje (%)
De 1 a 2	167	45.38%
De 3 a 4	113	30.71%
5 o más	88	23.91%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 05



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Mediante la información obtenida podemos determinar que el 45.38% de las personas encuestadas sale de 1 a 2 veces al año de vacaciones, mientras que el 30.71% lo hace de 3 a 4 veces y con un porcentaje bajo de 23.91% lo hace 5 o más

veces. La gran parte de personas no considera a los feriados como días de vacaciones largas donde poder realizar viajes fuera del lugar de residencia.

4. CUANDO SALE DE VACACIONES SUELE HACERLO:

**CUADRO N° 06
CUANDO SALE DE VACIOES**

Opciones	Personas	Porcentaje (%)
Solo	143	38.86%
Familia	41	11.14%
Amigos	184	50.00%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 06



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Según la información obtenida, claramente gran parte de personas hace sus vacaciones con amigos(as) con un 50%, una cantidad lo hace solo con un 38.86%, lo cual no es común, ya que las personas se dedican a socializar y conocer nuevas amistades cuando van a un lugar de vacaciones solo. Un cierto porcentaje las realiza con familia 11.14% y el promedio de familiares es de 4 a 5 personas.

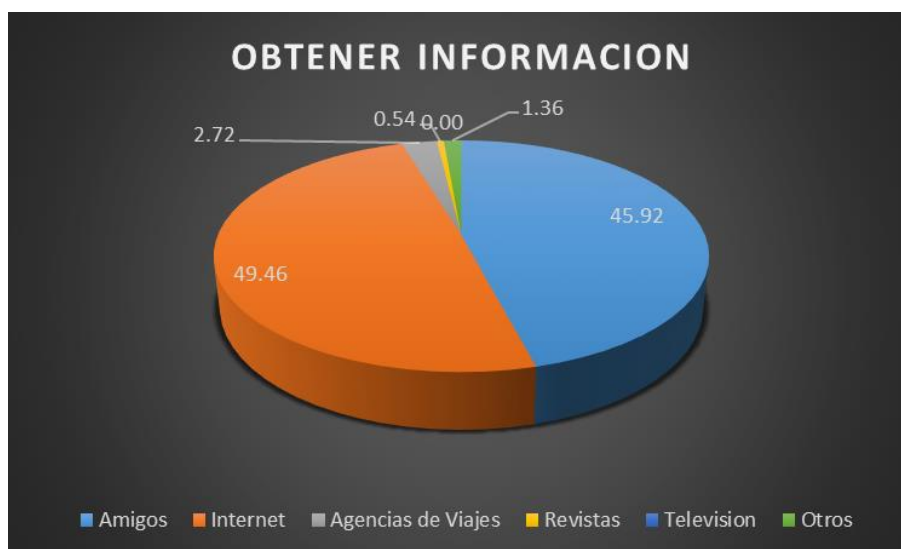
5. ¿CUÁL FUE EL MEDIO POR EL CUAL OBTUVO INFORMACIÓN DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ?

**CUADRO N°07
MEDIOS POR LOS CUALES OBTENER INFORMACIÓN
DE LOS SITIOS TURÍSTICOS**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
Amigos	169	45.92%
Internet	182	49.46%
Agencias de Viajes	10	2.72%
Revistas	2	0.54%
Televisión	0	0.00%
Otros	5	1.36%
Total	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 07



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Los medios de información por los cuales los turistas encuestados pudieron obtener información de los sitios turísticos de la Región Ancash, Huaraz, fue por medio del internet con un 49.46%, por recomendación de sus amigos representando un 45,92% y agencias de turismo con un 2.72%.

La TV, las revistas realizan un papel minoritario a la hora de dar información cuando el turista está dentro del país.

Otro medio de brindar información constituye familiares de los turistas nacionales y extranjeros quienes ya han visitado esos lugares y les recomienda

6. ¿EN LA PROVINCIA DE HUARAZ QUÉ ATRACTIVOS TURÍSTICOS VISITÓ?

**CUADRO N° 08
ATRACTIVOS TURISTICOS QUE VISITO
EN LA PROVINCIA DE HUARAZ**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
Rataqenua	97	26.36%
Los olivos	68	18.48%
Barrio José Olaya	106	28.80%
Pumacayan	76	20.65%
otros	21	5.71%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 08



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

El Barrio José Olaya fue visitado por un 28.80% de los turistas; Rataqenua por un 26.336%; Pumacayan por un 20.65%; Los olivos por un 18.48%; y demás atractivos turísticos por un 5.71%.

Este estudio nos muestra que falta visitar demás atractivos turísticos, de manera importante los empresarios de turismo y agencias de turismo tienen que dar más alternativas de visita para turistas que quieran conocer nuevos atractivos.

Es importante dar a conocer todas las características turísticas de los nuevos destinos turísticos, como es la provincia de Huaraz.

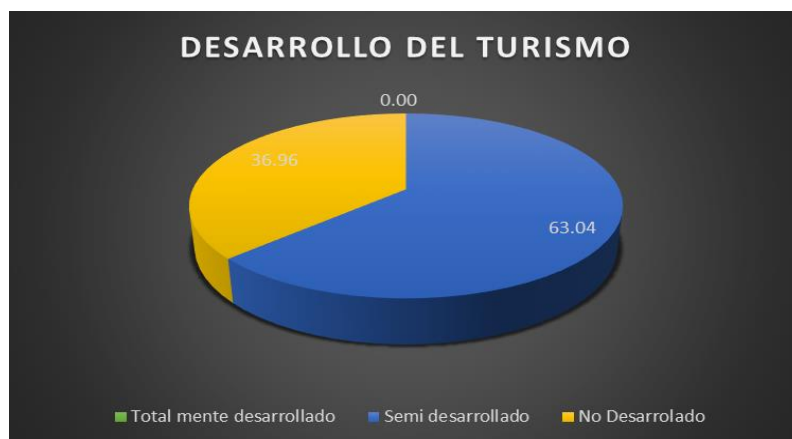
7. SEGÚN SU OPINIÓN ¿CÓMO UD. VE EL DESARROLLO DEL TURISMO ACTUAL EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

**CUADRO N° 09
DESARROLLO DEL ACTUAL DEL TURISMO**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
Total mente desarrollado	0	0.00%
Semi desarrollado	232	63.04%
No desarrollado	136	36.96%
Total	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 09



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

De acuerdo con los resultados se puede apreciar el 63.04% de las personas encuestados refieren que la provincia de Huaraz se encuentra Semi-Desarrollado

turísticamente y el 36.96% refiere que no está desarrollado. Los turistas tienen una mejor posición de cómo se encuentra el desarrollo turístico ya que han visitado estas áreas turísticas y saben en qué condiciones se encuentran.

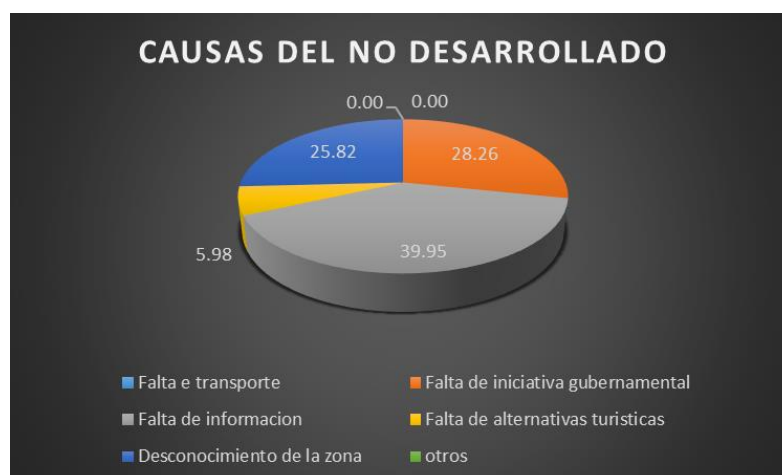
8. ¿CUÁL CREE UD. QUE ES LA CAUSA DE UN TURISMO NO DESARROLLADO EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

**CUADRO N° 10
CAUSAS DEL TURISMO DE NO DESARROLLADO EN LA PROVINCIA DE HUARAZ**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
Falta e transporte	0	0.00%
Falta de iniciativa gubernamental	104	28.26%
Falta de información	147	39.95%
Falta de alternativas turísticas	22	5.98%
Desconocimiento de la zona	95	25.82%
otros	0	0.00%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 10



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

El 39.95% afirma que es por la falta de información del sector turístico y de los parajes turísticos que se brindan en la zona, la escasa iniciativa gubernamental con el 28.26%, el 25.82% afirma que éste sub desarrollo se debe al poco conocimiento de la zona por parte de la población y el 5.98% opina por las escasas alternativas turísticas. Por lo tanto, la poca información y alternativas turísticas se puede ver afectado por la escasa iniciativa del Gobierno para promover dicha zona.

9. ¿CONSIDERA QUE LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PERUANO, EN PARTICULAR HUARAZ ES?

**CUADRO N° 11
LA DIFUSIÓN DE HUARAZ PARA LOS TURISTAS**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
Buena	105	28.53%
Regular	249	67.66%
Mala	14	3.80%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 11



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

El 28.53% de los encuestados afirman que la difusión y promoción del turismo de la provincia de Huaraz para los turistas es buena, considerándose que hay buena información y promoción de éste hacia los turistas.

El 67.66% considera que es regular y el 3.80% es mala, esto nos indica que las personas creen que la falta de información y promoción es deficiente en el sector turístico de la provincia Huaraz.

En la provincia de Huaraz tenemos muchos recursos turísticos, tal es el caso del mirador de rataquenua, el barrio de los olivos, que no son difundidos y promocionados.

Esta encuesta nos sirve para tener en consideración la importancia de la difusión y promoción de nuestros recursos turísticos y registrar en el inventario nacional de los recursos turísticos.

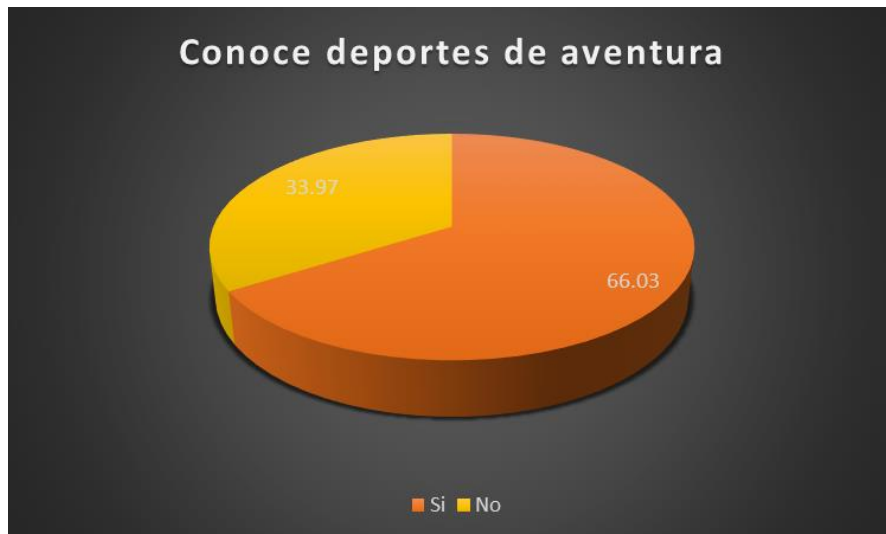
10. ¿CONOCE USTED SOBRE LOS DEPORTES DE AVENTURA QUE SE REALIZAN EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

**CUADRO N° 12
CONOCE SOBRE LOS DEPORTES DE AVENTURA**

Opciones	Personas	Porcentaje (%)
Si	243	66.03
No	125	33.97
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 12



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

CUALES:

CUADRO N° 13

DEPORTES QUE CONOCEN LOS TURISTAS

Opciones	Personas	Porcentaje (%)
Escalada en roca	115	31.25%
Canoning	68	18.48%
zipline	74	20.11%
Ciclismo de Aventura	87	23.64%
otros	24	6.52%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 13



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Con la información obtenidos en esta pregunta se logró determinar que un 33.97% de los turistas encuestados no tienen conocimiento de los deportes de aventura que se realizan en la ciudad de Huaraz, sin embargo, el 66.03% si cuenta con gran conocimiento de estos deportes, especialmente los más jóvenes que frecuentan esta zona, De tal forma se puede saber que no existe mucha diferencia del conocimiento y desconocimiento de aquellos deportes.

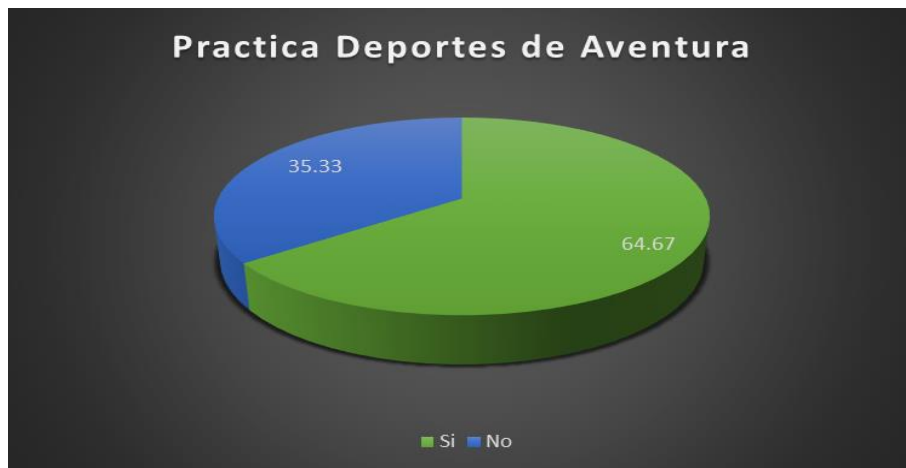
11. ¿PRACTICA O HA PRACTICADO ALGÚN DEPORTE DE AVENTURA?

**CUADRO N° 14
DEPORTES DE AVENTURA PRACTICADOS
POR LOS TURISTAS**

Opciones	Personas	Porcentaje (%)
Si	238	64.67%
No	130	35.33%
TOTAL	368	100

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 14



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

**CUADRO N° 15
DEPORTES PRACTICADOS POR LOS TURISTAS**

Opciones	Personas	Porcentaje (%)
Escalada en roca	81	22.01%
Canoning	57	15.49%
zipline	38	10.33%
Ciclismo de Aventura	39	10.60%
Andinismo	14	3.80%
Trekking	9	2.45%
Ninguno	130	35.33%
TOTAL	368	100

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 15



Con la información recabada determinamos que el 64.67% de los turistas encuestados si han practicado o han practicado algún deporte o actividad de aventura, mientras que el 35.33% de los turistas encuestados no lo han realizado. Existe gran variedad de deportes de aventura de diferentes tipos según las respuestas proporcionadas por los encuestados.

12. SI HUBIESE UNA NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA COMO EL “TURISMO DE AVENTURA” ¿ESTARÍA INTERESADO EN CONOCER MÁS SOBRE ES ALTERNATIVAS DE TURISMO EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

**CUADRO N° 16
INTERESEN UNA NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA; “TURISMO DE AVENTURA”**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
SI	368	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 16



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Según lo obtenido en la encuesta realizada el 100% de los turistas están de acuerdo con esta nueva alternativa turística que se brindaría, con el fin de tener una experiencia única de mucha adrenalina, vivencial y participativa, además incentivar una óptima utilización de los recursos naturales y culturales.

Por ello esto es una gran señal para con nuestro proyecto de tesis y sus objetivos, ya que existe el interés y aceptación de los turistas. Por lo cual, nuestra propuesta de hacer el turismo alternativo en la provincia de Huaraz está en la capacidad de ser practicada o ejecutada.

13. ¿CUANTOS DÍAS LE GUSTARÍA PERMANECER EN EL CASO DE DESARROLLARSE EL TURISMO DE AVENTURA?

**CUADRO N° 17
DIAS DE PERMANENCIA**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
2 a 4 días	222	60.33%
4 a 6 días	146	39.67%
6 días a mas	0	0.00%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 17



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Con la información recabada de las encuestas al 60.33% le agradecería permanecer de 2 - 4 días.

El 39.67% de los turistas encuestados les agradecería permanecer de 4 - 6 días.

Esta encuesta nos permite hacer el programa de viaje en base a los días que requiere permanecer los turistas.

14. ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE CONSIDERA ADECUADO POR UN DÍA POR PERSONA PARA REALIZAR EL "TURISMO DE AVENTURA"?

**CUADRO N° 18
PRECIO ACEPTABLE POR UN DIA**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
\$ 30 a 50	126	34.24
\$ 50 a 70	188	51.09
\$ 70 a 90	54	14.67
TOTAL	368	100

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 18



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

El precio aceptable por un día de turismo de aventura según la opinión de los turistas encuestados el 51.09%, indica que entre los \$50 - \$70 dólares, lo que quiere decir que este sería el precio indicado que ellos estarían dispuestos a pagar por

estos servicios. Esto sería la base importante para establecer el precio justo de nuestros servicios.

El 34.24% indica que pagarían por servicio de un día \$30 - \$ 50 y el 14.67% indica que sería aceptable de \$70 - \$90 dólares por día.

15. ¿RECOMENDARÍA USTED REALIZAR TURISMO DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

**CUADRO N° 19
RECOMENDACIÓN DE ESTE TIPO DE TURISMO**

Variable	N° de Respuestas	Porcentaje (%)
SI	368	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	368	100%

FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Grafica N° 19



FUENTE: Elaboración propia en base a los resultados

Según la información de las respuestas de los encuestados afirma que estarían aptos a recomendar esta nueva alternativa de turismo, gracias ha esto nos compromete más como proyecto pionero para brindar un servicio de calidad y que llene las expectativas de los turistas nacionales e internacionales al momento de utilizar los servicios.

3.2. Discusión de resultados

En el siguiente trabajo de investigación se propone poder determinar condiciones turísticas de la provincia de Huaraz para el turismo en aventura en el año 2019, uno de los primeros objetivos específicos de la investigación fue lograr hallar e identificar el estado real de los recursos turísticos del distrito de Huaraz.

De los atractivos turísticos de la provincia de Huaraz destaca el barrio de Jose Olaya, el mirador de Rataquenua y pumacayan, el primero es un atractivo turístico que representa las épocas antiguas de lo que era la provincia de Huaraz antes del terremoto del 70 mientras que ratquenua y pumacayan son lugares para poder observar toda la provincia de Huaraz al mismo tiempo rataquenua cuenta con un alto potencial para lograr el desarrollo de la actividad de bicicleta de montaña por las condiciones el terreno.

La problemática que atraviesa los atractivos turísticos de Huaraz se relacionan con la inexistencia de medidas de conservación y protección por parte de los entes competentes. Otra posible problemática está relacionada con la contaminación del suelo los cuales están siendo degradados por el crecimiento urbano por parte del poblador.

Como Segundo objetivo específico del siguiente trabajo de investigación se planteó Evaluar la infraestructura y recursos turísticos en Huaraz. En lo referente a servicios básicos los resultados señalan que la infraestructura básica (agua, luz, desagüe,

salud y telefonía) de Huaraz cubre por completo las condiciones mínimas requeridas para toda la población, sobre todo en el área rural.

Como Tercer Objetivo específico del siguiente trabajo de investigación se planteó Identificar y distinguir la planta vacacional - turística que tiene Huaraz. **EuroPraxis Consulting (2008)**, demuestra que las principales necesidades del visitante es la simplicidad en hacer las salidas a los mejores lugares de entusiasmo de su excursión, ya que, desde su aparición, construye un horario en el que el viajero debe tener la opción de llegar al alojamiento, cafés, agencias, entre otros.

Los resultados que se obtuvieron a través de la percepción y el examen de la oficina reconocieron que las calles de acceso fundamentales a los diversos lugares de vacaciones de Huaraz son las calles, algunas asfaltadas y otras, por ejemplo, las rataquenua no están asfaltadas, lo que impide la sección de subida rápida a través del vehículo. a esa zona, con el argumento de que los caminos frontales a este atractivo (Rataquenua) son a través de senderos con problemas para los huéspedes normales, que rompe puntos y hace que su dispersión sea lo menos atractiva

El cuarto objetivo explícito del examen fue Distinguir el potencial que solicita la industria de viajes que tiene la región de Huaraz.

Según lo indicado por las investigaciones y el estudio de investigación de campo, nuestros compradores potenciales se originaron en su mayor parte de viajeros cercanos y externos, estableciendo el mercado más significativo a la luz del hecho de que una gran cantidad de invitados son atraídos por los ejercicios de experiencia y las atracciones que ofrece la región. Además, como lo indican los resultados adquiridos en los estudios completados y en el campo examinar las atracciones y lugares que tiene el área de Huaraz, la posibilidad se puede resolver con el objetivo

de que este tipo de experiencia la industria de viajes logre convertirse en una potencial oferta. En esta línea, los deportes de aventura que ofrecerían son: escalada, ciclismo de aventura, tirolesa y canoning.

3.3. Aporte científico (Propuesta de investigación)

“FOMENTAR EL TURISMO DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE HUARAZ”

3.3.1. FUNDAMENTACION

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas en turistas de la nación y turistas extranjeros que viajan a Huaraz, tienen una gran necesidad que brinden condiciones turísticas de calidad como los miradores naturales, observatorios, zonas de campamentos (camping), lugares para realizar el turismo de aventura, para asegurar que los visitantes logren recibir servicios turísticos de calidad y por ende poder lograr beneficiar a los actores inmersos en esta actividad turística.

3.3.2. OBJETIVOS

- Ofertar a los visitantes servicios turísticos de calidad.
- Ampliar la oferta del turismo en la Región Ancash.
- Contribuir con el aumento de visitantes a la Provincia de Huaraz.

3.3.3. RESPONSABLES

- DIRCETUR
- Municipalidad Provincial de Huaraz.
- Sectores privados.
- Ciudadanía de Huaraz

3.3.4. INVERSION

Se puede considera una inversión alrededor de S/. 8000 (Ocho mil nuevos soles)

N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	P.U. (S./)	SUBTOTAL
Viáticos y Asignaciones					
1	Viáticos	3	Días	100.00	300.00
SUB TOTAL					300.00
Pasajes y gasto de Transporte					
1	Movilidad	15	c/u	1.50	22.50
SUB TOTAL					22.50
Materiales de campo					
1	Arneses	4	c/u	200.00	800.00
2	Mosquetón con seguro	9	c/u	80.00	720.00
3	Mosquetón Simple	6	c/u	50.00	300.00
4	Cuerda dinámica	1	c/u	1'000.00	1'000.00
5	Asegurador atc	3	c/u	80.00	240.00
6	Asegurador gri gri II	3	c/u	100.00	300.00
7	Descensor ocho	4	c/u	100.00	400.00
8	Daysi chan	4	c/u	100.00	400.00
9	Multi chan	5	c/u	150.00	750.00
10	Casco	4	c/u	200.00	800.00
11	Mallon largo zicado	4	c/u	50.00	200.00
12	Chapa de seguridad	13	c/u	20.00	260.00
13	Guantes	4	c/u	25.00	100.00
14	Pies de gato	5	c/u	150.00	750.00
15	Cinta larga	5	c/u	50.00	250.00
16	Cinta corta	13	c/u	25.00	325.00
17	magnesio	1	c/u	40.00	40.00
18	Bolsa magreciera	1	c/u	25.00	25.00
SUB TOTAL					7'660.00
TOTAL					7'982.50

3.3.5. Cronograma de las Actividades

NOMBRE DE TAREA	DURACIÓN	COMIENZO	FIN	COMPLETADO %	TRABAJO
Inicio de proyecto de condiciones turísticas	15 días	lun 09/09/19	mie 25/09/19	100%	180 horas
Elaboración del Proyecto de aventura	1 días	lun 09/09/19	lun 09/09/19	100%	12 horas
Datos sobre el problema	1 día	lun 09/09/19	lun 09/09/19	100%	0 horas
Redacción del proyecto	1 día	lun 09/09/19	lun 09/09/19	100%	0 horas
Calificación de recursos para inicio del proyecto	8 días	lun 16/09/19	mar 24/09/19	100%	96 horas
Presentación	1 día	lun 16/09/19	lun 16/09/19	100%	0 horas
Selección de los guías	1 día	mar 17/09/19	mar 17/09/19	100%	0 horas
Selección de material a usar	2 día	mie 18/09/19	Jue 20/09/19	100%	0 horas
Contestación de empresas a laborar	6 días	Jue 19/09/19	Mie 25/09/19	75%	0 horas
Presentación de declaración de ingresos económicos	2 días	vie 20/09/19	sáb 21/09/19	50%	0 horas
Subsanación de error	2 días	vie 20/09/19	sáb 21/09/19	100%	0 horas
Determinar proyecto a usar	6 días	mar 17/09/19	lun 23/09/19	100%	72 horas
Guía supervisor de campo	1 día	mie 18/09/19	mie 18/09/19	100%	0 horas
Guía de rescate	1 día	mie 18/09/19	mie 18/09/19	100%	0 horas
Determinación de fecha y hora	1 día	jue 19/09/19	jue 19/09/19	100%	0 horas
Notificación a las empresas del proyecto	1 día	jue 19/09/19	jue 19/09/19	100%	0 horas
Presentación única	1 día	vie 20/09/19	vie 20/09/19	100%	0 horas
Evaluación de pruebas	1 día	sáb 21/09/19	sáb 21/09/19	100%	0 horas
Presentación al público presente de empresas	1 día	sáb 21/09/19	sáb 21/09/19	100%	0 horas
Trabajo de campo	1 día	sab 21/09/19	sab 21/09/19	100%	4 horas
Presentación del proyecto al público nacional	2 días	mar 24/09/19	mie 25/09/19	0%	8 horas
Pruebas de alternativa al público presente	1 día	mie 25/09/19	mie 25/09/19	0%	8 horas

3.3.6. Actividades a realizar

A) Escalada en roca en los Olivos y observación de Flora y Fauna

La visualización de la flora y su diversidad es una de las actividades de gran importancia que se realiza en el rocódromo de los Olivos mientras escalas.

Esta actividad es no solo enfocarse en la diversidad y el esparcimiento del turismo sino más bien da información en las ramas científicas biológicas, esta magnífica actividad como lo indica su propio nombre, consiste en visualizar la gran variedad biológica natural con la que cuenta el lugar como el olivo silvestre, árboles de eucalipto que abunda en la zona boscosa, helechos, orquídeas, que lo convierte en una visita única para el visitante.

Por otro lado, la visualización de la fauna en esta zona de los olivos es otra gran actividad donde se logran visualizar especies como el búho, las águilas, los zorrillos, que habitan en esta región local de la zona.



FUENTE: Fotografía tomada por el investigador

B) Mirador de Rataquenua (Ciclismo de Montaña)

Este tipo de actividad turística del ciclismo se puede experimentar la naturaleza y el ritmo en viajes temáticos para alcanzar el punto de vista el mirador de rataquenua, de manera similar al descender y/o recorrer los alrededores del mirador podrán disfrutar al uso de una bicicleta y con sus 5 sentidos se darán cuenta de que están rodeados de un paisaje impresionante.



FUENTE: Fotografía tomada por el investigador

C) Zipline (canopy tour)

Es una tirolesa, canopy (conocida como zip-line, flying fox, zip wire, aerial runway, death slide) consta en descender de una polea que se encuentra suspendida por cables montados en una inclinación en un valle o cañón. Es diseñado para que sean impulsados por la misma gravedad y deslizarse desde la parte más alta hasta el fondo mediante un cable a una velocidad establecida dependiendo el grado de montaje.



FUENTE: Fotografía tomada por el investigador

3.3.7. Producto o servicio

Llevar el turismo de Aventura a un dinamizador del desarrollo económico y social en la provincia de Huaraz prestando servicios de buena calidad a través de los deportes de aventura de manera que sea implementado las actividades de aventura como son Rappel, Escalada en Roca, Canopy y circuitos de Bicicleta de montaña y lograr satisfacer las necesidades de los visitantes.

A) Precios

Logras poner precios accesibles para los visistantes de tal forma que estos generen ganancias beneficiosas para el desarrollo de este proyecto turístico.

B) Publicidad y promoción

Poder divulgar información concreta de turismo de aventura de las condiciones turistas de la provincia de Huaraz, mediante medios de comunicación de calidad, que ayuden al mercado se la reconozca de forma inmediata entre la competencia.

C) Distribución

Fomentar y suministrar el turismo de aventura de la provincia de Huaraz logrando identificar y utilizar las mejores vías de distribución para un servicio apto y de calidad.

3.3.8. Análisis FODA

Para plantear la propuesta de este trabajo de investigación que es desarrollar los deportes de aventura, se requiere identificar las ventajas y desventajas que nos proporciona la zona, los cuales serán descritos en un análisis FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - La zona de investigación cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos, de diferentes categorías, algunas de los ellos aptos para el desarrollo del turismo de aventura. - La provincia de Huaraz está ubicada geográficamente en una zona importante del país, debido a lo cual posee diversidad de flora y fauna, lo cual puede convertirse en un atractivo más. - Los guías locales colaboran con el impulso de las actividades turísticas para el desarrollo del turismo de 	<ul style="list-style-type: none"> - No posee una buena señalización en el camino que comunica a los turistas y puedan tener un acceso a los lugares. - Los recursos destinados para las condiciones turísticas para el turismo de aventura son muy limitados por lo que los guías y agencias privadas debe priorizar los mismos. - Los caminos que conducen hacia varios de los atractivos están en mal estado, y la vía que conduce hacia el rocódromo para la práctica de escalada en roca tampoco tiene el mantenimiento adecuado.

<p>aventura.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posee un gran potencial turístico que podría ser aprovechado de la mejor manera. - Las autoridades están prestas a apoyar cualquier investigación concerniente al turismo local. - El ejecutor de la investigación cuenta con experiencia necesaria dentro del mercado turístico. - El ejecutor de la investigación conoce el rubro y está calificado para realizar la investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de promoción de los atractivos que posee la zona, solo el rocódromo es conocido. - No cuenta con un centro de información turística adecuada. - Existe problemas con el sistema de limpieza y recolección de basura y protección al turista por parte del ministerio del turismo y la policía nacional. - La ciudad no cuenta con infraestructura turística necesaria para el desarrollo del turismo de aventura.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechamiento de nuevas zonas óptimas para llevar a cabo deportes de aventura. - Nuevas opciones de desarrollo turístico añadidas y/o en proceso de implementación, en toda la provincia de Huaraz. - El aumento de la actividad turística en las zonas aledañas de la ciudad y el aumento del interés de los turistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Intereses políticos en cuanto a la reparación de las condiciones turísticas. - Cambios climáticos repentinos que logran afectar tanto a la variedad el sector como a los atractivos turísticos. - Competencia entre gobernantes de la municipalidad por incursionar en el turismo. - Corrupción en el país y en el gobierno local, regionales.

<p>por conocer nuevos atractivos turísticos.</p> <p>- El apoyo de organizaciones publicadas como privadas que opera en el sector.</p> <p>- Aumento de los ingresos que recibe la municipalidad anualmente para realización de obras.</p>	<p>- Poca data y estadísticas brindadas por las autoridades.</p> <p>- Informalidad en el sector turismo en Huaraz.</p> <p>- Trámites burocráticos para la implementación de permisos a fin de desarrollar el turismo de aventura.</p>
--	---

3.3.9. Plan de acción

Por medio de la creación de un plan de marketing, se ha tenido a bien formular un plan y/o estrategia de acción que ayuden a la ejecución de aspectos de mejora sin la necesidad de financiación de un crédito bancario ya que es autofinanciado y también cuentan con empresas ligadas que cuentan con puestos para ello, en el otro ítem financiero logramos analizará su viabilidad, rentabilidad y periodo de recuperación del proyecto con un plan de marketing y si se debe de aplicar el mismo. Por ello dependerá de la decisión de los líderes de la municipalidad provincial de Huaraz para desarrollar turismo de aventura, por ello este proyecto de tesis esta limita a lograrse el estudio, proponer los planes, estrategias y alternativas para poner en manos de los directivos para que se realicen e implemente la propuesta.

3.3.10. Estrategia de producto o servicio

- El aspecto y punto primordial a tomar en cuenta al realizar las estrategias son las maneras de hacer que el producto logre ser atractivo para el público visitante, seguidamente en la mente del consumidor de una manera que sea

gustosa y por último crear una demanda hacia el producto.

- Brindar una capacitación y guía sobre las ilustraciones de cómo debe ser el acceso al rocódromo, cataratas de arzobispo, canopy, mirador y la manera correcta de realizar los deportes de turismo de aventura en la zona de manera que no afecte al ambiente.
- Orientar a las agencias de viaje que si bien cuenten con una oferta de servicios que estén dirigidas a los visitantes - turistas específicamente (aventura, natural).
- Describir los grupos y metas de cada turista para lograr sacar una plantilla de DAFO (corporativos, turistas internacionales, estudiantes, visitantes, entre otros).
- Brindar un valor agregado a los visitantes que estén ansiosos para realizar las actividades de aventura de manera que se sientan incluidos dentro de la actividad y ser parte de ello, por ejemplo: incluir guías de deportes de aventura, box lunch, caminatas, entre otros.
- Crear y organizar paquetes de aventura para conocer los otros atractivos del lugar de visita, caminatas hacia poblaciones o lugares que se encuentren en zonas aledañas a la ciudad, previa coordinación con los comuneros de esas zonas para lograr un turismo vivencial.

3.3.11. Características de los paquetes de aventura

Con el fin de unir los aspectos y criterios en el diseño de los paquetes y programas, se menciona a continuación la información básica de que estos deben contener.

- Nombre del paquete y su numeración (codigo)
- Tiempo de duración. (horas)
- Tipo de deporte de aventura.

- Descripción de actividades a realizar en orden de vista.
- Tipo de dificultad: Fácil, medio o difícil
- Itinerario, listado de deportes.
- Servicios que incluye el paquete.
- Precio por número de turistas y duración.
- Suvenires: fotografía, recuerdos, artesanía, etc.
- Ofrecer a los visitantes algún tipo de cortesía como bebidas típicas de la zona, comidas típicas, recuerdos, entre otros.
- Dar una buena impresión y posicionamiento del turismo de aventura en la región Ancash mediante la creación de una marca y nombre.

3.3.12. Estrategia de precios

- Determinación de los precios por un valor percibido.
- Determinación de los precios basados mediante proformas de la competencia.
- Determinación de los precios por cada paquete de aventura con 2 o más deportes.
- Alentar políticas de descuentos del 20 a 25% para grupos turísticos grandes (de 10 a más) y según temporadas altas o bajas

3.3.13. Estrategia de distribución

- Conservar los contactos con los canales de distribución como el Ministerio de Turismo, Parque Nacional Huascarán, Municipio provincial de Huaraz y empresas turísticas de viajes para la coordinación de este proyecto.
- Realizar, obtener y brindar mapas e instrumentos que puedan direccionar las rutas para los deportes de aventura si es posible en diferentes idiomas para los turistas extranjeros.

3.3.14. Estrategia de publicidad y promoción

Mediante la publicidad del producto del turismo de aventura se puede promocionar por las guías turísticas diseñadas.

- Masificar la publicidad del patrimonio natural y cultural de la provincia de Huaraz para desarrollar turismo de aventura.
- Realizar publicidad llamativa para el turista que incentive al turista visitar Huaraz y sus parajes maravillosos.
- Brindar paquetes promocionales en feriados, feriados largos o fechas especiales.
- Actualizar la página web de la municipalidad de Huaraz para demostrar las condiciones turísticas de la ciudad de manera que genere desarrollo sostenible en el turismo de aventura y darle mantenimiento seguido para contar con la información actualizada y detallada utilizando esta herramienta tecnológica a través de Internet.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Se determinó el estado actual de las condiciones turísticas de la provincia de Huaraz en su mayoría es regular los recursos evaluados se encuentran solo algunos con buenas condiciones para lograr acrecentar el turismo de aventura mientras que otros como el mirador de rataquenua y pumacayan son algunos recursos turísticos que aún falta dotar de buenos acceso como asfaltados para su fácil acceso, así mismo cuenta con poca señalización, por lo cual, el estado real de los recursos turísticos es regular

El ámbito turístico de la provincia de Huaraz es regular, pues posee carreteras adecuadas para el tránsito vehicular, la vía principal que es Lima - Huaraz se encuentra asfaltada totalmente, en cambio, cuenta con carreteras de trocha hacia algunos parajes turísticos más visitados en Huaraz, de mismo modo no cuenta con un aeropuerto moderno cercano a la ciudad para un viaje más corto y rápido.

La planta turística con que cuenta la provincia de Huaraz es regular, pues cuentan con algunos establecimientos de restaurant, hospedaje y empresas que ofrecen el servicio de transporte, los cuales en su gran totalidad no están categorizados, y por lo cual el servicio ofrecido es regular, algunos establecimientos están trabajando para mejorar y superar, los que no cuentan con ninguna categoría, pero brindan servicios de calidad, capaces de poder satisfacer al turista.

La demanda potencial del turismo con la que cuenta la provincia de Huaraz principalmente es originaria de turistas extranjeros con un total de 78.80% y nacionales con un total de 21.20%, con edades que varían entre 18 y 38 años, los

cuales cuentan con una necesidad de viaje en la que predomina el interés por la cultura y el contacto con ambientes naturales.

La propuesta realizada en esta investigación es de una naturaleza aventurera, toma el camino de Lima a Huaraz, y de Huaraz a los activos de manera que el viajero que son el recorrido de los Olivos que cuenta con escalada en el sector de los Olivos y dentro de este se cuenta con parajes maravillosos para la visualización y conectar con unos mismo logrando una paz interna, especies de plantas que incluyen olivos, cancha piedra, matico, orquídeas , cactus y helechos; Dentro de la fauna puede haber una especie de búhos, águilas, aquí se puede cruzar senderismo, acampar, fototurismo, tirolesa y en el mirador de Rataquenua, en el que puede haber una pendiente montañosa y una categoría superior para quienes gustan del ciclismo de montaña, con un terreno firme ideal para realizar, del mismo modo el rapel; esta propuesta tiene una duración de un día. en el cual el turista va poder disfrutar de cualquiera de las opciones de aventura.

4.2. Recomendaciones

Avanzar en la protección de los activos de los turistas de las cruzadas en las que se demuestra a la población la importancia de tratar con los activos de la naturaleza: la experiencia y al mismo tiempo avanzar en la contribución de la población para producir una ventaja agregada; además, avanza el moldeado fundamental de los activos para la acción de la industria de viajes, mencionando los elementos responsables de los ejecutivos y el trabajo en busca de mejoras que garanticen la mejora de la industria de viajes para el área de Huaraz y avanzar en la mejora de la disponibilidad a las dificultades hacia los centros turísticos, presentar la propuesta al distrito y las sustancias en control, que pueden hacer los trabajos necesarios para la mejora de los elementos disuasorios, esto incorpora la mejora de las calles, incluir señales, de modo que fomente el intercambio e incrementar el flujo de turistas en el territorio.

Mejorar el sistema de la planta turística, mejorando los establecimientos de servicios de restauran, alojamiento entre otros, equipamientos, reclutamiento y capacitación de personal, con el objetivo de garantizar la calidad de servicio que brinda actualmente en la planta turística de la provincia de Huaraz.

Desarrollar diferentes planes, propuestas y productos turísticos, con actividades que brinden pasatiempos agradables en los visitantes locales, nacionales y extranjeros, garantizar y asegurar más vistas y que aumente la variación de la oferta del viajero, para que la provincia de Huaraz logre contar con un gran número de visitantes y logre consolidarse como un destino único de turismo de aventura en la medida Nacional y sudamericana, brindar charlas y talleres de capacitación tanto en los hospedajes como a los establecimientos de comida para que logren ofrecer

servicios de primer nivel, pudiendo satisfacer los requerimientos y necesidades de los turistas que lleguen a la provincia de Huaraz.

V. REFERENCIAS

- Blanco, M. (2008).** *“Infraestructura Turística”* Recuperado de <http://www.eumed.net/librosgratis/2015/1433/infraestructura-turistica.htm>.
- Boullon, R. (2006).** *“Planificación del espacio turístico”*. (4ª ed.). México. Editorial Trillas.
- Butler, R.W. (1980).** *“El concepto de un ciclo zona turística de la evolución: Implicaciones para la gestión de los recursos”* Recuperado de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S071864282009000200006&script=sci_arttext
- Díaz, M. (2013).** *“Condiciones turísticas que favorecen el turismo de naturaleza-aventura en el distrito de Virú año 2013”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.
- Ewert, I. (1989).** *“Definiciones alternativas de Turismo Aventura”*. Recuperado de: <http://www.ilustrados.com/tema/3834/Turismo-Aventura.html>
- García, L. (2012).** *“Condiciones turísticas para la generación de un circuito turístico temático en el pueblo de Magdalena de Cao, año 2012”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.
- Jafari, J. (2002).** *“Enciclopedia de Turismo”*. Madrid: Síntesis.
- Llerena, A. & Vera, D. (2011)** *“El Potencial Turístico del Cerro de Hayas y sus Posibles Mejoras como un Atractivo para la Práctica de Turismo de Aventura”*. Recuperado de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/89366/D-64632.pdf>
- Martínez, R. (2009).** *“Servicios Turísticos”*. Recuperado de: <http://rincondeluniversitario.blogspot.pe/2009/08/el-servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html>

Mincetur (2005). *“Conceptos fundamentales del Turismo”*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

Mincetur (2006). *“Manual para la formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional”*. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OC_T2006.pdf

Muñoz, J. (2002). *“Folklore y Turismo”*. Tegucigalpa, Honduras: Guaymuras.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2011). *“Bosque y tipos de bosques”*. Recuperado de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/X0105S/X0105S10.pdf>

Pulido et al. (2011). *“Estructura General del Mercado Turístico”*. (1° ed.). España. Editorial Síntesis, S. A.

Quezada, R. (2010) *“Elementos del turismo Teoría, Clasificación y actividad”*. (2da ed.). San José, Costa Rica. Editorial Universidad Estatal.

Reaño, E. (2014). *“Condiciones turísticas para la consolidación de un turismo de naturaleza – aventura en Puerto Malabrigo año 2014”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.

Toapanta P. A. (2012). *“Identificación de nuevas tendencias de deportes de aventura que puedan ser implementadas en el cantón guano de la provincia de Chimborazo”*. Recuperado de: <http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/438/1/TESIS%20ANDREA%20TOAPANTA.pdf>

Torres, E., Esteve, R. & Fuentes, R. (2006). *“Estructura de Mercados Turísticos”*. (1° ed.). España. Editorial UOC.

Aguirre, L. F. y Rueda, P. (2014). *“Modelo de Gestión para determinar las potencialidades y los beneficios de los deportes de aventura, incorporados al sector turístico en la provincia de Nápoles en el año 2014”*. Tesis de grado para la obtención del título de ingeniero en negocios internacionales e ingeniero comercial. Quito: Universidad Internacional del Ecuador, 2014.

Lanuza, A. ((2014). *“El cicloturismo como producto turístico innovador en la provincia de Huesca”*. Trabajo de fin de Grado. Facultad de empresa y gestión pública. Zaragoza: Universidad Zaragoza, 2014.

Almeida, J. A. y Gómez, K. L. (2014). *“Implementación de turismo de aventura y desarrollo de deportes extremos en la cascada Salto de Oro del Cantón Pedro Carbo”*. Tesis de grado para la obtención del título de ingeniero en administración de empresas turísticas y hoteleras. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.

Susan Lizeth BARRETO DE LA CUNZA (2018), *Potencialidades que presenta la Zona Arqueológica Quebrada Santo Domingo para la práctica del Turismo Cultural y de Naturaleza – Aventura en el distrito de Laredo, provincia de Trujillo*. Tesis de grado para la obtención del título de licenciada en turismo. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo. Perú.

Arrieta, C., Solís, J. A. y Zapatero, G. (2016). *Planeamiento estratégico para el desarrollo turístico del valle de Lurín*. Tesis para obtener el grado de magíster en administración Estratégica de empresas. Pontificia Universidad católica del Perú y Maastricht school of management. Lima. Perú.

VI. ANEXOS

Anexo 01: encuesta para los turistas y visitantes en la provincia de Huaraz

ENCUESTAS PARA LOS TURISTAS Y VISITANTES

Buenos días, tardes, noches, mi nombre es Kelwin Alvarado Tolentino estudiante, me encuentro realizando un estudio de factibilidad para la implementación de un proyecto de Turismo de aventura (deportes) en la Provincia de Huaraz. Favor solicito su colaboración.

1. DATOS GENERALES DEL TURISTA:

- a) Nacionalidad: _____
b) Edad: _____
c) Sexo: M () F ()

2. ¿CUÁL HA SIDO EL MOTIVO POR EL QUE HA REALIZADO ESTE VIAJE?

- () Turismo cultural () Turismo de Aventura
() Ecoturismo () Turismo comunitario
() Otros: _____

3. ¿CUANTAS VECES AL AÑO SALE USTED DE VACACIONES?

- () De 1 -2 () De 3- 4 () 5 o mas

4. CUANDO SALE DE VACACIONES SUELE HACERLO:

- () Solo
() En familia, () Cuantos
() Amigos

5. ¿CUÁL FUE EL MEDIO POR EL CUAL OBTUVO INFORMACIÓN DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE LA Provincia DE HUARAZ?

- () Amigos () Internet
() Agencias de Viajes () Revistas
() Televisión () Otros: _____

6. ¿EN LA PROVINCIA DE HUARAZ QUÉ ATRACTIVOS TURÍSTICOS VISITÓ?

- () Rataqenua () Los olivos
() Barrio José Olaya () Pumacayan
() Otros: _____

7. SEGÚN SU OPINIÓN ¿CÓMO UD. VE EL DESARROLLO DEL TURISMO ACTUAL EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

- Total mente desarrollado
 Semi desarrollado
 No desarrollado

8. ¿CUÁL CREE UD. QUE ES LA CAUSA DE UN TURISMO NO DESARROLLADO EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

- Falta e transporte Falta de información
 Falta de iniciativa gubernamental Falta de alternativas turísticas
 Desconocimiento de la zona
 Otros: _____

9. ¿CONSIDERA QUE LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL TURISMO PERUANO, EN PARTICULAR HUARAZ ES?

- Buena Regular Mala

10. ¿CONOCE USTED SOBRE LOS DEPORTES DE AVENTURA QUE SE REALIZAN EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

- SI NO

¿Cuáles?:

11. ¿PRACTICA O HA PRACTICADO ALGÚN DEPORTE DE AVENTURA?

¿CUÁLES?

- Si NO

¿Cuáles?:

12. SI HUBIESE UNA NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA COMO EL “TURISMO DE AVENTURA” ¿ESTARÍA INTERESADO EN CONOCER MÁS SOBRE ES ALTERNATIVAS DE TURISMO EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

- Si NO

13. ¿CUANTOS DÍAS LE GUSTARÍA PERMANECER EN EL CASO DE DESARROLLARSE EL TURISMO DE AVENTURA?

- 2 a 4 días 4 a 6 días 6 días a mas

14. ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE CONSIDERA ADECUADO POR UN DÍA POR PERSONA PARA REALIZAR EL "TURISMO DE AVENTURA"?

\$ 30 a 50

\$ 50 a 70

\$ 70 a 90

15. ¿RECOMENDARÍA USTED REALIZAR TURISMO DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE HUARAZ?

Si

NO

**Anexo 02: Gua para la observación directa de los Recursos tarsitos en
Huaraz**

GUÍA DE OBSERVACIÓN RECURSOS TURÍSTICOS

OBJETIVO: Identificar los recursos turísticos de la provincia de Huaraz así como realizar una descripción y análisis de los mismos. Guía de observación mejorada del Manual para la Formulación de Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional

FICHA

N°:

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

UBICACIÓN: Región: _____ Provincia: _____ Distrito:

Datos sobresalientes que detallan las características del recurso:
