

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO
Y ADMINISTRACIÓN**



TESIS

**"PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY EN EL DISTRITO
MARISCAL BENAVIDES, PROVINCIA RODRÍGUEZ DE MENDOZA, PARA
DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN AMAZONAS - 2013"**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

Br. JHANLY ISABEL TAFUR FLORIDA

ASESORA:

Econ. MANUEL ANTONIO MORANTE DÁVILA



CHACHAPOYAS -AMAZONAS - PERÚ

27 MAY 2015

2014

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN**



TESIS

***“PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY EN EL DISTRITO
MARISCAL BENAVIDES, PROVINCIA RODRÍGUEZ DE MENDOZA, PARA
DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN AMAZONAS – 2013”***

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTORA : Br. TAFUR FLORIDA, Jhanly Isabel

ASESOR : Econ. MORANTE DÁVILA, Manuel Antonio

CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ

2014



27 MAY 2015

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y estar siempre conmigo para el logro de mis metas.

Al ser cuyo esfuerzo ha podido sembrar una semilla de valores,
responsabilidad, constancia y amor en mi persona y la de mi hermano, mi
Madre.

El esmero de tantos años ha rendido sus frutos y espero que el producto de este
trabajo la llene de orgullo y satisfacción.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera muy especial a Dios, por guiar mí camino; a mi madre, por tenerme paciencia, fe, y brindarme su apoyo moral y económico, durante mi proceso de realización personal y profesional.

De igual manera agradezco a mis maestros por cada enseñanza y consejos brindados, los cuales permitieron que me convierta en una profesional.

A mi Asesor Econ. Manuel Morante Dávila, por el tiempo dedicado desde los inicios de esta investigación a absolver mis dudas y orientar al proceso de culminación de esta investigación. De igual manera agradezco a la Br. Suly Chumbe Ramírez, por haberme apoyado durante el proceso de esta investigación, absolviendo mis dudas y sentando bases para este documento final.

También quiero agradecer a todas las personas e instituciones que me facilitaron con información necesaria para este trabajo de investigación, la cual contribuirá al desarrollo de la actividad turística en la Provincia Rodríguez de Mendoza y con ello el mejoramiento de la calidad de vida de la población involucrada.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO
RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

2

**Ph. Dr. Hab. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ
RECTOR**

**Dr. ROBERTO JOSÉ NERVI CHACÓN
VICE RECTOR ACADÉMICO**

**Dr. EVER SALOMÉ LÁZARO BAZÁN
VICE RECTOR ADMINISTRATIVO**

**Econ. MANUEL ANTONIO MORANTE DÁVILA
DECANO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

VISTO BUENO DEL ASESOR

Como asesor del presente trabajo de investigación, considero que la tesis: **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY EN EL DISTRITO MARISCAL BENAVIDES, PROVINCIA RODRÍGUEZ DE MENDOZA, PARA DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA REGIÓN AMAZONAS – 2013**, elaborada por la bachiller Jhanly Isabel Tafur Florida, ha concluido satisfactoriamente. Por lo que doy visto bueno para su evaluación y sustentación correspondiente.

Chachapoyas, junio del 2014.



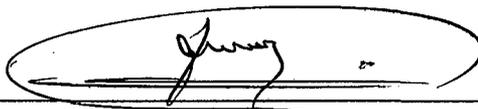
ECON. MANUEL ANTONIO MORANTE DÁVILA
ASESOR

El jurado ha sido designado según Resolución N° 029 – 2013 – UNTRM-VRAC/FTYCEAYC, quedando conformado por:



Dra. MARITZA REVILLA BUELOTH

PRESIDENTE



Econ. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI

SECRETARIO

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ

VOCAL

Abog. BARTON SAJAMI LUNA

ACCESITARIO

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS.....	V
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	VI
JURADO.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRAC.....	XIX
INTRODUCCIÓN.....	01
I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	03
1.1.Marco teórico.....	03
1.2.Antecedentes del problema.....	16
1.2.1. A nivel internacional.....	16
1.2.2. A nivel nacional.....	18
1.2.3. A nivel local.....	19
1.3.Realidad problemática.....	22
1.3.1. Planteamiento del problema.....	22
1.3.2. Formulación del problema.....	25
1.3.3. Justificación.....	26
1.4.Hipótesis.....	29

1.5.Objetivos.....	29
1.5.1. Objetivo general.....	29
1.5.2. Objetivos específicos.....	29
II. MARCO METODOLÓGICO	30
2.1.Diseño de la investigación.....	30
2.2.Material de estudio.....	30
2.3.Variable de estudio.....	30
2.4.Población y muestra.....	30
2.4.1. Población.....	30
2.4.2. Muestra.....	31
2.5.Métodos, técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	33
2.5.1. Metodología.....	33
2.5.2. Técnicas.....	34
2.5.3. Instrumentos de recolección de datos.....	34
2.5.4. Análisis de los datos	35
III.RESULTADOS.....	36
3.1.Resultados de la oferta.....	37
3.1.1.Oferta de servicios.....	37
3.1.2.Oferta de recursos turísticos.....	40
3.2.Resultado de las encuestas aplicadas a los pobladores del centro de intervención: Centro poblado de Mariscal Benavides y caserío San Antonio	45
3.3.Resultados de la demanda.....	53
3.3.1.Resultado de las entrevistas aplicadas a tour operadoras.....	53
3.3.2.Resultado de las encuestas aplicadas a turistas nacionales.....	58
3.3.3.Resultado de las encuestas aplicadas a turistas extranjeros.....	79

IV. DIAGNÓSTICO DEL CENTRO DE INTERVENCIÓN: centro poblado de Mariscal Benavides y caserío San Antonio.....	99
4.1. Análisis FODA del centro de intervención.....	99
4.2. Diagnóstico del deporte de aventura: Canopy en el caserío San Antonio.....	102
4.2.1. Ubicación.....	102
4.2.2. Flora.....	104
4.2.3. Fauna.....	104
4.2.4. Lugares críticos.....	105
4.2.5. Análisis FODA del Canopy como deporte de aventura.....	106
V. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY.....	108
5.1. Diseño técnico del canopy.....	109
5.1.1. Consideraciones técnicas.....	109
5.2. Diseño de un circuito turístico.....	121
5.2.1. Impactos que genera.....	121
5.2.2. Perfil del turista potencial para desarrollar el canopy.....	122
5.2.3. Estrategias de comercialización.....	139
V. DISCUSIONES.....	144
VI. CONCLUSIONES.....	149
VII. RECOMENDACIONES.....	151
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	152
IX. ANEXOS.....	154

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Afluencia de turistas al Complejo Arqueológico de Kuélap.....	32
Tabla N° 02: Establecimientos de hospedaje.....	37
Tabla N° 03: Establecimientos de restauración.....	38
Tabla N° 04: Empresas de transporte.....	39
Tabla N° 05: Categoría de los recursos turísticos.....	40
Tabla N° 06: Equipamiento individual.....	103
Tabla N° 07: Resumen del perfil del turista potencial para canopy.....	122
Tabla N° 08: Distancias, tiempos y medio de transporte utilizados en el circuito.....	126
Tabla N° 09: Distancias en Km. desde el punto de salida hacia los recursos turísticos.....	127
Tabla N° 10: Recursos turísticos incluidos en el circuito turístico.....	129
Tabla N° 11: Actividades turísticas incluidas en el circuito turístico.....	131
Tabla N° 12: Itinerario del circuito turístico.....	135
Tabla N° 13: Oferta de servicios incluidos en el circuito turístico.....	137
Tabla N° 14: Costos del circuito turístico.....	138

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01: Distribución de los pobladores encuestados según género.....	45
Gráfico N° 02: Distribución de los pobladores encuestados según su edad.....	46
Gráfico N° 03: Distribución de los pobladores encuestados según su opinión acerca de qué es turismo.....	47
Gráfico N° 04: Distribución de los pobladores encuestados según su conocimiento acerca del turismo de aventura.....	47
Gráfico N° 05: Distribución de los pobladores encuestados según los tipos de turismo de aventura que se pueden realizar.....	48
Gráfico N° 06: Distribución de los pobladores encuestados según su opinión acerca de qué es y en qué consiste el canopy?.....	49
Gráfico N° 07: Distribución de los pobladores encuestados según su conocimiento de la existencia de la infraestructura para desarrollar el canopy.....	49
Gráfico N° 08: Distribución de los pobladores encuestados según si estaría de acuerdo con el desarrollo del canopy.....	50
Gráfico N° 09: Distribución de los pobladores encuestados según su disposición para participar en la actividad turística.....	50
Gráfico N° 10: Distribución de los pobladores encuestados según la actividad que le gustaría participar, en caso de implementarse el canopy.....	51
Gráfico N° 11: Distribución de los pobladores encuestados según el compromiso asumido con el cuidado del medio ambiente y recursos turísticos.....	52
Gráfico N° 12: Distribución de turistas nacionales encuestados según género.....	59
Gráfico N° 13: Distribución de turistas nacionales encuestados según su edad.....	59
Gráfico N° 14: Distribución de turistas nacionales según su procedencia.....	60
Gráfico N° 15: Distribución de turistas nacionales encuestados según su estado civil.....	61
Gráfico N° 16: Distribución de turistas nacionales encuestados según su ocupación.....	62
Gráfico N° 17: Distribución de turistas nacionales según su grupo de viaje.....	63
Gráfico N° 18: Distribución de turistas nacionales encuestados según su periodo de permanencia.....	63

Gráfico N° 19: Distribución de turistas nacionales encuestados según sus gastos durante su estadía.....	64
Gráfico N° 20: Distribución de turistas nacionales encuestados según su motivo de visita.....	65
Gráfico N° 21: Distribución de turistas nacionales encuestados según los factores que influyen en su decisión de viaje.....	66
Gráfico N° 22: Distribución de turistas nacionales encuestados según qué medios de información utilizan.....	67
Gráfico N° 23: Distribución de turistas nacionales encuestados según medios de organización de su viaje a la región Amazonas.....	68
Gráfico N° 24: Distribución de turistas nacionales encuestados según el tipo de actividades (o compras) que ha realizado durante su visita.	69
Gráfico N° 25: Distribución de turistas nacionales encuestados según su conocimiento de los lugares en los que se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.....	70
Gráfico N° 26: Distribución de turistas nacionales encuestados según su intención de conocer algunos lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.....	71
Gráfico N° 27: Distribución de turistas nacionales encuestados según su parecer ante la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: Canopy.....	72
Gráfico N° 28: Distribución de turistas nacionales encuestados según su parecer ante la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: Canopy.....	73
Gráfico N° 29: Distribución de turistas nacionales encuestados según tiempo de permanencia para visitar el nuevo destino y desarrollar el deporte de Canopy.....	74
Gráfico N° 30: Distribución de turistas nacionales encuestados según su disposición de pago para desarrollar el deporte de Canopy.....	75
Gráfico N° 31: Distribución de turistas nacionales encuestados según los medio elegidos para recibir información acerca del deporte de aventura y del nuevo destino.....	76

Gráfico N° 32: Distribución de turistas nacionales encuestados según disposición para recomendar a Amazonas como nuevo destino.....	77
Gráfico N° 33: Distribución de turistas extranjeros encuestados según género.....	80
Gráfico N° 34: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su edad.....	81
Gráfico N° 35: Distribución de turistas extranjeros según su procedencia.....	82
Gráfico N° 36: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su estado civil.....	83
Gráfico N° 37: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su ocupación.....	83
Gráfico N° 38: Distribución de turistas extranjeros según su grupo de viaje.....	84
Gráfico N° 39: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su periodo de permanencia.....	85
Gráfico N° 40: Distribución de turistas extranjeros encuestados según sus gastos durante su estadía.....	86
Gráfico N° 41: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su motivo de visita.....	87
Gráfico N° 42: Distribución de turistas extranjeros encuestados según los factores que influyen en su decisión de viaje.....	88
Gráfico N° 43: Distribución de turistas extranjeros encuestados según qué medios de información utilizan.....	88
Gráfico N° 44: Distribución de turistas extranjeros encuestados según medios de organización de su viaje a la región Amazonas.....	89
Gráfico N° 45: Distribución de turistas extranjeros encuestados según el tipo de actividades (o compras) que ha realizado durante su visita.....	90
Gráfico N° 46: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su conocimiento de los lugares en los que se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.....	91

Gráfico N° 47: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su intención de conocer algunos lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.....	92
Gráfico N° 48: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su parecer ante la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: Canopy.....	92
Gráfico N° 49: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su parecer ante la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: Canopy.....	93
Gráfico N° 50: Distribución de turistas extranjeros encuestados según tiempo de permanencia para visitar el nuevo destino y desarrollar el deporte de Canopy.....	94
Gráfico N° 51: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su disposición de pago para desarrollar el deporte de Canopy.....	95
Gráfico N° 52: Distribución de turistas extranjeros encuestados según los medio elegidos para recibir información acerca del deporte de aventura y del nuevo destino.....	96
Gráfico N° 53: Distribución de turistas extranjeros encuestados según disposición para recomendar a Amazonas como nuevo destino.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01: Actividades turísticas.....	03
Figura N° 02: Matriz FODA del centro de intervención.....	100
Figura N° 03: Planteamiento de estrategias para el centro de intervención.....	101
Figura N° 04: Ubicación del complejo turístico San Antonio.....	102
Figura N° 05: Matriz FODA del Canopy como deporte de aventura.....	106
Figura N° 06: Planteamiento de estrategias para el Canopy como deporte de aventura.....	107
Figura N° 07: Propuesta de implementación de canopy.....	108
Figura N° 08: Partes del caso.....	110
Figura N° 09: Partes del arnés.....	111
Figura N° 10: Partes del mosquetón.....	112
Figura N° 11: Partes de la línea de vida regulable.....	112
Figura N° 12: Ajustes de línea de vida.....	113
Figura N° 13: Partes de la polea track.....	113
Figura N° 14: Clasificación de recursos turísticos para el diseño del circuito.....	125
Figura N° 15: Diagramación del circuito turístico.....	128
Figura N° 16: Diseño del logo.....	140
Figura N° 17: Despliegue exterior del tríptico promocional.....	141
Figura N° 18: Despliegue interior del tríptico promocional.....	142
Figura N° 19: Entrada principal de la página web propuesta.....	143

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 01: Encuesta aplicada a turistas nacionales en la ciudad de Chachapoyas.....	155
ANEXO N° 02: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en la ciudad de Chachapoyas.....	156
ANEXO N° 03: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Mariscal Benavides.....	157
ANEXO N° 04: Entrevista aplicada a las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas.....	158
ANEXO N° 05: Entrevista aplicada al propietario del complejo turístico San Antonio.....	159
ANEXO N° 06: Llegada de visitantes al complejo arqueológico de Kuélap, entre enero 2005 – diciembre 2013.....	160
ANEXO N° 07: Recursos turísticos de la provincia de Rodríguez de Mendoza.....	160
ANEXO N° 08: Evaluación de los recursos turísticos del distrito de Mariscal Benavides.....	161
ANEXO N° 09: Diseño del tríptico.....	185
ANEXO N° 10: Manual de procedimientos para guías de canopy.....	186
ANEXO N° 11: Manual de procedimientos para el usuario de canopy.....	195
ANEXO N° 12: Álbum fotográfico.....	199

RESUMEN

La tesis titulada “Propuesta de implementación del canopy en el distrito Mariscal Benavides, provincia Rodríguez de Mendoza, para diversificar la oferta turística de la región Amazonas - 2013”, es una propuesta que se inicia con la realización de un diagnóstico turístico del centro de intervención, el análisis de la demanda y la oferta, culminando con la elaboración de estrategias de promoción y comercialización para la implementación del canopy, con la finalidad de dinamizar y ampliar la oferta turística de la región Amazonas.

En el proceso de realización del diagnóstico turístico y el estudio de la oferta, se identificaron un total de 05 prestadores de servicios turísticos (entre hoteles y restaurantes). Además en el proceso de evaluación turística, se ha inventariado, catalogado y jerarquizado un total de 07 recursos turísticos, dentro de las categorías de sitios naturales, manifestaciones culturales y realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas.

Posteriormente se realizó un estudio de la demanda, a través de encuestas que determinaron el perfil del turista nacional y extranjero, determinando que el 95% de turistas nacionales y 89% de turistas extranjeros aceptan desarrollar el canopy.

Habiéndose identificado el perfil del turista que visita Amazonas, y al haber definido los requerimientos técnicos indispensables para la operación del canopy, se planteó estrategias de comercialización a través de itinerarios, diseño de una marca turística, un tríptico y una página web, buscando de esta manera el posicionamiento en el mercado del deporte de aventura y el circuito turístico establecido.

Palabras claves: circuito turístico, diversificación, canopy.

ABSTRACT

The thesis entitled "Proposal for implementation of the canopy in the district Mariscal Benavides, Rodríguez de Mendoza Province to diversify tourism in the Amazon region - 2013", is an approach that starts with the realization of a tourist diagnostic intervention center the analysis of demand and supply, culminating in the development of marketing and promotional strategies for implementing the canopy, in order to stimulate and expand tourism in the Amazon region.

In the process of preparation, tourist diagnosis and study of the offer identified a total of 05 providers of tourist services (including hotels and restaurants). Also in the tourist evaluation process, has been inventoried, catalogued and nested a total 07 tourist resources, within the categories of natural sites, cultural events and contemporary scientific or artistic technical realizations.

Later was made a study of demand, through surveys that determined the profile of national tourists and foreigner, determining that 95% of domestic tourists and 89% of foreign tourists agree to develop the canopy.

Having identified the profile of tourists who visit Amazon, and to have defined the technical requirements necessary for the operation of the canopy, was raised marketing strategies through itineraries, a tourism brand design, a brochure and a website, looking for adventure sports and the established tour market positioning in this way.

Key words: *tourist circuit, diversification, canopy*

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años la evolución de los intereses y tendencias de una demanda turística saturada del turismo convencional, ha favorecido la aparición de nuevos modelos turísticos, basados en la oferta de esparcimiento y adrenalina, lo cual ha promovido un importante crecimiento en el desarrollo de productos de naturaleza y aventura.

Según Fiameni, el turismo de aventura se puede definir como el que se desarrolla a partir de una relación muy estrecha entre el visitante y el recurso natural, en el cual se exigen ciertas destrezas o esfuerzos físicos al participante, exponiéndolo a diferentes tipos de riesgo, sin olvidar el estado de conservación del medio ambiente y sus recursos, así como la prestación de servicios acorde con el entorno.

Es por ello que a la hora de decidir el destino para ir de vacaciones, es fundamental la diversidad de la oferta con la que se cuente, puesto que el mercado turístico que se encuentra en constante crecimiento necesita de productos y actividades que cumplan con sus expectativas. En consecuencia, podemos decir que la diversidad de la oferta turística es un valor que permite aprovechar al máximo el potencial turístico de cada región.

Por otro lado, la Organización Mundial de Turismo (OMT) indica que las atracciones son utilizadas para revitalizar destinos tradicionales, con el objetivo de reposicionar el lugar en la mente del consumidor, diferenciar el producto de los competidores, diversificar la oferta turística del destino, etc. Pero no debemos olvidar que el turismo alternativo es una nueva opción, para realizar actividades no convencionales que incluyen el desarrollo de diversas actividades con bajo impacto ambiental. Este tipo de turismo es una nueva opción para las personas interesadas en buscar nuevas alternativas de viaje.

Convirtiendo al distrito de Mariscal Benavides, en un lugar adecuado para impulsar un turismo no convencional, puesto que cuenta con una gran variedad de recursos

turísticos, los cuales presentan un potencial inigualable que debe ser aprovechado a través de circuitos turísticos, previa evaluación de los mismos.

Por ende afirmamos que la demanda turística representa el factor dinamizador de la actividad turística en un territorio determinado, por lo que en el presente informe se analizan diversos aspectos de su visita y el grado de aceptación que pueda tener la propuesta de implementación del canopy, objetivo fundamental de la investigación. Pues para el presente estudio se realizó un diagnóstico de la zona de intervención, planteando como objetivo realizar un análisis interno que permita determinar las principales fortalezas y debilidades del distrito; así mismo diagnosticar la disponibilidad de la población en el desarrollo de la actividad turística.

La implementación del canopy, debe estar acorde a los requerimientos que rigen su construcción, para esto se propone las herramientas necesarias que se debe utilizar en ello, así como el equipamiento individual que utilizarán los visitantes durante la ejecución del deporte de aventura.

Todos estos procesos se conjugan en el diseño de un circuito turístico que facilita la comercialización del deporte y demás recursos turísticos con los que cuenta el distrito, mediante la programación de un itinerario, así como material publicitario que facilita la difusión de una nueva alternativa de viaje, y permite la diversificación de la oferta turística en la región.

I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.MARCO TEÓRICO

Actividad Turística; Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista, ya sean realizadas en el lugar de origen del turista o en el de acogida. Por extensión, por actividad turística se entiende no solamente cualquier acción desarrollada por los agentes turísticos sino también por el propio turista, con el objetivo de satisfacer unas motivaciones o necesidades y realizar las acciones programadas en el tiempo libre vacacional (turismo de aventura, turismo cultural, turismo fluvial, etc.). (Montaner, 1998: 11).

Además, se entiende por actividad turística, como una “agrupación de servicios” que se complementan y que tienen como resultado final la satisfacción de necesidades y las expectativas del cliente. (Felipe, 2004: 802).

Por otro lado, se entiende como actividad turística el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos.

Por ejemplo:

Figura N° 01: Actividades turísticas

Caminata /Trekking	Pesca deportiva	Visitar comunidades nativas/ rurales
Campamento /Camping	Remo	Paseos en yate, bote, lancha o canoa
Montañismo / Climbing	Puenting	Paseos en caballito de totora
Escalada en roca	Snowboard	Navegación en cruceros
Escala en hielo	Vela - Windsurf	Paseos en pedales
Sky sobre hielo	Surf / Tabla hawaiana	Paseos en caballo
Sky acuático	Canoping	Participación de fiestas religiosas
Espelelismo / descenso a cavernas	Paracaidismo	Fotografía profesional
Sandboard	Ala delta /Parapente	Estudios e investigación
Motocross	Sobrevuelo en aeronave	Participación de eventos
Pesca de altura	Degustación de platos típicos	Observación de la naturaleza
Pesca submarina	Rituales místicos/ Chamanismo	Observación de flora / fauna
Buceo/ Subadiving	Muestras de danzas y bailes típicos	Observación de aves
Canotaje / Rafting	Visitar sitios arqueológicos	Observación del paisaje
Ciclismo de montaña /Biking	Compra de artesanías	Observación de estrellas
Kayac	Visitar iglesias/conventos	Otro..
Motonáutica	Visitar museos	
Natación	Visitar inmuebles históricos	

Fuente: MINCETUR

Y finalmente, se entiende por actividad turística, aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el estado. *(Ley N° 26961, 1998: 01)*

Afluencia turística; Llegada masiva de turistas a un determinado núcleo receptor. Coincide generalmente con los periodos de temporada alta, manifestándose como un flujo constante de llegadas y salidas. La afluencia turística se acentúa en los comienzos de los periodos vacacionales o en fechas cuyas características (fiestas locales, fines de semana, etc.) favorecen el desplazamiento de turistas; la afluencia turística posee un carácter receptivo identificable con la llegada. *(Montaner, 1998:17)*

Agencia de Viaje; Empresa mercantil de servicios que organiza y comercializa tanto servicios combinados o paquetes turísticos organizados como servicios sueltos. *(Montaner, 1998:17)*

De acuerdo al reglamento de agencias de viaje, se le define como, persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos. *(Reglamento de agencia de viaje, 2004:02)*

Finalmente, las agencias de viaje son consideradas, como empresas mercantiles que se dedican profesional y comercialmente, y de manera exclusiva al ejercicio de actividades de asesoramiento, medición y organización de servicios turísticos. Pueden utilizar medios propios en la prestación de los servicios o bien un agente intermediario entre los prestadores de servicios y el cliente. *(Lexus, 2007:389)*

Tiene tres funciones fundamentales:

- a) ***Asesoramiento;*** función gratuita que consiste en informar y aconsejar al cliente sobre todas las alternativas de viaje que puedan interesarle, con el fin

de facilitarle la decisión sobre qué servicio es el más idóneo para sus posibilidades y necesidades.

- b) **Organización;** que consiste en la preparación y organización técnica de los viajes combinados, tanto ofertados directamente como solicitados por los clientes, así como la tramitación de servicios aislados.
- c) **Mediación;** que consiste en poner en contacto a los prestatarios de los servicios con los clientes potenciales, ampliando los puntos de venta de los prestatarios. (Montaner, 1998:17-18)

Las agencias de viaje pueden ser de distintos tipos:

- a) **Agencia de viaje mayorista;** Empresa mercantil que proyecta, elabora y organiza servicios combinados o paquetes turísticos (*forfait, viajes todo incluido, etc.*) para la venta al público a través de agencia de viajes minoristas, sin que en ningún caso pueda ofrecer sus productos directamente al usuario o consumidor.
- b) **Agencia de viaje mayorista – minorista;** Empresa mercantil que puede simultanear las actividades de las agencias de viajes mayoristas y la de los minoristas, teniendo un título de licencia doble y desembolsando los correspondientes capitales y finanzas que fija la legislación vigente.
- c) **Agencia de viajes minorista;** Empresa mercantil que proyecta, elabora y organiza servicios combinados o paquetes turísticos (*forfait, viajes todo incluido, etc.*) para la venta directa al público, no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias. Al mismo tiempo puede vender paquetes turísticos de las agencias mayoristas. Asimismo, reserva y vende servicios sueltos (billetes de transporte, alojamiento, etc.). (Montaner, 1998:18-20).

Beneficio; Diferencia positiva que existe entre los ingresos obtenidos y los gastos realizados en una determinada actividad por una empresa durante un periodo de

tiempo determinado, generalmente el periodo contable de un año. (*Montaner, 1998:67*).

Además, se denomina beneficio a la ganancia, o exceso de ingresos sobre gastos, de una transacción, operación o actividad económica, y pérdida cuando los gastos superan a los ingresos. (*www.economia48.com*).

Por otro lado, el término beneficio, alude a cualquier cosa que recibe una persona y a la que se le asigna un valor. Los beneficios de la experiencia turística pueden presentarse en forma de beneficios psicosociales para el individuo, como, por ejemplo, una experiencia satisfactoria. Los beneficios que el turismo reporta a una comunidad pueden reflejarse en ganancias o impactos de tipo ecológico, psicológico, social, cultural o económico. Estos beneficios pueden ser percibidos por la comunidad en su conjunto o repartirse entre determinados colectivos o empresas. (*Jafari, 2000*).

Beneficios Económicos; Es la diferencia que se obtiene de la operación “ingresos menos costes” de una empresa se conoce como beneficio. (*Jafari, 2000*).

Biodiversidad; Diversidad biológica. Es la variabilidad la existencia de material genético encontrado en flora a fauna en una localidad determinada. Incluye toda la variedad de organismos vivos que viven en cualquier parte (tierra, agua, aire), así como las diferencias entre individuos de la misma especie (diversidad genética) y los ecosistemas en los que las especies se encuentran. (*Guía CTN, 2007:43*).

Canopy; Modalidad deportiva que consiste en el desplazamiento de personas por las copas de los árboles, por el lecho de un río o por cualquier otro accidente geográfico, a través de un sistema de cables de acero o tirolesas. La actividad se realiza suspendida en el aire a través de un equipo de arneses y poleas, recorriendo trayectos de diversa longitud y altura, con escalas en plataformas de despegue establecidas en árboles de gran porte, en escenarios naturales con

pendiente o en medios artificiales mediante la instalación de torres. (*Fiameni, 2007:11*).

El Canopy, que en inglés significa copa, (por la copa de los árboles) es un turismo de aventura que nació en el cálido país de Costa Rica por una necesidad de traslado. En nuestro país es un deporte muy nuevo todavía, pero día a día gana más adeptos, porque brinda la posibilidad de gozar, de la flora y fauna desde un lugar de privilegio, es decir desde la copa de los árboles.

Esta actividad se desarrolló por primera vez en Costa Rica en 1992 por un equipo de biólogos que estudiaban la flora centroamericana. Los científicos, para poder realizar sus investigaciones de forma más rápida, establecieron un sistema de transporte que les permitiera “volar” entre la espesura de la jungla tropical por medio de un arnés, una polea y un cable de acero, sin necesidad de subir y bajar continuamente de los árboles, que en ocasiones alcanzan más de 20 metros de altura. (*Falconí, 2013*).

Centro soporte; Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística. (*MINCETUR, 2011*).

Conservación; La semántica del término conservación alude a la acción y efecto de mantener algo en buen estado, guardarlo cuidadosamente y no malgastarlo. Como sinónimo, se utiliza los términos reservar, guardar, mantener y cuidar.

La acepción del término en relación a los recursos naturales y el medio ambiente se refiere al aprovechamiento optimizado de los mismos, o si se prefiere, sostenible. La filosofía de la conservación se sustenta en la ciencia ecológica y considera la mantención de los procesos ecológicos esenciales, la preservación de la diversidad genética y la utilización sostenible de las especies y ecosistemas.

El conservacionismo o marco conceptual para el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente, basados en la filosofía de la conservación, no niega los valores éticos y estéticos de la naturaleza, sino los armoniza con sus

potencialidades económicas y sociales teniendo al hombre como razón última de todo.

Debe tenerse en consideración que los términos “conservación” y “conservacionismo”, se emplean con mucha confusión y como sinónimos de “protección” o “proteccionismo”. Este uso inapropiado se debe a que las corrientes ambientalistas que, actúan típicamente como “proteccionistas”, se autoproclaman “conservacionistas”, confundiendo al público no especializado, que en la mayoría de los casos, no consigue diferenciar los conceptos de conservación, protección o preservación. (Tovar, 2000:74-75).

Además, por conservación se entienden todos los procesos necesarios para cuidar un lugar, un paisaje cultural, una colección del patrimonio o un aspecto del patrimonio inmaterial a fin de conservar su valor patrimonial natural, cultural o indígena. La Estrategia Mundial para la Conservación la define como la gestión de la utilización de la biosfera por el ser humano, de la suerte que produzca el mayor y el sostenido beneficio para las generaciones actuales, pero que mantenga su potencial para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras. (Guía CTN, 2007:43)

Contaminación Ambiental; Se trata de un proceso y del resultado de acciones concretas que afectan el ambiente a partir de residuos principalmente de la actividad social tanto domestica como industrial.

Estos residuos, pueden ser de origen químico (productos tóxicos minerales, como sales de hierro, plomo, mercurio, etc.; derivados del petróleo, insecticidas, detergentes, abonos sintéticos, etc.); de origen físico (productos y emanaciones radioactivas, materias sólidas, vertimiento de líquidos a altas o bajas temperaturas, etc.) y de origen biológico (por desechos orgánicos en descomposición). (Tovar, 2000:77).

Demanda Turística; Término económico que refleja la disposición de compra de un bien o servicio en función de su precio, o bien de la renta del sujeto. (Montaner, 1998:126).

La demanda turística es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes. (<http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx>)

Sin embargo, la noción de que algunos individuos pueden esconder una demanda de turismo pero de que son incapaces de hacerla realidad da a entender que esta demanda consta de varios componentes. Podemos identificar tres de ellos como los componentes básico que forma la demanda turística:

La *Demanda efectiva o real*, es la cifra real de participantes en el turismo o de los que están viajando, es decir, los turistas de facto. Este es el componente de la demanda que se mide con más facilidad, tal como lo demuestra el hecho de que el grueso de las estadísticas turísticas se refiere a esta demanda efectiva.

La *Demanda Suprimida*, la forma el sector de la población que por alguna razón no viaja. Pese a la creciente demanda turística en todo el mundo, sigue siendo cierto, que aún hoy en el siglo XXI, solo un porcentaje pequeño de la población total del planeta practica el turismo internacional.

Es cierto que un número no apreciablemente mayor de personas realiza viajes por su país, pero también sabemos que el turismo continuo representa un lujo inalcanzable en muchas partes.

Se pueden distinguir dos elementos dentro de la demanda suprimida. En primer lugar, la "*demanda potencial*" hace referencia a las personas que viajarán en algún momento en el futuro si se produce un cambio en sus circunstancias vitales. Por ejemplo, si aumenta su poder adquisitivo o pueden beneficiarse de algún programa que complete un periodo más largo de vacaciones pagadas. Se trata, pues, de personas que tienen el potencial para pasar a la categoría de la demanda efectiva. En segundo lugar, la "*demanda diferida*" es una demanda propuesta a

causa de un problema en el entorno de la oferta, como por ejemplo, la falta de capacidad del sector del alojamiento, las condiciones meteorológicas o quizá, la actividad terrorista. De nuevo esto implica que, cuando las condiciones de la oferta sean más favorables, quienes se encuentren en la categoría de la demanda diferida se convertirá en demanda efectiva en algún momento del futuro.

Por último, siempre habrá un colectivo de personas que sencillamente no desean o no pueden viajar. Este colectivo constituye la categoría que denominamos *ausencia de demanda*. (Cooper, 2007:77-78).

Destino; Un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. El destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (MINCETUR, 2011).

Destino Turístico; Núcleo receptor de los flujos turísticos, dotado de oferta y recursos que le confieren ciertos atractivos para la demanda turística. (Montaner, 1998:130).

Además, se entiende que destino turístico, es la suma de los distintos productos turísticos ofrecidos por una determinada región geográfica delimitada, que al mismo tiempo se complementan y compiten entre sí. Los bienes y servicios, los recursos y las infraestructuras y equipamientos, generalmente son compartidos por los distintos productos turísticos de un mismo destino. Para que un destino turístico pueda ser considerado como tal y no simplemente como la suma de productos aislados, es fundamental una gestión y una imagen de marca conjunta de dicho destino. (www.slideshare.net).

Efectos Socioculturales del Turismo; Influencias (*positivas o negativas*) que ejerce el turismo sobre el comportamiento social del individuo en las comunidades, sociedades o mercados, tanto emisoras como receptoras. Las principales consecuencias son las siguientes:

Sobre el emisor: *a).* Permite una mejor calidad de vida física y mental, tanto por el descanso físico como intelectual; *b).* Puede permitir un mejor conocimiento de otras culturas y sociedades, estrechando los lazos de comunicación y entendimiento entre los pueblos, o por el contrario, ocasionar problemas de prejuicios raciales y xenofobia, y *c).* Genera una actividad socioeconómica sobre el mercado receptor, pero, también, puede causar fenómenos de repetición: vuelta a los mercados receptores, por trato, amabilidad, comprensión, acogimiento, precios, etc.

Sobre el Receptor: *a).* Efecto de aculturación, es decir, cambios en la pautas y hábitos de la cultura de la sociedad de vida; *b).* En el ámbito laboral proporciona aumento social del empleo por la creación de nuevos puestos de trabajo, y *c).* Modificación de la sociología rural y urbana al recibir de forma regular corrientes turísticas masivas. (*Montaner, 1998:138*).

Efectos Socioeconómicos del Turismo; La organización mundial del turismo estableció una clasificación de los efectos económicos, tras analizar la acción del turismo sobre la economía mundial a través de los diferentes países. Así, los efectos de mayor impacto son los siguientes:

- Φ Efectos globales sobre la estrategia del desarrollo turístico basados en la economía nacional e internacional.
- Φ Efectos parciales sobre la economía nacional (Empleo, balanza de pagos, inflación, desarrollo regional, etc.).
- Φ Efectos externos basados en el terreno socio cultural, físico y de recursos humanos (Medio ambiente, formación profesional, hábitos de consumo, etc.). (*Montaner, 1998:138-139*)

Flujo Turístico; También llamada corriente turística, es todo movimiento migratorio por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro y que los hace permanecer fuera de su lugar habitual de su residencia o domicilio. (Montaner, 1998:164).

Por otro lado, se entiende como flujo turístico, al gran número de personas que acuden a un lugar específico, con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo sin necesidad de tomar altos recursos económicos. (www.univo.edu.sv:8081)

Oferta Turística; Conjunto de productos y servicios turísticos que tiene un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructuras. Esta expresión no refleja exclusivamente los servicios de naturaleza turística dispuestos para la venta, sino que también abarca el conjunto de actividades vinculadas a la prestación de estos servicios. (Montaner, 1998:259).

Por otro lado, se entiende como oferta turística, la cantidad de Mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado. Cuando se trata de bienes (mercancía) lo que se produce y no se vende se puede acumular (dentro de ciertos límites de tiempo para los productos perecederos). Esta posibilidad no tiene vigencia en el caso de los servicios, su oferta se renueva, y si no se vende, se pierde, porque los servicios no vendidos no se pueden acumular. (Boullón, 2004:34).

Preservación; El término preservación en un sentido estricto se refiere a la acción y efecto de defender algo contra algún daño o peligro.

Una aceptación similar tiene el término protección, el cual se refiere a la acción y efecto de tomar la defensa de uno, apoyar o ayudar. (Tovar, 2000:225)

Preservación de la Naturaleza; Es el conjunto de políticas, planes, programas, normas y acciones destinadas a asegurar la mantención de las condiciones que

hacen posible la evolución, el desarrollo de las especies y de los ecosistemas propios del país (ley de bases del medio ambiente). (Tovar, 2000:225)

Además la preservación de la naturaleza, consiste en la utilización y el aprovechamiento racional de los componentes del medio ambiente, especialmente aquellos propios del país que sean únicos, escasos o representativos, con el objeto de asegurar su permanencia y su capacidad de regeneración. (Fiameni, 2007:15).

Promoción Turística; Conjunto de actividades y acciones propagandísticas a través de campañas publicitarias y de relaciones pública, para dar a conocer un producto o servicio turístico en el mercado y conseguir ventas del mismo entre la demanda. (Montaner, 1998:288)

Por otro lado, se entiende que la promoción turística consiste en, promocionar integral y competitivamente una determinada región, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística. El objetivo principal de la promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita – gasto. (Acerenza, 2003:06)

Servicio Turístico; Servicio prestado por las empresas, instituciones y organismos relacionados con el turismo y los viajes a los clientes, consumidores o usuarios. Es una actividad del sector terciario de la economía. El turismo es considerado una industria de servicios. (Montaner, 1998:326).

Turismo; Conjunto de técnicas y actividades encaminadas a traer y satisfacer las necesidades y motivaciones de los turistas en sus desplazamientos vacacionales. Por extensión, organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes. (Montaner, 1998:369).

De acuerdo con la nueva definición de la OMT. (Conferencia de Ottawa, 1993), por turismo se entiende el conjunto de actividades que realizan las personas

durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos. (*Felipe, 2004:802*)

Por otro lado, se entiende como turismo el negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros. Por tanto, el concepto de turismo está directamente relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamientos, restaurantes e industrias de entretenimiento, e indirectamente, virtualmente con toda la industria y negocios en el mundo. (*Acerenza, 2003:36*).

Finalmente, el turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad.

El turismo, puede ser clasificado según la modalidad, clasificación que responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:

Φ ***Turismo convencional:*** Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo, y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones, son convencionales.

Φ ***Turismo no convencional:*** Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales. Entre estas actividades tenemos:

φ ***Turismo de aventura:*** Que a su vez abarca, las siguientes clases:

φ ***Turismo de aventura suave o soft:*** Comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades.

- α Caminata o trekking.
- α Canotaje en aguas de corrientes suaves.
- α Kayak en aguas de corrientes suaves.
- α Montañismo.
- α Cabalgatas.

φ Turismo de aventura fuerte o hard: Es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos.

- α Puenting.
- α Ala delta.
- α Espeleología.
- α Canotaje
- α Kayak
- α Canopy

φ Turismo de naturaleza: Se desarrolla en zonas naturales.

Turismo de aventura; Tipo de turismo que consiste en practicar deportes de aventura o viajes de aventura.

Los deportes de aventura son aquellos que la persona que los practica corre más riesgo o peligro que en los deportes tradicionales. Entre estos destacan los siguientes: Aeroestación o paseo en globos aeroestáticos, puenting, Kayak, rafting, wind-surfing, parapente, ala delta, rappel, paracaidismo, senderismo, trekking, etc.

Los viajes o circuitos de aventura cubren itinerarios con mayor grado de dificultad debido a los lugares geográficos que se visitan (desiertos, selvas), o por el tipo de alojamiento y comida. (Montaner, 1998:371)

Por otra parte, el Turismo de Aventura se define como la modalidad de turismo alternativo o interactivo que supone algún tipo de actividad física como parte de la motivación del turista. (Fiameni, 2007:10)

También se define al Turismo de Aventura como el conjunto de actividades turísticas que se pueden desarrollar en un área natural limitada, siempre y cuando no se produzcan alteraciones en el ecosistema y se generen ingresos económicos para la sustentabilidad del mismo. (*Fiameni, 2007:10*)

Turista; Visitante temporal que permanece al menos 24 horas y menos de un año en el lugar de destino, distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual. (*Montaner, 1998:384*)

Por otro lado, se considera turista a la persona que se interna en el territorio nacional con una temporalidad máxima de seis meses, no prorrogables. (*Acerenza, 2003:36*)

Además, se considera turista a cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios, peregrinaciones; salud, u otra diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino. (*Ley N° 29408, 2009:08*)

1.2.ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.2.1. A NIVEL INTERNACIONAL

Tenemos como uno de los antecedentes el proyecto de tesis denominado *“Análisis del potencial turístico del Cerro de Hayas y sus posibles mejoras como un atractivo para la práctica de turismo de aventura”*, elaborado por las bachilleres *Llerena Jordán Ángela y Vera Alcívar Diana*, en el 2011 al sur de Naranjal, Guayaquil – Ecuador. Este estudio tiene como finalidad analizar y dar a conocer el potencial con el que cuenta el Cerro de Hayas, lugar que no solo puede ser visitado para la observación de flora y fauna, sino que se puede realizar la práctica del turismo de aventura a través del desarrollo de diferentes actividades, logrando de esta manera la diversificación de la oferta turística, siendo necesario realizar el

acondicionamiento y mantenimiento del lugar, generando a través de esto mayor seguridad al turista. Por otro lado, el estudio pretende realizar un análisis de los atractivos naturales y culturales para determinar las posibles actividades a desarrollarse a fin de incentivar el turismo de aventura, a través de un diagnóstico del perfil del turista que visita el recurso del Cerro de Hayas.

Los resultados obtenidos de este trabajo de investigación en el Cerro de Hayas, reflejan el potencial turístico existente en óptimas condiciones para la práctica del turismo de aventura. Determinando dentro de esta el desarrollo de posibles actividades como escalada en roca, rappel, trekking y observación del paisaje.

Concluyendo que el Cerro de Hayas es un atractivo que necesita mayor difusión turística y es necesario el trabajo conjunto de autoridades locales y propietarios del centro de intervención, puesto que la práctica de deportes de aventura son una alternativa que permite la diversificación de la oferta turística.

Además, encontramos *el Estudio de factibilidad para la implementación de canopy en el cantón Patate, provincia de Tungurahua*, realizado por *Vinicio Darío Falconí Ramos* en el 2013, cuyo objetivo es desarrollar el análisis situacional de las zonas adecuadas para la práctica de canopy, facilitando la ubicación estratégica para la implementación del deporte de aventura, y permitiendo desarrollar una evaluación del sistema turístico en el sector priorizado.

Esta investigación también buscó efectuar el estudio de mercado, el cual le permitiría determinar el perfil del turista nacional y extranjero (demanda), y el análisis situacional de los prestadores de servicios turísticos existente (oferta).

De igual manera propuso elaborar el diseño técnico del canopy, de acuerdo con estándares internacionales, así como los estudios socio – ambiental y económico – financiero, que facilitó el estudio de impacto ambiental del canopy y evaluar su viabilidad.

Concluyendo que, el deporte de canopy tiene un gran porcentaje de aceptación por parte de turistas nacionales (89%) y extranjeros (95,9%), puesto que estos buscan espacios naturales para realizar actividades de riesgo controlado, además de presentar tasas elevadas de insatisfacción que pueden ser cubiertas con la operación del producto. También se debe tener en cuenta que el estudio de impacto ambiental realizado para la implementación del canopy determinó la factibilidad de su construcción, puesto que los impactos negativos causados por la ejecución de este producto son menores en relación a los beneficios que aportará a la población local y al entorno ambiental.

1.2.2. A NIVEL NACIONAL

En el 2006, Miriam Álvarez Calderón, Marcela Aparicio Molero, Silvana Becerra Lozano y Javier Ruiz Ruiz, realizan una investigación denominada: *Plan estratégico para el desarrollo del turismo de aventura en Lunahuaná 2006 – 2011*, cuyo objetivo era formular un plan que en un periodo determinado contribuya con el desarrollo del turismo de aventura en el distrito y diversifique la oferta existente, a través de diagnósticos turísticos que permitan la elaboración de estrategias y por ende la creación de fuentes de ingreso para mejorar la calidad de vida de los pobladores.

Concluyendo que al existir una tendencia creciente a nivel mundial para realizar deportes de aventura, y al ser un país favorecido, con variados parajes naturales favorables para la práctica y desarrollo del turismo de aventura, es necesario acondicionar la oferta turística para brindar experiencias únicas e inolvidables.

Además de implementar nuevos productos turísticos de aventura, mejorar la calidad de servicio y prestación de los mismos, así como la promoción para su comercialización.

1.2.3. A NIVEL LOCAL

El distrito de Mariscal Benavides se encuentra al noroeste de la ciudad de San Nicolás, tiene una altitud de 1 596 msnm, ubicada a 6° 23' 13" latitud sur y 77° 30' 14" longitud oeste, limita por el norte con los distritos de Vista Alegre y Molinopampa, por el sur con los distritos de San Nicolás y Longar, por el este con el distrito de San Nicolás y por el oeste únicamente con el distrito de Longar; con un clima cálido – húmedo y una temperatura promedio de 18° C. Mariscal Benavides es uno de los 12 distritos que ocupa el valle del río San Antonio, pues es considerada ceja de selva; con suelos colinosos, aluviales y montañosos, que permiten la producción de caña de azúcar, café y piña.

Además el centro de intervención de la presente investigación tiene un total de 928 habitantes, de los cuales 344 forman parte de la población económicamente activa (PEA), representado por las diferentes actividades agrícolas, industriales, de construcción, de comercio, entre muchas otras que realizan los habitantes del centro poblado; sin embargo, tenemos que 584 habitantes representan la No PEA, la cual está conformada por personas dependientes económicamente de otras, tal es el caso de estudiantes, niños, ancianos, entre otros.

En el 2011, la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza, a través de la Sub Gerencia de Ingeniería y Obras propone desarrollar el proyecto de desarrollo turístico denominado: *Acondicionamiento turístico del monumento arqueológico prehispánico Wimba, monumento arqueológico prehispánico Mito, valle del huayabamba, laguna estacional de Huamanpata, lavaderos de la colpa y el mejoramiento turístico de los baños termo medicinales de Tocuya, de la provincia de Rodríguez de*

Mendoza, departamento de Amazonas, cuyo objetivo es aprovechar de manera óptima los recursos turísticos de la provincia, a través de la diversificación e inclusión de nuevas actividades turísticas, tales como el canopy, ciclismo, parapente, espeleología, pesca deportiva, descenso en rapel y rafting.

Cuyos estudios indican que el proyecto será sostenible económicamente, logrando impulsar las inversiones del sector privado, y por ende la generación de nuevos puestos de trabajo mejorando de esta manera la calidad de vida de los pobladores involucrados. De igual manera, cabe mencionar que los acondicionamientos del proyecto no perjudican los recursos turísticos a intervenir; sin embargo, se deberá manejar la capacidad de carga para cada recurso, además de los residuos sólidos.

También contamos con el trabajo de investigación titulado *Circuito turístico alternativo en los anexos de Taquia, Maripata, Opelel para diversificar la oferta turística de la región Amazonas – 2011*; elaborado por los *Bach. Díaz Mego, José y Portocarrero Trigoso Kelly*, en relación con la diversificación de la oferta turística, cuyo objetivo era proponer un circuito turístico alternativo en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel, para diversificar la oferta turística de la región Amazonas, para ello realizaron una evaluación de los recursos turísticos existentes en los anexos, a través de la ficha de inventario de recursos turísticos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), así como un análisis de la oferta y la demanda turística regional y local, a través de encuestas elaboradas para los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la ciudad de Chachapoyas.

De igual manera se realizó un diagnóstico turístico, que permitiría contrastar la hipótesis basada en que el circuito turístico alternativo en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel, diversificará la oferta turística de la región Amazonas – 2011.

Los resultados obtenidos en esta investigación, reflejan que los anexos involucrados presentan recursos turísticos y condiciones favorables para el desarrollo del turismo alternativo, ya que gracias a la variedad de sus recursos posibilitan la realización de actividades como el trekking, al agroturismo, la eco-arqueología, entre otros.

Concluyendo que la probabilidad de inserción en la actividad turística de los anexos, es aceptada positivamente por los pobladores, pues están dispuestos a prestar diversos servicios turísticos. De igual manera, el análisis de la demanda determinó que los turistas que arriban a la ciudad de Chachapoyas están interesados en la propuesta, puesto que los anexos se encuentran cercanos a la ciudad, y está en relación a los requerimientos del visitante.

Por otro lado la investigación realizada para el *Desarrollo del turismo de naturaleza y aventura en el Área de Conservación Ambiental “La Cuenca del Río Huamanpata”, distritos de San Nicolás y Mariscal Benavides, provincia de Rodríguez de Mendoza, departamento de Amazonas en el 2013*, elaborado por la *Bach. Lucenith Vilcarromero Collazos*, tiene como objetivo principal plantear estrategias para lograr el desarrollo del turismo de naturaleza y aventura en el Área de Conservación Ambiental “La Cuenca del Río Huamanpata”, por lo cual desarrolló un inventario de los recursos turísticos que se encuentran en el área de intervención, así como un diagnóstico de la planta turística del distrito de San Nicolás, y el estudio de la demanda potencial.

Cuyos resultados reflejan el reconocimiento de 10 recursos turísticos clasificados en sitios naturales (7), manifestaciones culturales (2) y realizaciones técnicas, artísticas y contemporáneas (1), de los cuales 5 presentan las características y condiciones necesarias para motivar el interés de los visitantes a esta zona. De igual manera, la población está de acuerdo con el desarrollo del turismo de naturaleza y aventura, puesto que esto traería beneficios económicos y sociales a los involucrados.

Concluyendo que, las actividades que se pueden realizar en el recurso de intervención del presente proyecto de investigación son el paseo en bote, campig, cabalgata, trekking, pesca deportiva, observación de flora y fauna, toma de fotografías, así como filmaciones, todo esto acorde con el estudio realizado a la demanda potencial.

1.3.REALIDAD PROBLEMÁTICA

1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde la última década hasta la actualidad, el turismo es una las actividades que ha generado un mayor desarrollo socio-económico a nivel mundial, porque no solo ha dinamizado de inmediato a numerosos agentes, generando fuentes de trabajo y permitiendo el desarrollo local, regional y nacional; sino también porque representa más de un tercio del valor total del comercio mundial de servicios. Por ello podemos decir que se trata de un sector con un acusado efecto de arrastre sobre el resto de actividades productivas, generando así empleo indirecto sobre un amplísimo espectro de subsectores, y que contribuye decisivamente al reparto de la riqueza mundial, convirtiéndose en uno de los motores de la globalización económica y suponiendo, en no pocas ocasiones, la única alternativa al desarrollo de regiones y países. En esa medida, la mentalidad del negocio rápido y fácil era lo que primaba y como producto de ésta, se infringió en los mayores daños, algunos irreversibles, tanto a la naturaleza como a la cultura y a comunidades locales e indígenas.

Por consecuencia el Perú en su condición de país megadiverso, de variada geografía y con un vasto patrimonio, reúne todas las condiciones para favorecer el desarrollo económico y social a través del turismo. Generándose un desarrollo rápido y espontáneo, por la gran diversidad de sus recursos turísticos, y la gran demanda exigente por conocer nuevos lugares, asegurando a los visitantes experiencias únicas, además de incentivar una mejor utilización y valoración del patrimonio natural, cultural y arquitectónico.

Teniendo en cuenta que la región Amazonas es una tierra de variados microclimas, cada una conteniendo una gran cantidad de biodiversidad, y conscientes de que el turismo ha tenido un avance sectorizado, desarrollándose mayormente en la parte sur de la región, específicamente en las provincias de Chachapoyas, Luya y Bongará, el cual se ve reflejando por los arribos de turistas a los iconos más representativos de nuestra región como son: la Catarata de Gocta y el Complejo Arqueológico de Kuélap, que según la Dirección Regional de Cultura de Amazonas, la cantidad de turistas que arribaron al Complejo Arqueológico de Kuélap es de, 29 431 turistas en el año 2011 y 27 960 turistas en el 2012; es por ello, la importancia del impulso de la actividad turística en las provincias restantes como alternativa de desarrollo económico; así como medio de diversificar la oferta turística a nivel regional.

La provincia de Rodríguez de Mendoza está ubicada en la parte sur de la región Amazonas con una extensión geográfica de 2,359.39 km²; cuenta con 12 distritos; teniendo como principal actividad económica la agricultura dedicadas a la producción de café, ganadería, entre otros en menor cantidad. Por tanto la actividad turística hasta la actualidad está siendo rezagada y que es manejada por la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza, la cual no cuenta con los recursos suficientes para atender y desarrollar esta actividad.

Según el instituto de estadísticas e informática (INEI), el distrito de Mariscal Benavides tiene una superficie de 176,18 km², con un total de su población de 1 242 habitantes, con una densidad poblacional de 7 hab/km². Uno de los caseríos que existe en el distrito y que está dentro del área a investigar es: San Antonio, así como el centro poblado de Mariscal Benavides.



27 MAY 2015

Tanto el caserío San Antonio, como el centro poblado de Mariscal Benavides cuentan con una geografía privilegiada y un conjunto de recursos

naturales, los cuales no han sido estudiados a profundidad para su conservación y aprovechamiento. Ligando esto a la existencia de una diversidad de elementos culturales, representados por el conocimiento agrícola campesino, las tecnologías tradicionales, el conocimiento empírico acerca de los recursos naturales, las artesanías ancestrales, la mitología y las creencias populares. Esto nos da a entender que existe un potencial real. Sin embargo los recursos naturales y la cultura local se encuentran en una situación de extrema fragilidad, sometidos a una explotación sin control y sin normas que permitan un uso razonable y duradero, causado por el desconocimiento de la población acerca de la importancia de los recursos turísticos y su adecuado aprovechamiento. Hay que señalar que la inestabilidad que atraviesa el sector agropecuario derivado de los procesos económicos de globalización es aún más aguda como es el caso que afronta el sector de la pequeña agricultura, (economía de subsistencia con excedente; es decir una producción en pequeñas cantidades para el autoconsumo y con un excedente de poca importancia para su abastecimiento), provocando una migración generalizada especialmente de jóvenes y adultos jóvenes hacia los centros urbanos. Por otro lado el limitado acceso a los servicios básicos como: saneamiento, electrificación de algunas comunidades y vías de comunicación con mínimo presupuesto para su mantenimiento, hace que la población se encuentre en el atraso, socioeconómico y tecnológico.

Así como también las actividades humanas (agrícolas y ganaderas) que no cuentan con una planificación de uso están poniendo en serio riesgo los ecosistemas que son hábitat de especies vulnerables de flora y fauna silvestre, como también al recurso hídrico. Estos problemas se irán agudizando día a día, ocasionando el agotamiento de los mismos en un futuro próximo.

Por otro lado, entendemos que existe un mercado turístico que va cambiando constantemente, debido a las tendencias y cambios en las

necesidades de la demanda, la valoración del medio ambiente y la relación de esta con el deporte, teniendo en cuenta: la mayor afluencia de población al medio natural, la importancia del ocio activo, el desarrollo del concepto de ecología deportiva, la accesibilidad a la práctica deportiva en el medio natural de toda la población, con la protección de los espacios naturales, reglamentación del uso y disfrute de estos y la proliferación de empresas de actividades en el medio natural con una mayor dimensión profesional y comercial; hacen que se observe nuevas oportunidades de tendencias de turismo alternativo en nuestra región, lo que generará la búsqueda de diversificación de la oferta turística existente y el aprovechamiento de los demás recursos turísticos que se encuentran en las demás provincias, ya que la demanda no se conforma con realizar actividades pasivas en el medio natural, también quieren realizar actividades que impliquen un conocimiento activo del medio. Logrando la proliferación de actividades singulares que consigan despertar en los practicantes sensaciones y vivencias únicas, que forman parte de ese concepto de ocio activo de finales de siglo XXI.

En consecuencia a lo planteado anteriormente, surge la necesidad de aprovechar los recursos naturales a través de la implementación del Canopy en el Distrito Mariscal Benavides, proyecto que busca la diversificación de la oferta turística a través de un turismo alternativo en la Región Amazonas, y el impulso del desarrollo de la actividad turística en la provincia de Rodríguez de Mendoza, provincia que posee un vasto patrimonio natural y cultural, que en la actualidad es comercializada por las agencias de viaje de manera complementaria a los iconos principales de la región.

1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la implementación del Canopy a través del diseño de circuitos turísticos en el distrito Mariscal Benavides, provincia de Rodríguez De Mendoza diversificará la oferta turística de la región Amazonas?

1.3.3. JUSTIFICACIÓN

Φ SOCIAL.-

El turismo es una plataforma para que las comunidades campesinas puedan darse a conocer, y los visitantes queden satisfechos con los productos de calidad que se les ofrece; teniendo en mente que hay que integrar a las comunidades y trabajar mucho en la inclusión social.

Es por ello que, la comunidad que se enmarca dentro de la propuesta, se encuentra dentro del estrato de pobreza, pero presentando potencialidades para lograr progresos importantes en la mejora de calidad de vida, basado precisamente en los recursos naturales que posee. Es necesario aprovechar su uso y lograr que la comunidad fortalezca su identidad cultural, permitiéndole participar en la toma de decisiones en las diferentes actividades que se realicen, de forma organizada, articulada y razonable. Asimismo, contribuirá a:

- Φ Generar estrategias que se relacionen a mejorar la calidad de vida de la población, a través de la generación de nuevos empleos y el mejoramiento de la infraestructura existente.
- Φ Incentivar en la población una cultura turística y revaloración de los recursos turísticos que poseen a través de la conservación de los mismos.

De igual manera, el turista podrá desarrollar un tipo de turismo alternativo que ayude a diversificar la oferta turística de la región, pues se busca interrelacionar la naturaleza y el deporte, proponiendo así una nueva alternativa de viaje a aquellos turistas que visitan la ciudad de Chachapoyas, interesados en desarrollar deportes que emanen adrenalina. Por consiguiente se logrará incrementar el tiempo de permanencia e ingresos para los diversos prestadores de servicios y comunidades.

Φ AMBIENTAL.-

Domingo Begazo, en su libro denominado Megatendencias del Turismo en el Tercer Milenio, menciona que el Perú ofrece un escenario ideal para la práctica de todos los deportes de aventura, y pese a haberse focalizado en pocos destinos, tiene un buen crecimiento.

Teniendo en cuenta todo esto, surge la propuesta de implementación del canopy, considerando también las nuevas tendencias de mercado, y como alternativa de diversificación de la oferta turística; logrando que los turistas no solo conozcan y admiren la naturaleza que rodea el distrito de Mariscal Benavides, sino que de esta manera se logre revalorar los árboles frutales y madereros que se encuentran inmersos en este lugar, tales como ishpingo, cafetales, naranjos, etc., además de la relación que pueda existir entre el medio que les rodea y el desarrollo del deporte de aventura como lo es el canopy, generando de manera directa e indirecta el impulso del desarrollo del turismo en la provincia de Rodríguez de Mendoza.

Φ ECONÓMICA.-

Hoy en día existe un consenso internacional a la hora de reconocer que el turismo se ha convertido en uno de los principales motores generadores de empleo e ingresos económicos a escala mundial.

El desarrollo del turismo aparece como una alternativa económica y complementaria, para lograr el crecimiento económico de una región, surgiendo la necesidad por un lado, de conocer ese espacio de uso turístico y, por otro lado, de buscar elaborar un modelo que permita comprender ese espacio como un todo, para optimizar la capacidad de uso de los recursos sin provocar cambios que impidan el uso actual y futuro.

Por tanto la actividad turística es una fuente de ingresos y de beneficios para el turismo y para las comunidades locales donde se desarrolla, mejorando los ingresos económicos de las familias y por ende, la calidad de vida de las mismas.

Para nuestro caso, la propuesta de implementación del Canopy, está basada en la eficiencia de su desarrollo permitiendo generar actividades económicas, que generen ingresos y por ende oportunidades de empleo estable y servicios sociales para la comunidad anfitriona, contribuyendo así a la reducción de la pobreza.

Así como también se dará inicio a la formación de micro y pequeñas empresas, prestadoras de bienes y servicios, dinamizando la economía local. Por lo tanto la propuesta se presenta como una alternativa que permitirá aprovechar los recursos turísticos tanto naturales, sociales, culturales, de manera responsable.

Φ TEÓRICA.-

Al finalizar la formación Académica Universitaria, uno de los requisitos para obtener el título de Licenciada es el desarrollo de una Investigación o Tesis, es esta la razón del **¿Por qué?**, del presente Proyecto.

En este trabajo de investigación aplico todos los conocimientos adquiridos a lo largo de mis estudios en la Carrera Profesional de Turismo y Administración, buscando crear una nueva oferta turística que impulse el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Rodríguez de Mendoza, siendo este el **¿Para qué?**, de la investigación.

1.4.HIPÓTESIS

La propuesta de implementación del Canopy a través de circuitos turísticos, permitirá la diversificación de la oferta turística en la región Amazonas, mejorando el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Rodríguez de Mendoza.

1.5.OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Plantear una propuesta de implementación del canopy en el distrito Mariscal Benavides, provincia de Rodríguez de Mendoza, para diversificar la oferta turística de la región Amazonas.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico turístico en el distrito Mariscal Benavides, que permita evaluar el grado de conocimiento y aceptación del desarrollo de la actividad turística.
- Analizar la demanda, para determinar el perfil del tipo de turista que efectuaría la implementación del canopy.
- Analizar la oferta, para evaluar posibilidades de predisposición en la ejecución de la propuesta.
- Proponer estrategias de promoción y comercialización para la implementación del canopy en el Caserío San Antonio.

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo a su naturaleza	: Cualitativa
De acuerdo al fin que persigue	: Aplicada
De acuerdo a la técnica de contrastación	: Explicativa

2.2. MATERIAL DE ESTUDIO

Caserío San Antonio, distrito Mariscal Benavides, provincia de Rodríguez de Mendoza, región Amazonas.

2.3. VARIABLES DE ESTUDIO

VARIABLE INDEPENDIENTE : Propuesta de implementación del canopy.

VARIABLE DEPENDIENTE : Diversificación de la oferta turística de la región Amazonas.

2.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.4.1. POBLACIÓN

La población materia de estudio que permitió la realización de este trabajo de investigación, estuvo constituida por:

(P₁): Población de Mariscal Benavides, por encontrarse cercana al lugar de intervención.

(P₂): Turistas Nacionales y extranjeros que arriban a la ciudad de Chachapoyas, por ser centro de soporte.

(P₃): Tour operadores de la ciudad de Chachapoyas.

2.4.2. MUESTRA

Muestra 1

Para la muestra de la población (P_1), se consideró a la población de Mariscal Benavides, teniendo como tal:

- **Estimador de la proporción poblacional:** Para poder calcular el número de la muestra fue necesario aplicar la fórmula del Muestreo Probabilístico, teniendo en cuenta que según el CENSO del año 2007, los hogares ocupados en el centro poblado de Mariscal Benavides fue de 273. (Fuente: INEI - CPV2007)

Fórmula:

$$n_o = \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{d^2}{Z^2} \cdot N - 1 + p \cdot q}$$

Dónde:

n_o = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Nivel de significancia del 95%

p = Probabilidad de éxito ($p = 0.5$)

q = Probabilidad de error ($q = 0.5$)

d^2 = Error absoluto de la muestra ($d^2 = 0.05$)

$$n_o = \frac{273 \times 0.5 \times 0.5}{\frac{0.05^2}{1.96^2} \times 273 - 1 + 0.5 \times 0.5}$$

$$n_o = 160 > 0.10$$

Por lo tanto la muestra se corrige:

$$n_o = \frac{n_o}{1 + \frac{N}{n_o}}$$

$$n_o = \frac{160}{1 + \frac{273}{160}} = 101$$

Por lo tanto, se encuestó a 101 pobladores de Mariscal Benavides.

Muestra 2

Para la muestra de la población (P₂), se tomó en cuenta tanto a los turistas nacionales como extranjeros, teniendo como tal:

- **Estimador de la proporción poblacional para turistas nacionales y extranjeros:** Para poder calcular el número de la muestra fue necesario aplicar la fórmula del Muestreo probabilístico, teniendo en cuenta los turistas que visitaron el Complejo Arqueológico de Kuélap desde el año 2008 al 2012, en los meses de febrero – marzo (meses en los que se aplicaron las encuesta en el año 2013). Con un promedio bimestral de 2 011 (100%) turistas que visitaron el complejo arqueológico, de los cuales 176 (63%) fueron turistas nacionales y 102 (37%) fueron turistas extranjeros, quedando la muestra de la siguiente manera:

Tabla N° 01: Afluencia de Turistas al Complejo Arqueológico de Kuélap

Mes	2008		2009		2010		2011		2012		TOTAL	PROMEDIO (5 años)	%
	Febrero	Marzo											
Nacional	544	437	632	264	771	445	1,082	764	907	533	6,379	1276	63%
Extranjero	220	289	318	210	523	443	436	424	387	424	3,674	735	37%
TOTAL											10,053	2,011	100%

Elaboración propia

Fuente: MINCETUR

Fórmula:

$$n_o = \frac{N \cdot p \cdot q}{\frac{d^2}{Z^2} \cdot N - 1 + p \cdot q}$$

Dónde:

n_o = Tamaño de la muestra

N = Población

$Z =$ Nivel de significancia del 95%

$p =$ Probabilidad de éxito ($p = 0.5$)

$q =$ Probabilidad de error ($q = 0.5$)

$d^2 =$ Error absoluto de la muestra ($d^2 = 0.05$)

$$n_o = \frac{2011 \times 0.5 \times 0.5}{\frac{0.05^2}{1.96^2} \times (2011 - 1) + 0.5 \times 0.5}$$

$$n_o = 323 > 0.10$$

Por lo tanto la muestra se corrige:

$$n_o = \frac{323}{1 + \frac{2011}{323}} = 278$$

Se encuestó a 278 turistas, teniendo que un 63% fueron turistas nacionales que representaron a 176 encuestas; por otro lado, con un 37% se aplicó 102 encuestas a turistas extranjeros, haciendo un total de 100% entre ambos.

Muestra 3

Se consideró a las 7 Tour operadores de la ciudad de Chachapoyas, que tienen una afluencia permanente de salidas a los diversos lugares turísticos.

2.5.MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS:

2.5.1. METODOLOGÍA

Las metodologías que se utilizaron en el presente proyecto de investigación fueron:

Método analítico; ya que a partir del estudio del comportamiento de la demanda frente a la nueva oferta, se procesará la información de manera ordenada; a través de encuestas.

Método estadístico; ya que a partir de las encuestas realizadas se necesitó analizar e interpretar los resultados obtenidos para corroborar nuestra hipótesis.

Método de la observación; ya que al realizar las salidas de campo y efectuar las encuestas a la población se percibió la realidad problemática de la población, facilitando la elaboración del informe.

Método sintético; ya que nos permitió determinar la aceptación o rechazo de la propuesta, y si ésta intervendría o no en el desarrollo del turismo de la provincia de Rodríguez de Mendoza.

2.5.2. TÉCNICAS

Las técnicas utilizadas fueron la observación directa e indirecta, a través del análisis estadístico y la recolección directa (mediante la aplicación de encuestas a las población, tour operadoras, turistas nacionales y extranjeros utilizando el método de muestreo probabilístico) e indirecta (mediante la recopilación de información a través del propietario del Complejo Turístico San Antonio).

2.5.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los instrumentos que se emplearon para la recolección de datos, estuvo basadas en encuestas y entrevistas, conteniendo preguntas con alternativas únicas, múltiples, y de entorno cerradas y abiertas, teniendo la siguiente aplicación:

- Aplicación de encuesta a la población, se elaboró con la finalidad de determinar el grado de conocimiento y aceptación del desarrollo de la actividad turística en el distrito.
- Aplicación de encuesta a la demanda, se elaboró con la finalidad de determinar las características principales de la demanda potencial con tendencias a desarrollar este tipo de deporte de aventura, logrando

recoger de manera fidedigna, los gustos, preferencias y demás necesidades de la demanda.

- Aplicación de encuesta a los representantes – administradores de las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas, con el fin de recabar información de los aspectos positivos y negativos que tienen frente a la propuesta y su grado de aceptación.
- Aplicación de una entrevista estructurada al impulsador del deporte de canopy y propietario del Complejo Turístico San Antonio, con el fin de recabar información precisa del proyecto que viene desarrollando y las perspectivas que tiene en el desarrollo de la actividad turística.

2.5.4. ANÁLISIS DE LOS DATOS

El procesamiento de datos se realizó a través de cuadros estadísticos, utilizando el programa computarizado de Microsoft Excel 2010, cuyos datos fueron interpretados mediante gráficos estadísticos, a fin de plasmarlos en la propuesta, para arribar a las conclusiones.

III. RESULTADOS

Las deducciones de un trabajo muestran la forma de trabajo, el campo de acción y las consecuencias de la observación, manipulación, sondeo o expectativas de un tema en estudio, con la cual se afirma o se rechaza las estimaciones en estudios anteriores, presunciones o supuestos, logrando crear nuevos conocimientos.

El estudio de la oferta y la demanda, muestran la forma, el fondo y el campo de aplicación; formulada en la presente investigación; en la cual se tuvo por conveniente analizar la oferta (a nivel de tour operadoras) a través de encuestas con preguntas abiertas o cerradas (con alternativas únicas o múltiples), en muchas de ellas se complementaba con la interrogante ¿Por qué? de determinadas respuestas, facilitando así la ampliación de las mismas, con el único fin de controlarlas, limitarlas y que se rijan conforme la investigación planteada, ya que esto conllevaría a evaluar la predisposición de las tour operadoras en la ejecución de la propuesta.

De igual manera se realizó un diagnóstico turístico en el Distrito Mariscal Benavides, que permitió evaluar el grado de conocimiento y aceptación del desarrollo de la actividad turística.

En el caso de la demanda se llevó a través de encuestas, con preguntas cerradas o abiertas (con alternativas únicas o múltiples); en muchos casos estas se complementaban con saber el ¿Por qué? de determinadas respuestas, facilitando así, la ampliación de las mismas, con el fin de limitar y controlar las respuestas, que permitan determinar el perfil del tipo de turista que efectuaría la implementación del canopy.

3.1.RESULTADOS DE LA OFERTA

3.1.1. OFERTA DE SERVICIOS

Con la intención de tener en claro la situación actual de la actividad turística en el centro poblado Mariscal Benavides, en donde se desarrollará la implementación del canopy, debemos considerar los siguientes aspectos:

3.1.1.1.ALOJAMIENTO

El centro poblado de Mariscal Benavides cuenta con dos establecimientos de hospedaje, con una capacidad instalada de 12 camas, y un costo de S/. 10.00 por día.

Tabla N° 02: Establecimientos de Hospedaje

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO		Casa Pensión	Sin Nombre		
DIRECCIÓN		Jr. La Victoria N° 104	Av. 28 de Julio		
PROPIETARIA		Maria Exilda Huamán Tafur	Verna Tafur Reyna		
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO		8 años	1 año		
LICENCIA MUNICIPAL		Si	No		
CAPACITA A SU PERSONAL		No	No		
CAPACIDAD INSTALADA	N° Habitaciones	08	04		
	N° Camas	08	04		
PRECIOS POR HABITACIÓN	Simple	X	S/.10 x día	X	S/.10 x día
	Doble				
	Matrimonial				
CUENTA CON BUZÓN DE RECLAMACIONES		No	No		

Fuente: Elaboración propia a partir de los trabajos de campo realizados.

3.1.1.2.ALIMENTACIÓN

El centro poblado de Mariscal Benavides cuenta con dos establecimientos de restauración, y el caserío San Antonio con uno. Estos tres establecimientos están autorizados por la municipalidad distrital,

para que se dediquen al expendio de alimentos, teniendo una capacidad instalada de 90 sillas para 90 personas, con un precio promedio por almuerzo de S/. 11.00 en platos a la carta, y si se trata de menú es de S/. 5.00 por almuerzo o S/. 10.00 por día incluida las tres comidas.

Tabla N° 03: Establecimientos de Restauración

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO		Casa Pensión	Sin Nombre	Los sabores del huayabamba
DIRECCIÓN		Jr. La Victoria N° 104	Av. 28 de Julio N° 200	Av. San Antonio S/N
PROPIETARIA		Maria Exilda Huamán Tafur	Olga Portocarrero Tafur	Lucy Herrera López
TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO		20 años	20 años	1 año
LICENCIA MUNICIPAL		Si	Si	Si
N° EMPLEADOS		01	01	01
CAPACITA A SU PERSONAL		No	No	No
CAPACIDAD INSTALADA	N° MESAS	05	04	12
	N° SILLAS	20	20	50
PLATOS QUE OFERTA	MENÚ	X S/. 10.00 x Día	X S/. 6.00 x Almuerzo	
	A LA CARTA	X S/. 8.00 x Almuerzo	X S/. 10.00 x Almuerzo	X S/. 15.00 x Almuerzo
	PLATOS TÍPICOS	X Varía desde S/. 10.00 a más.	X Varía desde S/. 10.00 a más.	X Varía desde S/. 10.00 a más.
CUENTA CON BUZÓN DE RECLAMACIONES		No	No	No

Fuente: Elaboración propia a partir de los trabajos de campo realizados.

3.1.1.3. TRANSPORTE

Se accede al centro poblado de Mariscal Benavides mediante una carretera asfaltada, que une la ciudad de Chachapoyas con dicho centro poblado. Para llegar al centro poblado se ofrecen servicios automovilísticos colectivos cuya capacidad de transporte aproximado por día es de 352 pasajeros desde la ciudad de Chachapoyas; sin embargo,

también cuentan con un Comités de autos “Señor de Ánimas” que realiza el transporte de pasajeros desde San Nicolás hacia Mariscal Benavides; por consiguiente las empresas prestadoras de este servicio son:

Tabla N° 04: Empresas de Transporte

Agencia de Transporte	Tipo de vehículo	N° de Unidades	Capacidad por Unidad	Total Capacidad
Transporte Gh Bus	Custer	3	24	72
Transporte Movil Tours	Custer	2	30	60
Transporte Travel Tours	Mini Bans	4	11	44
Transportes Señor de los Milagros	Autos	15	4	60
Transportes Huayabamba	Autos	24	4	96
Comités de autos “Señor de Ánimas” de San Nicolás a Mariscal Benavides.				
TOTAL – CAPACIDAD DE TRANSPORTE POR DÍA				352

Fuente: Elaboración propia a partir de los trabajos de campo realizados.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

3.1.2. OFERTA DE RECURSOS TURÍSTICOS

El distrito de Mariscal Benavides cuenta con un potencial turístico que se cataloga de la siguiente manera:

Tabla N° 05: Categoría de los recursos turísticos del distrito.

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	UBICACIÓN	CATEGORÍA	TIPO	SUB TIPO	JERARQUÍA
Laguna estacionaria de Huamampata	Mariscal Benavides – San Nicolás	Sitios naturales	Cuerpos de agua	Lagos o lagunas	02
Colpa de Pishayacu	Mariscal Benavides	Sitios naturales	Otros	Colpas	01
Catarata Santa Catalina	Caserío San Antonio	Sitios naturales	Caídas de agua	Cataratas o cascadas	01
Mirador Natural la Cruz.	Peña San Jacinto	Sitios naturales	Lugares pintorescos	Miradores naturales	01
Aguas termales de Michina	Caserío de Michina	Sitios naturales	Aguas minero medicinales	Aguas termales	01
Complejo turístico San Antonio	Caserío San Antonio		Centros de esparcimiento	Recreo campestre	02
Molienda de caña	Centro poblado Mariscal Benavides	Realizaciones técnicas, artísticas y contemporáneas	Explotaciones industriales	Trapiche	01

Fuente: Elaboración propia a partir de los trabajos de campo realizados.

A continuación, se detallará cada uno de los recursos turísticos identificados en el distrito:

Φ **LAGUNA ESTACIONARIA DE HUAMAMPATA:** Se encuentra ubicada en los distritos de Mariscal Benavides y San Nicolás, en la provincia de Rodríguez de Mendoza, al sur de la región.

La Laguna estacionaria de Huamampata colinda por el:

- Noreste con el distrito de Vista Alegre.
- Noroeste con los distritos de Granada y Molinopampa.
- Sur con los distritos de San Nicolás y Mariscal Benavides.

Las rutas que permiten el acceso al área de conservación ambiental de la “Cuenca del río Huamampata” son las siguientes:

Φ Zona de Yurac yacu, a donde se llega en 30 minutos aproximadamente desde San Nicolás vía terrestre, para luego caminar aproximadamente 02 horas por un camino de herradura. Esta vía es la más transitada por los pobladores locales, debido al menor tiempo que se emplea para llegar.

Esta vía, aunque no presenta fuertes pendientes, no se encuentra en buen estado, existiendo tramos fangosos, que se vuelven peor en épocas de lluvia.

Φ La otra ruta parte desde el distrito de San Nicolás (caserío Onchic) hacia el cerro aledaño, esta ruta es de fuerte pendiente y se encuentra en mejor estado, pero demanda una caminata de aproximadamente 02 horas 30 minutos. Los paisajes en esta ruta son más impresionantes, puesto que existen lugares de los cuales se divisa gran parte de la laguna en épocas de invierno, las pampas en épocas de verano y las ciudades aledañas como Mariscal Benavides, San Nicolás, Huambo entre otras, desde un mirador natural.

Φ Una ruta adicional menos transitada, pero que está siendo empleada por la llegada de migrantes, es aquella que parte de la

localidad de Molinopampa y permite el acceso al área de conservación por la parte alta de los pajonales.

Por sus características la Laguna de Huamanpata como sitio natural, no es solo una laguna sino un complejo ecosistema con rasgos excepcionales, que la posicionan como un recurso turístico prioritario en el área turística de Rodríguez de Mendoza.

Huamanpata, proviene de las terminaciones quechuas que traducidas al español significa Loma de Águila, y alberga en su territorio fenómenos geográficos como la laguna y el río de Huamanpata, así como bosques, tragaderos, entre otros.

La laguna tiene una extensión aproximada de 4 000 km y se llena en los meses de invierno producto de las continuas lluvias propias de esta estación. Este recurso tiene una profundidad mínima de 4 - 5 metros y su máximo oscila entre los 10 - 15 metros. Dentro de la misma es común encontrar como parte de la flora al álamo, árbol que se particulariza por ser resistente al agua, pudiendo pasar hasta 4 meses en ella.

Al hablar de vegetación se debe hacer un acápite aparte para mencionar al cedro; árbol muy solicitado por la industria maderera para la elaboración de muebles en general. Esta alta demanda a satisfacer, ha dejado efectos e impactos negativos en Huamanpata, debido a que los pobladores de este lugar lo han depredado, hasta el punto de que ya no es común encontrar esta especie en el lugar.

Ligada a esta vegetación existe una variada fauna, a los que clasificamos en aves y mamíferos. Las aves que destacan son: patos, garzas, gallitos de las rocas, pavos andinos, gaviotas, águilas, gavián nocturno, palomas, paucares y colibrí cola de espátula; entre los mamíferos tenemos al oso de anteojos, majaz y pumas.

Finalmente dentro del ecosistema de Huamampata, encontramos los tragaderos, llamados así debido a que en temporadas de lluvia no absorben el agua que se acumula de ríos y quebradas dando origen a la laguna. Para llegar a este lugar se atraviesa varios sectores, tomando como punto de partida el lugar denominado la Tranca, a partir de allí se atraviesa lugares como: la Caldera, Sauce Cucho, Peña Blanca; hasta llegar al sector de tragaderos que por la humedad se torna peligroso.

- ⊕ **COLPA DE PISHAYACU:** Ubicado en el caserío San Antonio, del distrito de Mariscal Benavides, aproximadamente a 1 km al noreste del puente San Antonio, Pishayacu quiere decir: agua donde beben las gallinas del monte y aves silvestres. La colpa se caracteriza por la existencia de bosques primarios con diferentes especies de flora, entre ellos palmeras de diferentes variedades y una variedad de cascarilla, árbol de la quina, higrones, quillituctos, ishpingos y algunas plantas tiernas de cedro, que se conservan gracias al cuidado y vigilancia de sus propietarios los hermanos Ocampo Saldaña.

- ⊕ **CATARATA SANTA CATALINA:** Lugar situado aguas arriba de la colpa de Pishayacu, con una caída de agua aproximada de 13 metros, en su ambiente circundante se puede observar vegetación típica del lugar, como palmeras, helechos, bromelias, orquídeas entre otros.

- ⊕ **MIRADOR NATURAL LA CRUZ:** Situado aproximadamente a 1 hora del centro poblado de Mariscal Benavides, en la cima de la Peña San Jacinto de donde se puede observar todo el Valle del Huayabamba: la ciudad de Mendoza, los distritos de Mariscal, Longar, Cochamal; en esta cima se sitúa una cruz que es celebrada en Mayo; además, existe una capilla con sus largas bancas en donde se celebran misas, como parte de las celebraciones de la Cruz de Mayo, pues

concentra a pobladores del valle y mayordomos que ofrecen comidas y bebidas de la zona a los devotos y visitantes.

Φ **AGUAS TERMALES MICHINA:** Chorro de aguas tibias; contenidas de fierro, que provienen del sub suelo, generando temperaturas elevadas de calor en las mañanas, las cuales son aprovechadas por los pobladores de la zona para tomarse un baño, y hacer uso de sus propiedades curativas que alivian los golpes, dislocaduras y dolores musculares.

Φ **COMPLEJO TURÍSTICO SAN ANTONIO:** Situado en el caserío San Antonio a 2 km. aproximadamente del centro poblado de Mariscal Benavides.

Este centro recreacional práctica principalmente la práctica de canopy (zip line), con un recorrido inicial de 500 m. con una altura entre 30 m. al inicio del recorrido, terminando en un tramo de llegada de 11 m., de igual manera se cuenta con un tramo más pequeño, el cual alcanza un recorrido de 50 m; el tramo del canopy que ahora está construido cuenta con todas las medidas de seguridad, dentro de estas tenemos que: el cable es galvanizado, cuenta con arnés de cintura, polea track, casco erich, extensión de cinta tubular, mosquetón con seguro y guantes, todos estos materiales están certificados. Los mismos que han sido traídos de Brasil; además de haber sido asistidos técnicamente por profesionales Costarricenses. Por ello la inversión que hasta el momento se ha realizado sobrepasa los S/.150 000 (*Ciento Cincuenta Mil Nuevos Soles*).

3.2.RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS POBLADORES DEL CENTRO DE INTERVENCIÓN: Centro poblado de Mariscal Benavides y caserío San Antonio.

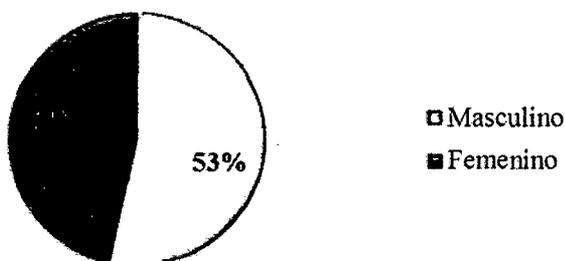
Si bien es cierto el Turismo Alternativo en la actualidad y pese a haberse focalizado en pocos destinos, tiene un buen crecimiento.

En consecuencia se convierte en una oportunidad su desarrollo, puesto que el centro de intervención de la presente investigación cuenta con todas las características necesarias para plantearlo como uno de los deportes de aventura que tiene mayor posibilidad de generar el desarrollo económico de la zona. A través del aprovechamiento de sus recursos turísticos, la protección del medio ambiente y la conservación del mismo. Para ello la comunidad debe presentar ciertas condiciones para que pueda insertarse en la actividad turística, siendo una de éstas: “El conocer la predisposición de la comunidad ante la inserción de la propuesta, y el involucramiento de la misma en su desarrollo”.

En la investigación para determinar la actitud de los pobladores hacia el desarrollo de la actividad turística, se aplicó una encuesta tomando como base los 273 hogares ocupados en el centro poblado de Mariscal Benavides, incluido el caserío San Antonio (INEI-2007). De ello se obtuvo una muestra de 101 hogares encuestados, todos pertenecientes al ámbito de intervención del proyecto.

Los resultados se detallan a partir del siguiente gráfico.

GRÁFICO N° 01: Distribución de pobladores encuestados según su género.

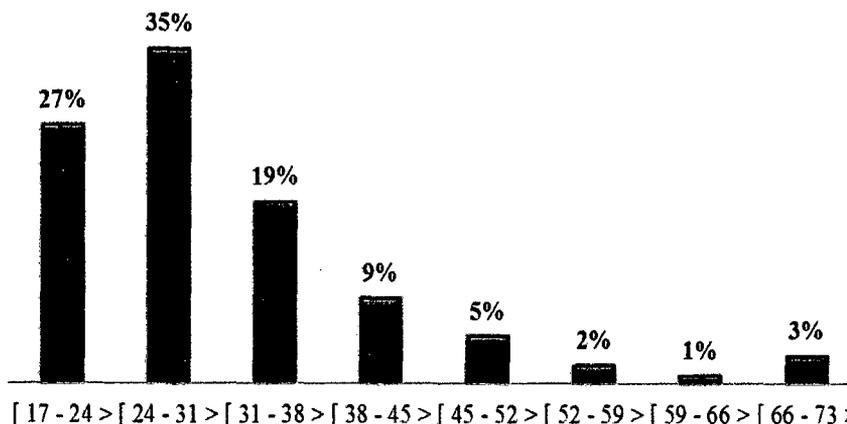


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

En el gráfico N° 01, acerca de los pobladores encuestados según género 54 personas fueron varones, representando el 53% de la muestra, y 47 fueron mujeres que representaron el 47% de la población encuestada. Esto debido a que la

mayoría de varones encuestados tienen trabajo independiente, con horarios flexibles.

GRÁFICO N° 02: Distribución de pobladores encuestados según su edad.

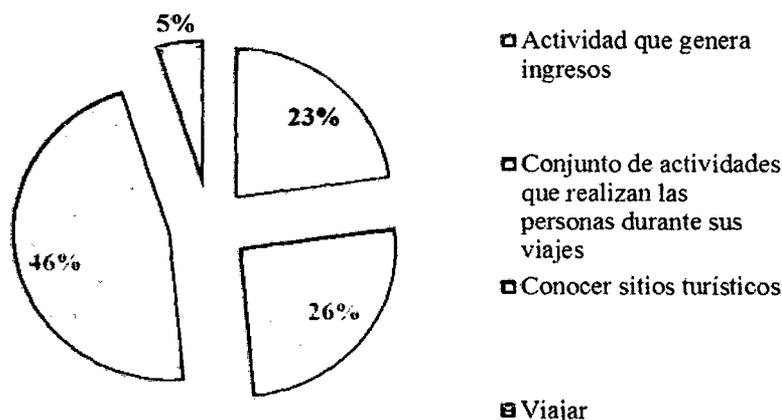


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

De los 101 pobladores encuestados en el centro poblado de Mariscal Benavides, se obtuvo la siguiente distribución: de 17 a 24 años (27%), de 24 a 38 años (54%), de 38 a 59 años (15%) y de 59 a 73 años (4%).

Se aprecia que los pobladores que se encuentran en la etapa inicial de la adultez temprana, abarcan 27% del total, concluyendo que estos turistas son económicamente dependientes de sus familiares, o jóvenes que están estudiando para posteriormente insertarse en el campo laboral; también tenemos a los adultos tempranos con un 54%, el cual abarca el mayor porcentaje de todos los grupos de edad, siendo aquellas personas que perciben ingresos económicos más rentables, es decir profesionales y/o trabajadores independientes casi consolidados; en la adultez intermedia tenemos un 15%, con pobladores que se dedican exclusivamente a la agricultura o la ganadería, convirtiéndose en la única actividad de sustento familiar; y por último tenemos un 4% representado por los pobladores de edad adulta tardía.

GRÁFICO N° 03: Distribución de pobladores encuestados según su opinión acerca de qué es turismo?

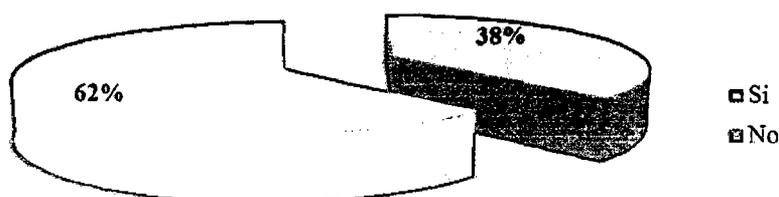


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

Según el gráfico N° 03, el 46% de los pobladores encuestados definen al turismo como aquella actividad que consiste en conocer sitios turísticos, el 26% entiende que es un conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes; sin embargo el 23% piensa que es una actividad que genera ingresos, y finalmente un 5% piensa que turismo es viajar.

Reflejando así el escaso conocimiento con respecto al turismo y el desarrollo de la actividad en sí, esto puede deberse al escaso desarrollo del turismo en la zona de intervención de la presente investigación. Generando una gran debilidad, pues es difícil hacerles cambiar de opinión con respecto a turismo y los impactos que este ocasiona tanto a nivel económico, social y ambiental.

GRÁFICO N° 04: Distribución de pobladores encuestados según su conocimiento acerca del turismo de aventura.

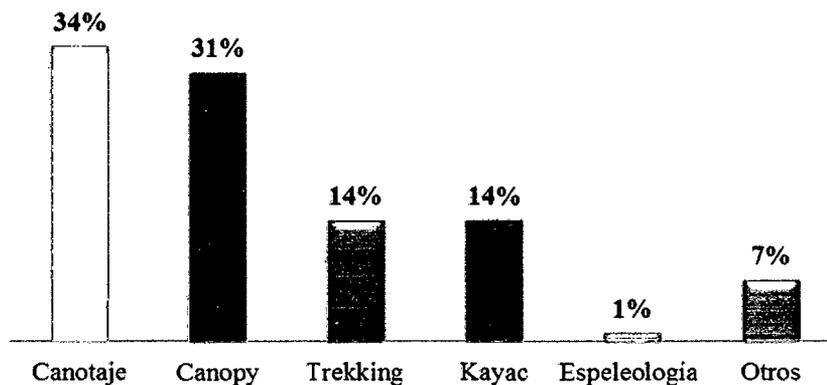


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

De los pobladores encuestados, con una notoria minoría de 38% si conocen que es turismo de aventura, definiéndolo como aquellas actividades que requieren de fuerza física, y que las personas la realizan con la intención de experimentar diversas sensaciones; sin embargo, un 62% no sabe que es turismo de aventura. Reflejando los escasos conocimientos que tienen los comuneros con respecto al turismo de aventura. Quizás porque no es una actividad que se desarrolle frecuentemente en la provincia de Rodríguez de Mendoza.

En comparación al gráfico N° 03, los resultados de este es más favorable, puesto que resultaría fácil establecer un conocimiento adecuado y real, que cambiar aquellos conocimientos que fueron impuestos y que son erróneos.

GRÁFICO N° 05: Distribución de pobladores encuestados según los tipos de turismo de aventura que se pueden realizar.

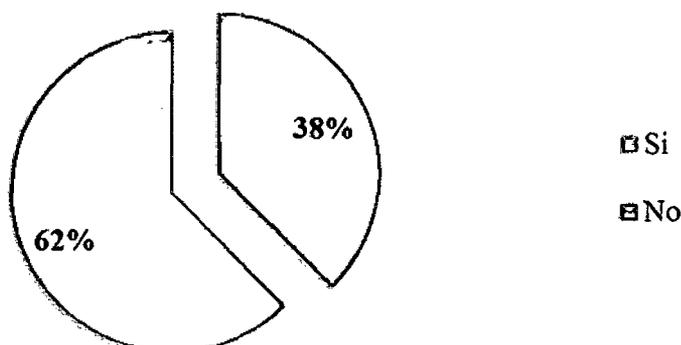


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

De los pobladores encuestados y según el gráfico N° 05, el 33% opina que se debe desarrollar el canotaje, por la existencia del río San Antonio, 31% canopy, 14% trekking y Kayac, y un 7% piensa que se pueden desarrollar otros tipos de turismo, como el turismo vivencial, de naturaleza, entre otros.

Todas estas sugerencias y preferencias, surgen a partir de la existencia de personas que practican este deporte esporádicamente, ya sea porque vienen de vacaciones o porque de una u otra manera tratan de crear nuevas alternativas de diversión, esto debido a que el distrito de Mariscal Benavides presenta condiciones favorables para llevar a cabo estos deportes de aventura.

GRÁFICO N° 06: Distribución de pobladores encuestados según su opinión acerca de qué es y en qué consiste el canopy?

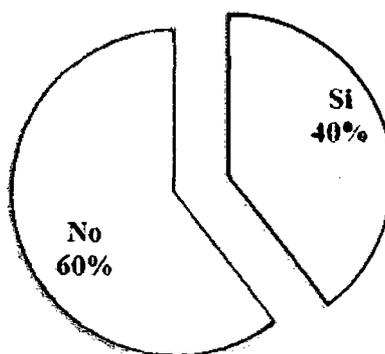


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

Según el gráfico N° 06, el 62% de los pobladores encuestados no sabe que es y mucho menos en que consiste el canopy; sin embargo el 38% si sabe que es canopy, definiéndolo como el traslado de una persona a través de una cuerda, de un punto hacia otro, por sobre los árboles.

Incluso hay personas que han desarrollado este deporte en el complejo turístico San Antonio, lugar que cuenta con las instalaciones adecuadas y todo el equipamiento individual que requiere su práctica, facilitando de esta manera la seguridad requerida para los aficionados de este deporte de aventura.

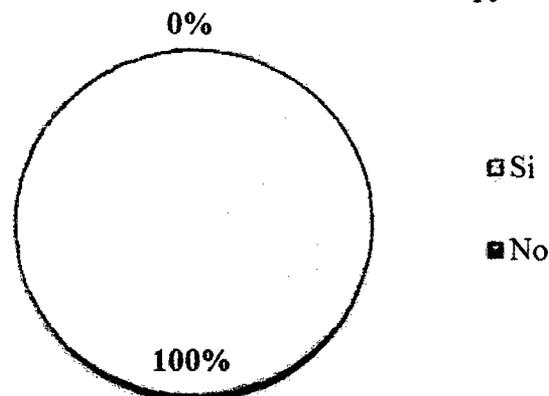
GRÁFICO N° 07: Distribución de pobladores encuestados según su conocimiento de la existencia de la infraestructura para desarrollar el canopy.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

De los pobladores encuestados, el 60% no tiene conocimiento de la existencia de una infraestructura para desarrollar el canopy, a pesar que se encuentra en el caserío San Antonio a 10 minutos del centro poblado de Mariscal Benavides; sin embargo el 40% si tiene conocimiento e incluso muchos de ellos indicaron haber realizado este deporte una vez finalizada su instalación.

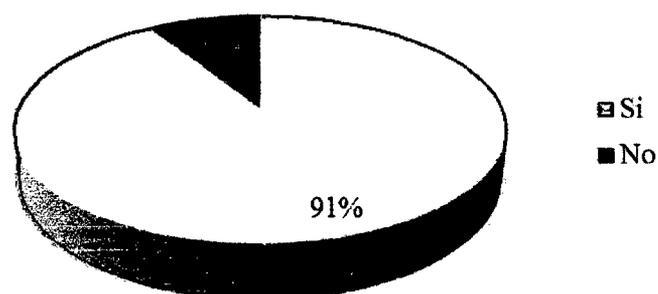
GRÁFICO N° 08: Distribución de pobladores encuestados según si estaría de acuerdo con el desarrollo del canopy.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

El 100% de los pobladores encuestados en el centro poblado de Mariscal Benavides y caserío San Antonio, está de acuerdo con el desarrollo del turismo de aventura, específicamente el deporte de canopy, ya que les permitiría crear negocios turísticos que les generarían ingresos económicos a través de la prestación de servicios turísticos, y por ende mejorarían su calidad de vida.

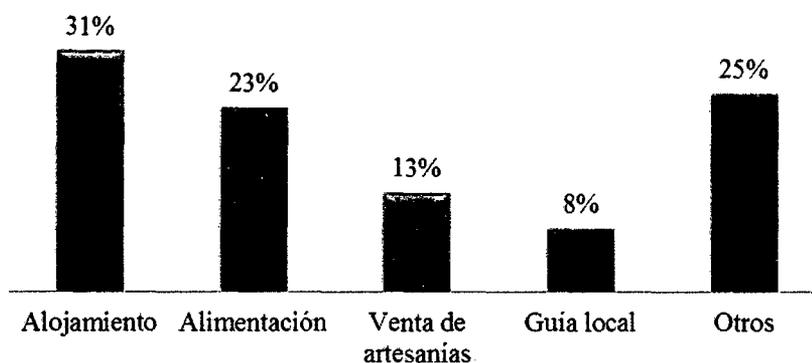
GRÁFICO N° 09: Distribución de pobladores encuestados según su disposición para participar en la actividad turística.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

En el gráfico N° 09, de los pobladores encuestados del centro poblado de Mariscal Benavides y el caserío San Antonio, el 91% si estaría dispuesto a involucrarse en el turismo a través de la prestación de servicios, así como un 9% no estaría interesado, puesto que prefieren seguir realizando sus labores cotidianas en el campo.

GRÁFICO N° 10: Distribución de pobladores encuestados según la actividad que le gustaría participar, en caso de implementarse el canopy.

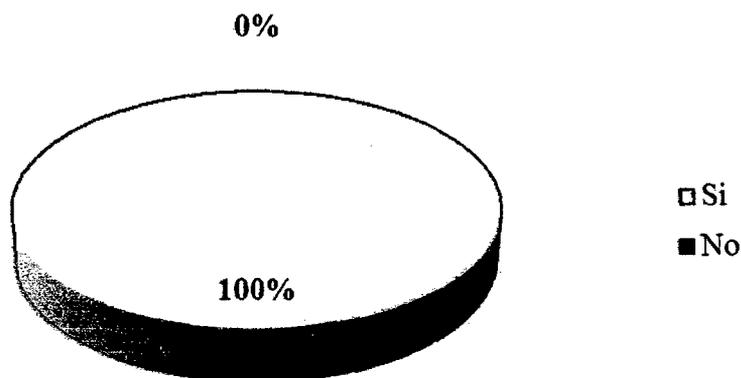


Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

Complementando al gráfico N° 09, tenemos que en la representación gráfica N° 10, el 31% de los encuestados interesados en involucrarse en el desarrollo del turismo en su localidad les gustaría prestar el servicio de alojamiento, 23% alimentación, 13% venta de artesanía, tal es el caso de tejidos a mano, 8% prestarían el servicio de guiado, y un 25% la prestación de otros servicios que estén relacionados con sus quehaceres diarios.

En base a los resultados obtenidos, podríamos afirmar que los pobladores del centro poblado de Mariscal Benavides y el caserío San Antonio, sienten que tienen habilidades para desarrollar algunas actividades, puesto que las consideran importantes dentro de la actividad turística.

GRÁFICO N° 11: Distribución de pobladores encuestados según el compromiso asumido con el cuidado del medio ambiente y recursos turísticos.



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta a pobladores.

Con el motivo de conocer cuáles son las expectativas de los pobladores con respecto a la conservación de sus recursos naturales y el medio que los rodea, se les preguntó si estarían dispuestos a conservarlos, obteniendo que según el gráfico N° 11 el 100% de los encuestados respondieron afirmativamente, pues consideran que si se desarrolla la actividad turística en el centro poblado de Mariscal Benavides y el caserío San Antonio, podrían obtener grandes beneficios, y consideran que los recursos naturales que poseen son el medio por el cual se atrae a los turistas y que forman parte de su patrimonio, siendo necesaria su conservación.

Sin embargo, existen problemas sociales que pueden afectar el desarrollo turístico del centro poblado, tales como:

- Φ Falta de conciencia ambiental, por causa de técnicas agrícolas inapropiadas como la quema de bosques.
- Φ Falta de capacitación en cuanto a la prestación de servicios, de ello se podría derivar el temor de los turistas.
- Φ Uso inapropiado del terreno, invadiendo muchas veces los recursos turísticos, que posteriormente generan su desaparición.
- Φ Falta de concientización en cuanto al cuidado de sus recursos naturales, existiendo el peligro inminente de pérdida y deterioro de sus recursos.

3.3.RESULTADOS DE LA DEMANDA

Es de vital importancia conocer el perfil del turista, pues esto facilitará la determinación de estrategias de comercialización del canopy. De igual manera permitirá elaborar el perfil del turista que realiza turismo de naturaleza y aventura, direccionando mejor los resultados deseados. Asimismo, se dará importancia a las necesidades insatisfechas de este segmento, los cuales fueron reflejados en las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros.

Según antecedentes, el origen geográfico de los flujos turísticos históricos y actuales que llegan a la región Amazonas y por ende a la ciudad de Chachapoyas, por ser considerada centro de soporte, son en su mayoría del mercado interno e internacional, quienes concentran sus visitas hacia los recursos turísticos del Complejo Arqueológico de Kuélap y la Catarata de Gocta.

3.3.1. RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A TOUR OPERADORAS

Encuesta aplicada a los propietarios o administradores de las Tour Operadoras de la ciudad de Chachapoyas con funcionamiento permanente en el rubro, como son: Andes Tours, Chacha Expedition, Chachapoyas Travel, Cloudforest Expedition, Eagle Tours, ISSTURIX S.R.L, Raymillacta Travel, Santa María Travel y Turismo Explorer.

Los resultados de las encuestas realizadas en los meses de febrero y marzo de 2013, reflejan el deseo de comercialización del deporte de canopy, en la provincia de Rodríguez de Mendoza, así como la predisposición de las tour operadoras para venderlo en los diversos paquetes turísticos que estos ofertan a sus demandantes durante todo el año. De igual manera, se buscó información acerca de las tendencias que cada una de estas tienen en cuanto a la oferta de sus servicios, es decir el tipo de actividades que son más demandadas entre los turistas que arriban a nuestra ciudad y que hacen uso de sus servicios, al igual que el interés que pueden tener en implementar el canopy dentro de sus paquetes turísticos y el tiempo aproximado en el que se debería desarrollarlo.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

CUADRO MATRIZ Nº 01 – ENTREVISTA REALIZADA A TOUR OPERADORAS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS.

ENTIDAD \ ITEM	1.- ¿A qué nivel trabaja su agencia de viaje la oferta turística?	2.- ¿Qué tipo de turismo es el que más realiza y ofrece su agencia de viaje?	3.- ¿Qué tipo de actividades son las que demanda mayormente el turista?	4.- ¿Cuáles son los recursos o atractivos turísticos de naturaleza que ofrece y que más se venden?
ANDES TOURS	A nivel nacional, incluye los lugares de Cajamarca, Tarapoto, Trujillo, Huaraz	Turismo de aventura, cultural y vivencial.	Turismo Cultural y de naturaleza.	Catarata de Gocta y Huaylla Belén.
CHACHA EXPEDITION	A nivel nacional, incluye el CTN y CTS.	Turismo de aventura y cultural.	Turismo cultural.	Catarata de Gocta.
CHACHAPOYAS TRAVEL	A nivel nacional, incluye el CTN.	Turismo de aventura y cultural.	Turismo cultural y de aventura.	Catarata de Gocta, Huaylla Belén, Caverna de Quiocta y Laguna de los Cóndores.
CLOUDFOREST EXPEDITION	A nivel nacional, incluye el CTN.	Turismo de aventura.	Turismo de aventura, cultural.	Catarata de Gocta, Gran Vilaya, Laguna de los Cóndores.
EAGLE TOURS	A nivel nacional, incluye CTN.	Turismo cultural y de naturaleza.	Turismo cultural y de naturaleza.	Catarata de Gocta, Caverna de Quiocta, Huaylla Belén.
ISSTURIX	A nivel nacional, incluye el CTN.	Turismo cultural y de naturaleza.	Turismo cultural.	Catarata de Gocta.
RAYMILLACTA TRAVEL	Nivel Regional.	Turismo aventura y arqueológico.	Turismo de aventura y arqueológico.	Catarata de Gocta, Cavernas de Quiocta, Laguna de los Cóndores, Huaylla Belén.
SANTA MARÍA TRAVEL	Nivel Regional.	Turismo cultural y de naturaleza.	Turismo cultural y de naturaleza.	Catarata de Gocta.
TURISMO EXPLORER	Nivel nacional, incluye CTN.	Turismo de naturaleza y cultural.	Turismo de naturaleza y cultural.	Catarata de Gocta.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

ENTIDAD	ITEM	5.- ¿Ud. ha insertado algún tipo de deporte de Aventura en los recursos turísticos de naturaleza que ofrece?	6.- ¿Ud. tiene conocimiento que en la Provincia Rodríguez de Mendoza, existen instalaciones y equipamientos para desarrollar canopy?	7.- ¿Le parece bien la propuesta de implementación del canopy en la Provincia Rodríguez de Mendoza?	8.- Indique por cuánto tiempo se debería elaborar esta propuesta en la Provincia Rodríguez de Mendoza.
ANDES TOURS		No.	No.	Si, ya que permitirá impulsar el turismo en la provincia.	Se debería elaborar todos los fines de semana.
CHACHA EXPEDITION		Si, se desarrolla el trekking.	No.	Si, ya que diversificaría la oferta turística de la región.	Se debería desarrollar por un día.
CHACHAPOYAS TRAVEL		Si, se desarrolla el trekking.	No.	Si, ya que permitiría desarrollar el turismo en la provincia.	Se debería desarrollar de 2 a 3 días, incluyendo otras actividades.
CLOUDFOREST EXPEDITION		No.	Si.	Si, porque facilita el impulso del desarrollo del turismo en la provincia.	Se debería desarrollar por un día.
EAGLE TOURS		No.	No.	Si, porque impulsa el desarrollo del turismo y diversifica la oferta turística.	Se debería desarrollar por un día.
ISSTURIX		No.	No.	Si, porque permitiría impulsar el turismo en la provincia.	Se debería desarrollar por un día.
RAYMILLACTA TRAVEL		No.	No.	Si, porque permitiría impulsar el turismo en la provincia.	Se debería desarrollar de 1 a 2 días.
SANTA MARÍA TRAVEL		No.	No.	Si, porque diversifica la oferta turística.	Se debería desarrollar de 1 a 2 días.
TURISMO EXPLORER		Si, se desarrolla el trekking.	Si.	Si, porque impulsa el turismo en la provincia.	Se debería desarrollar de 1 a 2 días.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

ENTIDAD \ ITEM	9.- ¿Qué medios serían necesarios utilizar para vender la propuesta de implementación de canopy en la Provincia Rodríguez de Mendoza?	10.- ¿Ud. comercializaría la práctica de canopy en la Provincia Rodríguez de Mendoza?	11.- ¿Cómo comercializaría la práctica del canopy en la Provincia Rodríguez de Mendoza?	12.- ¿Qué sugerencias daría para que la Provincia Rodríguez de Mendoza sea comercialmente atractiva?
ANDES TOURS	Página Web.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Se debería mejorar la accesibilidad a la provincia.
CHACHA EXPEDITION	Página Web.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Se debería mejorar la accesibilidad a la provincia e impulsar la promoción de la misma.
CHACHAPOYAS TRAVEL	Página Web.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Se debería promocionar más los atractivos turísticos y mejorar los medios de comunicación y servicios.
CLOUDFOREST EXPEDITION	Página Web y a través de workshop.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Las instituciones públicas y privadas deben involucrarse más en el desarrollo del turismo.
EAGLE TOURS	Página web, ferias de turismo, y convenios con agencias a nivel nacional.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Mejorar la accesibilidad a la provincia y la prestación de servicios turísticos.
ISSTURIX	Página web.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Mejorar la accesibilidad, y prestación de servicios turísticos.
RAYMILLACTA TRAVEL	Afiches.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Mejorar los medios de comunicación.
SANTA MARÍA TRAVEL	Página Web.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Mejorar las vías de comunicación.
TURISMO EXPLORER	Página Web.	Si.	Integrado en otros paquetes.	Mejorar los medios de comunicación.

Casi todas las empresas trabajan la oferta turística a nivel nacional, incluyendo lugares como Loreto, Huaraz, Cajamarca, incluso el circuito turístico norte y el circuito turístico sur.

Sin embargo, el tipo de turismo que más realizan las tour operadoras son: turismo cultural, de aventura y naturaleza, los que de igual modo son los más demandados por los turistas que arriban a la región, resaltando dentro de los recursos turísticos la Catarata de Gocta y en menor escala Huaylla Belén, Laguna de los Cóndores, Cavernas de Quiocta, y Gran Vilaya, como los recursos de naturaleza más solicitados, añadiendo a estos recursos el desarrollo de caminatas como parte de un turismo de aventura.

Por otro lado, y centrándonos más en nuestra propuesta, la mayor parte de las tour operadoras encuestadas no tienen conocimiento que en la provincia de Rodríguez de Mendoza existen instalaciones para desarrollar el canopy, e incluso que cuenta con equipamiento para la práctica del mismo; pero estas están de acuerdo con el desarrollo de la propuesta, y sugieren que se debería desarrollar de 1 a 2 días, involucrando otras actividades y otros recursos turísticos propios de la provincia y acorde con el interés de los turistas.

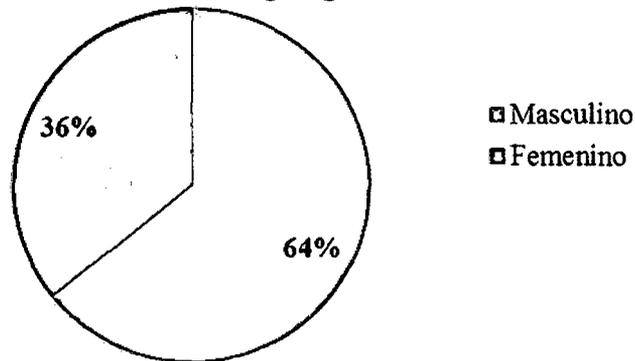
Finalmente las tour operadoras recomiendan usar el internet, a través de la creación de una página web, para la promoción, difusión y comercialización de este deporte, al igual que la participación en ferias, locales, regionales, y nacionales, así como convenios con otras agencias de viaje a nivel nacional, teniendo en cuenta que las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas si comercializarían la práctica del deporte de canopy en la provincia de Rodríguez de Mendoza, integrado a diversos paquetes turísticos; de igual manera se sugiere que tanto instituciones públicas como privadas, se involucren en el desarrollo de la actividad turística en la provincia, ya que con esto se fortalecerían los lazos entre ambas en beneficio de la provincia, logrando una mayor difusión, promoción, inversión privada, y mejoramiento de las vías de acceso, medios de comunicación, y prestación de servicios.

3.3.2. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A TURISTAS NACIONALES

Según el promedio de turistas que visitan el Complejo Arqueológico de Kuélap por ser icono turístico de la Región Amazonas, durante los últimos cinco (5) años entre los meses de febrero – marzo, es de 1 276 turistas nacionales, de los que se obtuvo una muestra de 176 turistas nacionales encuestados, para ello se elaboró una encuesta minuciosa; encuesta que se realizó tanto en establecimientos de hospedaje, como en la plaza mayor y otros lugares estratégicos como ambientes de las tour operadoras, oficina de iPeru Chachapoyas, después de que los turistas encuestados ya habían efectuado el desarrollo de sus diversas actividades turísticas en la región.

Sin embargo, la encuesta fue elaborada con el fin de recolectar datos precisos de los turistas encuestados como: sus gustos, preferencias, nuevas necesidades y/o tendencias, y sobre todo la aceptación de la propuesta planteada; así como otros requerimientos que son indispensables para la propuesta, ya que sería una de las formas más adecuadas para desarrollar una nueva actividad turística como es el caso del canopy, facilitando de esta manera la diversificación de la oferta turística e incremento de permanencia de los visitantes en la provincia, y por ende en la región.

GRÁFICO N° 12: Distribución de turistas nacionales encuestados según género.

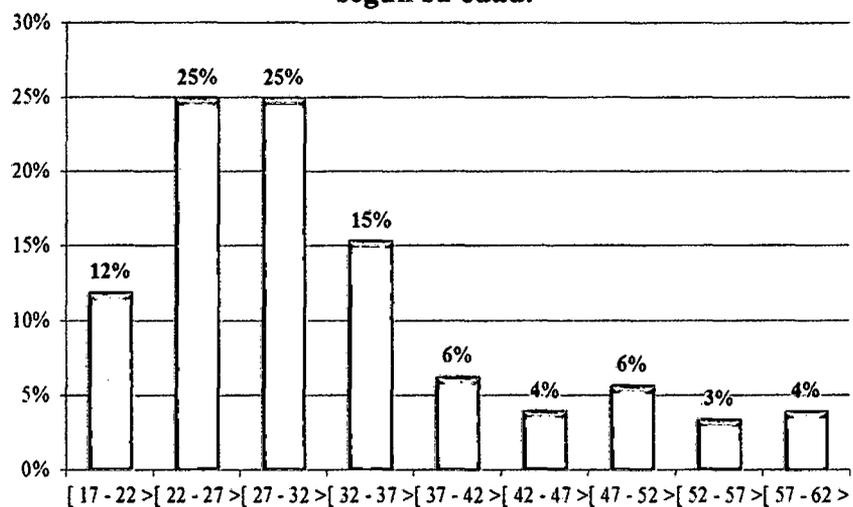


Fuente: Elaboración propia.

Se encuestó a un total de 176 turistas nacionales, de los cuales el 64% son del género masculino, gran parte de ellos vienen en grupos del mismo sexo, a manera de viajes de aventura, seguido de aquellos turistas que arriban a la región en parejas o grandes grupos de amigos en el 36 % de género femenino.

Esto indica que la población que arriba a la región, son en su mayoría varones, posiblemente por el esfuerzo físico que demanda desarrollar ciertas actividades turísticas.

GRÁFICO N° 13: Distribución de turistas nacionales encuestados según su edad.

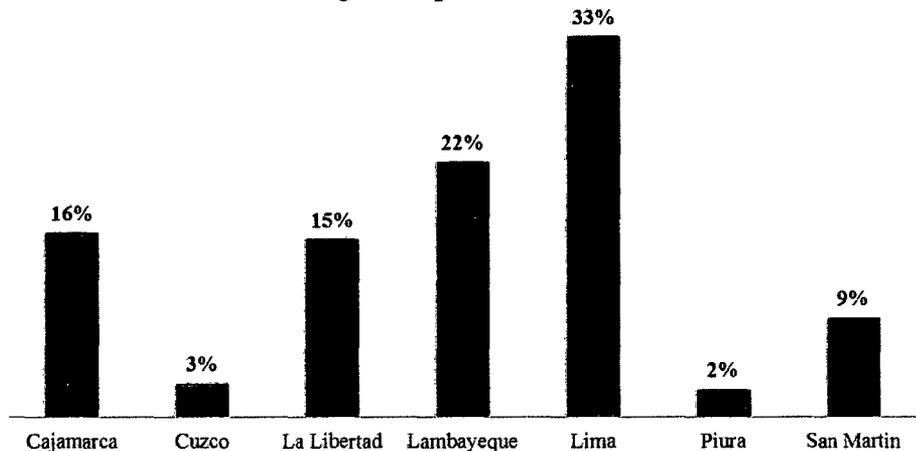


Fuente: Elaboración propia

Aplicando la fórmula para intervalos ($X_{\max} - X_{\min} \dots 1 + 3.32 * \log(n)$), se obtuvo la siguiente distribución: de 17 a 26 años (37%), de 27 a 36 años (40%), de 37 a 56 años (19%) y de 57 a 62 años (4%).

Se aprecia que los turistas nacionales que se encuentran en la etapa inicial de la adultez temprana, abarcan 37% del total, concluyendo que estos turistas son económicamente dependientes de sus familiares, o jóvenes profesionales que recién se están insertando en el campo laboral; también tenemos a los adultos tempranos con un 40%, el cual abarca el mayor porcentaje de todos los grupos de edad, siendo aquellas personas que perciben ingresos económicos más rentables, es decir profesionales casi consolidados; en la adultez intermedia tenemos un 19%, con profesionales capaces de disfrutar su tiempo de ocio en las actividades o tiempo libre que ellos deseen, con mayor exigencia en servicios; y por último tenemos un 4% representado por los turistas de edad adulta tardía.

GRÁFICO N° 14: Distribución de turistas nacionales encuestados según su procedencia.



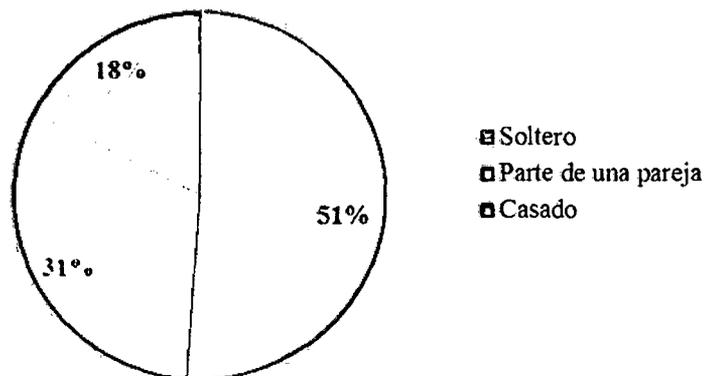
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N° 14, observamos que los turistas según su procedencia son de Lima (33%), Lambayeque (22%), Cajamarca (16%), La

libertad (15%), y grupos minoritarios como San Martín (9%), Cuzco (3%) y Piura (2%).

La ciudad de Lima constituye nuestro principal emisor de visitantes a la región Amazonas, seguido de las regiones como Lambayeque, La Libertad, Cajamarca y San Martín. Sin embargo la zona norte y central es el principal foco de atracción en el caso del mercado turístico nacional; y a pesar de ello podemos apreciar claramente la ausencia de visitantes de la parte sur del país, el cual refleja la poca comunicación entre Cusco (principal motivo de visita al Perú) y Amazonas; ya que si existiera un contacto entre ambos, tendríamos mayor afluencia de turistas.

GRÁFICO N° 15: Distribución de turistas nacionales encuestados según su estado civil.



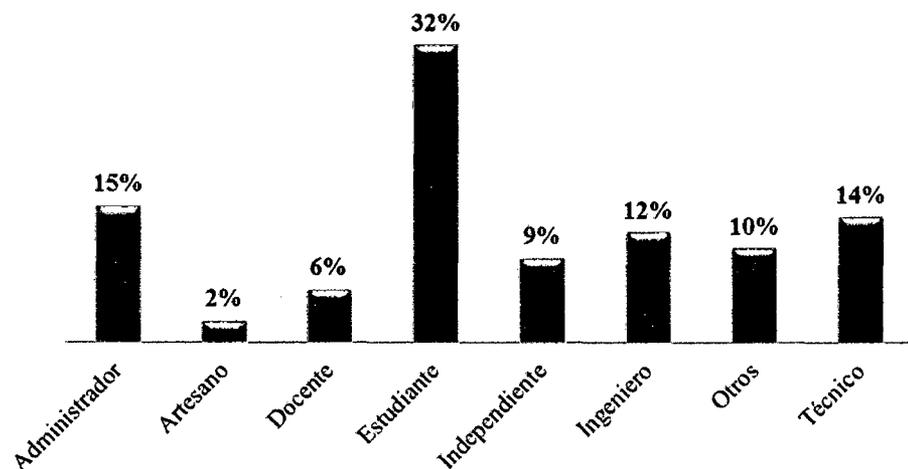
Fuente: Elaboración propia.

El mercado se caracteriza por tener visitantes en su gran mayoría solteros (51%) y aquellos turistas que parten de una pareja (31%); y con una marcada diferencia aquellos turistas cuyo estado civil son casados (18%).

Al ver anteriores gráficos donde se indica la edad (gráfico N° 13 población en el inicio de la adultez temprana entre 17 y 26 años);

corresponde el 51% de solteros, lo cual permite concluir que la mayoría de los encuestados gozan de su estado de libertad sin responsabilidades mayores, influyendo así en la toma de decisiones del viaje a Amazonas.

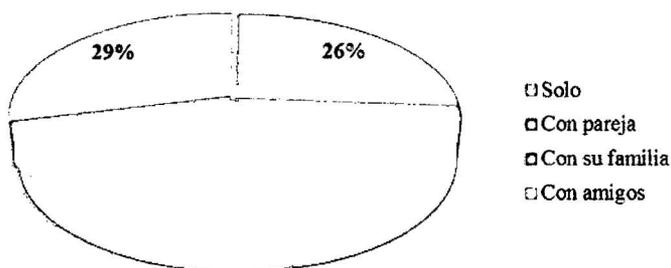
GRÁFICO N° 16: Distribución de turistas nacionales encuestados según su ocupación.



Fuente: Elaboración propia.

La ocupación de estudiantes representa el 32%, Administradores 15%, Técnicos 14%, Ingenieros 12%, Independientes 9%, Docentes 6%, Artesano 2%, así como otros con un 10% entre los que figuran abogados, contadores, amas de casa, entre otros; lo cual confirma el análisis del gráfico N° 13, la mayor parte de la población que visita Amazonas son de ocupación estudiante, todos de nivel superior o universitarios; seguido de administradores, y técnicos en las ramas de computación, electrónica, enfermeras, entre otros; de igual manera ingenieros en las áreas de sistemas, civil, minas, industrias alimentarias; así como personas independientes con negocio propio, docentes de todos los niveles educativos (Inicial, primaria, secundaria y superior), todos ellos forman parte de nuestra demanda nacional.

GRÁFICO N° 17: Distribución de turistas nacionales encuestados según su grupo de viaje.

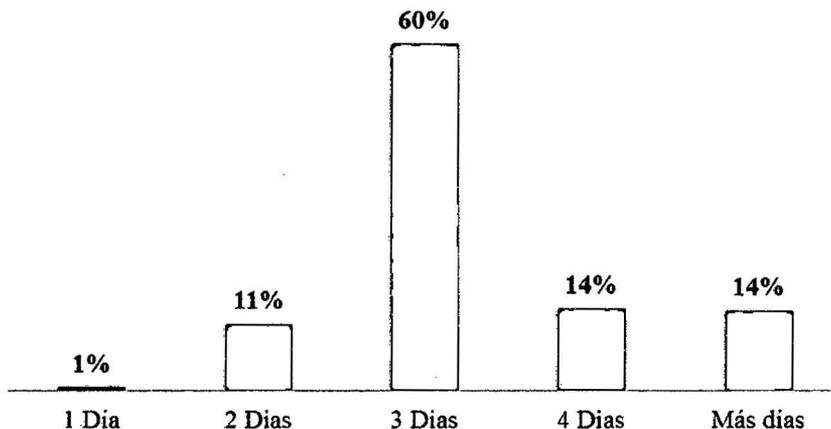


Fuente: Elaboración propia

El gráfico N° 17, muestra que el 29% de los turistas nacionales viajan con amigos, el 26% viajan solos, el 24% con su familia, y 21% viajan con pareja.

Quedando claro que la población tomada para la muestra refleja que el grupo de viaje en su mayoría está conformado por grupos de amigos, esto se puede deberse al desarrollo de las diversas actividades turísticas que desarrollan durante su estadía en la región. Seguido de aquellos turistas a los que les gusta arriesgarse y viajar solos, esto debido a la naturaleza misma del ser humano.

GRÁFICO N° 18: Distribución de turistas nacionales encuestados según su periodo de permanencia.

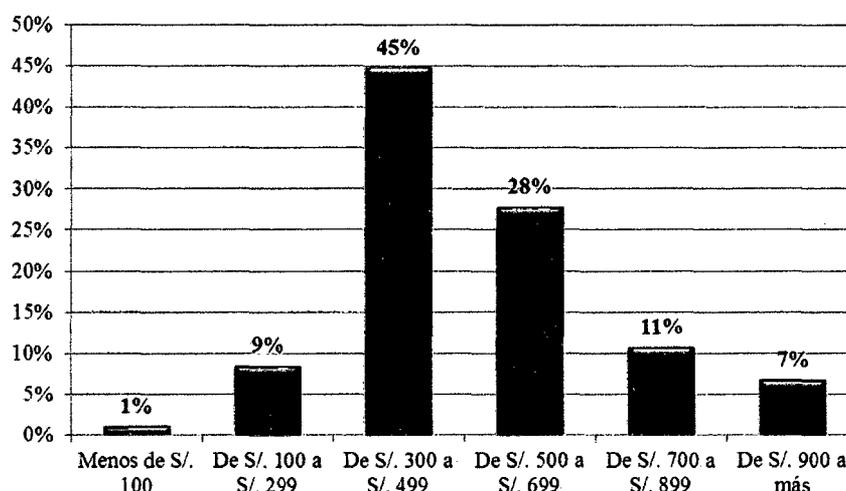


Fuente: Elaboración propia

El 60% de los turistas nacionales tiene un periodo de permanencia de 3 días; seguido de la permanencia de 4 días con un 14%, y aquellos turistas que se demoran más de 5 días con el mismo porcentaje, al igual que los turistas que se demoran por 2 días con un 11% y finalmente aquellos que permanecen 1 día con un 1%.

Es por ello la importancia de proponer nuevas alternativas de viaje, como una forma de diversificar la oferta turística de la región Amazonas, logrando de esta manera incrementar la permanencia de los turistas, así como el desarrollo de las diversas actividades propuestas.

GRÁFICO N° 19: Distribución de turistas nacionales encuestados según sus gastos durante su estadía.

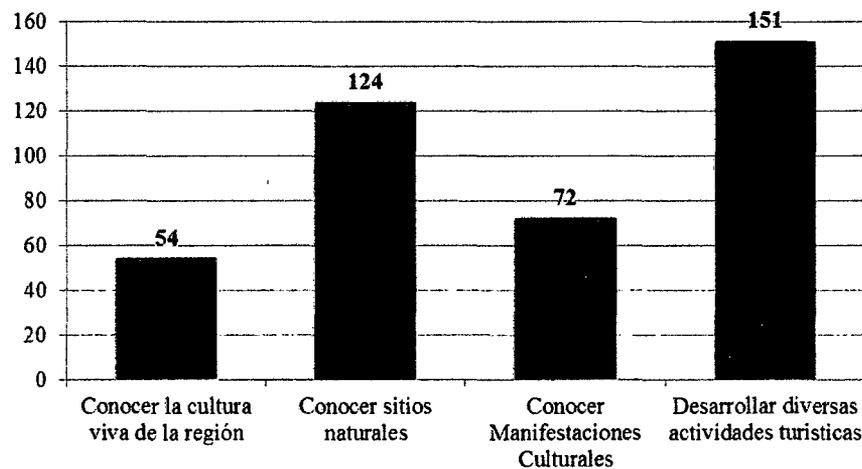


Fuente: Elaboración propia

Los turistas encuestados gastan un 45% entre 300 a 499 soles, 28% entre 500 a 699 soles, seguido de aquellos grupos minoritarios de turistas que gastan entre 700 a 899 soles (11%), 100 a 299 soles (8%), más de 900 soles (7%), y aquellos que gastan menos de 100 soles con un 1%.

Si nosotros contrastamos la información obtenida en el gráfico N° 17, con el gráfico actual, podremos observar que la mayoría de los turistas que permanecen en la región Amazonas por 3 días y algunos por más, gastan entre 300 y 700 soles aproximadamente, debido a las diversas actividades turísticas, culturales y sociales, que realizan.

GRÁFICO N° 20: Distribución de turistas nacionales encuestados según su motivo de visita.



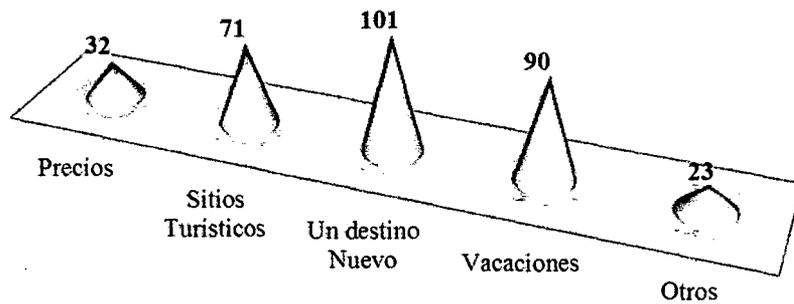
Fuente: Elaboración propia

De los encuestados existe un grupo de turistas que visitan la región Amazonas, para desarrollar diversas actividades turísticas, que incluyen deportes de aventura, de naturaleza, entre otros. Por otro lado, existen turistas que visita la región para conocer sitios naturales, otros buscan conocer manifestaciones culturales, y finalmente encontramos un segmento de turistas que buscan conocer la cultura viva de la región, y con ello las costumbres y tradiciones de cada uno de los lugares que visitan dentro de la región.

El gráfico muestra que la mayor parte de la población viene motivado por desarrollar diversas actividades turísticas, puesto que no se centran sólo en conocer un determinado recurso turístico o realizar tomas

fotográficas, sino que por el contrario buscan complementar sus visitas con actividades deportivas que ayuden a mejorar su calidad de vida y que les permitan relacionarse con los pobladores de las comunidades a las que arriban, además de interrelacionarse con el entorno que rodea los recursos turísticos de la región e integrando esto a los turistas que exclusivamente buscan conocer sitios naturales.

GRÁFICO N° 21: Distribución de turistas nacionales encuestados según los factores que influyen en su decisión de viaje.

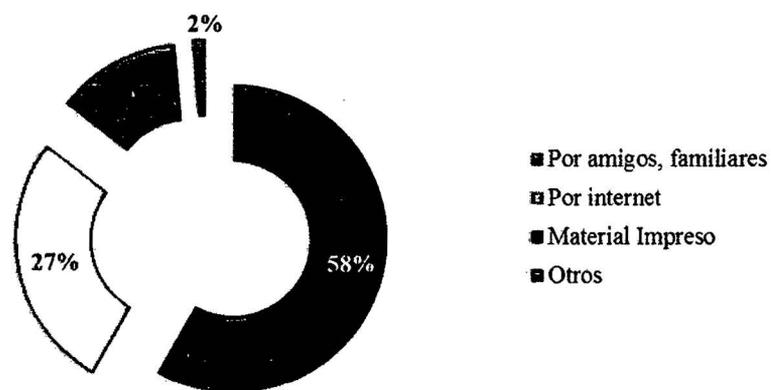


Fuente: Elaboración propia

Del grupo de turistas encuestados, y debido a que esta pregunta nos proporciona respuestas múltiples, 101 turistas nos indicó que uno de los factores más influyentes en su decisión de viaje a la región Amazonas es que es un destino nuevo, que recién está comercializándose a nivel nacional; seguido de aquellos turistas que deciden venir por vacaciones, otros por la diversidad de sitios turísticos que posee, siendo uno de ellos el icono turístico de la región Amazonas, el Complejo Arqueológico de Kuélap, y en menor escala aquellos turistas que visitan la región por los precios, así como existen otro grupo de turistas que vienen por diversos factores, tal es el caso de la cercanía con otros departamentos o la conexión por la carretera Fernando Belaunde Terry.

En el gráfico, podemos observar que el mayor porcentaje de turistas visita la región Amazonas por ser un nuevo destino, pues es un mercado poco aprovechado que tiene grandes potencialidades para desarrollar diversas actividades turísticas, todas estas acorde con las nuevas tendencias de mercado y conservando siempre el medio ambiente.

GRÁFICO N° 22: Distribución de turistas nacionales encuestados según que medios de información utilizan.



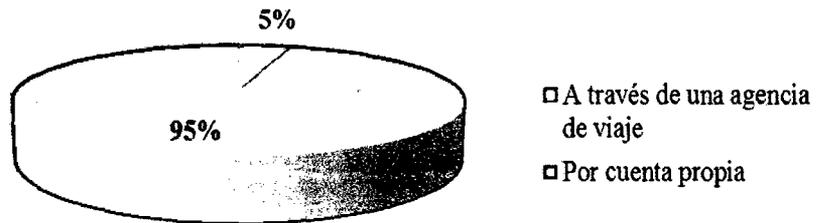
Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N° 26, y los datos obtenidos de los turistas encuestados tenemos que la mayor parte de los que visitan la región Amazonas se informaron por amigos o familiares (58%) sobre ésta, de igual manera tenemos que 27% de los encuestados se informaron por internet, 13% por material impreso, y 1% por otros medios.

Por otro lado, se aprecia, que más de la mitad de los turistas encuestados se informan del destino Amazonas por amigos o familiares, he ahí la importancia de fortalecer la imagen e impresión que se pueda causar en ellos, generando de esta manera una buena presentación para los próximos visitantes de la región, e impulsando el desarrollo de la actividad turística de la región a través del marketing viral (marketing de boca – boca) como medio de promoción y

comercialización; además, de contar con el internet como la herramienta más utilizada en la actualidad.

GRÁFICO N° 23: Distribución de turistas nacionales encuestados según medios de organización de su viaje a la región Amazonas.

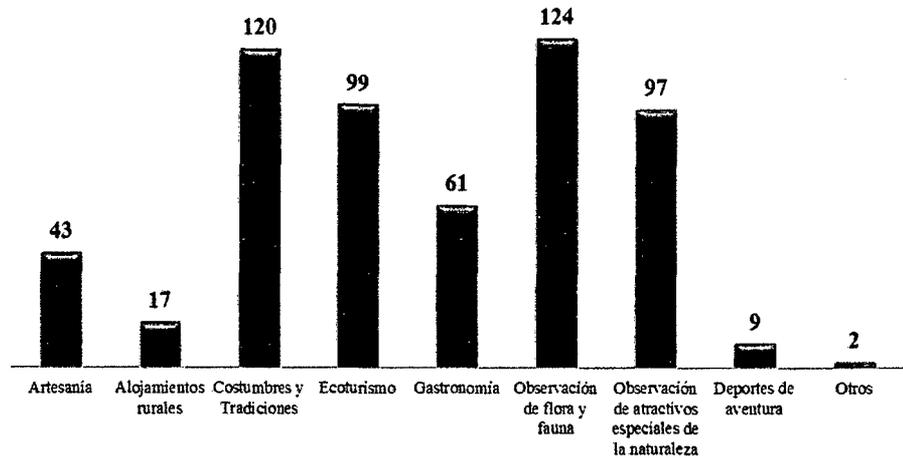


Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N° 23, el 95% de los turistas encuestados organizan su viaje a la región Amazonas por cuenta propia, sin intervención de agencias de viaje, ya que se acoplan a lo referido en el gráfico N° 22, según el cual la mayoría de turistas que visitan la región Amazonas lo hacen por recomendación de amigos, familiares o a través del uso del internet; mientras que, el 5% de ellos lo realizan a través de una agencia de viaje, sea de la ciudad de destino o desde la ciudad de origen.

Por ello, es importante aprovechar los diversos medios de información que utilizan los visitantes de un destino, pues es una ventaja para comercializar la oferta turística y el destino de Amazonas en general, ya que a través del uso de estos medios posicionaríamos el destino. En consecuencia es necesario fortalecer las relaciones comerciales con las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas, y posicionar el desarrollo de diversas actividades turísticas.

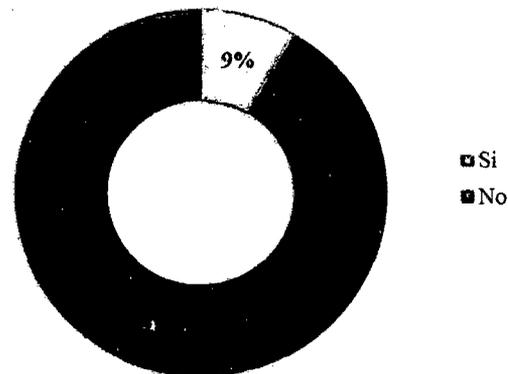
GRÁFICO N° 24: Distribución de turistas nacionales encuestados según el tipo de actividades (o compras) que ha realizado durante su visita.



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N° 24, observamos que las actividades más realizadas por los turistas durante su visita a la región Amazonas son: observación de flora y fauna (124), costumbres y tradiciones (120), ecoturismo (99), observación de atractivos especiales de la naturaleza (97), gastronomía (61), y finalmente, pero en pequeñas minorías tenemos la compra de artesanía (43), alojamientos rurales (17) y deportes de aventura (9). Las actividades que mayor demanda generan los turistas extranjeros son observación de flora y fauna, así como el de costumbres y tradiciones, teniendo en cuenta que los turistas que arriban a la región Amazonas, buscan la armonía entre el paisaje natural y la intervención humana, y con ello la observación de algunas especies endémicas de la región, de igual manera los turistas buscan interrelacionarse culturalmente con los pobladores locales en cada punto a visitar.

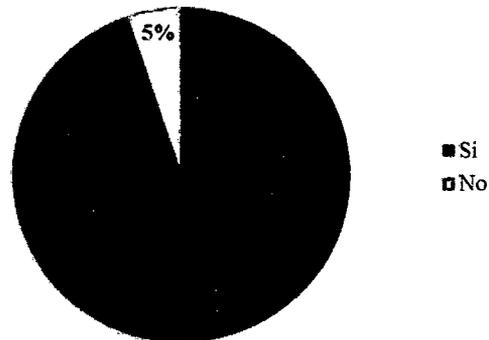
GRÁFICO N° 25: Distribución de turistas nacionales encuestados según su conocimiento de los lugares en los que se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N° 25, observamos que de los turistas encuestados el 91% no tiene conocimiento de los lugares en los que se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región Amazonas, debido a la falta de promoción y difusión de estos, por instituciones competentes con el desarrollo del turismo dentro de la región. Sin embargo, el 9% de los turistas si conoce de algunos lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región, tal es el caso de la Laguna de los Cóndores, la Catarata de Gocta, y algunas áreas de conservación privada como Abra Patricia.

GRÁFICO N° 26: Distribución de turistas nacionales encuestados según su intención de conocer algunos lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.

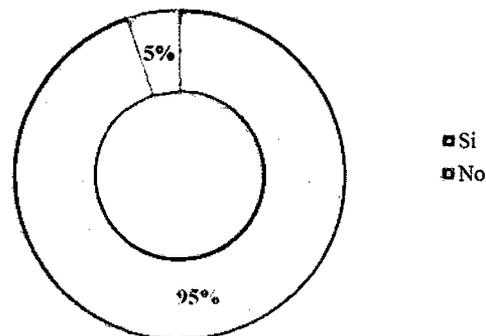


Fuente: Elaboración propia

El 95% de los encuestados si tiene la intención de conocer los lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región, y un 5% de turistas no tienen la intención de conocer estos lugares.

Los turistas que muestran la predisposición para ir y conocer los lugares en los cuales se desarrolla el turismo de aventura son turistas arriesgados que se encuentran entre 22 y 32 años en su mayoría, sin embargo el grupo de turistas que no tiene el interés de conocer estos lugares, son por los intereses y motivaciones de viaje, y en algunos casos debido a su edad y el periodo de permanencia.

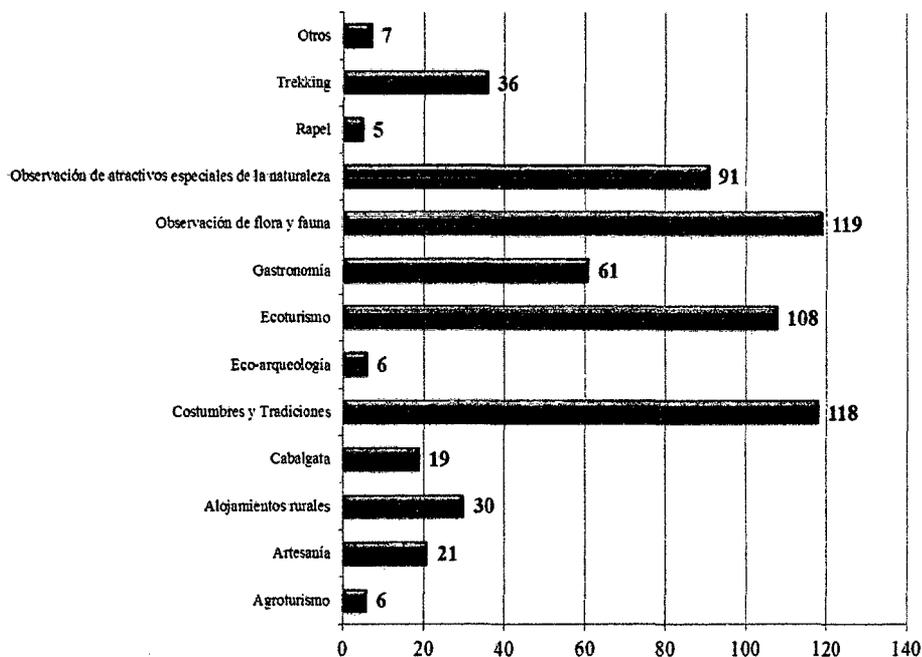
GRÁFICO N° 27: Distribución de turistas nacionales encuestados según su parecer ante la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: Canopy.



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N° 27, al 95% de los turistas encuestados si le parece bien la propuesta de un nuevo destino turístico donde se desarrolle el deporte de aventura: canopy, ya que es una oportunidad para diversificar la oferta turística de la región y apoyar la comercialización de otros productos turísticos, los cuales estarán adecuados a las nuevas tendencias de los turistas que nos visitan. Por otro lado, tenemos que el 5% de los encuestados, no están de acuerdo con la propuesta de un nuevo destino turístico donde se desarrolle el deporte de aventura: canopy, ya que aseguran que esto perjudicará el medio ambiente y con ello el encanto místico de la naturaleza.

GRÁFICO N° 28: Distribución de turistas nacionales encuestados según las actividades que debería ofrecer el nuevo destino aparte del Canopy.

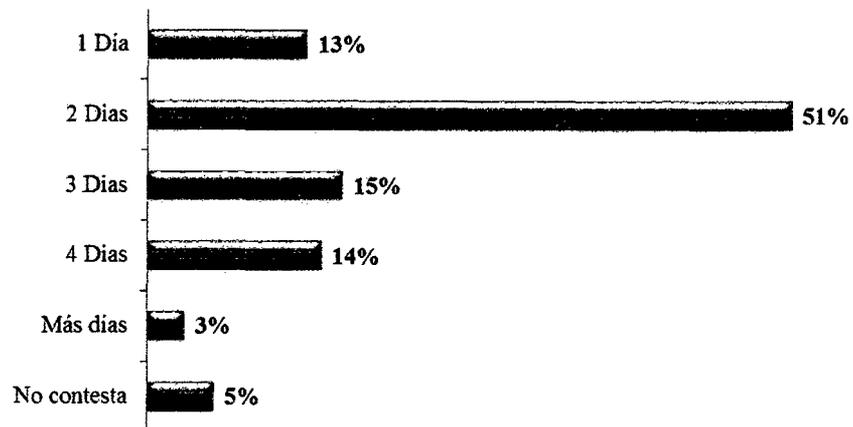


Fuente: Elaboración propia

De los turistas encuestados, el grupo preponderante busca relacionarse con las comunidades que visitan a través de sus costumbres y tradiciones, así como la observación de flora y fauna endémica de la región, seguido de aquellos turistas que buscan desarrollar el ecoturismo, a través del contacto con la naturaleza; otros buscan la observación de atractivos especiales de la naturaleza, y destinos para deleitar sus paladares con la gastronomía; seguido de aquellos turistas que buscan trekking (caminatas), alojamientos rurales, compra de artesanías, cabalgatas, rapel, agroturismo, entre otras actividades turísticas no convencionales.

Los turistas buscan desarrollar actividades únicas, que satisfagan todas sus expectativas y que trabajen bajo un turismo sostenible y responsable.

GRÁFICO N° 29: Distribución de turistas nacionales encuestados según tiempo de permanencia para visitar el nuevo destino y desarrollar el deporte de Canopy.

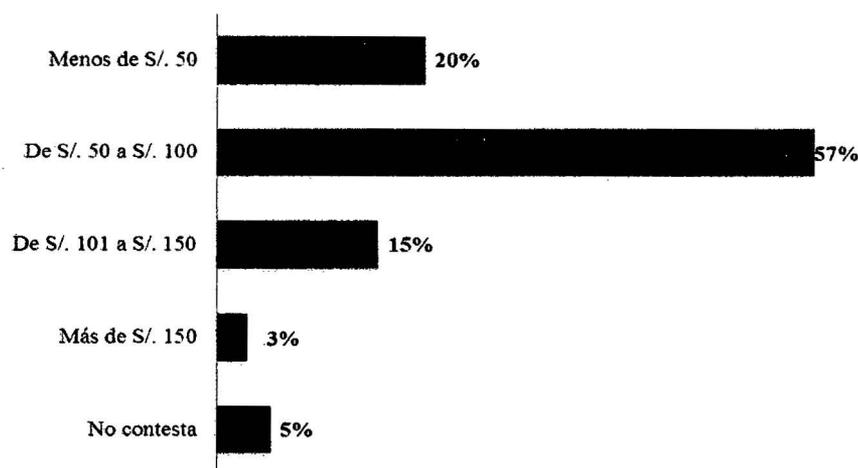


Fuente: Elaboración propia.

El 51% de los turistas encuestados les gustaría visitar el nuevo destino para desarrollar el deporte de canopy por 2 días, el 15% por 3 días, 14% por 4 días, 13% por 1 día, y finalmente pero en pequeñas minorías aquellos turistas a los que les gustaría permanecer por más días (3%) en el nuevo destino; y aquellos que no contestan (5%).

Todo esto se acopla al gráfico N° 28, en el cual refleja que actividades más les gustaría realizar a parte del canopy, y por ende en el gráfico N° 29 se refleja el periodo de permanencia en el nuevo destino.

GRÁFICO N° 30: Distribución de turistas nacionales encuestados según su disposición de pago para desarrollar el deporte de Canopy.

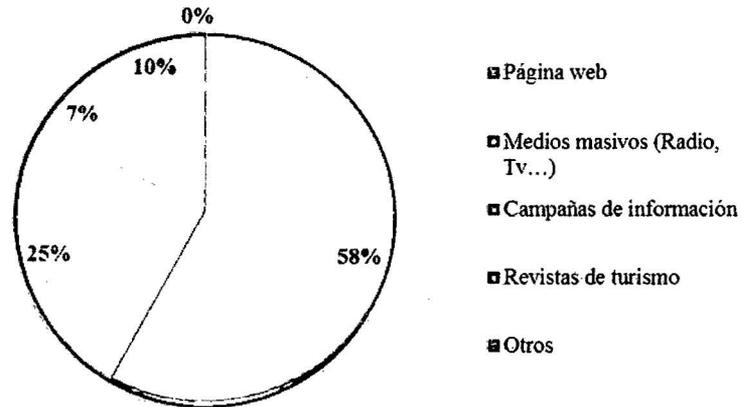


Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N° 30, el 57% de los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar por desarrollar el deporte de canopy entre 50 y 100 soles, 20% menos de 50 soles, 15% entre 101 y 150 soles; finalmente 3% de los turistas estarían dispuestos a pagar más de 150 soles, y 5% no contesta.

De los turistas que pagarían entre 50 y 100 soles por desarrollar el canopy, son turistas con gastos entre 300 a 499 (ver gráfico N° 19) y aquellos que tienen un periodo de permanencia a partir de 3 días (ver gráfico N° 18).

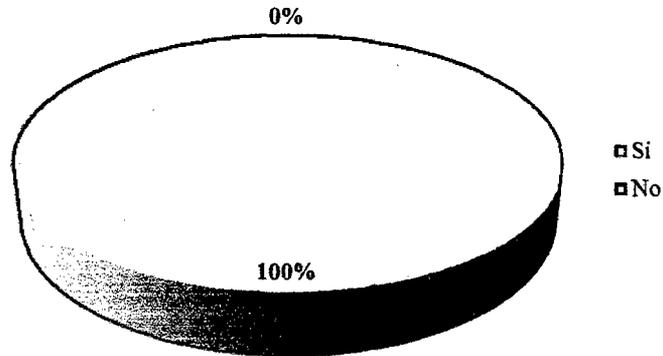
GRÁFICO N° 31: Distribución de turistas nacionales encuestados según los medio elegidos para recibir información acerca del deporte de aventura y del nuevo destino.



Fuente: Elaboración propia

Al 58% de los turistas encuestados les gustaría recibir información acerca del nuevo destino y el deporte de canopy, a través de una página web, 25% por medios masivos (radio, TV), 10% a través de revistas de turismo, 7% a través de las diversas campañas de información que se desarrollen a nivel nacional, como aprovechamiento de ferias, workshops, o a través de la organización de los mismos por parte de las entidades competentes o desarrollo de fam trips.

GRÁFICO N° 32: Distribución de turistas nacionales encuestados según disposición para recomendar a Amazonas como nuevo destino.



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N° 32, el 100% de los turistas encuestados recomendaría a Amazonas como nuevo destino, para el desarrollo de diversas actividades turísticas, tal es el caso de visita a los diversos recursos turísticos, comunidades, ambientes rodeados de naturaleza, áreas de conservación, entre otros.

3.3.2.1.PERFIL DEL TURISTA NACIONAL

- Los turistas que arriban a la región Amazonas, son en su mayoría del género masculino, seguido del femenino, con grupos de edades mayormente entre los 22 y 32 años de edad, motivados por conocer la región debido a que es un destino nuevo, con iconos turísticos representativos a nivel nacional.
- Lima, Lambayeque y la Libertad continúan caracterizándose como el principal mercado emisor de turistas hacia la región Amazonas.
- El principal motivo de visita a la región Amazonas, de los turistas nacionales es por el deseo de desarrollar diversas actividades turísticas, y conocer sitios naturales, por lo que el

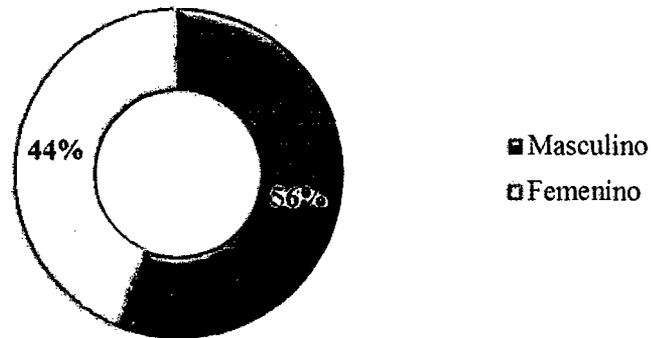
segmento de naturaleza sigue siendo el más importante para la región.

- Los turistas se caracterizan en su mayoría por viajar en grupos de amigos, debido a que la mayor parte de ellos son estudiantes, y solteros.
- El tiempo de permanencia de los turistas nacionales en la región Amazonas es de un máximo de tres días, puesto que vienen interesados por conocer los dos principales íconos turísticos, como son: el Complejo Arqueológico de Kuélap y la Catarata de Gocta, con un gasto promedio de 300 a 499 soles durante su estadía.
- Los turistas nacionales, organizan su viaje a la región Amazonas por cuenta propia, a través de la información que les proporcionan sus familiares y/o amigos, así como a través del medio de comunicación más utilizado en la actualidad, el internet.
- Hoy en día el turismo de naturaleza está buscando espacios para desarrollar actividades relacionadas con el deporte, lo cual es una oportunidad para fomentar el consumo de diversas actividades turísticas durante su estadía en la región.

3.3.3. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A TURISTAS EXTRANJEROS

Conforme al porcentaje de la muestra correspondiente a los turistas extranjeros de un total de 735, se obtuvo una muestra de 102 turistas, la encuesta se dio lugar en establecimientos de hospedaje, en la plaza mayor y otros lugares estratégicos; los meses en los que se aplicó las encuestas fueron de febrero – marzo, con el fin de recolectar datos precisos de los turistas encuestados como: sus gustos, preferencias, nuevas necesidades y/o tendencias, y sobre todo la aceptación de la propuesta planteada; así como, otros requerimientos que son indispensables para la propuesta, ya que se desea conocer de boca de los consumidores la mejor manera de proponer para Amazonas algo nuevo, con la finalidad de diversificar la oferta turística e incrementar la permanencia de los turistas, a través de la implementación del canopy en la provincia de Rodríguez de Mendoza.

GRÁFICO N° 33: Distribución de turistas nacionales encuestados según género.

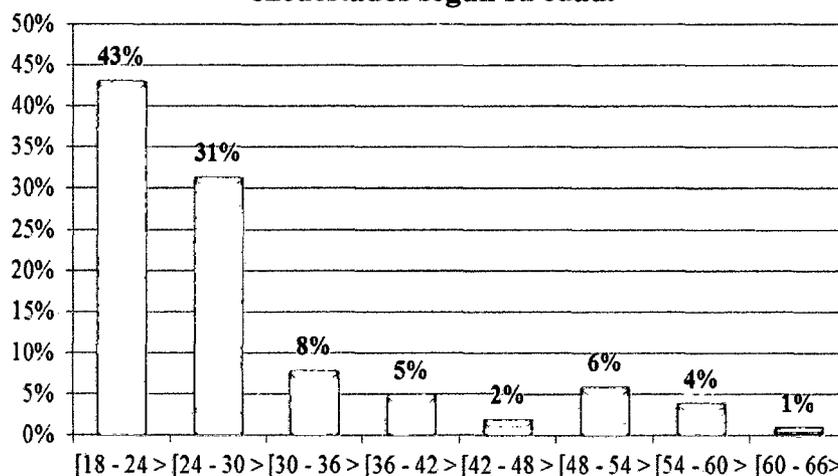


Fuente: Elaboración propia

El 56% de los turistas extranjeros encuestados son del género masculino, mientras que sólo el 44% son del género femenino.

En referencia a ello, podemos decir que fueron más varones encuestados que mujeres, debido a que son los del género masculino quienes visitan más nuestra ciudad, a comparación del género opuesto (femenino); existiendo la misma preponderancia del sexo masculino, en comparación al gráfico N° 12 (Distribución de turistas nacionales encuestados según género), y reafirmando el predominio de varones debido al esfuerzo físico que demanda desarrollar ciertas actividades turísticas en la región.

GRÁFICO N° 34: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su edad.

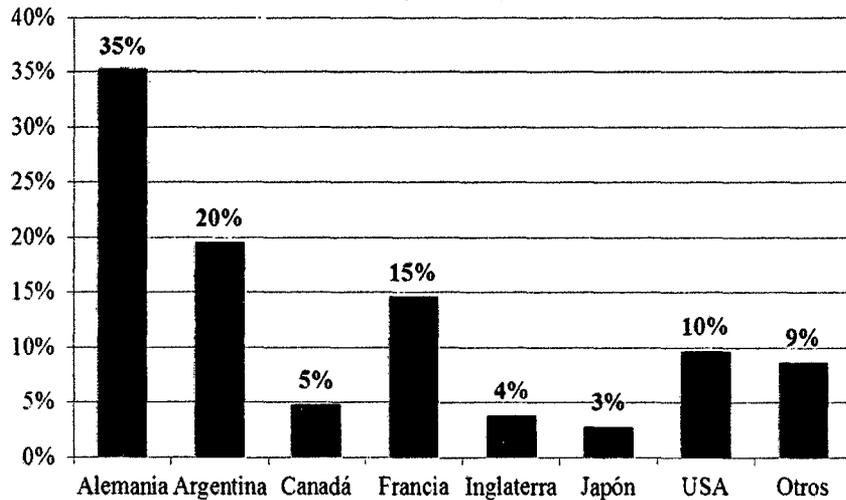


Fuente: Elaboración propia

Aplicando la fórmula para intervalos ($X_{max} - X_{min} \dots 1 + 3.32 * \log(n)$), se obtuvo la siguiente distribución: de 18 a 29 años (74%), de 30 a 47 años (15%), y de 48 a 66 años (11%).

Se aprecia que los turistas extranjeros que se encuentran en la etapa inicial de la adultez temprana, abarcan 74% del total, el cual abarca el mayor porcentaje de todos los grupos de edad, concluyendo que estos turistas son económicamente dependientes de sus familiares, o jóvenes profesionales que recién se están insertando en el campo laboral; también tenemos a los adultos tempranos con un 15%, siendo aquellas personas que perciben ingresos económicos más rentables, es decir profesionales casi consolidados; y por último tenemos un 11% representado por los turistas de edad adulta tardía.

GRÁFICO N° 35: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su procedencia.

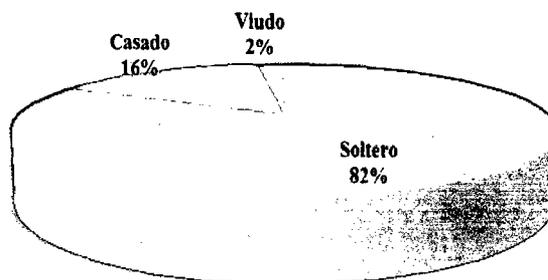


Fuente: Elaboración propia

La procedencia de los visitantes se distribuye de la siguiente manera: Alemania 35%, Argentina 20%, Francia 15%, USA 10%, Canadá 5%, Inglaterra 4%, Japón 3%, y otros países como Australia, Rusia, Costa Rica con un 9%.

En relación al perfil del turista extranjero 2011, los países de Francia, Alemania y Argentina, están entre los 10 países emisores de visitantes a la región Amazonas y a nivel nacional; los alemanes con un 35% prefieren la comunicación en idioma español o su propio idioma, ya que muchos de ellos no dominan el idioma inglés.

GRÁFICO N° 36: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su estado civil.

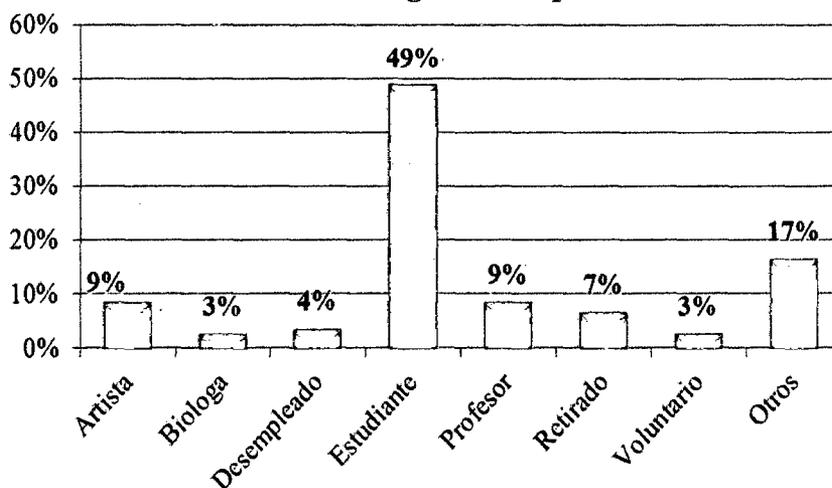


Fuente: Elaboración propia

El mercado se caracteriza por tener visitantes en su gran mayoría solteros (82%) y casados 16%; con una diferencia muy marcada con el estado civil viudo, el cual está representado por un 2%.

Al ver el gráfico N° 36, y compararlo con el gráfico N° 15, observamos una gran similitud, ya que más de la mitad son de estado civil soltero en ambos gráficos, es por ello que podemos indicar que los visitantes gozan de una relativa libertad sin mayores responsabilidades, lo cual influye en su decisión de viaje.

GRÁFICO N° 37: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su ocupación.

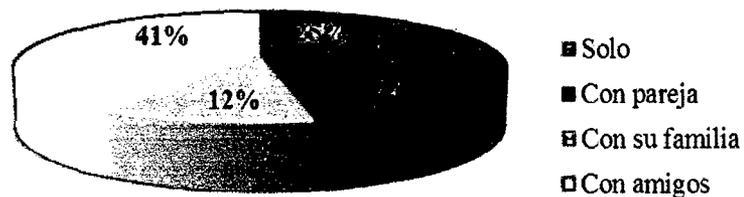


Fuente: Elaboración propia

Concordando con el gráfico N° 41, el 49% de la población son estudiantes, 9% son artistas y profesores cada uno, 7% son retirados, 4% son desempleados, 3% son biólogos y voluntarios, y el 16% que está representado por “otros”, dentro del cual se encuentran cocineros, estilistas, músicos, aviadores.

Estos resultados muestran la gran cantidad de visitantes profesionales y estudiantes en la edad Adulta Temprana (ver gráfico N° 34), por ende tienden a reflejar su estado civil soltero (ver gráfico N° 36), teniendo bien claro que nuestra demanda objetiva se caracteriza tanto en turistas nacionales como extranjeros por viajeros jóvenes, dependientes de sus padres y con limitado poder adquisitivo.

GRÁFICO N° 38: Distribución de turistas extranjeros encuestados según grupo de viaje.

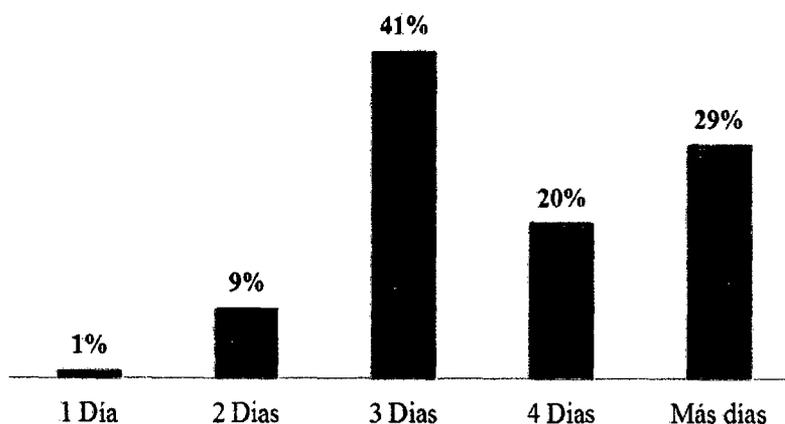


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al gráfico N° 38, el 41% de los turistas extranjeros viaja con amigos, 25% viajan solos, 22% con pareja, y un 12% viaja con su familia.

En tal sentido, si hacemos una comparación entre el gráfico N° 38 y el gráfico N° 17, nos daremos cuenta que tanto turistas nacionales como extranjeros les gusta viajar en su mayoría con amigos, seguido de aquellos a los que les gusta viajar solos, esto debido a la naturaleza del ser humano y el deseo de adquirir experiencias únicas e inolvidables.

GRÁFICO N° 39: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su periodo de permanencia.



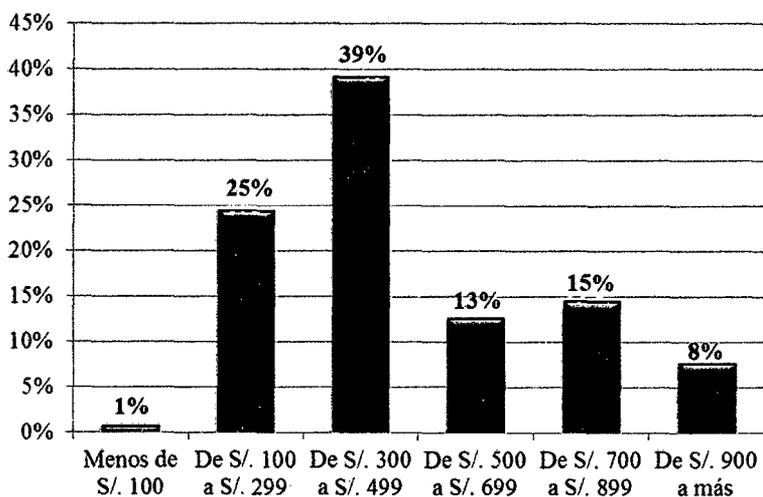
Fuente: Elaboración propia

El 41% de los turistas permanece en la región Amazonas por 3 días, 20% por 4 días, 9% por 2 días, 1% permanece por un día, y finalmente un 29% de los turistas permanecen en la región Amazonas por más de 5 días.

Los turistas que permanecen por 3 días en la región son aquellos que vienen a conocer los principales iconos turísticos de la región (Complejo Arqueológico de Kuélap y Catarata de Gocta), así como algunos otros recursos que son conocidos en el mercado internacional, como los Sarcófagos de Karajía, Cavernas de Quiocta, entre otros.

Es por ello la importancia de proponer nuevas alternativas de viaje, como una forma de diversificar la oferta turística de la región Amazonas, logrando de esta manera incrementar la permanencia de los turistas.

GRÁFICO N° 40: Distribución de turistas extranjeros encuestados según sus gastos durante su estadía.

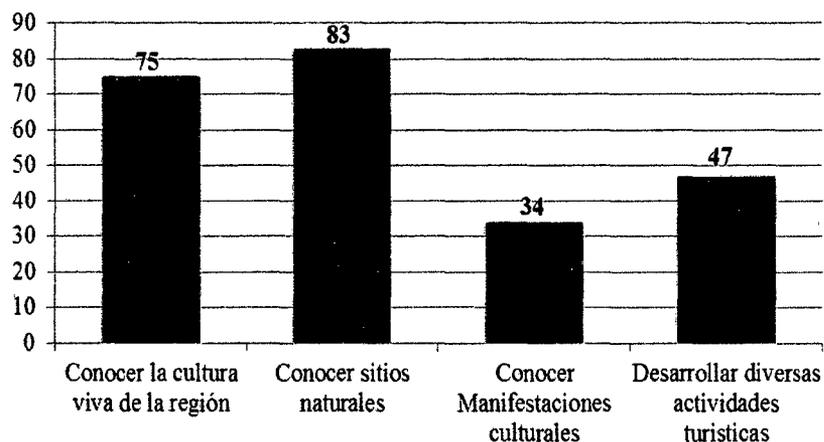


Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico N° 40, el 39% de los turistas gasta en promedio durante su estadía en la región Amazonas de 300 a 499 soles, 25% gastan entre 100 a 299 soles, 15% de 700 a 899 soles, 13% de 500 a 699 soles, finalmente 8% gastan más de 900 soles, y un 1% gastan menos de 100 soles.

El reflejo de los turistas que gasta entre 300 a 499 soles, está en función de los gráficos N° 37 y 38, gráficos que reflejan que la mayoría de los turistas son estudiantes, por ende dependen económicamente de sus padres, además de ser solteros y no tener necesidad de ahorro.

GRÁFICO N° 41: Distribución de turistas extranjeros encuestados según motivo de visita.

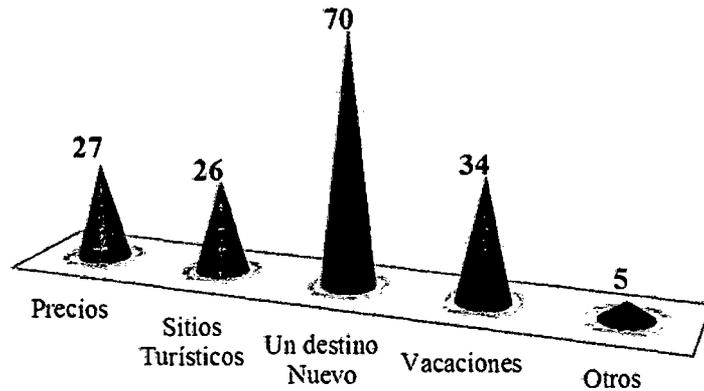


Fuente: Elaboración propia

De los turistas que visitan la región Amazonas, la mayoría lo hace motivado por conocer sitios turísticos naturales, algunos por conocer la cultura viva de la región, y en pequeños grupos encontramos a aquellos turistas que buscan desarrollar diversas actividades turísticas, seguido de aquellos turistas que vienen a la región motivados por conocer las manifestaciones culturales.

En comparación al gráfico N° 20 (correspondiente a turistas nacionales), en el cual los turistas nacionales buscan en primer lugar desarrollar diversas actividades turísticas, seguido de aquellos que sólo buscan conocer sitios turísticos; existe una gran diferencia con el gráfico N° 41, quedando claro que las tendencias de los turistas nacionales y extranjeros varía de acuerdo a sus gustos, preferencias y necesidades.

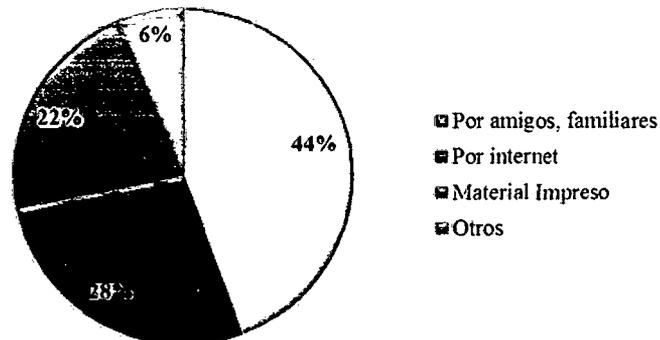
GRÁFICO N° 42: Distribución de turistas extranjeros encuestados según factores que influyen en su decisión de viaje.



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N° 42, los turistas indican que uno de los factores que influyen en su decisión de viaje a la región Amazonas, es que es un destino nuevo, poco conocido; algunos indican que visitan la región Amazonas por vacaciones, otros por los precios, y son pocos los turistas que arriban a la región por los sitios turísticos u otros factores, tales como aquellos que vienen intrigados en conocer la región por el nombre que posee “Amazonas”.

GRÁFICO N° 43: Distribución de turistas extranjeros encuestados según qué medios de información utilizan.



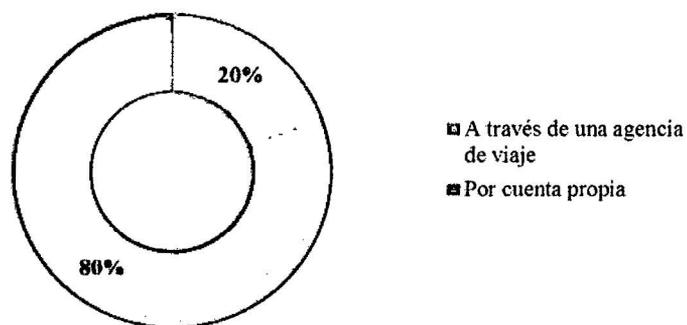
Fuente: Elaboración propia

El 44% de los turistas extranjeros que arriban a la región Amazonas, se informaron de esta a través de amigos, familiares, resaltando la importancia de este medio entre los turistas, y el cual debemos aprovechar y reforzar si deseamos posicionarnos en el mercado turístico como destino sólido y confiable.

Por otro lado, el 28% de los turistas se informó de Amazonas, a través de internet; 22% por material impreso y finalmente un 6% a través de otros medios, como guías de turismo.

Teniendo que es de gran importancia el fortalecimiento de la imagen comercial de los recursos turísticos, prestadores de servicios turísticos y demás actores pertenecientes al sistema turístico, pues es importante posicionarnos en el mercado como un destino nuevo y competitivo.

GRÁFICO N° 44: Distribución de turistas extranjeros encuestados según medios de organización de su viaje a la región Amazonas.



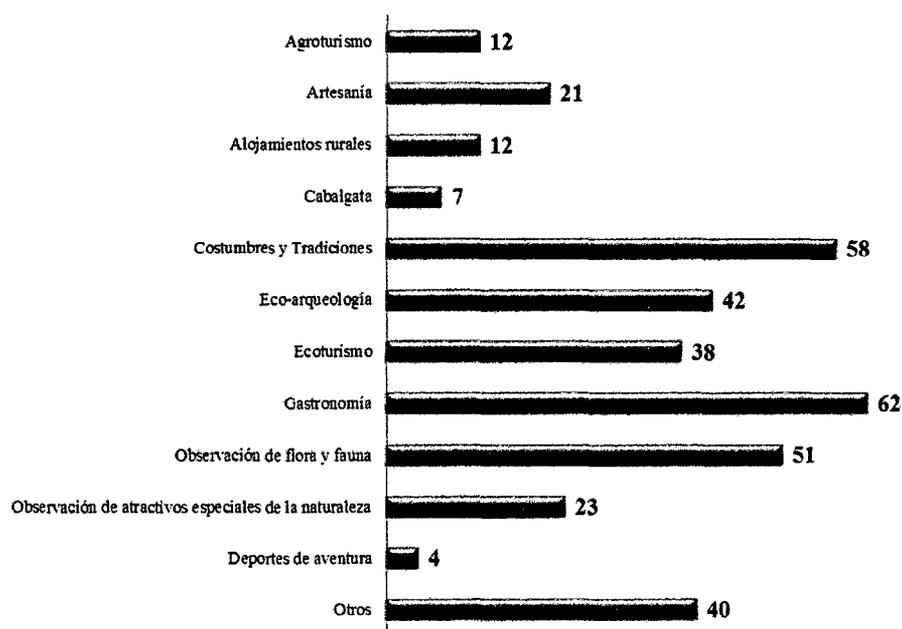
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N° 44, se puede observar que el 80% de los turistas encuestados organizó su viaje a la región Amazonas por cuenta propia, apoyado por la información recibida por amigos, familiares, internet, revistas, guías de turismo, entre otros.

Sin embargo, un 20% de turistas organizó su viaje a la región Amazonas, a través de una agencia de viaje, por mayor seguridad y no preocuparse por gastos inesperados que perjudiquen su presupuesto durante su estadía en la región.

Es por ello, la importancia de fortalecer los lazos comerciales con tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas, así como con las agencias de viaje externas, pues se convertirían en aliados estratégicos si deseamos posicionar a la región Amazonas como destino competitivo.

GRÁFICO N° 45: Distribución de turistas extranjeros según el tipo de actividades (o compras) que ha realizado durante su visita.



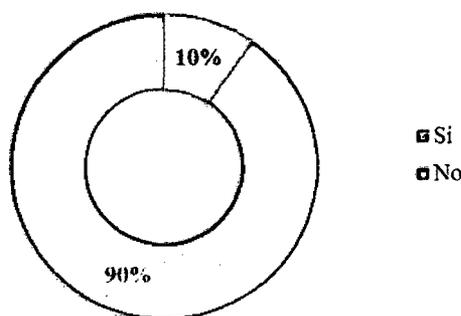
Fuente: Elaboración propia

Gran parte de los turistas que visitan la región Amazonas degustan de su exquisita gastronomía; algunos se preocupan por conocer las costumbres y tradiciones de los lugares visitados; a otros les encanta observar la flora y fauna endémica de la región; mientras gozan del disfrute de la eco-arqueología; además, existen grupos pequeños que les gusta realizar ecoturismo; así como: la compra de artesanía, la

observación de atractivos especiales de la naturaleza, el desarrollo del agroturismo, hospedarse en alojamientos rurales, realizar cabalgatas, deportes de aventura; y finalmente están los turistas que gozan de otro tipo de actividades.

Es por ello, la importancia de fomentar el desarrollo de actividades turísticas no convencionales, que estén acorde con las nuevas tendencias del mercado y el perfil del turista que visita la región Amazonas.

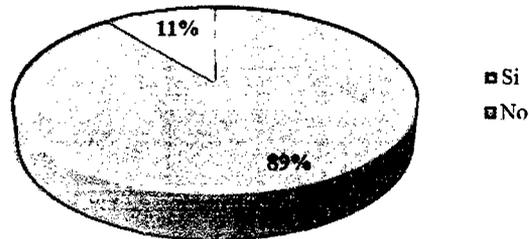
GRÁFICO N° 46: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su conocimiento de los lugares en los que se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.



Fuente: Elaboración propia

El 90% de los turistas encuestados asegura con firmeza no tener conocimiento de los lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región Amazonas; sin embargo, un 10% si tiene conocimiento de los lugares donde se desarrolla algún tipo de turismo de aventura, tal es el punto que mencionan a los siguientes lugares dentro de los que se desarrollan como es: la Laguna de los Cóndores, Laguna estacionaria de Huamampata, Catarata de Gocta, Complejo Arqueológico de Kuélap, Sarcófagos de Karajía, Cavernas de Quiocta, Gran Vilaya, entre otros.

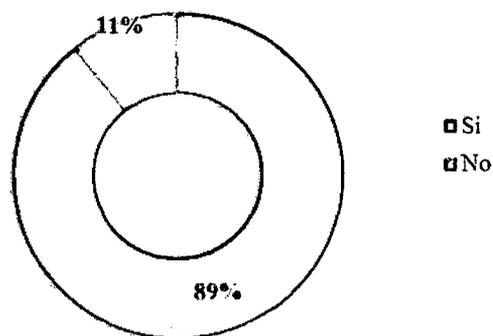
GRÁFICO N° 47: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su intención de conocer algunos lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región.



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N° 47, se puede apreciar que el 89% de los turistas encuestados tiene la intención de conocer algunos lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región Amazonas, ya que poseen un espíritu aventurero y gozan de buena salud; por otro lado, el 11% de los turistas no tiene intención de conocer los lugares donde se desarrolla el turismo de aventura dentro de la región Amazonas, ya que no es de su preferencia, teniendo en cuenta que muchos de los turistas extranjeros que visitan la región, lo hacen por pretensiones netamente culturales.

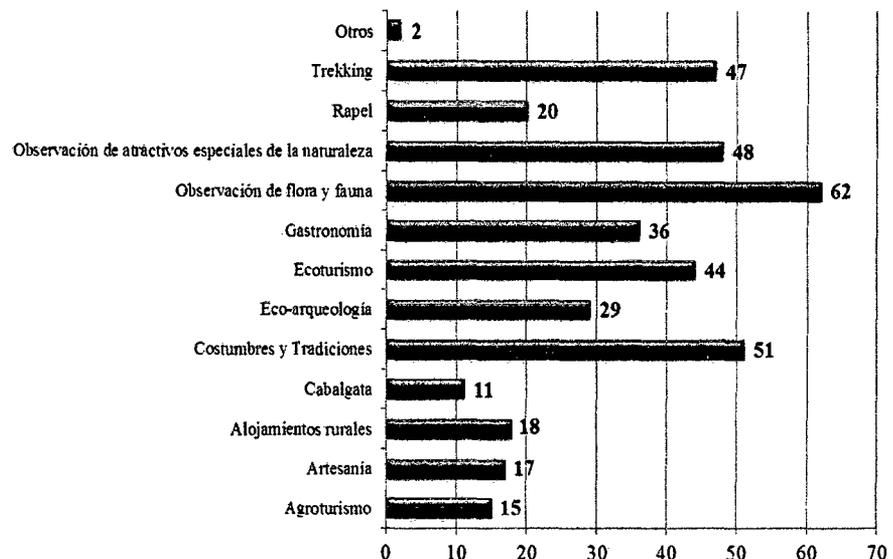
GRÁFICO N° 48: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su parecer ante la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: Canopy.



Fuente: Elaboración propia

Al 89% de los turistas encuestados, le parece bien la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: canopy, según se refleja en el gráfico N° 48; sin embargo, el 11% restante no está de acuerdo con la propuesta de un nuevo destino donde se desarrolle el deporte de aventura: canopy, debido a que sus intereses son distintos y no tienen relación con el desarrollo de deportes de aventura y mucho menos el del canopy.

GRÁFICO N° 49: Distribución de turistas extranjeros encuestados según las actividades que debería ofrecer el nuevo destino aparte del Canopy.

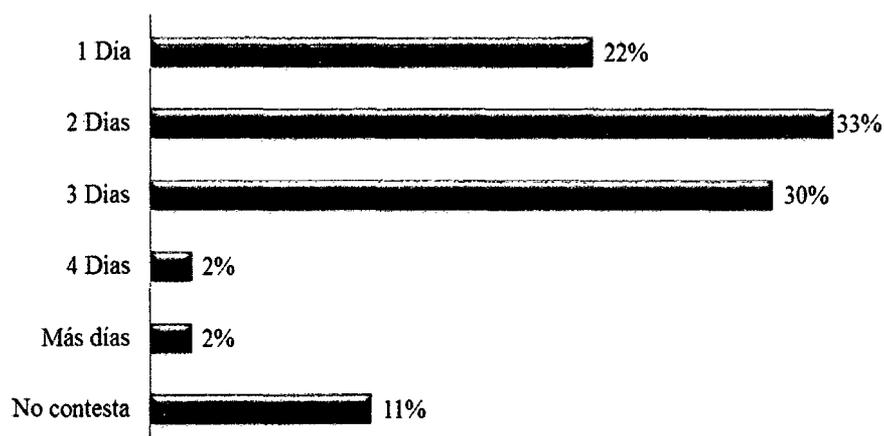


Fuente: Elaboración propia

De los turistas encuestados el grupo que más sobresale en el tipo de actividades que le gustaría realizar están aquellos a los que les gustaría que el nuevo destino facilite la observación de flora y fauna exótica del lugar, pues también buscan compartir y conocer las costumbres y tradiciones de los pueblos que visitan, además de desarrollar caminatas (trekking) y la observación de atractivos especiales de la naturaleza, así como el ecoturismo; por otro lado, y en menores

cantidades existen turistas que buscan desarrollar degustaciones de gastronomía, eco-arqueología, rapel, compra de artesanía, desarrollo de actividades de agroturismo, búsqueda de la tranquilidad en alojamientos rurales, y finalmente aquellos turistas que buscan desarrollar otras actividades, acorde con sus preferencias, gustos y necesidades. En tal sentido es primordial desarrollar actividades que ofrezcan experiencias únicas e irrepetibles en otros destinos.

GRÁFICO N° 50: Distribución de turistas extranjeros encuestados según tiempo de permanencia para visitar el nuevo destino y desarrollar el deporte de Canopy.



Fuente: Elaboración propia

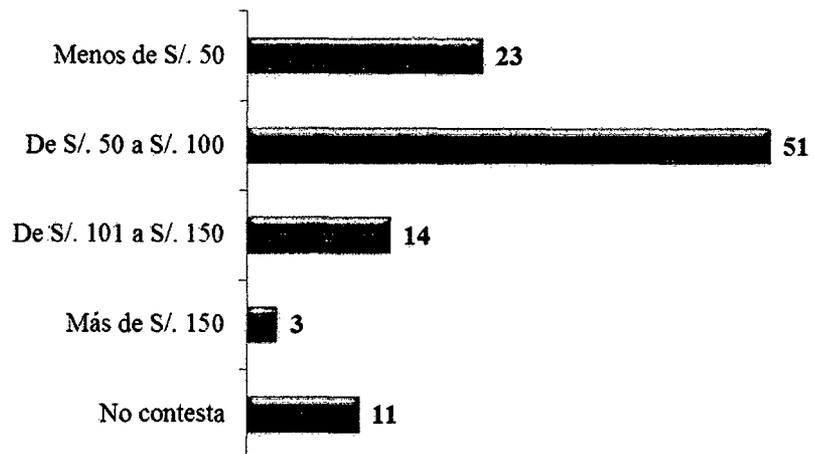
En el gráfico N° 50 se observa que al 33% de los turistas les gustaría visitar el nuevo destino para desarrollar el deporte de canopy por 2 días, el 30% por 3 días, 22% por 1 día, 2% por 4 y más días.

Por otro lado, tenemos un 11% que no está de acuerdo con el desarrollo de este deporte.

Finalmente, si comparamos este cuadro con el gráfico N° 29 de acuerdo a los turistas nacionales, se observa que ambos gráficos están

de acuerdo en que los turistas tienen la intención de visitar el nuevo destino entre 1 a 3 días.

GRÁFICO N° 51: Distribución de turistas extranjeros encuestados según su disposición de pago para desarrollar el deporte de Canopy.

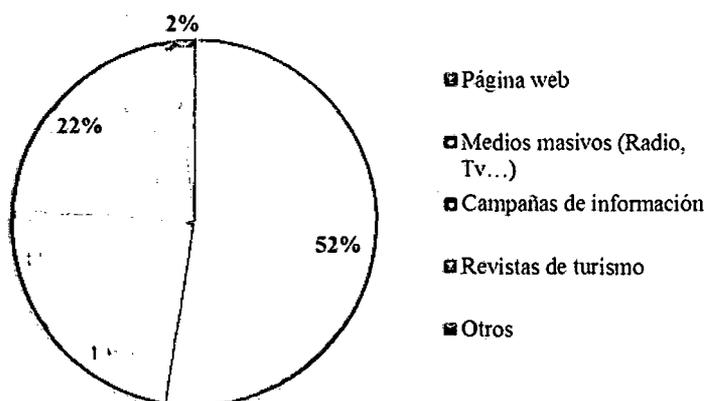


Fuente: Elaboración propia

El 50% de los turistas estaría dispuesto a pagar por desarrollar el deporte de canopy entre 50 a 100 soles, 23% pagaría menos de 50 soles, 14% entre 101 y 150 soles, y un 3% pagaría más de 150 soles.

Finalmente, al comparar el gráfico N° 30 y el gráfico N° 51, observamos que tanto turistas nacionales como extranjeros estarían dispuestos a pagar de 50 a 100 soles, por desarrollar el deporte de canopy, teniendo en cuenta que dentro del precio de pago, se encuentran todos los beneficios que se adquieren como: uso adecuado de la indumentaria para desarrollar el canopy, así como la asistencia técnica para el desarrollo del mismo.

GRÁFICO N° 52: Distribución de turistas extranjeros encuestados según los medio elegidos para recibir información acerca del deporte de aventura y del nuevo destino.

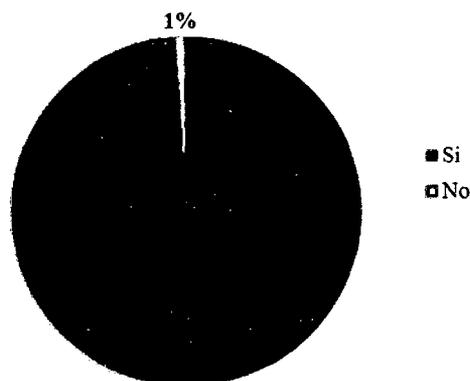


Fuente: Elaboración propia

Al 52% de los turistas les gustaría recibir información acerca de este deporte y del nuevo destino a través de una página web; 22% a través de revistas de turismo; 13% por diversos medios masivos (radio, Tv); y finalmente 11% de los turistas le gustaría recibir información a través de campañas de información como famp trip, workshop, entre otros, y un 2% desea otro medio como guías de turismo.

Es por ello la importancia de afianzar lazos de comercialización a través de la herramienta más utilizada en la actualidad, el internet, ya que gracias a esta herramienta se puede llegar a diversos lugares del país y el mundo, y así vender nuestra nueva oferta turística y con ella la práctica del desarrollo del canopy.

GRÁFICO N° 53: Distribución de turistas extranjeros encuestados según disposición para recomendar a Amazonas como nuevo destino.



Fuente: Elaboración propia

El 99% de los turistas si recomendaría a amazonas como nuevo destino, ya que no es muy comercializado y en ella se encuentra la tranquilidad y paz que muchos de los turistas buscan; por otro lado, el 1% de los turistas no lo recomendaría porque aluden que mucha actividad turística deteriora los lugares turísticos y malogra la cultura de las sociedades.

3.3.3.1.PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO

- Los turistas extranjeros que arriban a la región Amazonas, son en su mayoría del género masculino, seguido del femenino, con grupos de edades mayormente entre los 18 y 30 años de edad, motivados por conocer la región debido a que es un destino nuevo.
- Alemania, Argentina, Francia y Estados Unidos se caracterizan por ser los principales mercados emisores de turistas extranjeros que arriban a la región Amazonas.
- El principal motivo de visita a la región, de los turistas extranjeros es por el deseo de conocer sitios naturales, por lo que el segmento de naturaleza se convierte en el más

importante para la región; además de que existen otro segmento que visita la región motivados por conocer la cultura viva de la región y desarrollar diversas actividades turísticas.

- Los turistas se caracterizan en su mayoría por viajar en grupos de amigos, debido a que la mayor parte de ellos son estudiantes, y solteros.
- El tiempo de permanencia de los turistas extranjeros en la región Amazonas es de un máximo de tres días, puesto que vienen interesados por conocer los dos principales íconos turísticos, como son: el Complejo Arqueológico de Kuélap y la Catarata de Gocta, con un gasto promedio de 300 a 499 soles durante su estadía.
- Los turistas extranjeros, organizan su viaje a la región Amazonas por cuenta propia, a través de la información que les proporcionan sus familiares y/o amigos, así como a través del medio de comunicación más utilizado en la actualidad, el internet.
- Hoy en día el turismo de naturaleza está buscando espacios para desarrollar actividades relacionadas con el deporte, lo cual es una oportunidad para fomentar el consumo de diversas actividades turísticas durante su estadía en la región.

IV. DIAGNÓSTICO DEL CENTRO DE INTERVENCIÓN: centro poblado de Mariscal Benavides y caserío San Antonio

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

4.1. ANÁLISIS FODA DEL CENTRO DE INTERVENCIÓN

La matriz FODA, es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategias. Generalmente es utilizada para empresas, pero igualmente puede aplicarse a personas, países, regiones, etc. Para la realización de la siguiente matriz primero se analizó los factores internos del centro de intervención, es decir del centro poblado de Mariscal Benavides y caserío San Antonio, tratando de examinar sus principales Fortalezas y Debilidades.

Es por ello que en este análisis se ha incluido los recursos y todo el centro de intervención del proyecto. Teniendo por entendido que las debilidades afectan en forma negativa y directa el desempeño territorial, derivándose en malos productos o servicios, es por ello que se han agrupado en relación comunidad – actividad turística, y su interés por la misma.

Por su lado, las oportunidades y amenazas son factores externos, y como tales están fuera del control del territorio, pero que de una u otra manera influyen en el proceso de desarrollo del turismo en esta parte de la provincia de Rodríguez de Mendoza.

Luego de hacer un balance de las principales Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades, se establecen las estrategias, en donde se utilizan las fortalezas para aprovechar las oportunidades; posteriormente se utilizan las fortalezas de la comunidad para evitar o reducir el impacto de las amenazas del entorno, luego se analizan las debilidades tomando ventajas de

las oportunidades del entorno, y finalmente se elaboran estrategias que van dirigidas a reducir las debilidades y evitar posibles amenazas externas.

Figura N° 02: Matriz FODA del centro de intervención

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * A 82 km. de la ciudad de Chachapoyas , la cual es centro de soporte de la región Amazonas. * Existe potencial turístico de naturaleza, que puede favorecer el desarrollo de un turismo de aventura. * El 91% de la población desea participar en el desarrollo de la actividad turística, a través de nuevas actividades económicas que contribuyan a mejorar sus ingresos y su calidad de vida. * La población está comprometida en un 100% en el cuidado del medio ambiente y sus recursos turísticos. * La población está de acuerdo en un 100% con el desarrollo del canopy (deporte de aventura). 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Escasas organizaciones que faciliten la inserción de la actividad turística en el distrito. * Limitada sensibilización turística ambiental a los pobladores del centro de intervención. * Limitados conocimientos sobre temas de turismo y cuidado de los recursos turísticos, así como el cuidado del medio ambiente. * La capacidad instalada de los prestadores de servicios turísticos es escasa. * Deterioro de las vías de acceso a los recursos turísticos y deficiente señalización turística. * Promoción turística limitada de los recursos del distrito. * El 62% de encuestados no conoce el el deporte de aventura del canopy, y un 60% desconoce la existencia de este deporte en el distrito. * Pérdida de identidad cultural. * Limitada asistencia técnica a los prestadores de servicios turísticos. * Uso inapropiado de los terrenos, invadiendo los recursos turísticos y ocasionando su desaparición.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Amazonas forma parte del Circuito Turístico Norte. * Crecimiento anual de arribo de turistas en la región Amazonas, en un 2% (2012-2013). * Importante corriente de turismo internacional que busca experiencias turísticas relacionadas con la naturaleza y el deporte. * Búsqueda de nuevos destinos turísticos con el propósito de romper la rutina. * Cambio de motivaciones de viaje. * Ubicación estratégica del distrito y del centro de intervención. * La provincia de Rodríguez de Mendoza cuenta con potencial turístico de naturaleza y aventura. * Creación de micros y pequeñas empresas en el centro de intervención. * Existen empresas de transporte interregional, interprovincial e interdistrital. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Debilidad del gobierno regional para asumir sus competencias de turismo. * Inestabilidad social en la región. * Transporte aéreo limitado a la ciudad de Chachapoyas y San Nicolás. * Posicionamiento de otros destinos turísticos con mayor desarrollo y características semejantes a las del centro de intervención. * Conciencia ambiental débil de la población aledaña (San Nicolás y Longar). * Deforestación en el ACA "Cuenca del río Huamampata".

Fuente: Elaboración Propia

4.1.1.1. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA EL CENTRO DE INTERVENCIÓN

Figura N° 03: Planteamiento de estrategias para el centro de intervención.

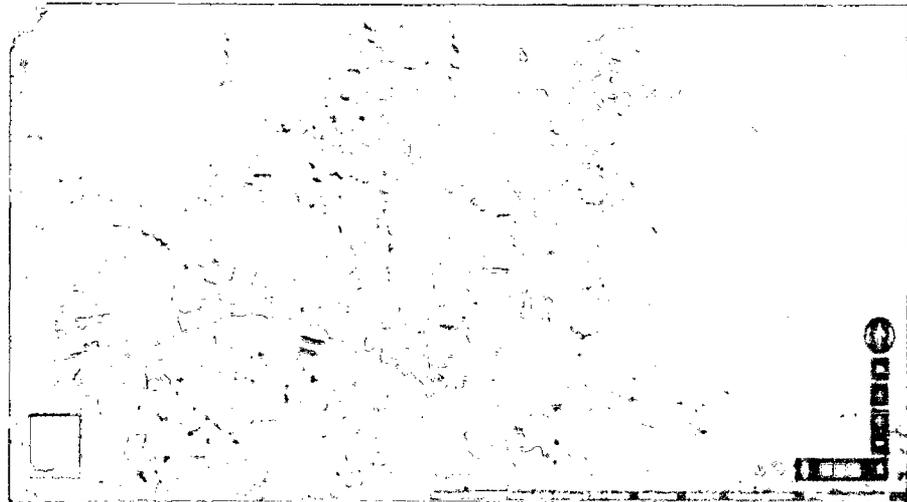
ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">* Implementar proyectos turísticos locales, que faciliten el aprovechamiento de los recursos turísticos de manera adecuada.* Generar alianzas estratégicas entre instituciones para realizar trabajos conjuntos en beneficio del desarrollo de la actividad turística en la provincia.* Analizar el mercado turístico nacional e internacional, para definir el perfil de los turistas que visitan la región Amazonas y por ende las tendencias del mercado.* Proponer nuevas alternativas de viajes relacionados con el turismo de naturaleza y aventura, a través de la implementación del canopy.* Crear programas de sensibilización ambiental para los pobladores de Mariscal Benavides y el caserío San Antonio.* Capacitar a la población en temas relacionados al desarrollo de la actividad turística.* Adaptar las buenas prácticas ambientales en el desarrollo de la actividad turística.* Definir la señalización turística para los recursos turísticos del distrito según el manual de MINCETUR.* Establecer políticas que den protección y seguridad al turista.* Conformar comités para el cuidado del medio ambiente y revaloración de la identidad cultural.* Posicionar a Rodríguez de Mendoza como destino de naturaleza y aventura dentro de la región Amazonas.

Fuente: Elaboración propia.

4.2. DIAGNÓSTICO DEL DEPORTE DE AVENTURA: CANOPY, EN EL CASERÍO SAN ANTONIO

4.2.1. UBICACIÓN

Figura N° 04: Ubicación del Complejo Turístico San Antonio



Fuente: www.google.com.pe/maps/@-6.3732464,-77.5114403,327m/data=!3m1!1e3?hl=es-419

La ubicación seleccionada para la implementación del deporte de aventura: canopy, es el caserío San Antonio, distrito Mariscal Benavides, provincia Rodríguez de Mendoza. Esta idea surge de los diversos viajes que realiza el señor Cristian Iberico Rojas, dentro y fuera del país, por motivaciones de negocio y distracción.

En vista de ello, y siendo natural del distrito de Mariscal Benavides es que a finales del año 2012 inicia la construcción de las instalaciones en un terreno de aproximadamente 2 hectáreas, bajo la asistencia técnica de Costa Ricenses y con equipos importados desde Brazil.

Las instalaciones del deporte de aventura, constan de tres tramos con un recorrido de más de 700 metros de longitud y a una altura aproximada de 500 metros de profundidad, puesto que la belleza paisajística que podrían apreciar los visitantes es extraordinaria.

Foto N° 01: Intervención del proyecto de investigación.



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la entrevista al propietario.

En la actualidad, tan solo han instalado el último tramo de este deporte de aventura, el cual consta de 500 metros de recorrido, además de haber instalado un circuito de 50 metros, el cual está dirigido a niños exclusivamente, pero que también lo usan aquellas personas que no se arriesgan a recorrer el tramo anterior, pero que disfrutan de desarrollar este deporte de aventura y sentir la adrenalina por segundos.

Las instalaciones para desarrollar el deporte de aventura de canopy, se inauguró en setiembre del 2013, contando en la actualidad con dos instructores para orientar a los visitantes que desarrollan el deporte de aventura, además de poseer los siguientes equipamientos individuales para los visitantes, según se detalla en la tabla N° 06.

Tabla N° 06: Equipamiento individual

EQUIPAMIENTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arnés de cintura (ADJAMA)	06 und.	\$ 470.00	\$ 2 820.00
Polea Trac	06 und.	\$ 380.00	\$ 2 280.00
Casco Erich	06 und.	\$ 140.00	\$ 840.00
Extensión de cinta tubular	12 und.	\$ 130.00	\$ 1 560.00
Mosquetón con seguro	24 und.	\$ 140.00	\$ 3 360.00
Guantes	24 und.	\$ 30.00	\$ 720.00
TOTAL			\$ 11 580.00

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la entrevista realizada al propietario.

Los pagos para desarrollar este deporte de aventura oscilan entre 5 y 10 soles, todo dependiendo del recorrido que desees realizar, el precio incluye: Charla del instructor, uso del equipamiento individual y apoyo para el lanzamiento en el recorrido.

4.2.2. FLORA

En el centro de intervención para la implementación del canopy, se puede observar:

- Bryophyta sensu stricto (*Musgos*).
- Marchantiophyta (*Hepáticas*)
- Orchidaceae (*orquídea tigre - Odontoglossum spp, Sobralia candida*)
- Bromeliaceae aechmea (*Bromelias*)

También podemos encontrar, algunos árboles de cedro (*Cedrela odorata*) y especies madereras blancas (*Eucalyptus globulus* Labill), que son utilizadas como combustible en la cocina.

4.2.3. FAUNA

La fauna silvestre existente que se puede observar en horas de la mañana y al atardecer, son aves de las familias:

- Falconie (*Micraster ruficollis - halcón*)
- Cracidaea (*Ortalis - Guacharacas, Penélope montagnii – Pavas de monte, Aburria aburri – Pava negra*)
- Psittacidae (*Amazona mercenaria – loro, Aratinga wagleri – Perico de frente roja*)
- Gallito de las rocas (*Rupicola peruviana*)

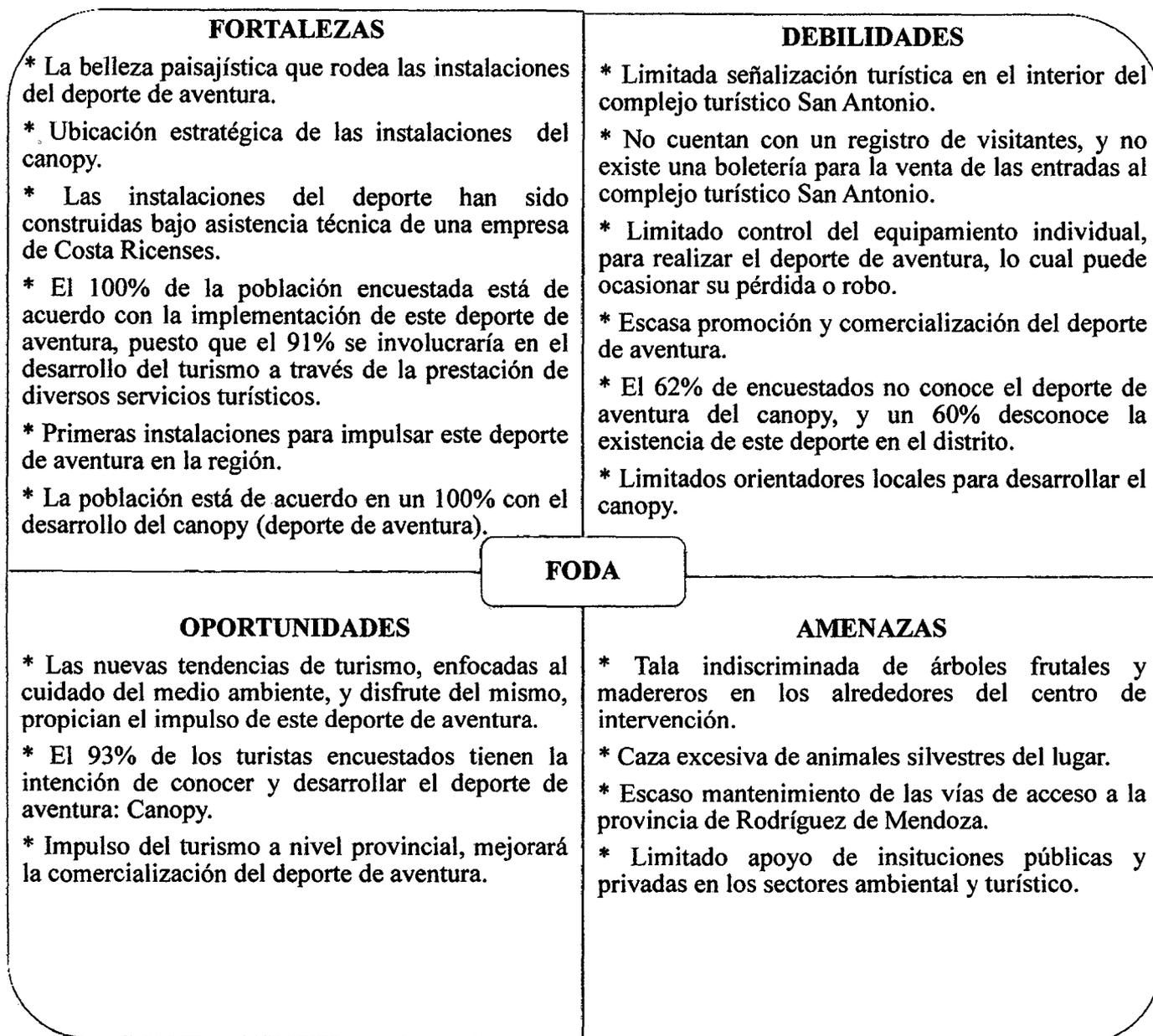
4.2.4. LUGARES CRÍTICOS DE DESARROLLO

De acuerdo a la investigación realizada, el punto crítico de desarrollo vinculado con la implementación del canopy es:

- La deforestación en la hectárea y media que rodea el complejo turístico San Antonio, ocasionando los siguientes impactos:
 - Debido a la presencia de suelos colinosos – aluviales y al tránsito frecuente de vehículos y personas, se provoca la compactación del suelo haciendo que éste pierda su fertilidad, además de generar la erosión del suelo, afectando a futuro las torres de salida y llegada del canopy, esto debido a la falta de sujeción de los cables del circuito.
 - La pérdida de la vegetación provoca que algunas especies de fauna disminuyan y en otros casos migren, puesto que se alteran o destruyen las plantas que les sirven de alimento, también puede ser causada por el mal comportamiento o acción indebida de los visitantes frente a la presencia de animales.
 - Debido a las malas prácticas en especial de los visitantes se puede ir perdiendo la cobertura vegetal, principalmente las plantas nativas que son hogar de diferentes especies de animales.
 - La contaminación del medio ambiente al arrojar los desechos sólidos, generados por los visitantes que desconocen las normas de conducta en un sitio natural, sin clasificarlos en orgánicos e inorgánicos.

4.2.5. ANÁLISIS FODA DEL CANOPY COMO DEPORTE DE AVENTURA

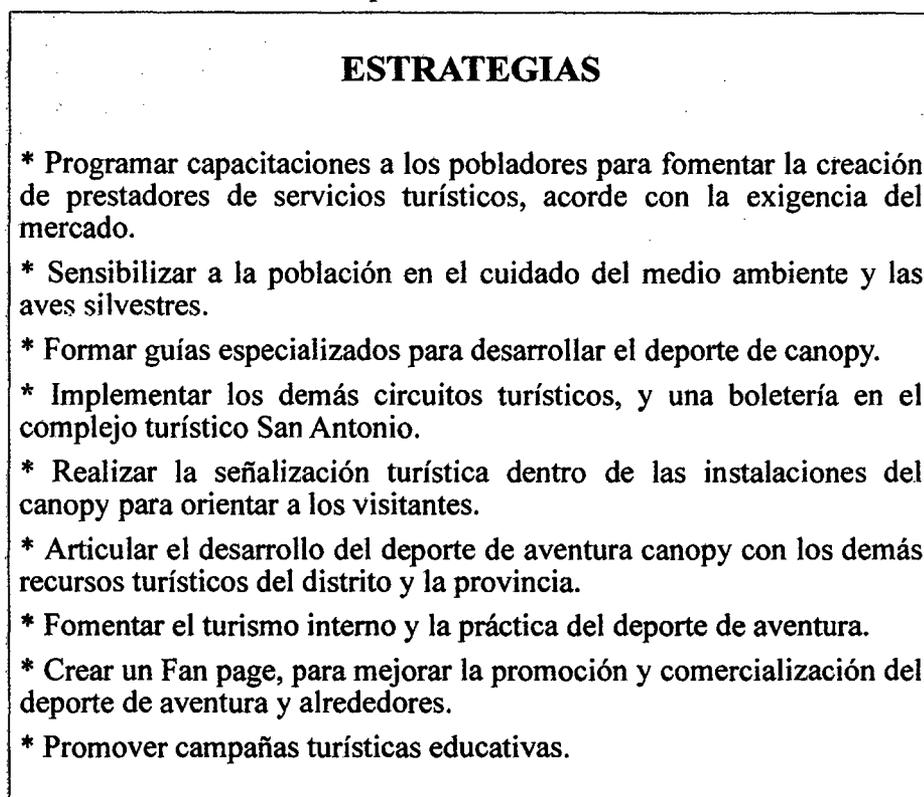
Figura N° 05: Matriz FODA del Canopy como deporte de aventura



Fuente: Elaboración propia

4.2.5.1. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS PARA EL CANOPY COMO DEPORTE DE AVENTURA

Figura N° 06: Planteamiento de Estrategias para el Canopy como deporte de aventura.

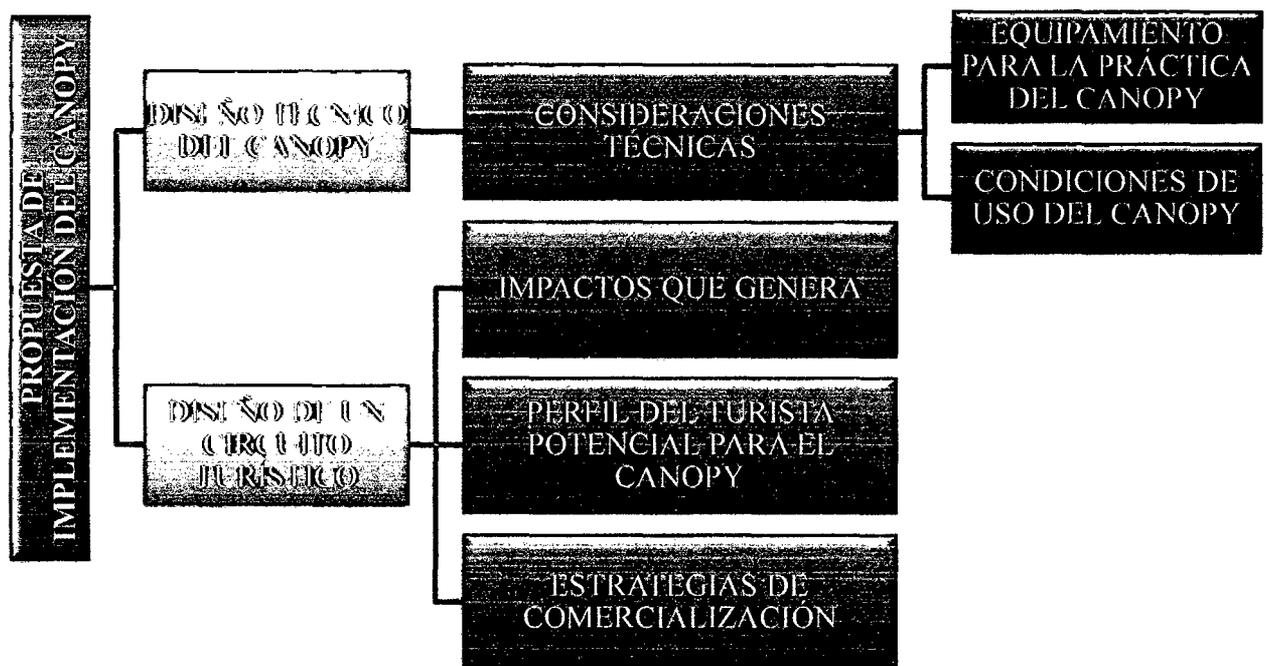


Fuente: Elaboración propia.

V. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY

Al haber desarrollado los trabajos de campo en el distrito de Mariscal Benavides, con el objetivo de implementar el deporte de aventura: “Canopy”, es que se propone realizar un diseño técnico del mismo, así como la elaboración y diseño de circuitos turísticos, e implementación de estrategias de comercialización, que faciliten la venta del deporte de aventura, tal como se muestra en la figura N° 07.

Figura N° 07: Propuesta de implementación del canopy



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la figura N° 07, la propuesta de implementación de canopy se disgrega en dos puntos principales, el primero es el diseño técnico del canopy, en el cual se han considerado técnicas internacionales para su implementación, de igual manera dentro de esta tenemos la descripción del equipamiento individual que se requiere para la práctica del canopy, así mismo las condiciones de uso del canopy.

Además, el segundo diseño de la propuesta se basa en la diagramación de un circuito turístico, en función de los impactos que genera, así como el perfil del

turista potencial para el canopy, además de los estudios que permitirán la comercialización adecuada del deporte de aventura y del diseño del circuito turístico denominado “*Valle Xtremo*”, basando estas estrategias de comercialización a través de la creación de una página web, pues es de alcance mundial y una de las herramientas de información que utilizan los turistas que arriban a nuestra región, seguido del diseño de material impreso (tríptico) que facilitará la comercialización local y regional, a través de las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas.

5.1.DISEÑO TÉCNICO DEL CANOPY

5.1.1. CONSIDERACIONES TÉCNICAS

a. ÁREA Y ALTURA

El área que abarca la propuesta de implementación del canopy es de 2 hectáreas, encontrando el punto más alto a 1 622 msnm y el punto más bajo a 1 615 msnm, siendo 7 m la altura.

b. DISTANCIA

La distancia del recorrido, desde el punto de partida en la parte alta es de 1 622 msnm (18M 0222285 y UTM 9295188) hasta el lugar de llegada a 1 615 msnm (18M 0222286 y UTM 9295188), realizando un recorrido de 500 m, y el tramo final es a la altura del último tramo, con un recorrido de 50 m.

c. VIENTO

Según datos de la Municipalidad Provincial de Rodríguez de Mendoza (2013), la circulación del viento en la provincia generalmente es del este dirigiéndose al oeste con una velocidad de 10 m/s.

La orientación del canopy es de oeste a sur, por lo que la condición del viento no provocará aumento en la velocidad del deslizamiento, en cambio ayudará al proceso de frenado y a que la velocidad del canopy no sea muy rápida.

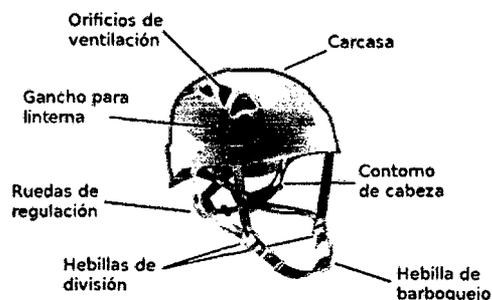
5.1.1.1.EQUIPAMIENTO PARA LA PRACTICA DEL CANOPY

a. EQUIPO PERSONAL

1. **Casco:** En la operación del canopy la utilización del casco es obligatoria, el mismo está formado por una carcasa de policarbonato y una esponja de poliestireno, su función es proteger eficazmente la cabeza en caso de golpe además de mantener el cabello aislado para evitar que se enrede con la polea.

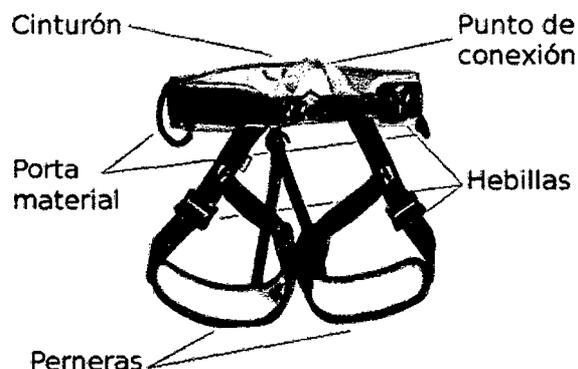
Para usarlo correctamente es necesario que se regule la hebilla adecuadamente al contorno de la cabeza lo que añadirá un adicional de comodidad a su función básica que es la seguridad.

Figura N° 08: Partes del casco



2. **Arnés:** Equipo de uso personal y obligatorio, el cual está compuesto por hebillas y en su mayor parte textiles, cuya función principal es sujetar el cuerpo de la persona para ser anclado mediante el punto de conexión hacia el sistema de poleas.

Figura N° 09: Partes del arnés



Su modo de usarlo correctamente es el siguiente:

Se debe colocar el arnés en el piso con el cinturón alrededor de las perneras y las hebillas de las perneras hacia afuera, luego se deben introducir las piernas una por una en las perneras y subir el arnés hasta la cintura, posteriormente se debe verificar que el punto de conexión quede en la parte frontal del abdomen.

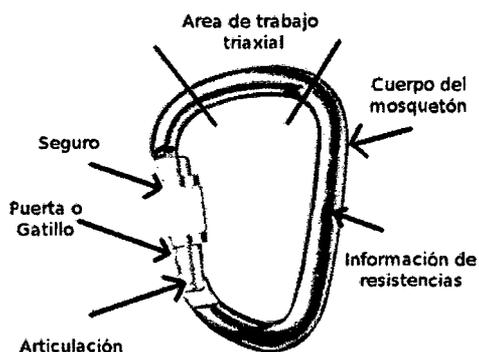
Después se debe apretar la hebilla del cinturón hasta que quede ceñida en la cintura, luego se deben apretar las hebillas de las perneras para que queden ceñidas a la parte alta de los muslos, y por último se deben asegurar las cintas sobrantes de las hebillas en los elásticos.

3. **Mosquetón:** Los mosquetones son anillos metálicos que tienen una abertura móvil para poder utilizarlas como punto de sujeción, los más comunes son de acero inoxidable o aluminio aeronáutico. Su función fundamental en este caso es la de servir como conector para la línea de vida.

Para usar correctamente el mosquetón se deben revisar que el gatillo del mosquetón se mueva libremente sin obstrucciones, además se debe comprobar que el sistema de seguro (automático o rosca) esté limpio y funcionando correctamente.

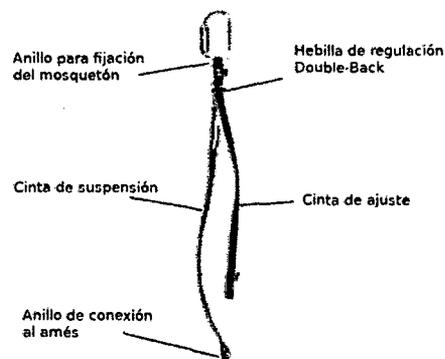
Además las partes del mosquetón no deben tener excesivo desgaste o torcedura ni deben haber sufrido caídas o golpes, por último los mosquetones deben estar limpios y lubricados.

Figura N° 10: Partes del mosquetón



4. **Línea de vida:** La línea de vida es un elemento muy importante dentro de la cadena de seguridad, es un tramo de cable o cuerda anclado en los dos extremos para conectar mosquetones de seguridad, su función es unir el punto de conexión del arnés al sistema de polea. Para operar con seguridad el canopy, se utiliza obligatoriamente dos líneas de vida, la una de tamaño fijo y la otra regulable para posicionar dependiendo del tamaño de la persona que va a deslizarse por el cable. Se une al punto de conexión del arnés por medio de un nudo de alondra o montañero, y se lo retira únicamente para mantenimiento o verificación de la integridad de sus partes.

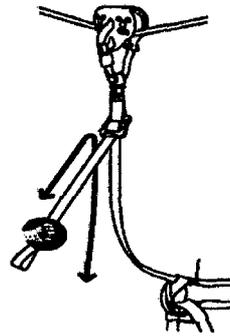
Figura N° 11: Partes de la línea de vida regulable



- 4.1. **Nudo:** Es aquella parte que se confecciona y se le da forma definida, entre sus características se pueden citar que se sostiene por sí solo, es fácil de hacer, fácil de deshacer y seguro para ser sometido a grandes tensiones sin desfigurarlo.

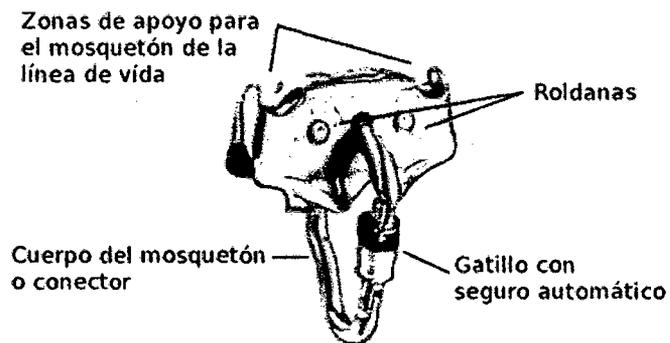
En los tour de aventura, en el que un guía tenga la capacidad de elaborar correctamente uno o más nudos garantiza la seguridad tanto para el guía como para el turista.

Figura N° 12: Ajustes de línea de vida



5. **Polea:** Es una rueda móvil de acero inoxidable alrededor de un eje, con un canal o garganta en su circunferencia a través del cual pasa el cable, sirve para transitar a través del mismo y puede contar con dos espacios, en su parte superior para colocar el mosquetón de la línea de vida, esto evita que el mosquetón de la línea de vida se desgaste excesivamente por el rozamiento del cable.

Figura N° 13: Partes de la polea track



6. **Guantes:** Protege las manos de las rozaduras con el cable de acero o bien en la manipulación de la polea, están elaborados con piel o cuero, se los coloca directamente sobre las manos y pueden ser usados para el frenado al final del recorrido, nunca se deberá tocar el cable sin guantes y solo se lo podrá tocar por detrás de la polea, nunca delante de él.

b. EQUIPO COLECTIVO

- 1. Anclaje:** Son puntos de contención, los cuales son usados para fijar las cuerdas o cables. De acuerdo al “Project Zip line” (2013) los anclajes juegan un papel fundamental en el diseño de canopy y están sujetos a normas internacionales muy estrictas dado que toda la tensión generada se transmite a los anclajes. Hay cuatro tipos principales de anclajes: natural, cimentados, en estructuras existentes y en roca sólida.

El anclaje natural más común es el árbol y sólo debe utilizarse en instalaciones de baja tensión ya que no existen normas precisas sobre su uso; en el sector “San Antonio” se encuentra un árbol de gran tamaño el cual es utilizado como punto de salida y en el de llegada se ha visto conveniente la implementación del anclaje cementado el cual es más confiable.

Los anclajes cementados están conformados por: el elemento de sujeción de acero y el concreto armado, dándole de esta manera una mayor seguridad, ya que es sencillo calcular el peso que deberán poseer para contrarrestar las fuerzas, logrando tener un factor de seguridad de hasta 10, lo cual significa que resistirán un mínimo de diez veces la tensión soportada por el cable.

- 1.1. Concreto armado:** Compuesto por cuatro elementos básicos los cuales son arena, grava, cemento y agua; con ellos se genera una “piedra” sumamente dura y resistente es por esto que se usa en estructuras de este tipo ofreciendo una muy buena capacidad para someterse a compresión

Los agregados pétreos deben ser de la mejor calidad, esto es: La grava debe buscar la mayor cantidad de superficies planas y angularidad (triturados son los más indicados) con ello se garantiza una mayor cobertura de la mezcla y una mejor

adherencia y cohesión entre los componentes, en cuanto a la arena debe estar libre de materia orgánica y con la finura correcta.

Para anclajes de canopy el tipo de concreto a utilizarse es el simple que significa que no tiene acero de refuerzo y es usado específicamente para elementos sometidos a compresión.

1.2.Material de sujeción: Ninguna instalación puede ser segura sin una sujeción adecuada del cable. En este caso es conveniente el uso del material de sujeción de la marca Crosby; única marca que ofrece las certificaciones y pruebas individuales en todos sus productos.

Cada cable deberá estar sujetado con suficientes abrazaderas (anillos que abrazan cualquier pieza circular de una máquina para sujetarla) lo que prevendrá que los mismos se aflojen, contando con una presión mínima de 15.88 kilogramos y máxima de 29.48 de conformidad con los estándares.

1.3.Construcción del anclaje: Para la implementación del canopy en San Antonio es necesario la construcción de una plataforma de concreto para el punto de llegada, esta plataforma servirá como base para la implementación de los dispositivos de anclaje los cuales deberán ser construidos a la par y de esta forma asegurar que el material de sujeción de acero de marca Crosby pueda ser implementado con total confianza.

2. Cable: Cuerda de alambre metálico que sirve para el deslizamiento a través de la polea

2.1.Cables de acero: En un canopy de 500 m como es nuestro caso, se recomienda usar un cable de acero galvanizado de ½ pulgada

de espesor, el cual es el más recomendado para este deporte de aventura por la ACCT (Association for Challenge Course Technology).

2.2.Tensión del cable: En cuanto a la tensión del cable de ½" es de 10 886,22 Kg. hasta su punto de quiebre.

2.3.Resistencia del cable: La resistencia de un cable galvanizado con alma de acero hasta su ruptura es de seis a ocho toneladas.

El factor de seguridad de un cable de acero es la relación entre la resistencia a la ruptura mínima garantizada del cable y la carga o fuerza de trabajo a la cual está sujeta.

En el caso del canopy al igual que en otros cables de suspensión el factor de seguridad del cable de ½ pulgada es de 3,5 a 4 (mínimo).

2.4.Vida útil del cable: La vida útil del cable es de aproximadamente 3 años, pero hay que considerar el ambiente y circunstancias propias para esto.

Se ha visto que la vida útil de un cable de acero de ½ pulgada como en nuestro caso, es en promedio de 3 años o equivalente a un total de aproximadamente 7 000 personas lanzadas durante todo este período.

Luego de este tiempo se debe cerrar el canopy y dar de baja al cable por los riesgos que puede traer seguir lanzando gente.

2.5.Mantenimiento del cable: Los cables generalmente están instalados al aire libre: por lo tanto, existe sobre la misma la

acción corrosiva de la atmósfera. Un engrasado periódico evita, en parte, la oxidación; pero hay casos en que la corrosión es muy activa, y entonces se debe recurrir, para proteger los cables, a recubrimientos protectores, constituidos generalmente de zinc.

La mejor solución para la corrosión es proteger los cables mediante un engrasado cuidadoso, realizado periódicamente, porque recurrir a los aceros inoxidable o a los bronce son soluciones que no satisfacen: la primera por su costo y la segunda por la poca resistencia del material.

Si la corrosión fuera muy activa, entonces se debe recurrir al galvanizado de los alambres del cable.

5.1.1.1.1. VIDA ÚTIL DEL EQUIPO DE CANOPY

a. Parámetros que determinan la vida útil

Los factores que pueden reducir la vida útil del equipo son el uso intensivo, contacto con sustancias químicas, ambientes especialmente agresivos, exposición a temperaturas extremas, exposición a los rayos ultravioleta, abrasión, cortes, fuertes impactos, o una mala utilización y mantenimiento.

La revisión anual obligatoria validará el funcionamiento correcto del equipo. Es obligatorio que el equipo sea examinado por el fabricante o por una persona autorizada al menos una vez al año.

b. Vida útil del metal: Según regulaciones internacionales y de los fabricantes de equipos, el equipo de metal sean cables, poleas, mosquetones, etc., deben ser reemplazados cada tres años máximo o en menor tiempo cuando hayan sufrido caídas o

golpes fuertes como en el caso del equipo de metal de uso personal.

1. Normas de cuidado del equipo de metal: Para mantener el equipo de metal adecuadamente se debe:

- Lavar con agua tibia, jabón neutro y cepillo, no se puede lavar en máquina, enjuagar con abundante agua.
- Secar en un lugar ventilado sin exposición directa al sol o altas temperaturas.
- Mantener libre de cargas externas durante su funcionamiento y almacenamiento.
- Colocar lubricante discretamente en los rodamientos, articulaciones y seguros.
- Lavar si hay tierra o lodo en las partes del equipo.
- Evitar que el equipo se exponga a sustancias corrosivas (ácidos y bases) y disolventes.

c. Vida útil del equipamiento textil

Según regulaciones de los fabricantes del equipo textil especialmente para este deporte de aventura, los cuales están en constante uso es que deben ser reemplazados cada dos años o en menor tiempo, más aún si estos han sufrido golpes fuertes o presentan desgastes marcados.

5.1.1.1.2. DESECHO DEL EQUIPO DE CANOPY

Todos los equipos requieren ser utilizados de una manera adecuada para garantizar la integridad física de los usuarios.

El conocimiento profundo de cada uno de estos elementos destinados a sujetar a los usuarios del canopy mientras se encuentran a varios metros de altura sobre el suelo es una medida muy importante a considerar para evitar la posibilidad de una caída. De la responsabilidad del guía de canopy en el uso de estos equipos depende la seguridad con la que se lleve a cabo esta operación.

Para el uso de estos equipos es necesario realizar las diferentes prácticas, pruebas y evaluaciones con el fin de generar la experiencia necesaria y luego ponerlos en práctica en condiciones reales con un margen de seguridad elevado.

La revisión constante de estos equipos permite evaluar su deterioro para posteriormente darlos de baja o mantenimiento, alargando su vida útil. Sin embargo, un adecuado almacenamiento de estos equipos evita que entren en contacto con productos u otras condiciones que dañen los materiales de los cuales están hechos.

Para la mejor evaluación de los equipos se los ha clasificado en textiles y metálicos:

a. DESECHO DEL EQUIPO TEXTIL

El equipo que posee textiles en su totalidad o pequeñas partes deberá ser reemplazado bajo las siguientes condiciones:

- Cuando las cintas no están en buen estado, presentan raspaduras, cortes o quemaduras o cuando las costuras no están íntegras con sus hilos completos y ajustados.
- También cuando los puntos de conexión presentan signos de desgaste, dobladuras, fisuras y oxidación y por último cuando el equipo ha servido para detener o absorber una caída deberá ser dado de baja de inmediato.

b. DESECHO DEL EQUIPO METÁLICO

El equipo metálico deberá ser desechado inmediatamente si ha sufrido caídas o golpes fuertes, por lo que de sufrir una caída de más de dos metros de altura o un golpe equivalente debe ser marcado y dado de baja.

También se lo deberá dar de baja cuando haya transcurrido el tiempo de garantía del fabricante que por lo general es de tres años, por último se lo reemplazará si el equipo presenta piezas dobladas, fisuradas o desgastadas.

5.1.1.2.CONDICIONES DE USO DE CANOPY

Para un deslizamiento seguro se tomarán en cuenta los siguientes parámetros para la práctica de la actividad:

- *Para deslizamiento acompañado:* edad mínima 4 años con autorización de uno de los padres o tutor e ir acompañado con un guía en el deslizamiento.
- *Para deslizamiento solo:* edad mínima 7 años con autorización de uno de los padres o tutor.
- El peso máximo del turista o excursionista no debe exceder 120 kg en cuanto a la capacidad del arnés, reglamentado por la Unión Internacional de Asociaciones de Alpinismo (UIAA).
- Ninguna persona con problemas de salud relevantes (diabéticos, cardíopatas, epilépticos, mujeres embarazadas, etc.) debe desarrollar una actividad de canopy
- No se puede realizar el tour en condiciones climatológicas adversas, esto significa que si se presentan lluvias o vientos más fuertes de lo acostumbrado, el tour debe cancelarse.

5.2.DISEÑO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO

5.2.1. IMPACTOS QUE GENERA

A continuación se presentan los impactos más resaltantes que se ha tenido en cuenta para el diseño del circuito turístico.

IMPACTO ECONÓMICO LOCAL

Mediante el desarrollo de la actividad turística, a través de la realización de actividades relacionadas con el turismo de naturaleza y aventura, así como el reabastecimiento y uso de los servicios generales, en el distrito de Mariscal Benavides y caserío San Antonio.

A los pobladores del área de intervención se les debe incentivar a invertir en la actividad turística, que genere el dinamismo de la economía local, a través de emprendimientos rurales, tales como: casas hospedaje y establecimientos de restauración, contribuyendo de esta manera al mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios. Todo esto como parte de un mecanismo que busca integrar a toda la comunidad en este tipo de servicios.

SEGURIDAD SOCIAL

La organización de la población a través de comités de seguridad, permitirán facilitar a los visitantes la protección que buscan en un destino. Además, al estar organizados, podrán evitar y mitigar problemas sociales que susciten a futuro.

IMPACTO EN LA IDENTIDAD

La población involucrada deberá identificarse con los recursos turísticos que posee y empezar a valorarlos, pues son el medio por el cual reciben visitas turísticas de manera esporádica.

En tal sentido, si la población aprende a identificar sus recursos, también podrá brindar la seguridad que el turista busca al visitar nuevos destinos, pues los pobladores podrán brindar la información adecuada que les

soliciten, es decir, como llegar, que hacer, tiempo de recorrido, o caso contrario podrá acompañarles como orientador local.

IMPACTO ECOLÓGICO

Con la finalidad de conservar el ecosistema que rodea el complejo turístico San Antonio, se diseñarán trípticos informativos para los visitantes, con la finalidad de brindar mensajes sobre el cuidado y preservación del medio ambiente, en especial de las especies nativas. Además, se realizarán planes de reforestación con plantas nativas con la finalidad de recuperar la cobertura del suelo y proteger el entorno.

De igual manera se implementará la señalización informativa adecuada, a fin de especificar las normas de conducta que se deben tener durante la visita para evitar el alejamiento de las aves.

5.2.2. PERFIL DEL TURISTA POTENCIAL PARA DESARROLLAR EL CANOPY

Para la implementación y comercialización del canopy, se determinó el siguiente perfil del turista potencial que desarrollará el deporte de aventura, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla N° 07: Resumen del perfil del turista potencial para canopy

CARACTERÍSTICAS	NACIONALES	EXTRANJEROS
Género	64% masculino	56% masculino
	36% femenino	44% femenino
Edad	49% entre 22 y 32 años	74% entre 18 y 30 años.
Procedencia	33% Lima	35% Alemania
	22% Lambayeque	20% Argentina
Estado civil	51% soltero (a)	82% soltero (a)
	31% parte de una pareja	16% casado (a)
	18% casado (a)	2% viudo (a)
Ocupación	32% estudiantes	49% estudiantes
Medios de información	58% página web.	52% página web.
Organización de viaje	95% por cuenta propia.	80% por cuenta propia.
Grupo de viaje	29% viaja con amigos	41% viaja con amigos.
Permanencia	51% demoraría 2 días.	33% demoraría 2 días.
Gasto	45% gasta entre 300 a 499 soles.	39% gasta entre 300 a 499 soles.

Actividades turísticas	Observación de flora y fauna.	Observación de flora y fauna.
	Costumbres y tradiciones.	Costumbres y tradiciones.
	Ecoturismo	Observación de atractivos especiales de la naturaleza.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 07, podemos observar que el 64% de los turistas nacionales son del género masculino, y un 36% son del género femenino. Además que el 49% se encuentran entre los 22 y 32 años de edad, pues el 33% proceden de la región de Lima y un 22% de Lambayeque.

Así mismo, el 51% de ellos son solteros y un 32% son estudiantes, los cuales en su mayoría utilizan como medio de información de un destino la página web (58%).

Además, organizan sus viajes por cuenta propia (95%), y viajan en grupos de amigos (29%), ya que el 51% de ellos desean visitar el nuevo destino por dos días, pues el 45% gastan entre 300 y 499 soles durante su estadía.

También es importante mencionar que la demanda potencial desea realizar la observación de flora y fauna, relacionada con costumbres y tradiciones del destino, así como el desarrollo del ecoturismo.

Por otro lado, observamos que el 56% de los turistas extranjeros son del género masculino, y un 44% son del género femenino. Además que el 74% se encuentran entre los 18 y 30 años de edad, pues el 35% proceden de Alemania y un 20% de Argentina.

Así mismo, el 82% de ellos son solteros y un 49% son estudiantes, los cuales en su mayoría utilizan como medio de información de un destino la página web (52%).

Además, organizan sus viajes por cuenta propia (80%), y viajan en grupos de amigos (41%), ya que el 33% de ellos desean visitar el nuevo destino por dos días, pues el 39% gastan entre 300 y 499 soles durante su estadía.

También es importante mencionar que la demanda potencial desea realizar actividades turísticas relacionadas con la observación de flora y fauna,

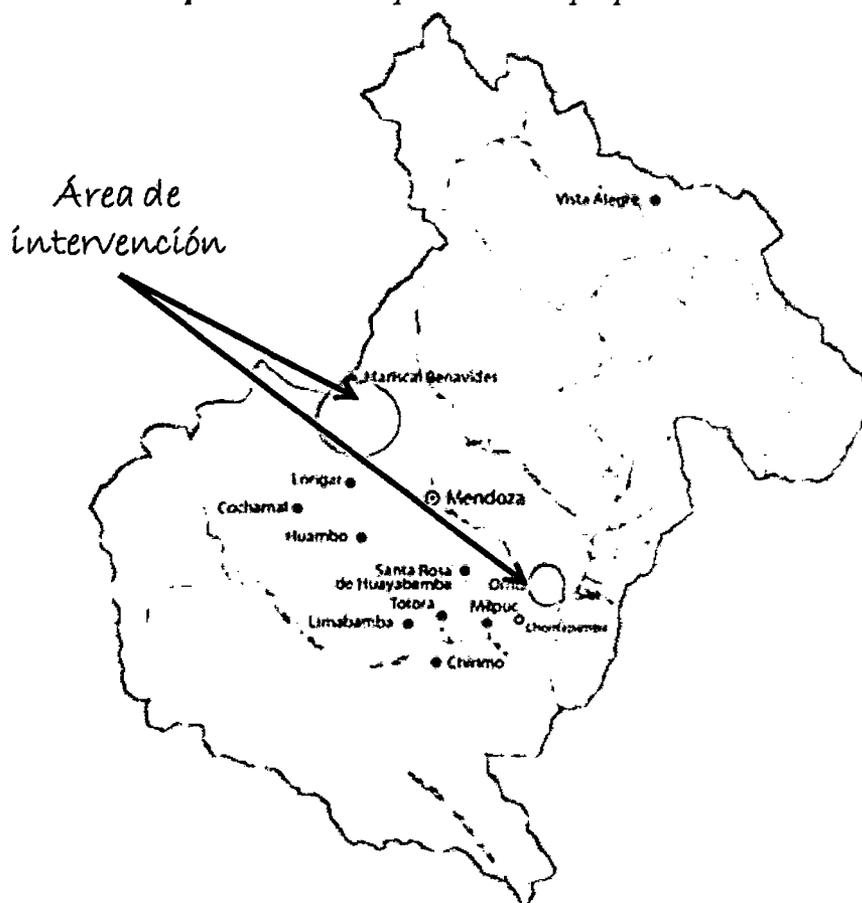
relacionada con costumbres y tradiciones del destino, así como la observación de atractivos especiales de la naturaleza.

5.2.2.1.ÁREA GEOGRÁFICA QUE ABARCA EL CIRCUITO TURÍSTICO

El circuito turístico “Valle Xtremo” abarca los siguientes recursos turísticos:

- Complejo turístico San Antonio.
- El trapiche.
- La piscigranja.
- Aguas termales de Tocuya.

Mapa N° 01: Área que abarca la propuesta.



Fuente: Elaboración propia.

5.2.2.2.CENTRO BASE DEL CIRCUITO TURÍSTICO

El centro base del circuito turístico en el distrito de Mariscal Benavides, será la ciudad de Chachapoyas, capital y centro de soporte de la región Amazonas, la cual actúa como paso obligatorio para los posibles turistas que deseen realizar el recorrido del circuito y sobre todo el deporte de canopy. En la actualidad, la ciudad de Chachapoyas, actúa como centro de soporte de turistas que visitan los principales atractivos turísticos de la región; además de contar con una formidable planta turística conformada por la prestación de servicios en alimentación, hospedaje, transporte y esparcimiento.

5.2.2.3.RECURSOS TURÍSTICOS QUE CONFORMAN EL CIRCUITO TURÍSTICO

Los recursos turísticos que conforman el circuito están seleccionados por el inventario y jerarquización que se les hizo, teniendo como tal, que:

Figura N° 14: Clasificación de recursos turísticos para el diseño del circuito

RECURSOS CENTRALES	RECURSOS DE ENTORNO
* Complejo Turístico San Antonio	* Trapiche.
	* Piscigranja.
	* Aguas termales de Tocuya.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del trabajo de campo.

5.2.2.4. TIEMPO DEL RECORRIDO DEL CIRCUITO TURÍSTICO

Según los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los turistas, el tiempo aproximado para el recorrido del circuito y desarrollo del deporte de canopy será de dos días, existiendo la posibilidad de incrementar la permanencia de los turistas, siempre y cuando este disponga del tiempo necesario para la práctica de diversas actividades.

Los tiempos de recorrido de un atractivo a otro se detallan a continuación:

Tabla N° 08: Distancias, tiempos y medio de transporte utilizados en el circuito

Circuito: Complejo Turístico San Antonio – Trapiche – Piscigranja – Aguas termales de Tocuya.		
TRAMOS	DISTANCIA EN Km. / TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE
Chachapoyas – Complejo Turístico San Antonio (Mariscal Benavides)	80 km / 2 horas	Transporte público, privado, turístico. (Combi, taxi).
Complejo Turístico San Antonio – Piscigranja.	1 km / 10 min.	Transporte público, privado, turístico. (Combi, taxi).
Piscigranja – Trapiche (Mariscal Benavides).	3 km / 15 min.	Transporte público, privado, turístico. (Combi, taxi), a pie.
Mariscal Benavides – Aguas termales de Tocuya	22 ½ km / 1 hora	Transporte público, privado, turístico. (Combi, taxi).
Aguas termales de Tocuya – Chachapoyas	102 km / 3 horas	Transporte público, privado, turístico. (Combi, taxi).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del trabajo de campo.

Tabla N° 09: Distancias en Km. desde puntos de salida hacia los recursos turísticos.

PUNTOS DE SALIDA	RECURSOS TURÍSTICOS	DISTANCIAS EN Km.
Ciudad de Chachapoyas	Centro Poblado Mariscal Benavides	82 Km.
Centro Poblado Mariscal Benavides	Complejo Turístico San Antonio.	2 Km.
	Laguna Huamampata.	11 Km.
	Catarata Santa Catalina	3 ½ Km.
	Colpa de Pishayacu	3 Km.
	Mirador Natural la Cruz	6 Km.
	Aguas termales de michina	3 Km.
	Trapiche	½ Km.
	Piscigranja	3 Km.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del trabajo de campo.

5.2.2.5. PRINCIPALES ACCESOS A LOS RECURSOS QUE CONFORMAN EL CIRCUITO

El acceso principal al circuito turístico, es la carretera afirmada que une la ciudad de Chachapoyas con el centro poblado de Mariscal Benavides, con un recorrido de 82 Km.

Además, tenemos que la carretera afirmada que une el distrito de Mariscal Benavides, con los recursos complementarios que se encuentran en el distrito de Omia y dentro de nuestra propuesta, tiene un recorrido de 17 ½ km.

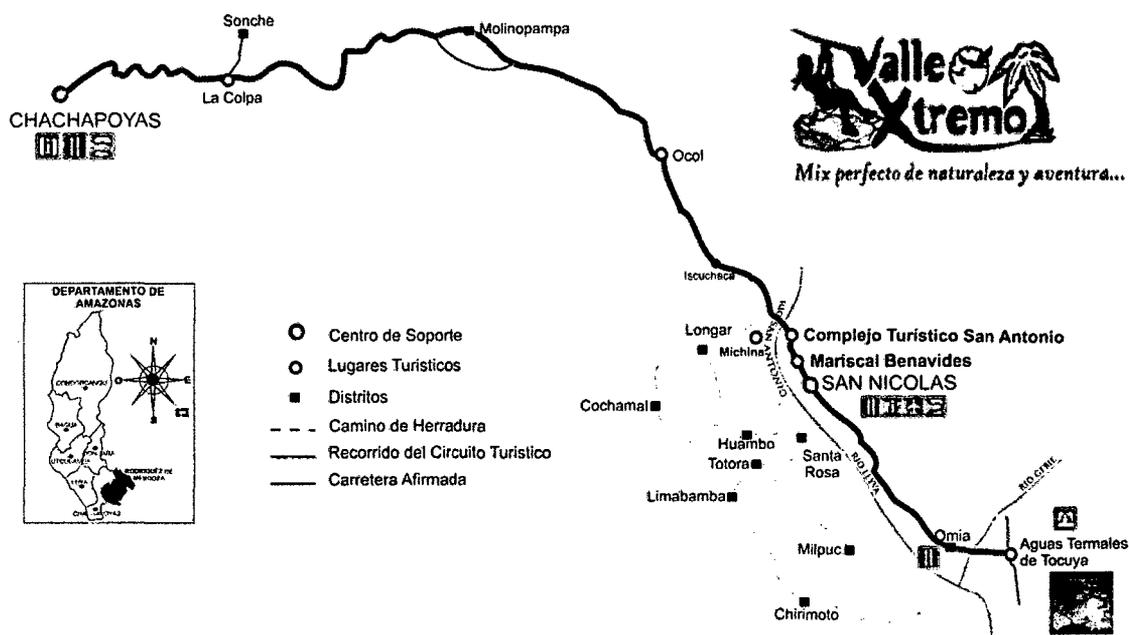
5.2.2.6. PERIODO DE FUNCIONAMIENTO DEL CIRCUITO

Por la configuración territorial, la ubicación de los recursos y la variedad de los mismos, el centro poblado de Mariscal Benavides ofrece al turista un circuito turístico de naturaleza y aventura, el cual estará orientado a funcionar de manera permanente, puesto que el circuito propuesto se puede desarrollar en cualquier estacionalidad del año.

5.2.2.7.DISEÑO DEL CIRCUITO

Como se mencionó anteriormente, se desarrolló una sola propuesta, para la cual se realizará una descripción detallada de los servicios y actividades que incluye, los cuales se encuentran especificados en el itinerario propuesto.

Figura N° 15: Diagramación del circuito turístico



Fuente: Elaboración propia

5.2.2.8.MERCADO OBJETIVO

Los segmentos del mercado a los que está orientado el circuito turístico y por ende la implementación del canopy, está en función de los potenciales turistas nacionales y extranjeros que realizarían el deporte de aventura. (Ver tabla N° 07).

5.2.2.9.RECURSOS TURÍSTICOS DEL CIRCUITO TURÍSTICO

En la tabla N° 10 se señalan los principales recursos turísticos que están relacionados directamente con el circuito turístico.

Tabla N° 10: Recursos turísticos incluidos en el circuito turístico.

RECURSOS TURÍSTICOS	DESCRIPCIÓN
<p>Complejo Turístico San Antonio</p>	<p>Situado en el caserío San Antonio, a 2 km. del centro poblado Mariscal Benavides. Este centro recreacional brinda los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> φ Cancha de vóley y fulbito, con gras natural en buen estado. φ Zona de baile con una capacidad de 800 pax. φ Kiosco de venta de golosinas. φ Pero en especial la práctica de canopy (zip line).
<p>Trapiche</p>	<p>Este instrumento artesanal es de gran utilidad para conseguir el jugo de caña, y a pesar de los años y los avances tecnológicos de la actualidad aún se conservan; especialmente en los lugares en donde no es posible adquirir un equipo más tecnificado, gracias a esto se puede elaborar el tradicional guarapo y la exquisita chancaca huayacha. Este instrumento se puede encontrar en algunas casas de los pobladores de Mariscal Benavides. Se realiza con la ayuda del ganado vacuno o caballar, y la intervención de la mano del hombre.</p>
<p>Piscigranja</p>	<p>En el Perú la especie de agua fría más cultivada e importante es la trucha "arco iris" (<i>Oncorhynchus mykiss</i>), es una especie íctica perteneciente a la familia Salmonidae, la cual fue introducida a partir de 1928, por una compañía minera con fines netamente de pesca deportiva en Cerro de Pasco. Posteriormente fueron sembrados en diferentes cuerpos hídricos de todo el territorio nacional, adaptándose muy bien a las condiciones físico químicas de lagos, lagunas y rio alto andinos a partir de los 2 000 msnm en la Cordillera peruana y hoy es considerada una especie más de nuestro país, gracias a la adaptación en los medios acuáticos del Perú. En el departamento de Amazonas el cultivo de truchas a nivel intensivo se inicia en julio de 1998 con resultados exitosos en los criaderos de los pequeños piscicultores del sector privado. Esta piscigranja está administrada por la Asociación de dueños y poseedores de las tierras de Huamampata, ubicado en el caserío de Michina; dentro de los servicios que brinda está la venta de truchas y gamitana. Las perspectivas a futuro es articularla al sector turismo, pues es una forma de</p>

	enseñar y dar a conocer la importancia del proceso de crianza de los peces.
Aguas termales de Tocuya	<p>Se encuentra ubicada en el Caserío de Tocuya, Distrito de Omia, en el margen izquierdo de la carretera a 1 365 msnm. Son fuentes de agua termales sulfurosas, de una extensión de 13 metros de largo por 3 a 4.5 metros de ancho. La temperatura de esta agua oscila entre los 20 a 25 grados de temperatura y un 40 % de contenido de azufre. Asimismo, son eficaces estas aguas para el tratamiento de dolores musculares y reumatismo.</p> <p>Lo que hace muy singular a esta fuente natural, es su ubicación a escasos metros de las orillas del río Gebil además de la disposición de vegetación como grandes árboles como el mata palo.</p> <p>Se asegura que estas aguas nacen a una profundidad y pasan por grietas volcánicas de allí su temperatura; la misma que se acentúa en la madrugadas.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del trabajo de campo.

5.2.2.10. ACTIVIDADES TURÍSTICAS INCLUIDAS EN EL CIRCUITO

En el siguiente cuadro se señalan las actividades turísticas que ofrecerá el circuito turístico, detallando información necesaria indicando a su vez el lugar de realización.

Tabla Nº 11: Actividades turísticas incluidas en el circuito turístico

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	TIPO DE ACTIVIDAD	LUGAR EN EL QUE SE PRACTICA
Observación de fauna	Actividad recreativa, donde el turista puede ser inexperto o especialista, y consiste en presenciar los animales en su habitat natural.	Turismo de naturaleza	Φ Complejo turístico San Antonio y recorrido hacia el distrito de Omia.
Belleza paisajística y geomorfológica.	Actividad de ocio que consiste en visitar sitios, que por sus características naturales se consideran como espectaculares.	Turismo de naturaleza	Φ Recorrido hacia la provincia Rodríguez de Mendoza, y el distrito de Omia.
Observación de flora	Observación e interpretación del universo vegetal, en cualquiera de sus manifestaciones. Tradicionalmente se incluyen orquídeas y hongos.	Turismo de naturaleza	Φ Complejo turístico San Antonio.
Proceso de crianza y pesca.	Actividad que tiene por finalidad, motivar al visitante a participar en el proceso de crianza y pesca de la trucha o gamitana.	Turismo de aventura	Φ Piscigranja del caserío de Michina.
Molienda de caña de azúcar y elaboración de la chancaca	Este tipo de actividades, tienen la motivación de enseñar y participar en el proceso de la molienda de caña de azúcar y la elaboración de la chancaca de manera artesanal.	Turismo vivencial	Φ Trapiche de Mariscal Benavides.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Gastronomía	Este tipo de actividades tiene la motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados.	Turismo vivencial	Φ Centro poblado de Mariscal Benavides y distrito de Omia.
Tomas fotográficas	Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente que nos rodea.		Φ Centro poblado de Mariscal Benavides. Φ Durante el recorrido hacia la provincia Rodríguez de Mendoza, y el distrito de Omia. Φ Complejo turístico San Antonio.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del trabajo de campo.

5.2.2.11. ARMADO DEL PAQUETE TURÍSTICO

5.2.2.11.1. CONFECCIÓN DEL ITINERARIO

Un circuito turístico es la base para la confección o estructura de un itinerario. El itinerario debe incluir los centros base, todos los atractivos que serán visitados durante el programa; los servicios incluidos, los días, y horas en que se desarrollarán las actividades e información adicional sobre lo ofrecido al usuario en dicho programa.

En el diseño del circuito turístico denominado “*Valle Xtremo*”, se confeccionó su respectivo itinerario tomando en cuenta los principales atractivos y la conexión de los mismos.

5.2.2.11.2. ESTRUCTURA DE LOS ITINERARIOS

Es la fase en donde se elabora un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios, actividades y visitas a los recursos más substanciales. Se determinan los tiempos para cada recurso turístico que forma parte del circuito, paradas técnicas y tiempo libre.

a. Tiempos en la ruta: se toma en cuenta tanto la velocidad media constante del vehículo, el cual por las características del territorio y las condiciones en las que se encuentra la carretera asfaltada que une Chachapoyas con la provincia de Rodríguez de Mendoza y por ende con el centro poblado de Mariscal Benavides y demás recursos turísticos, la velocidad oscila entre 30 y 50 Km/h. Ocasionando un total de 208 ½ km de recorrido en aproximadamente 6 horas 25 minutos (Ver tabla N° 08).

b. Tiempo de visita: Para determinar el cálculo de tiempo de visita a cada recurso, se ha determinado un periodo entre 60 a 120 minutos dependiendo de las actividades programadas en cada uno

de los recursos turísticos establecidos, ya que estos se encuentran ubicados de manera distantes.

c. Tiempo libre: Está referido al tiempo diario no comprendido en el desarrollo de actividades establecidas en el programa. Por lo tanto el tiempo libre estará sometido a los tiempos necesarios durante el refrigerio y las noches, determinándose 40 minutos en promedio.

d. Paradas técnicas: Es el tiempo necesario que se emplea para hacer una pausa durante el recorrido ya sea para la explicación de algún lugar en específico o por tratarse de los recursos turísticos y/o actividades programadas. En este caso se determinó tiempos prudenciales de 15 a 120 minutos, por parada técnica.

e. Fijación de horarios: Una vez establecida la duración de cada servicio que se brindará y las actividades a realizar en el programa, se procederá a fijar los horarios para el desarrollo del circuito turístico, teniendo que los horarios de partida serán desde las 08:00 am.

5.2.2.11.3. REDACCIÓN DEL ITINERARIO

Es la fase en donde se detalla el programa, sintetizando la información necesaria para el armado del paquete turístico, indicando el día, los prestadores de servicios, y el detalle de cada servicio que se incluirá en el circuito. A continuación se detalla el programa del circuito turístico:

Tabla N° 12: Itinerario del circuito turístico

DÍA 1	
HORARIO	ACTIVIDAD
08:00 am	Salida de la ciudad de Chachapoyas hacia el distrito de Mariscal Benavides, en la provincia Rodríguez de Mendoza.
10:00 am – 10:20 am	Arribo e instalaciones en las casas hospedaje.
10:25 am – 10:40 am	Ingreso al complejo turístico San Antonio, en el caserío San Antonio.
10:45 am – 11:00 am	Bienvenida e indicaciones necesarias para la práctica del deporte de aventura: canopy.
11:05 am – 11:15 am	Uso de los equipamientos individuales en los visitantes.
11:20 am – 12:30 pm	Practica del canopy.
12:35 pm – 01:30 pm	Almuerzo en un restaurant local.
01:35 pm – 02:00 pm	Tiempo libre.
02:05 pm – 04:00 pm	Visita a la piscigranja del caserío de Michina.
04:05 pm – 06:30 pm	Participación en la molienda de caña de azúcar y elaboración de la chancaca de manera artesanal.
06:35 pm – 07:30 pm	Tiempo libre.
07:35 pm – 08:30 pm	Cena en un restaurant local.
08:35 pm – 10:00 pm	Fogata.
10:05 pm	Descanso.
DÍA 2	
07:00 am – 08:00 am	Desayuno en un restaurant local.
08:00 am – 09:00 am	Traslado hacia el sector la colpa, en el caserío de Tocuya, distrito de Omia.
09:05 am – 09:15 am	Registro de ingreso a las aguas termales de Tocuya.
09:20 am – 12:20 am	Ingreso a las aguas termales de Tocuya.
12:25 am – 12:50 pm	Traslado hacia el caserío de Tocuya, distrito de Omia.
01:00 pm – 02:00 pm	Almuerzo.
02:10 pm – 03:05 pm	Retorno hacia el distrito de Mariscal Benavides.
03:15 am – 03:40 pm	Arreglo de sus cosas.
03:55 pm – 05:55 pm	Retorno a la ciudad de Chachapoyas.
06:05 pm	Fin del paquete turístico

Fuente: Elaboración propia.

ACTIVIDADES A REALIZAR	
<ul style="list-style-type: none"> • Canopy • Observación de flora y fauna • Observación de belleza paisajística y geomorfológica. • Camping • Pesca deportiva • Natación corta. • Tomas fotográficas 	
EQUIPO NECESARIO	
<p>Cada visitante que realice el circuito turístico deberá portar su equipaje en una mochila adecuada y con capacidad necesaria para portar el siguiente equipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 repelente para insectos • 1 bloqueador solar para piel • 1 par de botas • 1 kit de aseo personal • Binoculares • Otros que el visitante crea conveniente. 	
INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
<ul style="list-style-type: none"> • El grupo mínimo de personas será de 10, mientras que el número máximo estará compuesto por 14 personas. • No incluye gastos médicos. • Reservación y confirmación con una anticipación de 21 días como mínimo. 	
CONDICIONES DE PAGO	
<ul style="list-style-type: none"> • Pago total al contado antes de iniciar un viaje o mediante depósito bancario. • Se reserva el derecho de modificar o cancelar el itinerario, por circunstancias externas. Los costos derivados de esta situación correrán a cargo del cliente. 	

5.2.2.11.4. SERVICIOS INCLUIDOS EN EL CIRCUITO TURÍSTICO

Los servicios ofertados en el circuito turístico son los correspondientes a los prestadores de servicios turísticos de Mariscal Benavides.

Tabla N° 13: Oferta de servicios incluidos en el circuito turístico

Alojamiento	Alimentación	Guiado	Entradas
Para brindar el servicio de alojamiento durante la realización del circuito turístico, se hará uso de los servicios que brindan los pobladores del centro de intervención.	En el caso de servicio de alimentación será facilitado por los prestadores de servicio del caserío San Antonio y el centro poblado de Mariscal Benavides, previa coordinación con los mismos.	Este servicio será brindado por los pobladores de la localidad, permitiendo de esta manera involucrar a la comunidad en su conjunto en el desarrollo de la actividad turística.	Este servicio será incluido durante la realización del circuito turístico, a fin de facilitar los ingresos a cada uno de los recursos turísticos incluidos en la propuesta.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de los trabajos de campo.

5.2.2.11.5. COTIZACIÓN DEL CIRCUITO TURÍSTICO ALTERNATIVO

En esta fase se fija el costo final del circuito turístico, los cuales se describen a continuación:

Tabla N° 14: Costos del circuito turístico

Descripción	N° días	Costo Unitario	10 Pax	14 Pax
Alimentación				
Desayuno	1	5.00	50.00	70.00
Almuerzo	2	8.00	160.00	224.00
Cena	1	8.00	80.00	112.00
Sub total			290.00	406.00
Hospedaje				
Casas hospedaje	2	20.00	400.00	560.00
Sub total			400.00	560.00
Entradas				
Complejo turístico San Antonio	1	11.00	110.00	154.00
Trapiche	1	20.00	20.00	20.00
Piscigranja	1	5.00	50.00	70.00
Aguas termales de Tocuya	1	3.00	30.00	42.00
Sub total			210.00	286.00
Transporte				
Movilidad	2		560.00	740.00
Sub total			560.00	740.00
Otros gastos				
Pago de orientador local	2	30.00	60.00	60.00
Sub total			60.00	60.00
Costos antes de utilidad			1520.00	2052.00
Utilidad 20%			304.00	410.40
Costo neto			1824.00	2462.40
Costo por persona			182.40	246.24

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de los trabajos de campo.

5.2.3. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para lograr el desarrollo de una adecuada estrategia de comercialización para el circuito turístico “*Valle Xtremo*” y por ende de la implementación del canopy, se han elaborado propuestas publicitarias que permitirán la promoción del circuito turístico.

Después de haber identificado el circuito, se propone estrategias para el proceso publicitario destinado a hacer conocer las potencialidades turísticas del mismo, esta publicidad estará dirigida acorde al mercado para el cual se diseñó el circuito, este material publicitario será realizado mediante fotografías y actividades que contempla el itinerario de cada uno. Otra estrategia es la elaboración de carteles, folletos, trípticos y postales.

5.2.3.1.MARCA

La creación de una marca nos permite otorgar una imagen, que será el reflejo externo que captarán los turistas en el circuito turístico en general. Para la creación de nuestra marca se ha seleccionado los atributos más destacados con los que se identificará nuestro circuito turístico, para posteriormente, elegir los elementos iconográficos más denotativos. En base a lo expuesto, y la búsqueda imaginativa para contextualizar nuestro circuito, se llegó a la siguiente marca gráfica, compuesta de isotipos y logo.

El isotipo correspondiente al icono o imagen, que ilustra los componentes más destacados en el circuito turístico, son: naturaleza y aventura, los cuales se han plasmado en conjunto para evocar experiencias únicas al turista.

El logo, corresponde a la tipografía, la cual se basa en un texto que tanto en colores como en estilo interactúan con el isotipo, debido a su distribución, además el circuito estará identificado con el slogan denominado: “*Mix perfecto de Naturaleza y Aventura*”, el cual engloba

el sin número de actividades que se pueden realizar durante el recorrido del circuito.

Figura N° 16: Diseño del logo



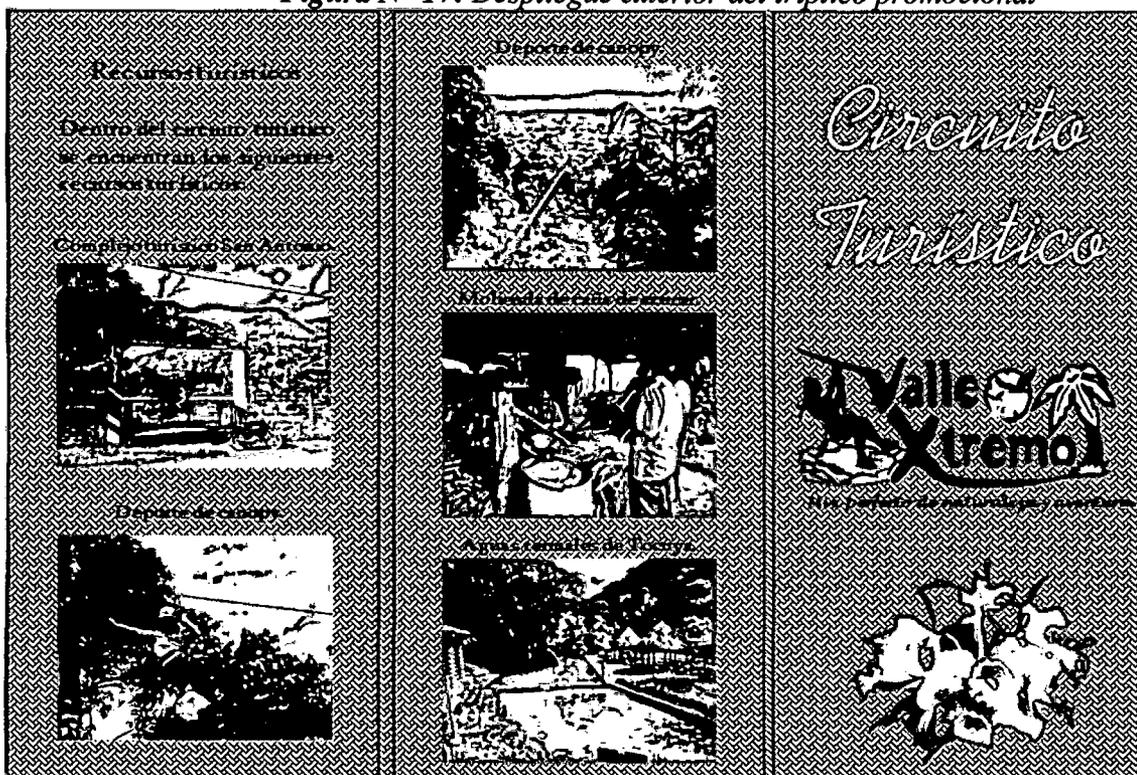
Fuente: Elaboración propia

Esta marca será utilizada también para dar imagen al circuito turístico, en las propuestas del diseño del tríptico.

5.2.3.2. TRÍPTICO

Como se explicó en los criterios de información del circuito turístico, a lo que apunta este impreso promocional es de facilitar datos útiles y manipulables de tal modo que se pueda armar un itinerario integrando atractivos, servicios y actividades turísticas. La impresión del tríptico será en formato A4, papel cuché, a continuación el diseño propuesto:

Figura N° 17: Despliegue exterior del tríptico promocional

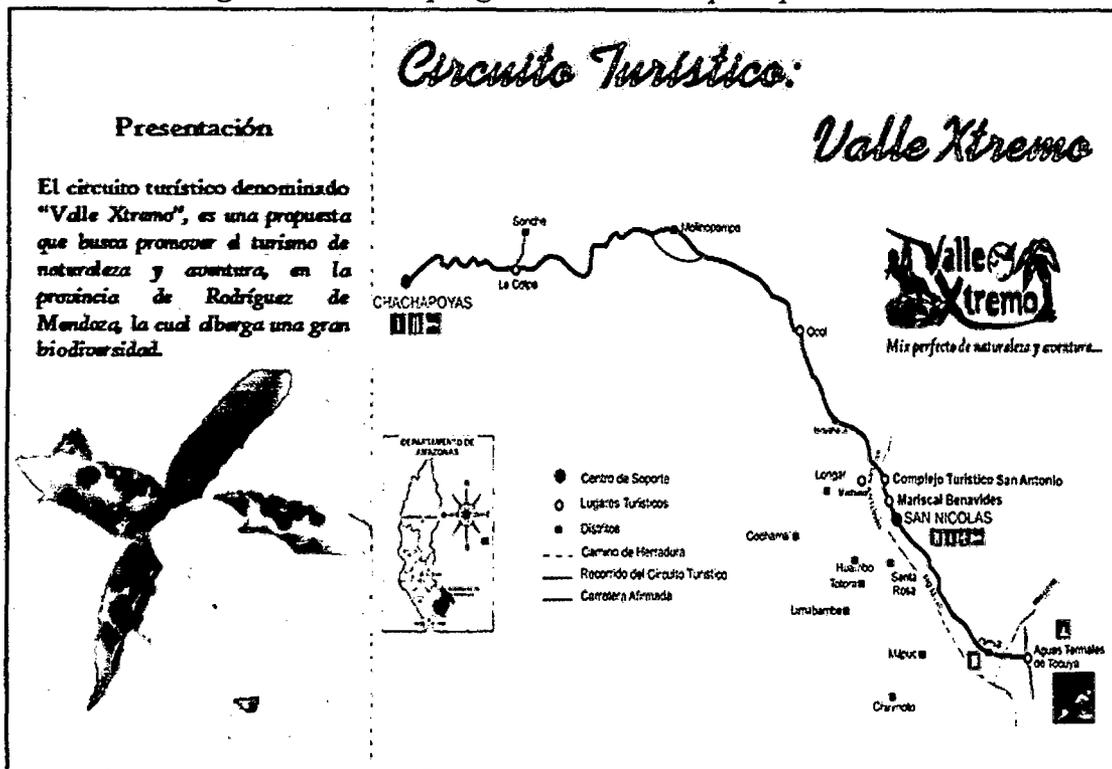


Fuente: Elaboración propia.

Disposición de la información de la portada del tríptico

1. Fotos referenciales de los recursos turísticos incluidos en el circuito.
2. Marca del circuito turístico.
3. Foto de la orquídea característica de la provincia.

Figura N° 18: Despliegue interior del tríptico promocional



Fuente: Elaboración propia

Disposición de la información de la portada del tríptico

1. Diagramación del circuito turístico.
2. Presentación de la propuesta planteada.

Para observar mejor los despliegues del tríptico promocional, ver el anexo N° 09.

5.2.3.3.PÁGINA WEB

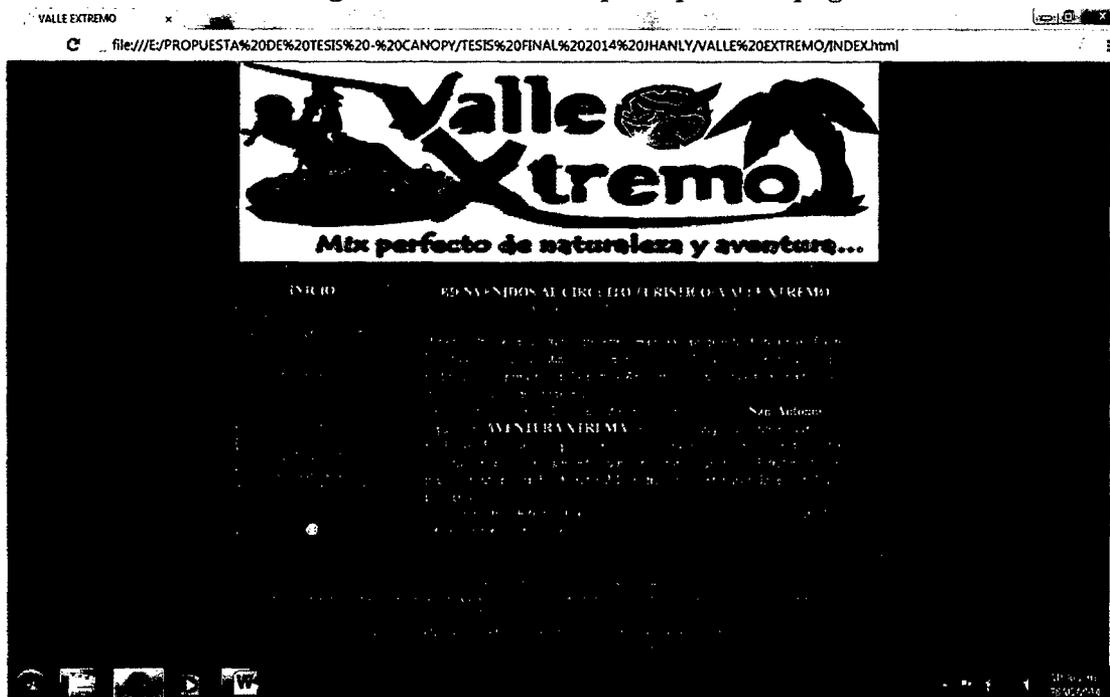
Indiscutiblemente, el internet proporciona de una forma eficiente y rentable la distribución de la información casi instantánea a millones de clientes potenciales en los mercados globales.

La página web, propuesta contendrá información relativa a las actividades que incluyen en el circuito, así como también información detallada de los recursos turísticos.

Dentro de su estructura contendrá galerías fotográficas.

El nombre de la página web tendrá la siguiente denominación:
www.vallextremo.com.pe

Figura N° 19: Entrada principal de la página web



Fuente: Elaboración propia.

VI. DISCUSIONES

El proceso de desarrollo turístico pasa por una serie de etapas que involucra toda la estructura de investigación, para luego convertirse en un producto sustentable, capaz de generar beneficios y desarrollo de toda una comunidad, así como también busca la sostenibilidad de los atractivos, considerándolos como materia prima, capaz de generar una serie de alternativas y propuestas de desarrollo turístico en un territorio determinado.

Es así, que el **Análisis del potencial turístico del Cerro de Hayas y sus posibles mejoras como un atractivo para la práctica de turismo de aventura**, elaborado en el 2011. Buscaba analizar y dar a conocer el potencial con el que cuenta el Cerro de Hayas, lugar que no solo puede ser visitado para la observación de flora y fauna, sino que se puede realizar la práctica del turismo de aventura a través del desarrollo de diferentes actividades, logrando de esta manera la diversificación de la oferta turística. En consecuencia, afirmamos que el área de estudio de nuestra investigación y el área de influencia han podido determinar que los recursos turísticos de naturaleza son los que fortalecen al circuito turístico que se plantea, teniendo como atractivo eje al complejo turístico San Antonio, el cual tiene un área de 2 hectáreas y dentro del espacio de influencia se encuentra el área de conservación ambiental de la Cuenca del Río Huamampata, el cual a futuro se podría articular a nuestra propuesta de implementación del deporte de aventura, con el fin de seguir diversificando la oferta turística, tanto en la observación de flora y fauna, así como el desarrollo de otras actividades ligadas al ecoturismo, turismo vivencial y turismo de aventura. Tal como se plasma en la investigación referida en el antecedente.

Mientras los resultados presentados por Llerena reflejan el potencial turístico existente en el Cerro de Hayas, y sus óptimas condiciones para la práctica del turismo de aventura con actividades como escalada en roca, rappel, trekking y observación del paisaje; en el complejo turístico San Antonio, espacio geográfico que presta las condiciones requeridas para el canopy y cuyo espacio es privado, ya se ha implementado parte de un circuito de este deporte de aventura, el cual está proyectado a ser ampliado en los próximos meses. El mismo que ha sido planificado y diseñado con asistencia especializada de una empresa Costaricense, con experiencia en esta práctica deportiva.

Sin embargo, en la conclusión a la que llegó la investigación de Llerena se ha encontrado congruencia con la nuestra, debido a que tanto el Cerro de Hayas como el complejo turístico San Antonio necesitan mayor promoción turística, pero hay que considerar que las estrategias de promoción y comercialización deben ser diferentes, considerando que el Cerro de Hayas es un espacio público y en el que aún no se ha implementado el desarrollo de las actividades turísticas propuestas, en cambio el complejo turístico San Antonio es un espacio privado y que ya cuenta con una inversión hecha en la implementación del canopy, por ello la necesidad de posicionar y comercializar en el mercado turístico este deporte de aventura, tal como se encuentra en esta investigación.

Además, el **Estudio de factibilidad para la implementación de Canopy en el cantón Patate, provincia de Tungurahua**, tienen como objetivo desarrollar un análisis situacional de las zonas adecuadas para la implementación del canopy; sin embargo, la presente investigación concentra su objetivo en plantear una propuesta de implementación del canopy como deporte de aventura. Tal es así, que el objetivo de la investigación considerada en el antecedente, está planteado de manera descriptiva, pues estaba orientada a realizar un diagnóstico para la implementación del canopy, mientras que nuestra investigación es aplicativa, esto debido a que después de haber realizado nuestro diagnóstico se está proponiendo la aplicación de esta actividad turística.

Por tanto, se podría considerar desde el punto de vista científico que la presente investigación tiene ciertas ventajas y que de ser aplicadas podrán contribuir al desarrollo del área de estudio, así como del área de influencia. Esto debido a que, hemos podido determinar impactos económicos – locales, de seguridad social, de identidad y ecológicos, los cuales han sido planteados de manera positiva, favoreciendo de esta manera la implementación de la actividad turística del canopy, pues la propuesta es planteada con criterios de sostenibilidad e inclusión.

Sin embargo, Falconi en su estudio de factibilidad realizó un estudio de mercado que le permitió determinar el perfil del turista nacional y extranjero, así como el análisis situacional de la oferta. Si bien es cierto, en la presentación de nuestra investigación no

se hace mención a un estudio de mercado, puesto que es amplio y requiere de objetivos específicos, pero no obstante a ello, hemos realizado el estudio de la demanda, pues es importante conocer el perfil del turista potencial que realizaría el canopy y con ello el involucramiento de otras actividades turísticas durante su visita, planteando un circuito turístico alternativo en torno al deporte de aventura. En cuanto a la oferta, como consta en el presente informe de investigación, el canopy es una actividad turística nueva, con limitadas estrategias de promoción turística y practica a nivel nacional y regional.

Además, Falconí propone el diseño técnico del canopy en base a estándares internacionales, así como estudios socio-ambientales y económico-financieros. Sin embargo, nuestra investigación se ha realizado en base a un emprendimiento ya establecido, que fue concebido con el criterio técnico que plantea Falconí para el cantón Patate. No obstante, el funcionamiento de esta propuesta le dará el dinamismo económico a la empresa y a la comunidad de su entorno, en el cual se ha proyectado alcanzar impactos positivos en los aspectos sociales, económicos y ecológicos, puesto que el estudio de la demanda en ambas investigaciones afirma la aceptación y predisposición para la práctica del canopy.

Otro caso interesante y rescatable fue el estudio que se desarrolló en Lunahuaná (Perú), en el que no sólo se plantea elaborar un plan que contribuya con el desarrollo del turismo de aventura y la diversificación de la oferta turística existente a través de diagnósticos turísticos, sino que esto permitirá la creación de emprendimientos rurales. El punto resaltante de esta investigación es el interés de querer involucrar a los pobladores a través de emprendimientos rurales que ayuden a mejorar su calidad de vida. Esta premisa ha facilitado que la propuesta de implementación del canopy, determine cuán importante es el involucramiento de los pobladores en los inicios de la actividad turística. Por ello, el planteamiento de la necesidad de generar emprendimientos rurales, y sensibilizar a los pobladores en temas ambientales e identificación con sus recursos turísticos. De ahí la importancia de seguir diversificando, y articulando nuestra propuesta con otros recursos turísticos de la provincia, pues esta parte de la región se caracteriza por el entorno de naturaleza que rodea todo el valle.

Además, la propuesta de implementación del canopy en el complejo turístico San Antonio, no es un plan macro de desarrollo turístico, pero se puede considerar un plan de manejo estratégico privado que busca involucrar el área de influencia y su contexto, sin dejar de lado los documentos de gestión como el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) y el Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR), así como documentos e iniciativas locales emprendidas por entidades como el Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (IIAP) y otras, con la finalidad de proteger el medio ambiente, y promover el desarrollo del turismo a través del aprovechamiento racional de los recursos turísticos.

Al igual que el plan presentado por Álvarez y compañía, nuestra investigación se ha realizado teniendo en cuenta las nuevas características de la demanda, y la creciente tendencia mundial por el deporte de aventura, el ecoturismo y el conocer destinos nuevos y diferentes ligados a la naturaleza y ecosistemas, facilitando al destino Amazonas, la oportunidad de tener productos turísticos alternativos a los que se ofertan, logrando descentralizar el turismo y el progreso del desarrollo regional.

En el ámbito local, se ha constatado que los proyectos de desarrollo turístico elaborado por el gobierno local de Rodríguez de Mendoza se han canalizado a partir del proceso de puesta en valor de recursos arqueológicos como Wimba y Mito, y sitios naturales tales como Huamampata, lavaderos de la Colpa y las aguas termales de Tocuya. En este documento de gestión, la municipalidad establece que el proyecto será sostenible económicamente, logrando impulsar las inversiones del sector privado y por ende la generación de nuevos puestos de trabajo, y la mejora de la calidad de vida de la población involucrada. No obstante, esta investigación como propuesta de implementación del canopy, es esa esperada participación del sector privado con actividades turísticas deportivas que promoverán el empleo de involucrados directos e indirectos en Mariscal Benavides, así como en el distrito de Omia, donde se ha proyectado realizar actividades turísticas.

Además, Vilcarromero en su tesis plantea propuestas para el desarrollo del turismo de naturaleza y aventura en el área de conservación de la Cuenca del Río Huamampata,

lugar en el que plantea tres circuitos con diferentes temáticas, todas ligadas al deporte de aventura y la observación de flora y fauna, así como el involucramiento de la comunidad. Sin embargo, nuestra investigación se integra a esta por los esfuerzos para diversificar la oferta turística de la región, y que se podría articular y complementar a la propuesta hecha por Vilcarromero, fortaleciendo de esta manera la oferta turística de la provincia de Rodríguez de Mendoza, permitiendo la creación de nuevas propuestas de turismo alternativo.

Por otro lado, el desarrollo de la actividad turística implica políticas que regulen, normen y promuevan el turismo, por ello el gobierno peruano promulgó en el 2009 la ley general de turismo N° 29408, señalando en el título V – capítulo I – artículos N° 15 y 16, que la elaboración de los inventarios de recursos turísticos sirven como instrumentos de gestión, tanto para gobiernos regionales y locales. Por tanto la elaboración del presente informe de tesis tuvo en cuenta la elaboración del inventario y catalogación de los recursos turísticos existentes en el distrito, así como su respectiva jerarquización; facilitando a través de ello el reconocimiento de los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para formar parte de nuestra propuesta y lograr diversificar la oferta turística de la región con la inserción de un nuevo circuito turístico, que se adecua al análisis de la demanda, acoplándose de esta manera a lo estipulado por el artículo 17 de la presente ley.

Si bien es cierto, en ningún artículo de esta ley u otra se hace mención a las regulaciones y condiciones que deben cumplir las empresas prestadoras de servicio que ofertan el canopy como deporte de aventura, convirtiéndose en el punto débil de la legislación peruana, pues es necesario regular, normar y cumplir con ciertos requerimientos para mejorar la prestación de estos servicios.

VII. CONCLUSIONES

- Según el inventario turístico realizado, el distrito de Mariscal Benavides, cuenta con recursos turísticos que pueden ser aprovechados para el desarrollo e impulso del turismo, ya que la variedad de recursos con los que cuenta posibilitaría la realización de actividades relacionadas al turismo de naturaleza y aventura; sin embargo, no debemos olvidar que existen recursos turísticos que necesitan ser acondicionados para ser considerados dentro de las visitas turísticas e incluso establecer circuitos turísticos de birdwatching.
- El análisis de la demanda turística establece que el perfil del turista que visita la ciudad de Chachapoyas y que realizará el circuito turístico propuesto son personas relativamente jóvenes con edades que fluctúan entre los 18 y 32 años de edad, los cuales han desarrollado actividades turísticas como: Observación de flora y fauna, seguido de aquellos que desean conocer las costumbres y tradiciones de los pueblos, así como la observación de atractivos especiales de la naturaleza y el ecoturismo. Este segmento de turistas tiene el deseo de desarrollar el canopy, deporte de aventura que irá acompañado de otras actividades como: observación de atractivos especiales de la naturaleza, observación de flora y fauna, participación en costumbres y tradiciones, así como ecoturismo. Los turistas prefieren desarrollar el circuito propuesto en un lapso de 2 días, recibiendo información acerca del circuito a través de internet, pues es la fuente de información que más utilizan.
- El análisis de las tour operadoras, determina el deseo de comercialización del deporte de canopy, en la provincia de Rodríguez de Mendoza, así como la predisposición para venderlo en los diversos paquetes turísticos que estos ofertan a sus demandantes durante todo el año, sin olvidar que este deporte de aventura debe ir acompañado de otras actividades turísticas.
- La probabilidad de inserción en la actividad turística del distrito de Mariscal Benavides, es aceptada positivamente por los pobladores, pues el 91% de ellos están dispuestos a prestar diversos servicios turísticos, ya que en la actualidad estos son pocos y deficientes, siendo necesario desarrollar talleres de

sensibilización para mejorar la prestación del servicio, e insertar a nuevos prestadores turísticos.

- Para la implementación del canopy en el distrito de Mariscal Benavides, se consideró normas internacionales que regulan su operación, y garantizan la seguridad de los turistas y el correcto uso de los equipos. Además, el desarrollo del deporte de aventura fue articulado a un circuito turístico, y cuyo diseño se hizo en base a los resultados obtenidos de las encuestadas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros, tour operadoras y evaluación de los recursos turísticos identificados.
- Las estrategias de comercialización buscan promocionar el circuito turístico, mediante la confección de itinerarios, tríptico promocional y una página web, facilitando de esta manera toda la información necesaria para desarrollar este deporte y el circuito.

VIII. RECOMENDACIONES

- La empresa de canopy deberá cumplir con las normas y reglamentos propuestos en la investigación, para garantizar la seguridad de los turistas, también debe realizar alianzas estratégicas con operadores y ofertantes de servicios turísticos para atraer la demanda insatisfecha e implementar una campaña constante de publicidad, facilitando la consolidación de un mercado. Además se recomienda realizar las señalizaciones turísticas correspondientes y necesarias dentro del complejo turístico San Antonio, puesto que facilitaría la orientación de los visitantes durante la práctica del canopy.
- La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas, debe realizar una evaluación detallada de los recursos turísticos, así como la debida actualización del perfil del turista que arriba a la región. Además, deberá normar y regular las condiciones necesarias en las que se debe prestar los servicios para desarrollar el deporte de canopy, y de esta manera evitar utilizar las normas internacionales, pues no todas se acoplan a nuestra realidad.
- La Municipalidad distrital de Mariscal Benavides, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas, y demás entidades competentes, deberán realizar campañas de sensibilización turística ambiental, que involucren la participación conjunta entre el sector público y privado, donde los beneficiarios serán los niños, jóvenes y adultos del distrito.
- Los propietarios y visitantes deberán evitar causar posibles impactos negativos en el medio ambiente donde se ejecuten las actividades turísticas-deportivas, y orientarlas a la recuperación y protección del ecosistema.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Φ Boullon, Roberto C. (2004). "Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas. México.
- Φ Jafari, Jafar. (2000). Enciclopedia del Turismo. Editorial Síntesis. España – Madrid.
- Φ Montaner Montajo, Jordi. (1998). "Diccionario de Turismo". Cuarta Edición. Madrid-España.
- Φ Proyecto CTN. (2007). "Guía Para La Gestión del Uso Público de los Atractivos del Circuito Turístico Nororiental". Cajamarca – Perú.
- Φ Tovar serpa, augusto. (2000). Diccionario Ecológico, Forestal, Ambiental, Recursos Naturales y Conservación. Primera Edición. Lima Perú.
- Φ MINCETUR. (2011). Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Perú.
- Φ Lexus. (2007). Turismo, Hotelería y Restaurantes. Lexus editores. España
- Φ Bach. Díaz Mego, José y Portocarrero Trigoso Kelly. (2011). Circuito Turístico Alternativo En Los Anexos De Taquia, Maripata, Opelel Para Diversificar La Oferta Turistica De La Región Amazonas. Amazonas - Perú
- Φ Mario Alberto España. (2009). Estudio de mercados de turismo rural para las cuencas de los ríos Aranjuez y Sardinal. Disponible en <http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/DETSAS/Estudio%20de%20mercados%20de%20turismo%20rural%20para%20las%20cuencas%20de%20los%20r%C3%ADos%20Aranjuez%20y%20sardinal.pdf>. (Visitado el 20 de diciembre de 2012)
- Φ Paola Andrea Hernández Bäuerle.(2009). Diagnóstico de la oferta turística, atractivos turísticos, equipamiento e infraestructura, Comuna de San Felipe. Disponible en <http://www.sanfelipedeaconcagua.cl/virtual/Diagnostio-tur.pdf>. (Visitado el 20 de diciembre del 2012)
- Φ Asociación Costarricense de Profesionales de Turismo.(2007).Diversificación Del Producto Turístico. Disponible en http://www.tecnitur.com/edicion122/Tecnitur_122.pdf. (Visitado el 20 de diciembre del 2012)

- Φ José Manuel Gandara. Gestión de Destinos Turísticos. Disponible en <http://www.slideshare.net/MRAUSTIN/definicion-de-destino-turistico#>. (Visitado el 20 de diciembre del 2012).
- Φ Maximiliano Fiameni. (2007). Guía de recomendaciones generales para el desarrollo de Canopy en la República Argentina. Argentina. Disponible en http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2009/08/guia.pdf. (Visitado el 20 de diciembre del 2012).
- Φ Ley N° 26961. (1998). Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística. Perú. Congreso de la República; Disponible en <http://www.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/26961.pdf>. (Visitada el 17 de abril del 2013).
- Φ MINCETUR. (2009). Ley N° 29408: Ley General del Turismo. Perú. Disponible en http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf. (Visitada el 17 de abril del 2013)
- Φ DECRETO SUPREMO N° 026-2004-MINCETUR. (2004). Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo. Perú. Disponible en http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Legal/REGLAGVT_2004.pdf. (Visitado el 17 de abril del 2013).
- Φ Antal Papadakis. (2008). La gran enciclopedia económica. España. Disponible en <http://www.economia48.com>. (Visitado el 17 de abril del 2013).
- Φ Bligoo. Definición de demanda turística. Disponible en <http://destinosyproductosturisticosdelmundo.bligoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.UXMMfqK6ejg>. (Visitado el 17 de abril del 2013).
- Φ Thopsy. (2011). Clasificación del turismo. Disponible en <http://thopsy1.blogspot.com/2011/02/clasificacion-del-turismo.html> (Visitado el 17 de abril del 2013)
- Φ Definición de términos. (2009). Disponible en http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/019170/019170_Anex.pdf (Visitado el 17 de abril del 2013)
- Φ MINCETUR. (2003). Conceptos fundamentales del turismo. Disponible en http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/fit/fit/Guias/Amazonas.pdf (Visitado el 17 de abril del 2013)

ANEXOS

ANEXO N° 01: Encuesta aplicada a turistas nacionales en la ciudad de Chachapoyas.

1.- GÉNERO: M F 2.- EDAD : _____ años

3.- PROCEDENCIA : _____

4.- ESTADO CIVIL :
 Soltero Parte de una Pareja Casado Divorciado Viudo

5.- OCUPACIÓN : _____

6.- USTED VIAJA :
 Solo Con pareja Con su familia Con amigos

7.- PERIODO DE PERMANENCIA
 1 Día 2 Días 3 Días 4 Días Más días _____

8.- ¿CUÁNTO GASTA DURANTE SU ESTADÍA EN AMAZONAS?
 Menos de S/.100 De S/. 500 a S/. 699
 De S/. 100 a S/. 299 De S/. 700 a S/. 899
 De S/. 300 a S/. 499 De S/. 900 a más

9.- MOTIVO DE VISITA A LA REGIÓN AMAZONAS
 Conocer la Cultura Viva de la Región Conocer Manifestaciones Culturales
 Conocer Sitios Naturales Desarrollar diversas actividades turísticas

10.- FACTORES QUE INFLUYEN EN SU DECISIÓN DE VIAJE
 Precios Vacaciones
 Sitios turísticos Otros : _____
 Un destino nuevo

11.- ¿CÓMO SE INFORMÓ DEL DESTINO AMAZONAS?
 Por amigos, familiares Material impreso
 Por internet Otros (especificar) : _____

12.- ¿CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE A LA REGIÓN AMAZONAS?
 A través de una agencia de viaje Por cuenta propia

13.- ¿QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES (O COMPRAS) A REALIZADO DURANTE SU VISITA A LA REGIÓN AMAZONAS?
 Agroturismo Ecoturismo
 Artesanía Gastronomía
 Alojamientos rurales Observación de flora y fauna
 Cabalgata Observación de atractivos especiales de la naturaleza
 Costumbres y tradiciones Deportes de aventura
 Eco-arqueología Otros (especificar) : _____

14.- UD. TIENE CONOCIMIENTO DE LOS LUGARES EN LOS QUE SE DESARROLLA EL TURISMO DE AVENTURA DENTRO DE LA REGIÓN
 Si No
De haber respondido si; indicar que lugares: _____

15.- UD. TENDRÍA LA INTENCIÓN DE CONOCER ALGUNOS LUGARES DONDE SE DESARROLLA EL TURISMO DE AVENTURA DENTRO DE LA REGIÓN
 Si No

16.- LE PARECERÍA BIEN, LA PROPUESTA DE UN NUEVO DESTINO DONDE SE DESARROLLE EL DEPORTE DE AVENTURA: CANOPY
 Si No
De haber respondido no; indicar ¿Por qué?: _____

17.- ¿QUÉ CREE QUE DEBERÍA OFRECER EL NUEVO DESTINO APARTE DEL CANOPY, SEGÚN EL TIPO DE ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR?
 Agroturismo Ecoturismo
 Artesanía Gastronomía
 Alojamientos rurales Observación de flora y fauna
 Cabalgata Observación de atractivos especiales de la naturaleza
 Costumbres y tradiciones Rapel
 Eco-arqueología Trekking
 Otros (especificar) : _____

18.- ¿POR CUÁNTO TIEMPO LE GUSTARÍA VISITAR EL NUEVO DESTINO PARA DESARROLLAR EL DEPORTE DE CANOPY?
 1 Día 2 Días 3 Días 4 Días Más días _____

19.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR DESARROLLAR ESTE DEPORTE DE AVENTURA?
 Menos de S/. 50,00 De S/. 101 a S/. 150
 De S/. 50 a S/. 100 Más de S/. 151

20.- A TRAVÉS DE QUE MEDIO LE GUSTARÍA RECIBIR INFORMACIÓN ACERCA DE ESTE DEPORTE Y DEL NUEVO DESTINO
 Página web Campañas de información
 Medios masivos (Radio, TV, revistas....) Revistas de turismo
 Otros (especificar): _____

21.- ¿QUÉ LE GUSTO MÁS DE LA REGIÓN AMAZONAS?

22.- RECOMENDARÍA HA AMAZONAS COMO DESTINO
 Si No

Gracias por su colaboración.

ANEXO N° 02: Encuesta aplicada a turistas extranjeros en la ciudad de Chachapoyas.

1.- GENDER: M F 2.- AGE : _____ años

3.- PROVENANCE : _____

4.- MARITAL STATE :
 Single Married Divorced Widow/er

5.- OCCUPATION : _____

6.- WHO ARE YOU TRAVELLING WITH? :
 Alone With spouse With your family With friends

7.- HOW LONG ARE YOU STAYING?
 1 Day 2 Days 3 Days 4 Days More days _____

8.- HOW MUCH DO YOU SPEND DURING YOUR STAY IN AMAZONAS?
 Less than S/. 100 S/. 500 to S/. 699
 S/. 100 to S/. 299 S/. 700 to S/. 899
 S/. 300 to S/. 499 More than S/. 900

9.- WHY DID YOU COME TO AMAZONAS?
 To experience the living culture of the region To witness cultural events
 To enjoy nature To engage in various touristic activities

10.- WHAT ARE FACTORS THAT INFLUENCE YOUR DECISION TO TRAVEL?
 Prices Vacations
 Types of tourist sites Others : _____
 To visit a new destination

11.- HOW DID YOU COME TO KNOW OF AMAZONAS?
 By friends, family Through books, magazines.
 Through the internet Others : _____

12.- HOW DID YOU ORGANIZE YOUR TRIP TO THE AMAZONAS REGION?
 Through a travel agency By yourself

13.- WHAT TYPES OF ACTIVITIES DID YOU ENGAGE IN WHILE VISITING THE AMAZONAS REGION?
 Agricultural tourism Ecotourism
 Crafts Gastronomy
 Rural hostals Observation of flora and fauna
 Horseback Riding To enjoy the landscape
 Customs and Traditions Adventure Sport
 Eco-Archeology Others: _____

14.- DO YOU HAVE ANY KNOWLEDGE ABOUT WHERE ADVENTURE TOURISM CAN BE DONE WITHIN THE REGION?
 Yes No
 If your answer is YES, please indicate which places: _____

15.- WOULD YOU LIKE TO KNOW THE PLACES WHERE ADVENTURE TOURISM CAN BE DONE?
 Yes No

16.- ARE YOU IN AGREEMENT WITH THE NEW DESTINATION WHERE ADVENTURE SPORT WILL BE PRACTICED: CANOPY
 Yes No
 If your answer is Yes, Why?: _____

17.- WHAT DO YOU THINK THE NEW DESTINATION SHOULD OFFER (IN ADDITION) TO CANOPY, IN REFERENCE TO WHAT KIND OF ACTIVITIES YOU WOULD LIKE TO DO?
 Agricultural tourism Ecotourism
 Crafts Gastronomy
 Rural hostals Observation of flora and fauna
 Horseback Riding To enjoy the landscape
 Customs and Traditions Rappel
 Eco-Archeology Trekking
 Others: _____

18.- ¿POR CUÁNTO TIEMPO LE GUSTARÍA VISITAR EL NUEVO DESTINO PARA DESARROLLAR EL DEPORTE DE CANOPY?
 1 Day 2 Days 3 Days 4 Days More days _____

19.- HOW MUCH MONEY ARE YOU PREPARED TO PAY IN ORDER TO PRACTICE THIS KIND OF ADVENTURE SPORT?
 Less than S/. 50 S/. 101 to S/. 150
 S/. 50 to S/. 100 More than S/. 151

20.- HOW WOULD YOU LIKE TO KNOW AND GET INFORMATION ABOUT THIS SPORT AND THIS NEW DESTINATION?
 Web site Information campaigns
 (Mass media) Radio, TV, books Tourism magazines
 Other: _____

21.- WHAT DO YOU LIKE ABOUT AMAZONAS?

22.- WOULD YOU RECOMMEND AMAZONAS AS A TOURISTIC DESTINATION?
 Yes No

Thanks for your collaboration.

ANEXO Nº 03: Encuesta aplicada a los pobladores del distrito de Mariscal Benavides

1.- GÉNERO: M F

2.- EDAD : _____ años

3.- GRADO DE INSTRUCCIÓN:
 Primaria Secundaria Superior

4.- OCUPACIÓN : _____

5.- ESTADO CIVIL :
 Soltero Casado Divorciado Viudo

6.- INGRESOS ECONÓMICOS:
 Menos de S/. 200 De S/. 800 a S/. 1 099
 De S/. 200 a S/. 499 De S/. 1 100 a S/. 1 399
 De S/. 500 a S/. 799 De S/. 1 400 a más

7.- ¿QUÉ ENTIENDE POR TURISMO?
 Actividad que genera ingresos
 Conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes
 Conocer sitios turísticos
 Viajar

8.- ¿UD. SABE QUE ES EL TURISMO DE AVENTURA?
 Si No

Si su respuesta es si, especifique: _____

9.- ¿QUÉ TIPOS DE TURISMO DE AVENTURA SE PUEDEN REALIZAR EN EL DISTRITO?
 Canotaje Trekking Otros: _____
 Canopy Cayac _____
 Surf Espeleología _____

10.- ¿UD. SABE QUE ES Y EN QUE CONSISTE EL CANOPY?
 Si No

Si su respuesta es si, especifique: _____

11.- ¿UD. TIENE CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA PARA DESARROLLAR EL TURISMO DE AVENTURA: CANOPY (*Canopy es trasladarse de un lugar a otro a través de una cuerda, imitando el vuelo de los pájaros*)
 Si No

12.- ¿ESTARÍA DE ACUERDO CON EL DESARROLLO DE ESTE TIPO DE TURISMO DE AVENTURA?
 Si No

¿POR QUÉ? _____

13.- SI SE DESARROLLARÍA EL TURISMO EN SU LOCALIDAD, POR INTERMEDIO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY

a).- *Estaría dispuesto (a) a involucrarse en esta actividad.*
 Si No

b).- *¿Qué servicios turísticos le gustaría prestar?*
 Alojamiento Venta de artesanías
 Alimentación Guía local
 Otros: _____

14.- ESTARÍA DISPUESTO A COMPROMETERSE CON EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS TURÍSTICOS EXISTENTES EN SU LOCALIDAD.
 Si No

¿POR QUÉ? _____

Gracias por su colaboración.

ANEXO N° 04: Entrevista aplicada a las tour operadoras de la ciudad de Chachapoyas.

I. DATOS GENERALES

- 1.1.- RAZÓN SOCIAL: _____
1.2.- NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: _____
1.3.- TIPO DE AGENCIA DE VIAJE: _____
1.4.- SU AGENCIA DE VIAJE TRABAJA LA OFERTA TURÍSTICA A:

II. OFERTA DE SERVICIOS TURISTICOS:

- 2.1.- ¿Qué tipo de turismo es el que más realiza y ofrece su agencia de viaje?

- 2.2.- ¿Qué tipo de actividades son las que demanda mayormente el turista?

- 2.3.- ¿Cuáles son los recursos o atractivos turísticos de naturaleza que ofrece y que más se venden? *Enumere según el orden de sus ventas*

- 2.4.- ¿Ud. Realiza algún tipo de deporte de aventura en los recursos de naturaleza que ofrece?

- 2.5.- ¿Ud. Tiene conocimiento que en la Provincia Rodriguez de Mendoza, existen instalaciones y equipamiento para implementar el Canopy?

- 2.6.- ¿Le parecería bien la propuesta de implementación del Canopy en la Provincia Rodriguez de Mendoza?

- 2.7.- Indique por cuánto tiempo estaría dispuesto a desarrollar esta actividad en la Provincia Rodriguez de Mendoza.

- 2.8.- ¿Qué medios serían necesarios utilizar para vender la propuesta de implementación de Canopy en la Provincia Rodriguez de Mendoza.

- 2.9.- ¿Ud. comercializaría la práctica de Canopy en la Provincia Rodriguez de Mendoza?

- 2.10.- ¿Cómo comercializaría la práctica de Canopy en la Provincia Rodriguez de Mendoza?

- 2.11.- ¿Qué sugerencias daría para que la Provincia Rodriguez de Mendoza, sea comercialmente atractiva?

Gracias por su colaboración.

ANEXO N° 05: Entrevista aplicada al propietario del complejo turístico San Antonio.

1.- **APELLIDOS Y NOMBRES:** _____

2.- **EDAD:** _____ años.

3.- **GRADO DE INSTRUCCIÓN:**

Primaria

Secundaria

Superior

4.- **OCUPACIÓN:** _____

5.- **¿CÓMO SURGE LA IDEA DE IMPLEMENTAR EL CANOPY EN EL CASERIO SAN ANTONIO?**

6.- **¿CUÁLES FUERON SUS ANTECEDENTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY?**

7.- **¿CUÁNTO ES LA INVERSIÓN QUE REALIZÓ PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY?**

8.- **¿CUÁNDO TIEMPO DEMORÓ LA CONTRUCCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY? (Indicar fecha de inicio)**

9.- **¿QUÉ PERMISOS SOLICITÓ Y A QUE INSTITUCIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL CANOPY.**

10.- **¿DÓNDE COMPRÓ EL EQUIPAMIENTO NECESARIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL CANOPY? (Cascos, arneses, cuerda...)**

11.- *Con referente a la pregunta anterior, ¿QUÉ CANTIDADES COMPRÓ?*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO

12.- **¿QUIÉN ARMO TODO EL RECORRIDO DEL CANOPY, FUERON DE OTROS PAÍSES?**

13.- **¿CUÁNTOS TRAMOS TIENE EL RECORRIDO DEL CANOPY?**

14.- **¿QUÉ SE PUEDE APRECIAR EN EL TRAYECTO DE EJECUCIÓN DEL CANOPY?**

15.- **¿CUÁNTO SERÍA EL PAGO PARA PODER REALIZAR ESTE DEPORTE?**

16.- **¿QUÉ INCLUIRÍA EL PAGO?**

17.- **¿QUÉ RECOMENDACIONES DARÍA PARA LA EJECUCIÓN DE ESTE DEPORTE DE AVENTURA?**

Gracias por su colaboración.

ANEXO N° 06: Llegada de visitantes al complejo arqueológico de Kuélap, entre enero 2005 – diciembre 2013

Mes	2005			2006			2007			2008			2009			2010			2011			2012			2013		
	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.	Total	Nac.	Ext.
Enero	725	596	129	795	626	169	929	738	183	1,227	888	339	1,153	732	421	1,448	1,091	357	2,092	1,613	479	2,307	1,909	398	2,992	2,420	572
Febrero	563	429	134	653	499	154	480	358	122	764	544	220	950	632	318	1,294	771	523	1,518	1,082	436	1,294	907	387	2,263	1,907	356
Marzo	445	356	89	209	170	99	459	227	232	726	437	289	474	264	210	888	445	443	1,188	764	424	957	533	424	1,413	1,045	368
Abril	354	206	148	414	238	176	591	393	198	273	124	149	774	460	314	1,582	1,134	448	1,622	1,162	460	1,743	1,191	552	1,082	622	460
Mayo	524	362	162	705	478	227	710	408	302	1,069	595	474	690	340	350	985	584	401	1,156	736	420	1,343	837	506	1,814	1,277	537
Junio	693	495	198	626	317	309	952	643	309	890	559	331	772	447	325	1,180	722	458	1,214	810	404	1,801	1,356	445	2,065	1,453	612
Julio	867	607	260	1,609	1,193	476	2,034	1,122	912	1,975	682	1,293	3,268	2,446	822	3,466	2,501	965	4,548	3,659	889	3,589	2,815	774	3,766	3,030	736
Agosto	1,552	1,206	346	1,497	890	607	2,664	1,942	722	3,553	2,797	756	2,003	1,325	678	3,002	2,267	735	3,567	2,757	810	4,195	3,612	583	4,986	4,162	824
Septiembre	856	651	205	1,441	1,044	397	1,431	1,012	419	1,207	846	361	1,516	1,164	352	2,253	1,660	593	3,316	2,656	660	2,228	1,701	527	2,555	2,029	526
Octubre	1,066	738	328	1,613	1,260	353	1,448	1,110	338	1,856	1,310	546	2,076	1,587	489	2,372	1,901	471	2,868	2,404	464	2,573	2,023	550	3,404	2,883	521
Noviembre	1,003	859	144	1,028	822	206	2,109	1,772	397	2,383	2,073	310	2,819	2,396	423	3,417	3,045	372	3,856	3,359	497	3,435	2,910	525	4,391	3,975	416
Diciembre	825	718	107	1,275	1,114	161	845	737	108	1,471	1,146	325	2,047	1,643	404	1,809	1,420	389	2,486	2,053	433	2,495	2,111	384	2,764	2,392	372
Total	9,473	7,223	2,250	11,985	8,651	3,334	14,703	10,462	4,241	17,396	12,003	5,393	18,542	13,436	5,106	23,696	17,541	6,155	29,431	23,055	6,376	27,960	21,905	6,055	33,495	27,195	6,300

Nota: El Complejo Arqueológico de Kuélap es conocido también como: "Fortaleza de Kuelap".

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-OETA

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Amazonas

ANEXO N° 07: Recursos turísticos de la provincia de Rodríguez de Mendoza.

PROVINCIA DE RODRÍGUEZ DE MENDOZA					
<i>Categoría</i>	<i>Sitios naturales</i>	<i>Manifestaciones culturales</i>	<i>Acontecimientos programados</i>	<i>Folclore</i>	<i>Realizaciones técnicas, artísticas y contemporáneas</i>
<i>Total</i>	29	19	5	3	1

Fuente: ZEE - AMAZONAS

Elaboración propia

ANEXO N° 08: Evaluación de los recursos turísticos del distrito de Mariscal Benavides

FICHA N°							0001
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	LAGUNA ESTACIONARIA DE HUAMAMPATA						
							
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito	Mariscal Benavides – San Nicolás	
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO			
Sitios Naturales		Cuerpos de agua		Lagos o Lagunas			
<p>DESCRIPCIÓN: Área natural de extensa llanura con singular belleza paisajística; se encuentra ubicado a 2 124 m.s.n.m. en los distritos de Mariscal Benavides y San Nicolás. La laguna estacionaria de Huamampata se encuentra dentro del Área de Conservación Ambiental de la “Cuenca del río Huamampata”, la cual se crea por iniciativa de los propietarios de los predios que están en los alrededores de la cuenca del valle poseyendo una superficie total de 23 099 hectáreas, de las cuales la laguna estacionaria abarca 415.40 hectáreas. Durante los meses de noviembre a abril, donde las lluvias son constantes en la región se va formando la laguna estacionaria de Huamampata, con presencia de zonas herbáceas, bosques, matorrales y arbustos, las mismas que constituyen una reserva natural de agua, actuando también a manera de regulador climático. La laguna estacionaria se forma porque las constantes lluvias provocan que los tragaderos del río Huamampata que recorre en dirección de oeste a este se estanquen por palos y malezas que al obstruirlos, dan paso al estancamiento de las aguas del río, formando así la extensa laguna que tiene una dimensión de 8 a 10 Km. de largo por unos 4 a 5 Km. de ancho. Sin embargo, en época de verano esta laguna va disminuyendo su volumen hasta quedarse vacía dejando la llanura extensa cubierta de pastos naturales los mismos que sirven para la crianza de ganado vacuno y caballar, de los pobladores de San Nicolás y Mariscal Benavides. También existen restos arqueológicos entre los bosques alrededor de la laguna tales como: El</p>							

Arenal, Jabonera, Lejía, Pambavado, El Tragadero.

Por fines turísticos, el área de conservación se ha dividido en cuatro sectores:

- **Iglesia Monte:** Una de las tribus que poblaron el valle de Huayabamba se asentaron en este lugar, muestra de ello son los diversos restos arqueológico que se encuentran en todo el área; siendo este uno de ellos. Estas construcciones se encuentran a 2 242 m.s.n.m. y a dos horas y media de camino desde el borde de la carretera. En el sitio se aprecia una construcción arqueológica de piedras superpuestas unas sobre las otras, tienen una dimensión de 80 metros de largo por unos 8 metros de ancho, la misma que se encuentra rodeada por la vegetación boscosa del lugar. Esta construcción presenta seis vanos en forma de entradas, y por las características arquitectónicas que presenta se deduce que es estilo inca, su gran tamaño hace suponer que fue un lugar destinado a reuniones, y su construcción se hizo después de la conquista inca a los Chachapoya, ya que ellos consideraron este lugar como un punto estratégico para el ingreso a la selva. Según la leyenda esta construcción se hizo destinada a una capilla la misma que no logró culminarse, además se dice que fue en este lugar donde se encontró al patrón de Mendoza, San Nicolás de Tolentino.
- **Lejía y Pambavado:** Este sector ocupa gran parte del total del área que conforma la laguna, está situada entre los 2 124 msnm y los 2 120 msnm, y en temporada seca de la laguna este sector forma parte de los pastizales que son empleados por los propietarios para pastar su ganado tanto vacuno como caballar. Dentro de las especies vegetales que más destacan en este sector están los álamos o sauces, y por sus características de formación arbórea ocasionado por la creciente de la laguna dan lugar a un paisaje impresionante. Esta especie cuyo nombre científico es *Salix*, tienen por hábitat la rivera de los ríos y zonas, de bosques húmedos, como es el caso de Huamanpata la cual la hace una especie que por más de ser tapada por completo por las aguas de la laguna sobrevivan; su corteza es de color gris oscuro con grandes surcos terminando en copa estrecha.
En el sector de Lejía también es común observar una diversidad de avifauna destacando dentro de ellos patos, garzas, limícolas y rálidos. Las limícolas son el grupo más numeroso, entre las que destacan varias especies migrantes estacionales del hemisferio norte, de la familia Scolopacidae, razones que hace a esta área importante para el aviturismo.
- **Yurac Rume:** Este sector está ubicado en el extremo sur oeste a 2 115 msnm, y a 15 minutos antes de llegar al desagadero; yurac rume es una palabra quechua que en castellano quiere decir "*pedra blanca*"; durante la temporada que la laguna se seca, aquí se observa formaciones con una topografía kárstica ocasionada por la filtración del agua de las lluvias y de la laguna. Estas paredes de rocas metamórficas, son el resultado del metamorfismo o recristalización de las rocas ígneas y sedimentarias, proceso en que las rocas son sometidas a cambios físicos y químicos es decir texturales y mineralógicos,

que alteran sus características originales o las pierden completamente. Como consecuencia de esto las rocas van tomando formas caprichosas, además estas rocas exhiben un alto rango de características ingenieriles, y comúnmente son muy útiles como materiales de construcción. Las piedras que aquí existen son piedras de la familia calizas y dolomitas, rocas sedimentarias con más del 50 % de carbonato de calcio, siendo por lo general duras y compactas, pero presentan problemas geotécnicos relacionados con la disolución del carbonato de calcio.

Existe una gran variedad de rocas calizas, pues dependen mucho de las cantidades de carbonato de calcio, arena, limos, conchas de animales marinos y arcilla; los que lo dan coloraciones gris azulado, blancas y otros colores. Cabe mencionar que en las rocas calizas se puede formar grandes cavernas que actúan como conductos internos del agua subterránea, las cuales pueden conducir cantidades importantes de agua de un sitio a otro y facilitar la filtración.

- **Desaguadero:** Este sector se ubica al sur del área de la laguna, a una altitud de 2 111 msnm y lo constituyen tres tragaderos en una peña de roca caliza, la que presenta unos ductos restringidos por donde se evoca las aguas del río Huamnpata. Este Tragadero cumple una función muy importante, ya que en épocas de invierno la crecida de las aguas del río, van arrastrando a su paso una serie de palizadas, arena, piedras y otros objetos los que al llegar a este sector se acumulan restringiendo el paso de las aguas, y por ende la acumulación de estas dan lugar a la Laguna de Huamnpata.

Durante los meses de junio a octubre donde es época de verano y que la laguna se presenta vacía, en los alrededores de este tragadero se observa una espesa capa de lodo arcilloso; el mismo que al ser secado por el sol, se va cuarteando dando la impresión de ser bloques de adobes; y en algunos sectores donde el lodo está en un término blando que aguanta el peso de las personas, resulta relajante caminar con pies descalzos después de una arduo recorrido. A la margen izquierda del río donde se forma uno de los tragaderos, encontramos también una roca de unos 5 metros de altura, la misma que sirve como especie de mirador para divisar la vegetación y un esplendoroso paisaje, conformado por una cabaña típica y el cauce de una parte del río que adentrándose más desaparece en otro tragadero.

PARTICULARIDADES	La laguna estacionaria de Humampata se encuentra dentro de un área de Conservación ambiental de la "Cuenca del río Huamampata".			
ESTADO ACTUAL	Buen estado de conservación.			
OBSERVACIONES				
TIPO DE VISITANTE	Local (4)	Regional (3)	Nacional (2)	Extranjero (1)
ACCESO HACIA EL RECURSO	Terrestre		<ul style="list-style-type: none"> • A caballo • A pie 	
	Aéreo		<ul style="list-style-type: none"> • Helicóptero 	

RUTA DE ACCESO AL RECURSO						
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia	
					Km	Tiempo
1	Chachapoyas – Mariscal Benavides	Terrestre	Combi, taxi, moto lineal.	Asfaltado	82 km	02 h 05 min
	Mariscal Benavides – San Nicolás	Terrestre	Combi, taxi, moto lineal.	Asfaltado	4 km	10 min
	San Nicolás – Sector la punta dobal	Terrestre	A pie, a caballo	Camino de herradura	2.5 km	1 h
	Sector la punta dobal – Sector la laja	Terrestre	A pie, a caballo	Camino de herradura	2.5 km	50 min.
	Sector la laja – Sector la tranca	Terrestre	A pie, a caballo	Camino de herradura	2 km	40 min.
2	Chachapoyas – Yurac yacu	Terrestre	Combi, taxi, moto lineal.	Asfaltado	72 km	1 h 40 min.
	Yurac yacu – Sector los álamos	Terrestre	A pie, a caballo	Camino de herradura	8.5 km	2 h 30 min.
	Sector los álamos – Sector la tranca	Terrestre	A pie, a caballo	Camino de herradura	½ km	15 min.
TIPO DE INGRESO		Libre				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO		Todo el año, a partir de las 05:00 am hasta las 04:00 pm				
INFRAESTRUCTURA						
Dentro del recurso:			Fuera del recurso:			
<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe 			<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe • Energía eléctrica • Alcantarillado • Teléfono 			

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO				
Naturaleza	Deporte / Aventura	Deportes acuáticos	Paseos	Otros
Observación de fauna y flora.	Caminata. Camping.	Buceo. Natación. Pesca deportiva.	Paseos en canoa. Paseos en caballo.	Estudios e investigación. Toma de fotografías y filmaciones.

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO			
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios
Bungalows.	Restaurant.	-----	-----

SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO			
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios
Hoteles. Casas hospedaje. Hostales.	Restaurantes. Bares. Cafeterías. Kioskos de venta de comida.	Discotecas. Pubs.	Alquiler de caballo. Bancos – cajeros. Servicios higiénicos. Servicios de guiado. Servicio de fax. Servicio de internet. Servicio de mototaxi.

DATOS COMPLEMENTARIOS	
INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES	No se utiliza para otros fines.
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO	Asociación de dueños y poseedores de las tierras de Huamampata.
ADMINISTRADO POR	Asociación de dueños y poseedores de las tierras de Huamampata.
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO	Fotografías.
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA	Jhanly Isabel Tafur Florida
FECHA	18 de abril de 2013

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-1
				N° 0001
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		LAGUNA ESTACIONARIA DE HUAMAMPATA		
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA	Sitios naturales.	
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Cuerpos de agua.	
DISTRITO	Mariscal Benavides – San Nicolás	SUB TIPO	Lagos o lagunas.	
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Particularidad	2	2	4
B	Publicaciones	2	0,5	1
C	Reconocimiento	2	1,5	3
D	Estado de conservación	4	1,5	6
E	Flujo de turistas	1	2	2
F	Representatividad	2	1,5	1
G	Inclusión en la visita turística	2	1	2
Total				19
JERARQUÍA		2		

		FICHA N°		0002		
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	COLPA DE PISHAYACU					
						
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito Mariscal Benavides	
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO		
Sitios naturales		Otros		Colpas		
DESCRIPCIÓN:						
<p>Ubicado en el caserío San Antonio, distrito de Mariscal Benavides, aproximadamente a 1 km al nor este del Puente San Antonio, sobre los 1 574 msnm, en las coordenadas de latitud sur a 06° 22.117' y latitud oeste a 077° 30.628'.</p> <p>El nombre de Pishayacu significa "<i>Agua donde beben las gallinas del monte y aves silvestres</i>", pues aún se observa una gran variedad de aves silvestres, tales como: palomas, garzas, etc.</p> <p>De igual manera observamos la existencia de bosques primarios con diferentes especies de flora, entre ellos palmeras de diferentes variedades, así como una variedad de cascarilla, el árbol de la quina, higrones, quillituctos, ishpingos y algunas plantas tiernas de cedro, que se conservan gracias al cuidado y vigilancia de sus propietarios.</p>						
PARTICULARIDADES						
ESTADO ACTUAL		Mal estado de conservación.				
OBSERVACIONES		El recurso turístico presenta un gran potencial, sin embargo es necesario mejorar la accesibilidad y el acondicionamiento del lugar, así como ubicar la señalización turística necesaria.				
TIPO DE VISITANTE		Local (4)	Regional (3)	Nacional (2)	Extranjero (1)	
ACCESO HACIA EL RECURSO		Terrestre		• A pie		
RUTA DE ACCESO AL RECURSO						
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia	
					Km	Tiempo
1	Chachapoyas – Caserío San Antonio	Terrestre	Combi, Bus, taxi.	Asfaltado	80 km	2 h
	Caserío San Antonio – Colpa de Pishayacu	Terrestre	A pie	Camino de herradura	1 km	10 min.

TIPO DE INGRESO	Semi Restringido.		
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO	Todo el año, desde las 06:00 am hasta las 05:00 pm		
INFRAESTRUCTURA			
Dentro del recurso:		Fuera del recurso:	
<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna. 		<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe • Energía eléctrica • Alcantarillado • Teléfono 	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO			
	Naturaleza	Deporte / Aventura	Otros
	Observación de aves.	Caminata.	Estudios e investigación. Toma de fotografías.
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO: Ninguno			
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO			
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios
Hoteles. Casas hospedaje. Hostales.	Restaurantes. Bares. Cafeterías. Kioskos de venta de comida.	Discotecas. Pubs.	Alquiler de caballo. Bancos – cajeros. Servicios higiénicos. Servicios de guiado. Servicio de fax. Servicio de internet. Servicio de mototaxi.
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES	No se utiliza para otros fines.		
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO	Familia Ocampo Saldaña.		
ADMINISTRADO POR	Familia Ocampo Saldaña.		
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO	Fotografías		
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA	Jhanly Isabel Tafur Florida		
FECHA	18 de abril de 2013		

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-2
				N° 0001
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		COLPA DE PISHAYACU		
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA	Sitios naturales	
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Otros	
DISTRITO	Mariscal Benavides	SUB TIPO	Colpas	
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Particularidad	1	2,5	2,5
B	Publicaciones	1	1	1
C	Reconocimiento	1	2,5	2,5
D	Estado de conservación	1	3	3
H	Demanda potencial	4	1	4
Total				13
JERARQUÍA		1		

		FICHA N°			0003	
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	CATARATA SANTA CATALINA					
						
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito	Mariscal Benavides
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO		
Sitios Naturales		Caídas de agua		Cataratas o cascadas		
DESCRIPCIÓN:						
Lugar situado a 1 km aproximadamente desde la colpa de Pishayacu y a 1 603 msnm.						
La catarata Santa Catalina tiene aproximadamente 13 metros de alto, y se caracteriza por tener un fácil acceso por la presencia de piedras al término de esta.						
Las aguas de esta catarata desembocan en el río San Antonio, ya que sus aguas fluyen durante todo el año, siendo más caudalosa en época de lluvia.						
También cabe mencionar que la catarata se encuentra en medio de abundante vegetación típica del lugar, como palmeras, helechos, bromelias, orquídeas entre otros; así como la presencia de una gran diversidad de aves silvestres, dentro de las que destacan:						
<ul style="list-style-type: none"> • Yellow browed sparrow • Banana quit • Blue gray tanager • Andean slaty trush • Inca jay 						
PARTICULARIDADES						
ESTADO ACTUAL		Regular estado de conservación.				
OBSERVACIONES		Se necesita acondicionar el acceso, así como implementar la señalización turística hacia el recurso turístico.				
TIPO DE VISITANTE		Local (4)	Regional (3)	Nacional (2)	Extranjero (1)	
ACCESO HACIA EL RECURSO		Terrestre		• A pie		
RUTA DE ACCESO AL RECURSO						
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia	
					Km	Tiempo
1	Chachapoyas -- Caserío San Antonio	Terrestre	Combi, Bus, taxi.	Asfaltado	80 km	2 h

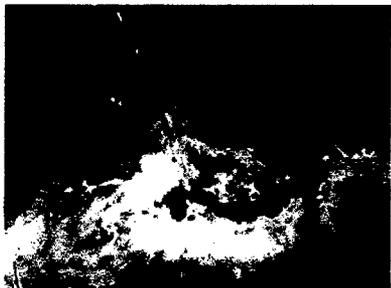
	Caserío San Antonio – Colpa de Pishayacu	Terrestre	A pie	Camino de herradura	1 km	10 min.
	Colpa de Pishayacu – Catarata Santa Catalina	Terrestre	A pie	Camino de herradura	½ km	10 min.
TIPO DE INGRESO		Semi restringido.				
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO		Todo el año, desde las 06:00 am hasta las 05:00 pm				
INFRAESTRUCTURA						
Dentro del recurso:				Fuera del recurso:		
<ul style="list-style-type: none"> Ninguna. 				<ul style="list-style-type: none"> Agua Desagüe Energía eléctrica Alcantarillado Teléfono 		
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO						
	Naturaleza	Deporte / Aventura		Otros		
	Observación de aves.	Caminata.		Estudios e investigación. Toma de fotografías.		
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO: Ninguna						
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO						
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos		Otros servicios		
Hoteles. Casas hospedaje. Hostales.	Restaurantes. Bares. Cafeterías. Kioskos de venta de comida.	Discotecas. Pubs.		Bancos – cajeros. Servicios higiénicos. Servicios de guiado. Servicio de fax. Servicio de internet. Servicio de mototaxi.		
DATOS COMPLEMENTARIOS						
INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES				No se utiliza para otros fines.		
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO ADMINISTRADO POR				Familia Ocampo Saldaña.		
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO				Fotografías.		
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA				Jhanly Isabel Tafur Florida		
FECHA				18 de abril de 2013		

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-2
				N° 0002
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		CATARATA SANTA CATALINA		
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA	Sitios naturales	
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Otros	
DISTRITO	Mariscal Benavides	SUB TIPO	Colpas	
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Particularidad	1	2,5	2,5
B	Publicaciones	1	1	1
C	Reconocimiento	1	2,5	2,5
D	Estado de conservación	2	3	6
H	Demanda potencial	1	1	1
Total				13
JERARQUÍA		1		

		FICHA N°		0004		
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	MIRADOR NATURAL LA CRUZ					
						
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito Mariscal Benavides	
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO		
Sitios naturales		Lugares pintorescos		Miradores naturales		
DESCRIPCIÓN:						
<p>Se encuentra a 1 hora aproximadamente del centro poblado de Mariscal Benavides. El clima es cálido húmedo por encontrarse ubicado en la región de yunga fluvial, así como en un lugar descampado de aproximadamente 250 metros cuadrados; las tardes son muy frías debido a la existencia de fuertes vientos que corren de sur a norte. El recurso turístico se encuentra sobre una superficie empinada denominada Peña San Jacinto.</p> <p>Desde el mirador se puede apreciar gran parte del valle del Huayabamba, entre ellas la ciudad de Mendoza, los distritos de Mariscal, Longar, Cochamal y Huambo.</p> <p>Cabe mencionar que en la cima se sitúan tres cruces que son celebradas en Mayo; además, existe una capilla con sus largas bancas en donde se celebran misas en honor a la festividad de las cruces, además de concentrar a gran parte de la población del valle y en cuyo lugar se degusta de exquisitos potajes y bebidas de la zona.</p>						
PARTICULARIDADES						
ESTADO ACTUAL Regular estado de conservación.						
OBSERVACIONES						
<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario acondicionar el acceso hacia el recurso con la respectiva señalización turística. • Se debe implementar tachos de basura, para mitigar los impactos ambientales que se puedan generar. 						
TIPO DE VISITANTE Local (4) Regional (3) Nacional (2) Extranjero (1)						
ACCESO HACIA EL RECURSO						
Terrestre						
<ul style="list-style-type: none"> • A pie • A caballo 						
RUTA DE ACCESO AL RECURSO						
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia	
					Km	Tiempo
1	Chachapoyas – Mariscal Benavides	Terrestre	Combi, taxi.	Asfaltado	82 km	02 h
	Mariscal Benavides – Peña San Jacinto	Terrestres	A pie	Camino de herradura	6 km	01 h

TIPO DE INGRESO	Libre.		
ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO	Para disfrutar del mirador se puede visitar el recurso turístico durante todo el año, pero si deseamos ser partícipes de las actividades que aquí se celebran es recomendable visitarlo los primeros días del mes de mayo.		
INFRAESTRUCTURA			
Dentro del recurso:		Fuera del recurso:	
<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono 		<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe • Energía eléctrica • Alcantarillado • Teléfono 	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO			
Deporte / Aventura	Folclore	Paseos	Otros
Ala delta. Caminata.	Fiesta religiosa de la cruz de mayo.	Paseos en caballo.	Toma de fotografías.
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO: Ninguna.			
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO			
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios
Hoteles. Casas hospedaje. Hostales.	Restaurantes. Bares. Cafeterías. Kioskos de venta de comida.	Discotecas. Pubs.	Alquiler de caballo. Bancos – cajeros. Servicios higiénicos. Servicios de guiado. Servicio de fax. Servicio de internet. Servicio de mototaxi.
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES		No se utiliza para otros fines.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO		Municipalidad distrital de Mariscal Benavides.	
ADMINISTRADO POR		Municipalidad distrital de Mariscal Benavides.	
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO		Fotografías.	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA		Jhanly Isabel Tafur Florida	
FECHA		18 de abril de 2013	

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-2
				N° 0003
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		MIRADOR NATURAL LA CRUZ		
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA	Sitios naturales	
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Lugares pintorescos	
DISTRITO	Mariscal Benavides	SUB TIPO	Miradores naturales	
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Particularidad	1	2,5	2,5
B	Publicaciones	1	1	1
C	Reconocimiento	1	2,5	2,5
D	Estado de conservación	2	3	6
H	Demanda potencial	2	1	2
Total				14
JERARQUÍA		1		

		FICHA N°		0005		
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	AGUAS TERMALES DE MICHINA					
						
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito Mariscal Benavides	
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO		
Sitios naturales		Aguas minero medicinales		Aguas termales		
DESCRIPCIÓN:						
Se encuentra ubicado en el caserío de Michina, distrito de Mariscal Benavides a 3 km y 1 587 msnm aproximadamente.						
Este recurso turístico se caracteriza por tener contenidos elevados de fierro, que provienen del sub suelo, ocasionando que la temperatura sea más elevada durante las mañanas, y cuyas aguas son aprovechadas por los pobladores de la zona para tomarse un refrescante baño, ya que esta agua tiene propiedades curativas que alivian los golpes, dislocaduras y dolores musculares.						
PARTICULARIDADES						
ESTADO ACTUAL						
Mal estado de conservación.						
OBSERVACIONES						
Es necesario dar un tratamiento a estas aguas termales, para poder darles un mejor uso turístico, puesto que el alto contenido de fierro, puede ocasionar problemas a la piel.						
TIPO DE VISITANTE						
Local (4) Regional (3) Nacional (2) Extranjero (1)						
ACCESO HACIA EL RECURSO						
Terrestre						
<ul style="list-style-type: none"> • A pie • En combi, bus, taxi, bicicleta. 						
RUTA DE ACCESO AL RECURSO						
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia	
					Km	Tiempo
1	Chachapoyas – Caserío San Antonio	Terrestre	Combi, taxi.	Asfaltado	82 km	02 h
	Caserío San Antonio – Aguas termales de Michina.	Terrestre	Combi, taxi.	Afirmado	1 km	05 min.
TIPO DE INGRESO						
Restringido.						

ÉPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO	Todo el año, desde las 07:00 am hasta las 05:00 pm		
INFRAESTRUCTURA			
Dentro del recurso: <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono celular. • Agua. 		Fuera del recurso: <ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe • Energía eléctrica • Alcantarillado • Teléfono 	
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO			
		Deportes acuáticos	Otros
		Buceo. Natación.	Toma de fotografías.
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO: Ninguno.			
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO			
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios
Hoteles. Casas hospedaje. Hostales.	Restaurantes. Bares. Cafeterías. Kioskos de venta de comida.	Discotecas. Pubs.	Alquiler de caballo. Bancos – cajeros. Servicios higiénicos. Servicios de guiado. Servicio de fax. Servicio de internet. Servicio de mototaxi.
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES		No se utiliza para otros fines.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO		Municipalidad distrital de Mariscal Benavides.	
ADMINISTRADO POR		Municipalidad distrital de Mariscal Benavides.	
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO		Fotografías.	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA		Jhanly Isabel Tafur Florida	
FECHA		18 de abril de 2013	

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-2	
				N° 0004	
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		AGUAS TERMALES DE MICHINA			
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA	Sitios naturales		
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Aguas minero medicinales		
DISTRITO	Mariscal Benavides	SUB TIPO	Aguas termales		
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL	
A	Particularidad	1	2,5	2,5	
B	Publicaciones	1	1	1	
C	Reconocimiento	1	2,5	2,5	
D	Estado de conservación	1	3	3	
H	Demanda potencial	1	1	1	
			Total	10	
JERARQUÍA			1		

		FICHA N°		0006	
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	COMPLEJO TURÍSTICO SAN ANTONIO				
					
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito Mariscal Benavides
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO	
		Centro de esparcimiento		Recreo Campestre	
DESCRIPCIÓN:					
<p>Situado en el caserío San Antonio, a 2 km. del centro poblado Mariscal Benavides y unos cuantos metros del río San Antonio.</p> <p>Este centro recreacional brinda los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cancha de vóley y fulbito, con gras natural buen estado. • Zona de baile con una capacidad de 800 pax. • Kiosco de venta de golosinas. • La práctica de canopy (sipe line), base fundamental y objetivo primordial de este complejo turístico, cuenta con un recorrido inicial de 500 m. que varía entre 30 m. y 11 m. de altura durante el recorrido, además de encontrarse entre los 1 574 y 1 622 msnm. <p>El tour de canopy implementado actualmente, cuenta con todas las medidas de seguridad, dentro de las cuales tenemos que: el cable es galvanizado, cuenta con arnés de cintura, polea trac, casco Erich, extensión de cinta tubula, mosquetón con seguro y guantes, todos estos materiales certificados por las entidades competentes. Los mismos que han sido traídos desde Brasil, bajo la asistencia técnica de profesionales Costa Ricenses.</p>					
PARTICULARIDADES					
ESTADO ACTUAL		Buen estado de conservación.			
OBSERVACIONES		<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario implementar manuales de seguridad tanto para guías como para los practicantes del deporte. • Realizar las señalizaciones respectivas dentro del complejo turístico. 			
TIPO DE VISITANTE		Local (4)	Regional (3)	Nacional (2)	Extranjero (1)
ACCESO HACIA EL RECURSO		Terrestre	<ul style="list-style-type: none"> • En vehículo • A pie 		

RUTA DE ACCESO AL RECURSO						
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de transporte	Vía de acceso	Distancia	
					Km	Tiempo
1	Chachapoyas – Caserío San Antonio	Terrestre	Combi, taxi, bus.	Asfaltada	80 km	02 h
2	San Nicolás – Mariscal Benavides	Terrestre	Combi, taxi, bus.	Asfaltada	4 km.	10 min.
	Mariscal Benavides – Caserío San Antonio	Terrestre	Combi, taxi, bus.	Asfaltada	2 km.	05 min.
TIPO DE INGRESO		Restringido.				
EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO		Todo el año, desde las 08:00 am hasta las 04:00 pm.				
INFRAESTRUCTURA						
Dentro del recurso:			Fuera del recurso:			
<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe • Energía eléctrica • Alcantarillado • Teléfono 			<ul style="list-style-type: none"> • Agua • Desagüe • Energía eléctrica • Alcantarillado • Teléfono 			
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURÍSTICO						
Naturaleza	Deporte / Aventura	Folclore	Otros			
Observación de flora y fauna.	Canopy. Camping.	Degustación de platos típicos.	Actividades culturales y sociales. Realización de eventos. Toma de fotografías.			
SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO						
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios			
Bungalows	Restaurant	Juegos infantiles.	Servicios higiénicos. Servicio de estacionamiento. Alquiler de equipos para turismo de aventura.			
SERVICIOS ACTUALES FUERA DEL RECURSO						
Alojamiento	Alimentación	Lugares de esparcimientos	Otros servicios			
Hoteles. Casas hospedaje.	Restaurantes. Bares.	Discotecas. Pubs.	Alquiler de caballo. Bancos – cajeros.			

Hostales.	Cafeterías. Kioskos de venta de comida.		Servicios higiénicos. Servicios de guiado. Servicio de fax. Servicio de internet. Servicio de mototaxi.
DATOS COMPLEMENTARIOS			
INDICAR SI EL RECURSO TURÍSTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES		No se utiliza para otros fines, más de los que se especificaron.	
PROPIEDAD DEL RECURSO TURÍSTICO		Sr. Moisés Iberico	
ADMINISTRADO POR		Sr. Moisés Iberico	
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO		Fotografías y videos.	
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA		Jhanly Isabel Tafur Florida	
FECHA		18 de abril de 2013	

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-1
				N° 0002
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		COMPLEJO TURÍSTICO SAN ANTONIO		
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA		
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Centros de esparcimiento.	
DISTRITO	Mariscal Benavides – San Nicolás	SUB TIPO	Recreo campestre.	
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL
A	Particularidad	2	2	4
B	Publicaciones	1	0,5	0,5
C	Reconocimiento	1	1,5	1,5
D	Estado de conservación	4	1,5	6
E	Flujo de turistas	2	2	4
F	Representatividad	2	1,5	3
G	Inclusión en la visita turística	2	1	2
Total				21
JERARQUÍA		2		

		FICHA N°		0007	
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO	MOLIENDA DE CAÑA				
					
UBICACIÓN	Región	Amazonas	Provincia	Rodríguez de Mendoza	Distrito Mariscal Benavides
CATEGORÍA		TIPO		SUB TIPO	
Realizaciones técnicas, artísticas y contemporáneas.		Explotaciones industriales.		Trapiche	
DESCRIPCIÓN:					
Este instrumento artesanal es de gran utilidad para conseguir el jugo de caña, y a pesar de los años y los avances tecnológicos de la actualidad aún se conservan; especialmente en los lugares en donde no es posible adquirir un equipo más tecnificado, gracias a esto se puede elaborar el tradicional guarapo y la exquisita chancaca huayacha.					
Este instrumento se puede encontrar en algunas casas de los pobladores de Mariscal Benavides. Se realiza con la ayuda del ganado vacuno o caballo, y la intervención de la mano del hombre.					
PARTICULARIDADES	El extracto de caña obtenido a través del trapiche, sirve para la fermentación del guarapo o la elaboración de la chancaca. Ambos requeridos durante las fiestas patronales o para el consumo diario en caso de la chancaca.				
OBSERVACIONES	Por el tiempo que demanda moler la caña en el trapiche tradicional, muchos pobladores están optando por mejorar su equipamiento y dejar de lado sus costumbres.				
DATOS COMPLEMENTARIOS					
MATERIAL AUDIO VISUAL DEL RECURSO TURÍSTICO			Fotografías.		
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA			Jhanly Isabel Tafur Florida		
FECHA			18 de abril de 2013		

FICHA DE JERARQUIZACIÓN				F-2	
				Nº 0005	
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO		MOLIENDA DE CAÑA			
REGIÓN	Amazonas	CATEGORÍA	Realizaciones técnicas, artísticas y contemporáneas.		
PROVINCIA	Rodríguez de Mendoza	TIPO	Explotaciones industriales.		
DISTRITO	Mariscal Benavides	SUB TIPO	Trapiche.		
CÓDIGO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR ASIGNADO	PONDERACIÓN	SUB TOTAL	
A	Particularidad	1	2,5	2,5	
B	Publicaciones	1	1	1	
C	Reconocimiento	1	2,5	2,5	
D	Estado de conservación	1	3	3	
H	Demanda potencial	1	1	1	
			Total	10	
JERARQUÍA		1			

ANEXO N° 09: Diseño del tríptico

ANEXO N° 10: Manual de procedimientos para guías de canopy.

MANUAL PARA EL GUÍA DEL DEPORTE DE AVENTURA DE CANOPY.

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, se ha observado la aparición de nuevos intereses en los turistas, lo cual ha generado la presencia de nuevas tendencias de turismo, conllevando de esta manera a que en la actualidad se busque una mezcla entre esparcimiento y adrenalina, y por ende el constante crecimiento en la oferta de productos turísticos de aventura.

Entendiendo como tal, que el turismo de aventura se desarrolla a partir de una relación muy estrecha entre el visitante y el entorno, en el cual se exigen ciertas destrezas o esfuerzos físicos al participante, exponiéndolo a diferentes tipos de riesgo.

Entre estas actividades de aventura se encuentra el canopy, el cual se refiere al desplazamiento por gravedad sobre la copa de los árboles a través de poleas y cuerdas. Sin embargo, cabe mencionar que en la práctica de la actividad de canopy se debe cumplir con ciertos requerimientos técnicos de seguridad, tanto para los guías, como para los usuarios. En tal sentido se ha visto por conveniente desarrollar manuales que permitan el normal desenvolvimiento de la actividad, y garanticen la satisfacción de los clientes y la calidad de servicio.

II. OBJETIVOS

- Elaborar la charla de bienvenida.
- Revisar la seguridad y uso del equipo de canopy.
- Presentar adecuadamente el equipo a utilizar y enseñar su correcto uso.
- Ejecutar el tour correctamente.
- Redactar las políticas de seguridad.

III. ELABORACIÓN DE LAS CHARLAS INTRODUCTORIAS

a. CHARLA DE BIENVENIDA

Cuando un visitante llega a la empresa de canopy a realizar el tour, espera encontrar personas agradables y cordiales que le den la bienvenida. Por esta razón los guías deben dedicar tiempo en los siguientes aspectos:

- Escribir un guión de bienvenida y de seguridad en el cual se consideren aspectos relacionados con la empresa, breve descripción de la zona, breve descripción de la actividad, duración del tour, entre otros. Para la charla de seguridad es importante que se trasladen las políticas de la empresa.
- Practicar el guión tratando de modular adecuadamente la voz, darle un ritmo correcto y desarrollarlo en el tiempo adecuado.
- Practicar el guión en un segundo idioma con el fin de interiorizarlo y pronunciarlo adecuadamente.

b. CHARLA DE SEGURIDAD

La charla de seguridad debe contemplar todas las normas necesarias para este fin, ya que se busca prevenir cualquier tipo de accidentes; por ende, la seguridad en la empresa de aventura se inicia desde el primer contacto que tienen con el visitante, dado que en ese momento se debe dar información necesaria sobre el tipo de ropa y zapatos que debe utilizar para prevenir ciertos inconvenientes.

Una vez en el tour, los guías deben abrir un espacio para explicar los procedimientos que deben respetarse con el fin de que el visitante pueda ejecutar las actividades de manera satisfactoria. Por esta razón es importante crear un guión que considere las siguientes políticas de seguridad:

- Ninguna persona con problemas serios de salud debe desarrollar una actividad de canopy.

- No se aceptan que niños menores de 10 años participen en el tour.
- El guía es la única persona que puede colocar, adaptar y manipular el equipo a utilizar.
- El trabajo en cables o plataformas será realizado siempre con dos guías.
- Tanto los guías como los clientes deben permanecer anclados en las plataformas.
- En un punto específico se ofrecerá agua.
- Si una persona siente náuseas durante la ejecución del tour debe reportar su condición inmediatamente al guía encargado.
- La empresa debe contar con los permisos y las respectivas pólizas de responsabilidad civil y laboral.
- La empresa debe contar con una póliza de exoneración de responsabilidad, la cual debe ser firmada por el cliente con el fin de que quede constancia de que comprendió y acepto el tipo de actividad a realizar.

c. EQUIPO UTILIZADO

- i. Equipo personal:* Casco de seguridad, arnés, mosquetón, figura para descenso, figura de ascenso, polea, línea larga y línea corta, guantes, radio comunicador, brújula y botellas de agua

- ii. Equipo de seguridad:* Botiquín de primeros auxilios, linterna, tijeras, cuchilla, silbato, mosquetón extra.

IV. PRESENTACIÓN DEL EQUIPO A UTILIZAR

El procedimiento de explicación es el siguiente:

1. El guía coloca el equipo en el cable.

2. El guía explica cómo colocar las manos en el cable y el procedimiento de frenado.
3. El guía explica la forma de entrar a la rampa de destino, por ejemplo debe indicar como levantar los pies y como frenar.

V. PUESTO Y USO DE EQUIPO

La puesta del equipo es una actividad que el guía debe saber tratar con mucho profesionalismo, sutileza y delicadeza, dado que se refiere a colocar un equipo en el cuerpo de otra persona.

Una vez que se ha dado la charla de bienvenida y de seguridad a los clientes, se procede a mostrar el equipo y la forma de usarlo, según el siguiente procedimiento:

1. Un guía en frente del grupo muestra el equipo y da una breve descripción de cómo funciona cada parte y para qué se utilizará. Es sumamente importante que solamente los guías sean los encargados de poner el equipo a cada cliente. Por ninguna razón un guía debe permitir a un cliente colocarse el equipo solo.
2. Se debe seleccionar la talla de arnés adecuada a la contextura de cada persona. Un arnés para niño tiene un tamaño y para adultos otro.
3. Una vez seleccionados los arneses, se procede a ponérselos a cada uno de los clientes continuando el siguiente procedimiento:
 - Se deben liberar todas las fajas del arnés.
 - Se presenta el arnés ante el cliente y se le indica como ajustárselo al cuerpo, comenzando por las piernas y luego los brazos (en caso de que sea arnés de pecho).
 - Se le ajustan las fajas de forma adecuada, lo conveniente es que se le ajusten según el tipo de cuerpo que tenga el cliente.

- Se le dan los guantes con el fin de que los coloque en el mosquetón correspondiente.

Una vez colocados todos los arneses, se procede a iniciar con el tour de canopy.

VI.EJECUCIÓN DEL TOUR

En la ejecución de un tour el guía debe actuar en todo momento proactivamente, lo que significa que debe estar pendiente y concentrado en su trabajo y el de sus compañeros, con el fin de que se genere en los clientes un clima de seguridad y tranquilidad.

Desde este punto de vista, si en el tour de canopy participan más de dos guías, las actividades a desarrollar deben estar perfectamente coordinadas, lo que significa que comparten una serie de tareas para lograr un objetivo en común, comportándose de esta manera como un equipo de trabajo.

Las características que debe tener un equipo de trabajo eficiente y eficaz son las siguientes:

- La integración de cada una de las tareas debe ser armónica, lo que significa que cada uno de los guías que conforman el equipo sabe lo que se espera de ella y lo que puede esperar de otros.
- En la ejecución de cada una de las tareas cada guía debe participar con entusiasmo y motivación. Los guías deben sentirse felices de hacer lo que hacen y de compartirlo con sus clientes, dado que un tour de canopy genera adrenalina, fuerza y hasta cierto temor, por lo que se convierte en una aventura inolvidable para los participantes.
- Ningún guía se debe atener a otro, ni dar por hecho que de por haber guiado a más de 10 o 100 grupos, puede evadir los procedimientos de seguridad, dado que esto significa actuar irresponsablemente con su equipo de trabajo y clientes.

- Durante el desarrollo del tour se debe mantener una comunicación constante con el equipo de trabajo y con los clientes, de esta manera se transmite alegría y entusiasmo en la ejecución de un tour. Las técnicas de comunicación para el equipo a utilizar deben ser auditivas y visuales.
- Una vez en la primera plataforma un segundo guía debe salir para recibir en la plataforma de destino al cliente.
- Si un guía percibe en el grupo a una persona con miedo o pánico, debe tratar de darle confianza en su persona como guía y en el equipo que tiene a su disposición; puede tratar de motivar a esa persona para que venza sus temores y continúe con el tour, explicándole cómo opera el equipo y por qué no debe temer que suceda algún tipo de accidente. Otra herramienta de convencimiento puede ser el que esta persona observe a las demás disfrutando de la actividad y pueda valorar que el peligro es controlado. Si al cabo de un tiempo el cliente continúa con mucho temor, lo conveniente es que se le induzca a que no ejecute el tour y se le aconsejará que espere al grupo.
- Cuando los guías y clientes están en una plataforma, es conveniente que se mantengan en la misma con un anclaje de seguridad.
- Todos los guías deben estar pendientes del grupo. Si las personas tienen que esperar por algún motivo el guía debe mantener un clima adecuado, sin presión para los clientes y sus compañeros de trabajo. Si hay un retraso en los compañeros de trabajo, por ninguna razón se debe emitir comentarios ni realizar gestos de desagravio.
- Otro guía permanece en la plataforma y procede a colocar a los clientes en el respectivo cable, con el fin de iniciar la actividad de desplazamiento. Este guía debe visualmente dar una revisión general

del equipo de sus clientes, con el fin de aplicar un último control de seguridad.

- Una vez colocados los clientes en el cable, se hace contacto con el guía que los recibirá y se espera la señal de “visto bueno” u “OK”.
- Una vez que el guía emite la señal de estar preparado para recibir, el guía envía el cliente por el cable y repite el proceso con los demás. Por ninguna razón se debe enviar un cliente sin que esté listo el guía para recibirlo, dado que esto podría causar un accidente serio en el cliente y el mismo guía.
- Dado que el cable tiene sus propias características físicas como por ejemplo longitud, velocidad, escenarios, etc, el guía antes de enviar al cliente puede indicarle si debe frenar o si no y a cuántos metros de la plataforma de destino.

VII. CHARLA DE DESPEDIDA

La charla de despedida debe ser breve, con el fin de agradecer a cada participante su visita y participación en el desarrollo de la actividad turística. Es importante que el guía encargado de la charla logre hacer un cierre en nombre de la empresa y el personal y a la vez invite a las personas a regresar.

Si ha ocurrido durante el tour alguna situación no planeada, es conveniente que el guía trate el tema exponiendo lo sucedido e informando que la empresa asumirá su responsabilidad y que por lo tanto las personas involucradas no deben preocuparse por lo sucedido.

El guía debe considerar en todo momento los siguientes aspectos:

1. Lo más importante para la empresa es contar con clientes que les gusta desarrollar deportes de aventura.
2. El respeto que se tuvo en todo momento al protocolo de seguridad.

3. El gusto de haberlos atendido.
4. El deseo de que recomienden el tour a otras personas.

VIII. POLÍTICAS DE SEGURIDAD

Para la buena realización del tour de canopy es aconsejable practicar siempre las siguientes normas:

- Todo guía debe estar en buena condición física y de salud para realizar el tour, si no debe reportarlo a sus superiores para ser relevado.
- Ningún guía puede realizar un tour en condiciones climatológicas adversas, esto significa que si se presentan lluvias o vientos más fuertes de lo acostumbrado, el tour de tirolesa debe cancelarse.
- No se debe realizar un tour de canopy con clientes que estén bajo los efectos de licor o drogas. Es muy importante que el guía esté atento a sus clientes y si una persona huele a licor o tiene un comportamiento inusual, el guía debe preguntarle directamente si ha tomado algún licor antes de venir al tour. Si es así, cordialmente se le debe solicitar que no participe del tour.
- Un guía debe tener presente que su trabajo debe ser dirigido a todos sus clientes, ya sean personas jóvenes, adultas o adultas mayores. El trabajo del guía está dirigido a personas y por lo tanto, debe tratar a todas con igual delicadeza y respeto.
- Un guía no debe realizar el tour con personas con problemas de salud relevantes, diabéticos, cardiopatas, epilépticos, mujeres embarazadas, etc., y tiene que tener la capacidad de explicar porque ese tour no es conveniente para ellos y aunque estos estén dispuestos a asumir toda la responsabilidad en caso de accidentes, el guía no debe permitirles participar.

- En caso de menores de edad, estos deben estar autorizados por sus padres, quienes firmarán por él una autorización.
- El guía debe estar pendiente de que el equipo para realizar el deporte de aventura esté colocado correctamente. Por esta razón debe tener la capacidad de percibir con solo observar si un equipo está o no correctamente ajustado o puesto.
- Todo guía debe llevar su equipo de primeros auxilios y saber aplicar los mismos en caso de ser necesario.

ANEXO N° 11: Manual de procedimientos para el usuario de canopy.

**MANUAL PARA EL USUARIO DEL DEPORTE DE AVENTURA DE
CANOPY.**

I. OBJETIVOS

- Plantear la ficha de registro de datos del usuario
- Diseñar una ficha del estado de salud.
- Plantear una declaración jurada para los usuarios.
- Redactar recomendaciones de seguridad para los usuarios.

II. FICHA DE REGISTRO DE USUARIOS

La empresa responsable de la actividad de canopy debe contar con información necesaria de cada cliente, la cual debe ser comunicada a los guías involucrados, previo a la realización de la actividad.

Esta información debe contener como mínimo:

Apellidos y Nombres				
Documento de identidad				
Teléfono de contacto				
Correo electrónico				
Contacto en caso de emergencia				
Reconocimiento de riesgos	Si		No	
Experiencia	Si		No	

Fuente: Elaboración propia

III. FICHA DE ESTADO DE SALUD

La empresa debe requerir al cliente la provisión de información detallada sobre su estado de salud, que servirá como referencia ante una posible emergencia médica, asegurando la confidencialidad de la misma.

Para ello antes del inicio de las actividades, cada una de las personas que practicará la actividad, deberá completar la ficha de estado de salud a fin de

dar a conocer sus antecedentes clínicos y si presenta algún tipo de dificultad o riesgo.

FICHA DE ESTADO DE SALUD				
¿Tiene alguna enfermedad que requiera periódicamente tratamiento o control médico?	Si		No	¿Cuál? _____ _____
¿Está medicado? ¿Presenta alguna contraindicación médica?	Si		No	¿Qué medicación? _____ _____
¿Tiene algún tipo de alergia?	Si		No	La alergia se debe a: _____ _____
¿Presenta problemas cardiovasculares o de presión arterial?	Si		No	Tratamiento: _____ _____
¿Presenta alguna limitación física? Otros problemas de salud	Si		No	Aclaración: _____ _____
¿Posee seguro médico?	Si		No	¿Cuál? _____ _____
_____ Firma				

Fuente: Elaboración propia

IV. CARTA RENUNCIA DE RESPONSABILIDAD

El cliente dispondrá, por parte de la organización, de un documento que detalle los riesgos a los que puede estar expuesto y las responsabilidades inherentes a las actividades a realizar, ratificando la información recibida a través de su firma en dicho documento. En esta carta de renuncia de responsabilidad aceptada oportunamente por el usuario, describirá las condiciones de salud o médicas específicas (por ejemplo: alergias, cirugías, diabetes, epilepsia, problemas cardiovasculares, articulares, óseos,

restricciones alimentarias, musculares, respiratorias, de depresión, hipertensión, fobias, euforia o gravidez, entre otras).

Cuya información, será revisada y analizada si los clientes están en condiciones de realizar las actividades, para ello se debe dejar constancia de este análisis.

CARTA RENUENCIA DE RESPONSABILIDAD

Yo,....., identificado con DNI N° y/o pasaporte....., de nacionalidad.....

Tengo total conocimiento que los servicios que ofrece la empresa de canopy constituyen experiencias de riesgo y por lo tanto implican una exposición a diferentes peligros.

Por ende asumo voluntariamente mi participación en la actividad de canopy aceptando los riesgos que la misma conlleva y libero por este medio a la empresa de toda responsabilidad por cualquier accidente o eventualidad de fuerza mayor (eventos naturales o accidentes causados por irresponsabilidad del visitante) durante el desarrollo de la actividad.

Queda constancia de que SI / NO padezco una enfermedad o limitación física que me impida realizar el canopy.

..... de..... del 20.....

Firma: _____

DNI N° / Pasaporte: _____

Fuente: Elaboración propia

V. RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD PARA USUARIOS

- No utilizar el pelo suelto, siempre se debe utilizar el casco para sujetarlo en caso de tenerlo muy largo, utilizar sujetadores elásticos que eviten que éste pueda enredarse entre el cable y el sistema de movimiento.
- No utilizar ropa suelta o cordones que queden sueltos a fin de evitar que los mismos se enreden entre el cable y los sistemas de movimiento.
- Utilizar calzado y ropa cómoda.
- Seguir las indicaciones del instructor como así también las señales visuales para el desarrollo de la actividad.
- Ingerir abundante agua fresca, para evitar la deshidratación.
- Prohibir el consumo de alcohol o sustancias psicotrópicas, antes o durante el desarrollo de la actividad.
- En las zonas de acceso a las plataformas existentes en los extremos de los cables de Canopy, deben haber disponibles anclajes de seguridad a los cuales se deben enganchar obligatoriamente los clientes al llegar a dicha posiciones.
- No manipular el equipo técnico durante las charlas informativas y de seguridad.
- Está prohibido fumar. Aplicable tanto a guías como a clientes durante las charlas o la práctica del canopy.
- Las charlas deben realizarse en un segundo idioma, así como las rotulaciones de seguridad e informativas en las instalaciones exteriores e infraestructura.

ANEXO N° 12: Álbum de fotos

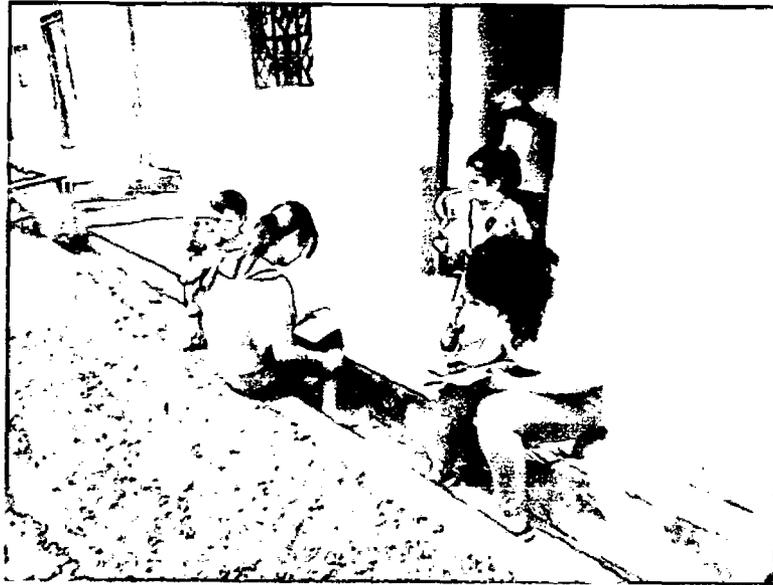


Foto N° 02: Pobladoras del centro poblado de Mariscal Benavides, respondiendo a la encuesta establecida.

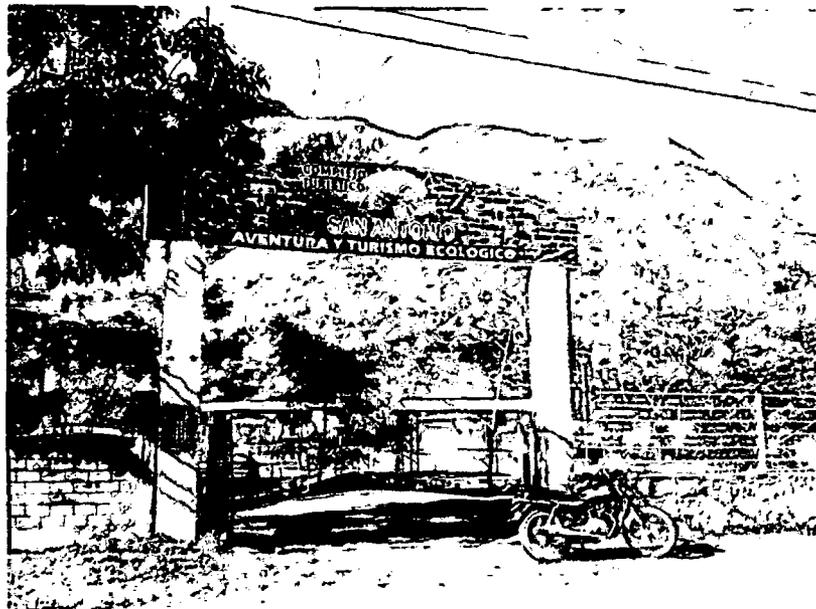


Foto N° 03: Ingreso al complejo turístico San Antonio.

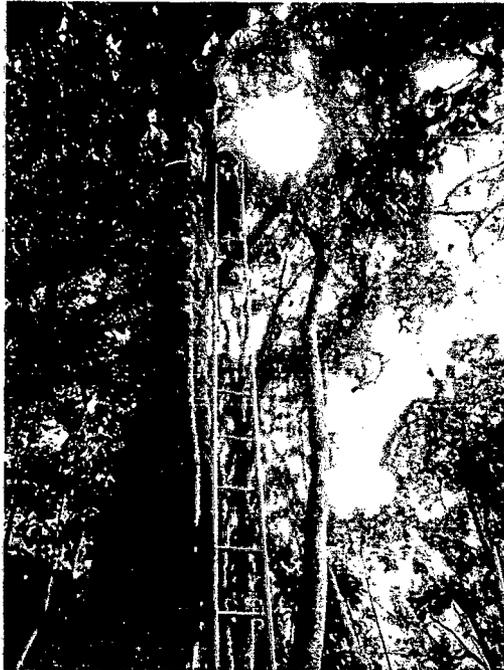


Foto N° 04: Torre de salida del tramo de 500 metros del circuito turístico.

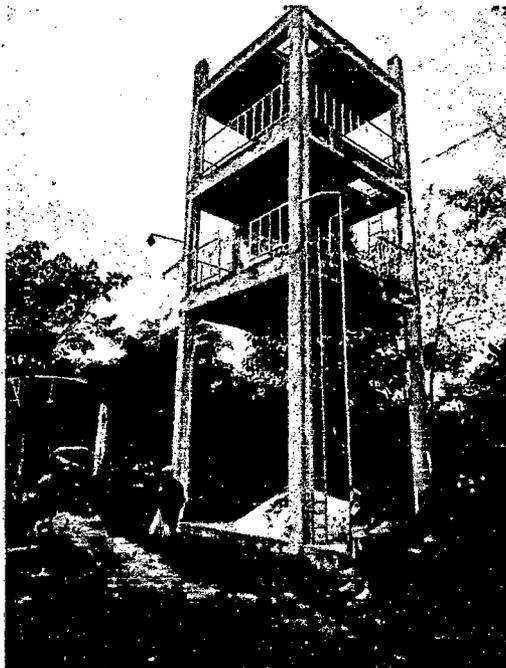


Foto N° 05: Torre de llegada del tramo de 500 metros del circuito turístico.

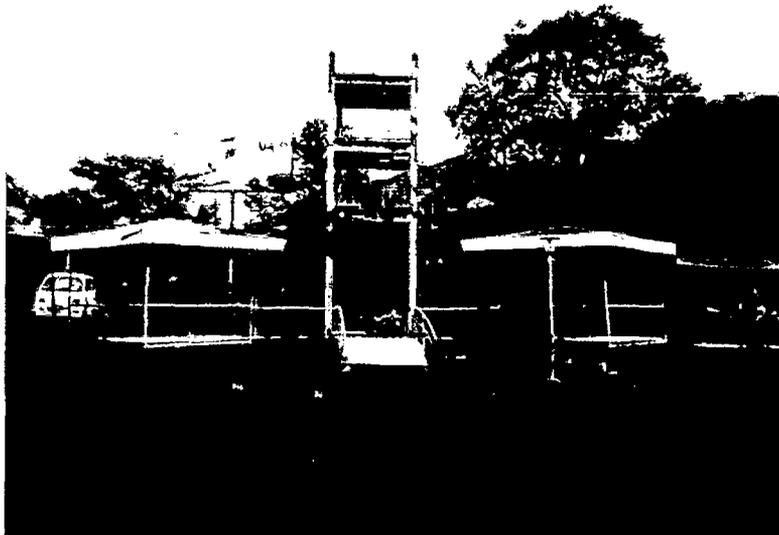


Foto N° 06: Torre de llegada del tramo de 500 metros del circuito turístico, y zonas de diversión.



Foto N° 07: Visitante realizando el deporte de aventura de canopy con todo el equipamiento individual y las medidas de seguridad.



Foto N° 08: Visitante realizando el deporte de aventura de canopy con todo el equipamiento individual y las medidas de seguridad.



Foto N° 09: Recorrido de 50 metros del canopy, y zona de parqueo.



Foto N° 10: Molienda de caña de azúcar de manera artesanal, en el distrito de Mariscal Benavides.



Foto N° 11: Aguas termales de Tocuya – distrito de Omia.



Foto N° 12: Orquídea en el centro de intervención.