

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**



**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN**

**"ESTUDIO DEL MERCADO TURISTICO Y SU RELACIÓN CON
EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS, EN EL DISTRITO DE
SAN CARLOS, PROVINCIA DE BONGARA AÑO 2014".**

TESIS

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

AUTORA:

Bach. LELLYS M. ZUMAETA HERRERA

ASESOR:

Mg. AGUSTÍN TAMAYO BELTRÁN



27 MAY 2015

CHACHAPOYAS - AMAZONAS - PERÚ

2014

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

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN**

**“ESTUDIO DEL MERCADO TURISTICO Y SU RELACION CON
EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS, EN EL DISTRITO DE
SAN CARLOS, PROVINCIA DE BONGARA AÑO 2014”.**

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

AUTORA

Bach. Lellys M. ZUMAETA HERRERA

ASESOR:

Mg. Agustín Tamayo Beltrán

CHACHAPOYAS-PERÚ

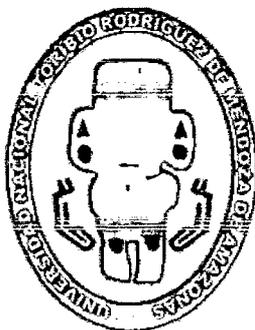
2014



27 MAY 2015

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

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN**

**“ESTUDIO DEL MERCADO TURISTICO Y SU RELACION CON
EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS, EN EL DISTRITO DE
SAN CARLOS, PROVINCIA DE BONGARA AÑO 2014”.**

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

AUTORA

Bach. Lellys M. ZUMAETA HERRERA

ASESOR:

Mg. Agustín Tamayo Beltrán

CHACHAPOYAS-PERÚ

2014

DEDICATORIA

Dedicado a la memoria de mi madre, estuvo siempre conmigo en las buenas y en las malas, por las palabras de aliento, afecto y ánimos que me brindó e hicieron que yo saliera a delante sin importar las dificultades que se presentaran. Por eso y más gracias mi “CHONITA”

AGRADECIMIENTO

A mi familia por el apoyo brindado durante mi educación, a los docentes que nos dieron su tiempo para inculcarnos cultura y guiarnos hacia un futuro de vida y a mis amigos, amigas, quienes en los tiempos de estudios me apoyaron con los mejores deseos para que podamos terminar con empeño la profesión que elegimos, y así realizarnos como personas y profesionales en la sociedad.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Ley de Creación N° 27347 – Res. Función. N° 114 – 2001 – CONAFU

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

RECTOR

DR. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ

VICERECTOR ACADÉMICO

MSC. ROBERTO JOSÉ NERVI CHACÓN

VICERECTOR ADMINISTRATIVO

Mg. EVER SALOME LAZARO BAZAN

DECANO

Mg. BARTON GERVASI SAJAMI LUNA

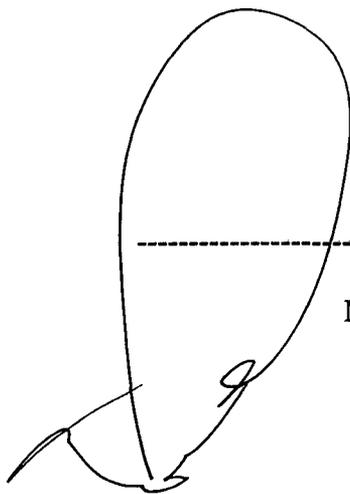
VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, **Mg. Agustín Tamayo Beltrán** docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza Amazonas. **DOY VISTO BUENO**, al informe de tesis denominado **ESTUDIO DEL MERCADO TURISTICO Y SU RELACION CON EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS, EN EL DISTRITO DE SAN CARLOS, PROVINCIA DE BONGARA AÑO 2014**". Elaborado por el bachiller Lellys Magori Zumaeta Herrera para optar el título de Licenciado en Turismo Y Administración en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.

Por lo tanto:

Firmo la presente para mayor constancia.

Chachapoyas, Noviembre del 2014.

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of a large loop and a trailing flourish.

Agustín Tamayo Beltrán

Mg. Agustín Tamayo Beltrán

JURADO

PRESIDENTE

Mg. BARTON GERVASI SAJAMI LUNA

SECRETARIO

Ms.C. PEPE OSWALDO MORI RAMIREZ

VOCAL

Econ. DANTE RAFAEL MENDOZA ALFARO

ACCESITARIO

Lic. Adm&CPC. JUAN MANUEL BUENDÍA FERNÁNDEZ

INDICE

	Paginas
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
I INTRODUCCIÓN.....	13
II MARCO TEORICO.....	15
2.1. Antecedentes.....	15
Antecedentes internacionales.....	15
Antecedentes nacionales.....	20
2.2. Definiciones.....	23
2.3. Problema.....	45
2.4. Justificación.....	45
2.5. Hipótesis.....	46
2.6. Objetivos.....	46
2.6.1 Objetivo General.....	46
2.6.2 Objetivos Específicos.....	46
III MARCO METODOLÓGICO.....	47
3.1. Operacionalización de Variables.....	47
3.2. Metodología.....	48
3.3. Tipo de Estudio.....	49
3.4. Diseño.....	49
3.5. Población, Muestra y Muestreo.....	50
3.5.1. Población.....	50
3.5.2. Muestra.....	50
3.5.3. Muestreo.....	50
3.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	51
3.5.5. Método de Análisis de datos.....	51
IV RESULTADOS.....	53
4.1. Análisis de la demanda turística.....	53
4.2. Análisis de la oferta turística.....	58
4.3. Diseño de circuito turístico en el distrito de San Carlos.....	63

1. Generalidades.....	63
Objetivos.....	65
Diagnostico.....	65
2. Diagramación	66
2.2. Denominación del circuito turístico.....	66
3. Programación.....	68
3.1. Diseño de croquis de circuitos Turísticos.....	68
3.2. Itinerario.....	69
3.3. Costo del programa.....	70
V DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	71
VI CONCLUSIONES.....	75
VII RECOMENDACIONES.....	76
VIII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
ANEXOS.....	79

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **“ESTUDIO DEL MERCADO TURISTICO Y SU RELACION CON EL DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS, EN EL DISTRITO DE SAN CARLOS, PROVINCIA DE BONGARA AÑO 2014”** con la finalidad de conocer el mercado turístico en base a la demanda del mismo y luego diseñar un circuito turístico que involucre el distrito de San Carlos, de esta manera aportar al desarrollo sostenible de la comunidad , todo ello en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la UNTRM, de esta manera Obtener el título Profesional de **LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACION**, por todo ello espero de antemano cumplir con los requisitos de aprobación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal Analizar las características del mercado turístico y diseñar circuitos turísticos en el Distrito de San Carlos de la Provincia de Bongara 2014, es en ese sentido que mediante la teoría de (J. Ramón Iglesias Tovar 2007), se pudo analizar la Demanda y Oferta turística del Distrito, así mismo mediante la metodología de CHAN, Nelida (2005), se pudo diseñar los circuitos turísticos, todo ello en base a una investigación descriptiva, la muestra de estudio estuvo compuesta por trescientos sesenta y cuatro 364 turistas que visitan la comunidad, es así como se llegó a determinar que: La demanda Turística para la implementación de circuitos turísticos en el Distrito de San Carlos es favorable, esto se debe a que el perfil del turista que visita al sitio antes mencionado, en su mayoría proviene de la Región Amazonas y existe mayor probabilidad de retorno a corto tiempo, la edad promedio del visitante es hombres y mujeres de 26 a 45 años, los cuales son personas relativamente jóvenes que fácilmente pudieran realizar las distintas actividades que ofrece la comunidad, lo mismo pasa con su nivel educacional, situación laboral y estabilidad económica ya que son personas que pueden generar desarrollo sostenible en el Distrito de San Carlos, en cuanto a la La Oferta Turística para la implementación de circuitos turísticos en el Distrito de San Carlos es favorable, ya que la comunidad muestra diversidad de atractivos naturales , culturales y complementarios, es decir: cuenta con cascadas, bosques, gastronomía y folklore, se puede identificar que si existen empresas que hacen el servicio de transporte, cuentan con un albergue apto para pernoctar y si en caso desean realizan camping cuentan con áreas adecuadas para hacerlo, brindan el servicio de restaurant, ya que está en la capacidad de brindar distintos platos típicos de la zona, los turistas se sienten seguros y perciben que la comunidad está en la capacidad de brindar atención médica básica, así mismo en la presente investigación se diseñó la propuesta de cuatro circuitos turísticos, con su respectivo itinerario y costo.

ABSTRACT

The present investigation had as principal aim Analyze the characteristics of the tourist market and design tourist circuits in San Carlos' District of Bongara's Province 2014, it is in this sense that by means of the theory of (J. Ramon Iglesias Tovar 2007), could analyze the Demand and tourist Offer of the District, likewise by means of the methodology of CHAN, Nelida (2005), It was possible to design the tourist circuits, all this on the basis of a descriptive investigation, the sample of study was composed by three hundred sixty four 364 tourists who visit the community, it is as well as it managed to determine that: The Tourist demand for the implementation of tourist circuits in San Carlos' District is favorable, this owes to that the profile of the tourist that he visits to the site before mentioned, in the main comes from the Region The Amazon and major probability of return exists to short time, the average age of the visitor is men and women from 26 to 45 years, which are relatively young persons who easily could realize the different activities that the community offers, the same thing happens with his educational level, labor situation and stability Labor situation and economic stability since they are persons who can generate sustainable development in San Carlos' District, As for The Tourist Offer for the implementation of tourist circuits in San Carlos' District is favorable, since the community shows diversity of natural, cultural and complementary attractions, that is to say: it possesses waterfalls, forests, gastronomy and folklore, it is possible to identify that if there exist companies that do the service of transport, they possess a suitable lodging for pernotar and if in case they wish they realize camping possess areas adapted to do it, offer the service of restaurant, Since it is in the aptitude to offer different local dishes of the zone, the tourists feel sure and perceive that the community is in the aptitude to offer medical basic attention, likewise in the present investigation there was designed the offer of four tourist circuits, with his respective itinerary and cost.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se sustenta en el tema “**Estudio Del Mercado Turístico, y su relación con el Diseño de Circuitos Turísticos en el Distrito de San Carlos Provincia de Bongara año 2014**”, la cual brindara información detallada del potencial turístico que tiene esta zona, de esta manera estar aportando con el desarrollo competitivo de la comunidad y región, el presente trabajo de investigación está compuesta por VIII capítulos detallados a continuación.

- **Capítulo I**

 - Introducción**

- **Capitulo II**

 - Marco Teórico:** se observan los antecedentes de la investigación, compuesta por material teórico que hace referencias a similares investigaciones desarrollados en distintos escenarios, así mismo se observa la justificación, el marco teórico, el problema, el planteamiento de la hipótesis y los objetivos tanto generales como específicos.

- **Capitulo III**

 - Marco Metodológico**”, en él se aborda las variables, su Operacionalización, la metodología de estudio, el tipo de estudio, el diseño, se reconoce la población, muestra y muestreo a utilizar, así mismo se detalla las técnicas e instrumentos de recolección de datos y el método de análisis de datos.

- **Capítulo IV**

 - “Resultados”**, en este capítulo se analiza y describe los resultados obtenidos en esta investigación producto de la variable propuesta en la investigación.

- **Capítulo V**

 - Discusión de Resultados**, los resultados que se obtiene se discute con las teorías planteadas, básicamente con las teorías planteadas en la investigación.

- **Capítulo VI y VII**

Conclusiones y Recomendaciones, Se finaliza esta investigación planteando conclusiones y recomendaciones en contraste a la investigación desarrollada.

- **Capítulo VIII**

“Bibliografía y Anexos”, se adjunta las fuentes bibliográficas (libros consultados, manuales, tesis, investigaciones, artículos, etc.), linografías y diferentes anexos (encuesta, entrevista, documentos, imágenes, etc.), información que se utilizó en el desarrollo de la investigación.

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

➤ **BENATAR, Daniel y Diebel, EUGENIO (1994, Venezuela)**

“Posicionamiento del Producto Turístico Playas de Venezuela en el Sur de los Estados Unidos de América”. Universidad Nueva Esparta.

Concluye:

- Su objetivo general es determinar el posicionamiento de Venezuela como destino turístico de playa en los estados del sur de los Estados Unidos de América. La metodología de la investigación permitió clasificar este estudio como proyecto factible. La principal conclusión se centró en una gran cantidad de ideas relacionadas con el concepto de posicionamiento y las estrategias para lograr que su respectivo producto alcance el objetivo, según los datos recopilados y estudio realizados.
- Contribuyó con el conocimiento de aspectos del mercado como el producto y su promoción. Este antecedente tiene relación con el tema tratado en el presente estudio, en lo que respecta a la planificación de acciones adecuadas para lograr el posicionamiento de un producto turístico.

➤ **GONZÁLEZ, Gandhi (2004, MEXICO) “TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO LOCAL EN LA COMUNIDAD DE SANTA MARÍA JAJALPA”. Universidad Autónoma del Estado de México. Concluye:**

- En este trabajo podemos apreciar tomando como base los conceptos diversos sobre el turismo y sus formas y tipos y haciendo un análisis de las principales características de esta comunidad, dentro de ellos el desarrollo de la actividad turística en base a su potencial natural, se

puede generar un proyecto que involucre activamente a la comunidad incentivándolos a la creación de una empresa.

- En este caso tendrá como público objetivo a niños en edad preescolar y escolar que serán beneficiados al realizar excursiones en las cuales podrán apreciar y conocer la naturaleza y saber aprovecharla de una manera racional sin dañar el entorno, todo esto se traduce en el desarrollo de la comunidad y el consecuente beneficio para cada uno de sus habitantes.
- Además se sugiere la implementación de talleres y cursos que vayan reforzando las actividades ya establecidas, además de contar con el apoyo de las autoridades correspondientes. Lo que permitiría lograr los objetivos del turismo como son la creación de empleos, beneficios económicos, mejora de la calidad de vida, uso adecuado de los recursos, estimulación de pequeñas empresas, creación de nuevas actividades turísticas recreativas, apoyo a las comunidades locales y búsqueda de la autenticidad de los destinos.

➤ **Domínguez, Anabel y Liliana, De Almeida (2007, Venezuela) “Estudio de mercado para el Complejo Turístico Recreacional Acuarela, Golfo de Santa Fe, Estado Sucre”. Universidad Nueva Esparta. Concluye:**

- Este trabajo de grado se clasificó como descriptivo. Su principal conclusión se centró en que es imprescindible para la promoción apropiada del Complejo Turístico Recreacional Acuarela. A través de la realización de este estudio de mercado fue posible establecer los medios adecuados para su mejor comercialización.
- Se considera significativo mencionar que se deben tomar en cuenta el producto, el precio y la plaza, sin dejar de lado el tipo de cliente con el cual se va a tratar; con la finalidad de garantizar una recuperación de la inversión a corto o mediano plazo generando en el mercado y una alta productividad.

- El principal aporte del antecedente se basa en el manejo de los elementos del mercadeo en una zona costera venezolana, tal como es el caso de las playas de Choroní, Cepe y Chuao, a las que alude la presente investigación.
- **ALBA, Barreth, et al. (2010, Ecuador). “Propuesta de pesca vivencial como actividad turística en el sector de Puerto Conchero, Tenguel, Provincia del Guayas”. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Concluye:**
- Los habitantes de Puerto Conchero poseen el potencial y aptitudes para trabajar en el desarrollo turístico del destino de pesca vivencial.
 - Si bien existen debilidades y amenazas en el destino, éstas deben ser contrarrestadas haciendo uso de las oportunidades y fortalezas que posee la comunidad.
 - Los impactos generados por la nueva actividad no son mayores a los que han sido ocasionados por la pesca artesanal.
 - La comunidad está consciente del problema ambiental que ha sido generado en el lugar por ignorancia o irresponsabilidad de ellos mismos.
 - Implantar un modelo de hospederías comunitarias, generará mayores beneficios para la comunidad receptora.
 - El trabajo en conjunto de los organismos gubernamentales, la empresa privada y los habitantes, conseguirá la optimización del turismo en Puerto Conchero.
 - La firma de convenios (con organismos de apoyo financiero), evitará la fuga de capital, permitirá a los mismos habitantes dirigir y participar en el turismo, y logrará el verdadero beneficio del turismo comunitario.
- **González, Adriana (2010, Venezuela) “Estudio sobre la incorporación de Ron Santa Teresa como producto turístico en el mercado nacional”. Universidad Nueva Esparta. Concluye:**

- El objetivo general de esta investigación se concentró en determinar la factibilidad de incorporar el ron Santa Teresa como producto turístico usando su denominación de origen “Ron de Venezuela” como apoyo principal. A partir de la metodología que se empleó para esta investigación, se pudo clasificar como un proyecto factible.
 - Entre las conclusiones que se destacan del estudio se encuentra el hecho de incorporar el Ron Santa Teresa como producto turístico en el mercado nacional, lo cual se determinó como productivo, tanto para Venezuela como para la empresa C.A. Ron Santa Teresa. A partir de esta denominación, este producto puede ser reconocido a nivel internacional. Para lograr la incorporación de un producto turístico es relevante enfocarse en la cultura de este y todo lo que lo envuelve.
- **LÓPEZ, Jean y Melay, MIRANDA (2010, Venezuela) “Diseño y Propuesta para un producto turístico basado en una ruta de buceo entre las localidades de Choróni y Cepe, en el Estado Aragua”. Universidad Nueva Esparta. Concluye:**
- El objetivo general de la investigación se concentró en diseñar una propuesta para la creación de un producto turístico orientado a la realización de una ruta de buceo, entre las localidades de Choróni y Cepe, en el Estado Aragua con la intención de posicionarla entre los turistas nacionales y extranjeros que visitan esta zona.
 - Para lograr el objetivo fundamental de la investigación se contó con la interacción de la comunidad. Este antecedente guarda estrecha relación con la presente investigación, pues ambas tienen la misma delimitación geográfica. En tal sentido, el principal aporte del estudio en referencia es la experiencia obtenida con relación al aprovechamiento del buceo como medio para posicionar la región en el sector turismo.
 - El principal apoyo de este último antecedente a la investigación desarrollada está en la utilización de elementos culturales para el

posicionamiento turístico, aplicable al caso de las playas de Choroni, Cepe y Chuao.

➤ **COLMENARES, Richard. (2011, Venezuela) “Estudio de mercado preliminar para la creación de un centro cultural urbano ubicado en el Municipio Baruta, área de Santa Fe, para desarrollar el turismo interno y cultural del país”. Universidad Nueva Esparta. Concluye:**

- Se planteó como objetivo proponer un estudio de mercado para la creación de un Centro Cultural Urbano, en el Municipio Baruta, área Santa Fe para desarrollar el turismo interno y cultural del país. El tipo de investigación que se estructuró fue un proyecto factible, apoyado en un diseño de campo y documental, con la finalidad de presentar una alternativa viable para solucionar el problema de la falta de un Centro Cultural Urbano para los habitantes del mencionado municipio.
- El estudio de mercado tiene una gran significación en el mundo empresarial y en el desarrollo de las economías porque ayuda a identificar oportunidades de mercado y minimizar el riesgo.
- Fue posible hacer seguimiento a la situación socioeconómica, política y cultural estudiada, pudiendo comparar y evaluar situaciones específicas, para establecer el logro de los objetivos propuestos; ya que es importante conocer la posición de un negocio en un momento particular. Esta propuesta contribuye con la Alcaldía del Municipio para que se tomen decisiones financieras y económicas para la creación y funcionamiento de este centro cultural en la zona de Santa Fe generando un incremento en los impuestos para esta Alcaldía que se reinvertirán en su gestión pública en esta área geográfica beneficiándose la comunidad. Los conceptos en torno al desarrollo del turismo con el apoyo del sector

público, utilizando elementos locales como productos turísticos es el principal aporte de este antecedente a la presente investigación.

Antecedentes nacionales

➤ **ACUÑA, Patrick y Fredy, HERRERA (2005, Tarapoto). “Factores socioculturales que condicionan el ecoturismo en las comunidades nativas de la sub cuenca del Cumbaza – Cordillera Escalera – Región San Martín – Perú”. Universidad Nacional de San Martín. Concluye:**

- La Idiosincrasia, la dependencia agrícola y el desconocimiento del beneficio de otras actividades económicas, limitan el desarrollo de las comunidades nativas de la Sub Cuenca del Cumbaza, impidiendo incrementar su calidad de vida, acceder a nuevas oportunidades y satisfacer plenamente sus necesidades básicas.
- La dependencia agrícola asociada a la cosmovisión de las Comunidades Nativas de la Sub Cuenca del Cumbaza impide el correcto aprovechamiento sostenible de los recursos localizados en estos espacios geográficos.
- El comportamiento social más notorio de los pobladores de las Comunidades Nativas en estudio, hacia el desarrollo de actividades ecoturísticas en sus comunidades es la desconfianza, originada por la mala información el manejo de la misma.
- La idiosincrasia y la carencia a oportunidades educativas de las comunidades de la Sub Cuenca del Cumbaza son las principales variables que originan el desaprovechamiento y realización de actividades económicas viables y sostenibles.
- El desconocimiento del beneficio de desarrollar diferentes actividades económicas origina el interés de los pobladores en estudio a seguir realizando la agricultura.
- La mayoría de los pobladores tienen interés en desarrollar el turismo en su localidad, pero sin dejar de lado a la agricultura como actividad económica principal.

➤ **BARTRA, Cindy y Cindy, FLORES (2005, Tarapoto). “Propuesta de desarrollo del turismo vivencial”. Universidad Nacional de San Martín. Concluye:**

- Existe un potencial para el desarrollo del turismo vivencial en el Centro Poblado Comunidad Kechwa Wayku a partir de sus manifestaciones étnico – culturales que pueden enlazarse muy bien con el agroturismo y otras modalidades turísticas y constituye un factor para mejorar el nivel de vida del poblador utilizando sus propias capacidades.
- La riqueza de la cultura Kechwa Lamista del Wayku, se expresa como potencial en lo étnico: Hábitat, estructura social y el sistema ideológico, los cuales se entrelazan con manifestaciones culturales, folklore, cerámica y artesanía, música, comidas y bebidas típicas, danzas y fiestas, los cuales pueden ser puestos en el valor como productos turísticos a través del turismo vivencial.
- La experiencia de una familia del Wayku en albergar a turistas extranjeros demuestra la capacidad del poblador del Wayku que puede hacerse extensiva las demás familias que muestran su disposición para gestionar el turismo vivencia cuyo fortalecimiento se realizará a través de cursos talleres de capacitación.
- El actual nivel de vida de los pobladores Kechwa Lamista es factible a ser mejorado a través del turismo vivencial, que brinde la oportunidad de generar ingresos y crear empleos, pues es una actividad económica adicional y complementaria de actividades económicas tradicionales como la agricultura.
- Los procesos para la implementación del turismo vivencial se describen en la propuesta de un programa para tres días, que debe ser enriquecido en actividades turísticas en cuanto las familias alberguistas del Wayku ganen experiencia y se utilice la promoción y marketing, así como gestione inversión y financiamiento para su desarrollo.

➤ **CHANG, Erika y Ruth, TORRES (2005, Tarapoto), “Potencialidades del turismo en el Centro Poblado Comunidad Kechwa el Wayku del distrito de Lamas”. Universidad Nacional de San Martín. Concluye:**

- Existen fundamentos científicos y jurídicos que garantizan el desarrollo del turismo étnico sostenible en el Centro Poblado Comunidad Kechwa el Wayku del distrito de Lamas en su modalidad de turismo vivencial, como instrumento que coadyuve el nivel de vida de su población.
- La tendencia del turismo mundial se orienta al turismo de naturaleza, rural, ecoturismo, cultural, étnico, místico, etc. Que debe ser aprovechado en el mediano plazo. El crecimiento de esta actividad se puede utilizar como un mecanismo impulsor del desarrollo sostenible de la Región San Martín, particularmente para la provincia de Lamas, y el desarrollo de la economía local.
- La potencialidad del turismo étnico en el CPC Kechwa el Wayku se basa en el legado étnico proveniente de la familia lingüística Kechwa; cuyas expresiones se dan en el hábitat o ecosistema, su estructura social y en su sistema de creencias e ideología que requieren ser revalorizados como identidad cultural en términos de interculturalidad respecto a la parte mestiza de Lamas.
- El recurso turístico étnico del CPC Kechwa el Wayku, en tanto potencialidad, se evidenciara en su puesta en valor, uso y conservación como producto turístico, en las tendencias del potencial del mercado internacional e interno, así como en el potencial de su población, que necesita ser formada y capacitada en la filosofía del turismo sostenible y de gestión, para poder brindar un servicio de calidad y profesionalizado.
- La creación e implementación de un programa de desarrollo del turismo étnico en el CPC Kechwa el Wayku, posibilitará la viabilización de las estrategias planteadas con el propósito de mejorar el nivel de vida de la población y garantizar su auto sostenimiento.

2.2. Definiciones

➤ Estudio del Mercado Turístico

- **(VIGNALI, Federico 2009)**, en el estudio del mercado turístico se recolectan y analizan datos con objeto de proporcionar información a los gestores, empresarios e investigadores. De esta manera, ellos obtienen información sobre la población local, el turista el territorio y la oferta turística.
- **(Naresh Malhotra 2012)**, clasifica al estudio de mercado turístico como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluye que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado).
- **Kotler, P 2002** es un proceso que identifica y define las oportunidades y problemas del mercado, vigila y evalúa las acciones y el rendimiento del mercado y comunica a la gerencia los hallazgos y las implicaciones.

La investigación de mercados que puede utilizarse para explicar y predecir la demanda. En este caso se trata de obtener información primaria, esta información se utiliza para explicar y predecir la demanda. **(Mestres, 2000)**. Aunque este método de previsión puede proporcionar estimaciones acertadas de la demanda futura, tiene como principal inconveniente el que se basa en intenciones y estas no coinciden siempre con el comportamiento real, Es por ello que se realizara una investigación de mercado analizando la oferta y la demanda.



➤ **MERCADO TURÍSTICO**

- **(VIGNALI, Federico 2009)**, está constituido por todos los consumidores demandantes de la oferta turística. El tamaño del mercado turístico depende de la cantidad de consumidores existentes para una oferta determinada.
- Según **(J. Ramón Iglesias Tovar 2007)**, Si se ha definido el mercado turístico como el lugar donde confluyen la oferta y la demanda de servicios y actividades turísticas, la oferta es el conjunto de recursos, bienes y servicios que se encuentran ordenados y estructurados en el mercado de manera que estén disponibles para su utilización y consumo por parte de los clientes potenciales, la demanda es el conjunto de características tanto de turista como el mismo lugar o recurso. A continuación se detallan cada uno de ellos.

➤ **LA DEMANDA TURÍSTICA**

- **(Mathieson y Wall 1982)** El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual.
- **(Diccionario de Turismo y Hotelería 1993)** Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos, Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.
- **(Martínez, Roget y De Miguel, Domínguez 2000)** La demanda turística puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.
- **(Fernández González 2006)** Los turistas pagan por los servicios que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte,

actividades, visitas) y para sobrevivir (comer, dormir) en ambientes diferentes y extraños; pero ante todo, buscan experiencias y utilidades, y eso es lo que compran." En otras palabras, la demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, deseos y sueños del turista.

- **(Fernández, Martín 2006)** la demanda turística surge a partir de que las personas poseen tres condiciones esenciales mínimas: tiempo libre o disponibilidad para viajar; ingresos personales o fuentes financieras para los gastos de viaje; interés o necesidad de realizar un viaje
- **(J. Ramón Iglesias Tovar 2007)**, La demanda de un producto o servicio es la cantidad del mismo que desea y puede realmente adquirir un colectivo en condiciones determinadas, en el ámbito turístico, la demanda está compuesta, en sintonía con la definición que hace la OMT del fenómeno turístico, por todas aquellas personas que, de forma individual o colectiva, se desplazan fuera de su domicilio habitual por período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, la dimensión que ha adquirido el fenómeno turístico ha propiciado que, de cara al análisis y medición del mismo, se hayan establecido y estandarizado sistemas de medición y control imprescindibles, además, para comprender el comportamiento de los turistas y anticipar las tendencias de la oferta y la demanda. La OMT distingue, en sus estadísticas reconocidas y aceptadas por los organismos nacionales e internacionales, las siguientes categorías para medir a los viajeros que se desplazan, dentro de la demanda turística se debe conocer:

Características del turista: Se conocerán las características demográficas del turista.

- ✓ Lugar de procedencia: Conocer de dónde procede el turista.
- ✓ Sexo: Conocer si es hombre o mujer nuestro tipo de turista
- ✓ Edad: Se conocerán las edades del turista.
- ✓ Grado de instrucción: El grado académico que obtuvo en el transcurso de su vida.
- ✓ Ocupación: Se conocerá cuál es su ocupación
- ✓ Estado civil: se conocerá su condición civil.
- ✓ Nivel salarial: Conocer el ingreso salarial del turista

Características del viaje: Se conocerán las características y motivos para viajar y elegir un destino turístico.

- ✓ Razones por que decidió realizar el viaje: Motivos importantes al momento de elegir un destino turístico.
- ✓ Cuantas veces visito el lugar: Número de veces que visito el lugar.
- ✓ Planifico su viaje: Proceso de elección del viaje.
- ✓ Buscó información para realizar el viaje: elección para el proceso de búsqueda de información.
- ✓ Tipo de información buscada: Información importante en el proceso de búsqueda.
- ✓ Donde buscó la información: medios utilizados en el proceso de búsqueda de información.
- ✓ Con quién realiza este viaje: Grupo de viaje preferido para los viajes (solo, pareja, amigos, familia).

➤ LA OFERTA TURÍSTICA

- **(JIMENÉZ P. 1986)** Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje) y tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista.
- **(Bollón, Roberto 1997)** Está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se suministran mediante el sistema turístico.
- **(ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO 2001)** Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística, Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.
- **(MINCETUR 2004)** Es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos.
- **(CENTRO INTERAMERICANO DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA 2004)** La oferta turística está conformada por tres elementos: los atractivos, algunos devenidos en recursos (naturales, culturales, históricos y técnicos); las facilidades (compuestas de infraestructuras básicas y equipamientos específicos para los turistas); y las actividades relacionadas con los atractivos.
- **(Cabarcos, Noelia 2006)** Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios.
- Según (J. Ramón Iglesias Tovar 2007), La oferta turística está compuesta por varios factores que influyen y motivan a los turistas a tomar la decisión de viajar a un determinado destino entre ello tenemos.

- **LOS RECURSOS TURÍSTICOS**, en primer lugar, son los atractivos naturales, culturales, monumentales, históricos o de ocio que mueven al visitante a desplazarse hacia el destino turístico. Los recursos turísticos son, tradicionalmente, la principal razón para que el turista viaje a una zona determinada: difícilmente Granada atraería a millones de visitantes sin su mundialmente conocido monumento de la Alhambra, o las provincias costeras del Mediterráneo español serían masivos destinos receptores tradicionales si no contaran con tan excelentes playas. Sin embargo, ningún destino, por muy atractivos recursos que posea, tiene asegurada la llegada de visitantes si no realiza una adecuada gestión y comercialización de los mismos; en cualquier área del mundo se pueden encontrar ejemplos de zonas con indudables atractivos -naturales, culturales, históricos- para el turismo que no registran una gran afluencia de visitantes y otros con menos posibilidades teóricas que se convierten en destinos de éxito: los denominados recursos turísticos, por tanto, no son suficientes si no intervienen las empresas y administraciones para poner en valor los mismos.

- **LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**, cuya misión es ofrecer productos y servicios a los usuarios en el mercado turístico y obtener, con ello, una rentabilidad económica. Debido a la diversificación del fenómeno turístico, las empresas del sector ofrecen productos y servicios muy dispares: hay compañías que operan en el destino del visitante -alojamientos turísticos, agencias de viajes receptoras, empresas de servicios de ocio-, otras sirven al turista para desplazarse hacia el mismo -compañías de transporte- y otras son, incluso, el principal motivo y canal que utiliza el consumidor para elegir y adquirir el viaje, apoyadas en sus políticas de promoción y comercialización, como las agencias de viajes y algunos agentes tecnológicos, un hecho que avala la importancia de las empresas en el mercado turístico es que, en muchas ocasiones, son las propias compañías las que han conseguido crear y ofrecer productos y servicios sin necesidad de contar con recursos turísticos especialmente atractivos: a veces el

producto que ofrece la empresa es, en sí mismo, la causa del desplazamiento; es el caso, por ejemplo, de los cruceros, de algunos trenes turísticos, de muchos resorts vacacionales, de las denominadas ciudades de vacaciones, de los balnearios o de las casas rurales, tan de moda en España en los últimos años; en todos estos casos, el factor que mueve al turista a desplazarse no es un recurso o atractivo turístico tal y como se ha definido, sino que es la acción de las propias empresas la que ha generado el producto o servicio que se ha convertido en la verdadera causa del viaje, el destino turístico en sí mismo; este hecho habla por sí solo de la importancia de la labor de las empresas turísticas en el mercado.

- **LAS INFRAESTRUCTURAS GENERALES O DE SOPORTE, (J. Ramón Iglesias Tovar 2007),** La existencia de unos recursos turísticos y la acción de las empresas no serían suficientes, en muchos casos, para atraer un número importante de visitantes si el destino no contara con unas condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo y garantizar un nivel de vida y de servicios adecuado para la población y los turistas. La existencia de una moderna red de transportes que se adapte a las características de cada destino -aeropuertos, red de ferrocarriles, red de carreteras, puertos- y otros factores globales que no se deben olvidar por la influencia que ejercen en el turista a la hora de tomar la decisión de viajar - la seguridad, la sanidad, las telecomunicaciones, los servicios públicos- forman parte de estas infraestructuras globales que no son un atractivo en sí mismo pero sí una condición indispensable para que se desarrolle el fenómeno turístico.

Por tanto, la oferta turística está compuesta por una serie de elementos - recursos, empresas e infraestructuras de soporte- cuya combinación, junto a otros factores como la promoción y el marco legal que regula la actividad turística, debe propiciar unas condiciones adecuadas para que se desarrolle el fenómeno del turismo, Además, no se debe olvidar que, para cualquier destino, la llegada de visitantes supone la generación de unos ingresos que

no repercuten únicamente en las empresas turísticas sino que, debido al carácter multiplicador del fenómeno turístico, benefician también los intereses de otros sectores de la economía -la construcción, el comercio, la oferta de ocio complementaria o la restauración son claros ejemplos- y al desarrollo global de un territorio.

➤ **CIRCUITO TURISTICO:**

- Según Robert Boullón (1994), es el conjunto de diversas actividades que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo.
- Según Nélide Chan (2005), en un circuito se realizan actividades que permiten diversificar la oferta turística del lugar, mediante sus actividades económicas principales para la satisfacción de las expectativas de los turistas

➤ **DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS**

- Es el proceso de donde se desarrollara la elaboración del circuito turístico.

Se realiza en las siguientes etapas:

1 INVENTARIO TURISTICO

Se realiza un registro y estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. Un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente es un instrumento que debe de ser mejorado de

manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisiones en las múltiples instancias del que hacer turístico. Se divide en 2 partes:

✓ **Categorización**

Es ordenar y clasificar los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés turístico de los recursos turísticos del país, región o área determinada, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes. Proceso en el que se refiere a la recopilación información, ordenamiento y clasificación de los datos.

✓ **Clasificación de los Recursos Turísticos:**

- Sitios naturales.
- Manifestaciones culturales.
- Folklor.
- Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas
- Acontecimientos programados.

✓ **Jerarquización**

Es el procedimiento que consiste en medir el grado de importancia de los recursos turísticos inventariados, donde se debe tomar en cuenta los siguientes puntos:

Criterios de Jerarquización:

- **Calidad:** Estado de conservación: Es una breve observación de cómo se encuentra el recurso (muy bueno, bueno, regular y malo).
- **Situación de servicio:** Considerar la existencia y situación de los servicios dentro y fuera del recurso.

- **Accesibilidad**
- **Nivel de dificultad del corredor turístico:** Evaluación del estado actual de las vías que conducen al recurso
- **Señalización:** Existencia o no de señalización hacia y dentro del recurso.
- **Demanda Turística:** Medición de la afluencia de visitantes hacia el recurso. Instalaciones Turísticas
- **Adaptación turística:** Existencia y situación de infraestructura que facilite la actividad turística.
- **Servicios de apoyo:** Los servicios ubicados fuera del recurso; (centros de salud, centros de interpretación, bancos, telefonía, internet, etc.).
- Particularidades del recurso, características singulares que le diferencien de otros recursos.

✓ **Zonificación**

Es el proceso gráfico mediante el cual se efectúa la delimitación y selección de zonas y/o áreas turísticas, a partir de la información de los inventarios y el uso de información cartográfica (a través de un mapa vial). La técnica empleada para la zonificación es el mapeo, El proceso consta de 3 etapas:

- Disponer de un mapa vial de la zona de estudio y también el listado de los recursos turísticos consecuente del inventario turístico.
- Delimitar a través de la distancia, tiempo y centros de soporte de la comunidad de chirikyacu con los recursos turísticos.
- Una vez delimitada el territorio de la zona o área turística, se selecciona cuales resultan más importantes en cuanto a los lugares de interés.

2 PROGRAMACIÓN TURISTICA

Viene a ser la descripción de un programa donde se incluyen las excursiones, tarifas y fechas correspondientes a las actividades del viaje.

Etapas de la programación:

✓ Confección del programa

El programa debe consignar los centros base, todos los atractivos que se visitan o recorren, los servicios incluidos, los días y horas en que se desarrollará las actividades previas y toda otra información ofrecida al usuario de dicho programa.

✓ Cotización del programa

Armar un programa presupone la unión de distintos servicios, que para el turista se materializan en solo acto de compra y una sola prestación final. Sin embargo, en realidad se trata de poner en marcha un predeterminado de prestaciones sucesivas o simultáneas, a partir de un determinado momento.

✓ Redacción del programa

Es el detalle o explicación del programa. Existen distintas formas de prestación, que dependen del estilo propio de redactarlo.

Usualmente el contenido y redacción de la información suministrada al pasajero cubre los siguientes puntos:

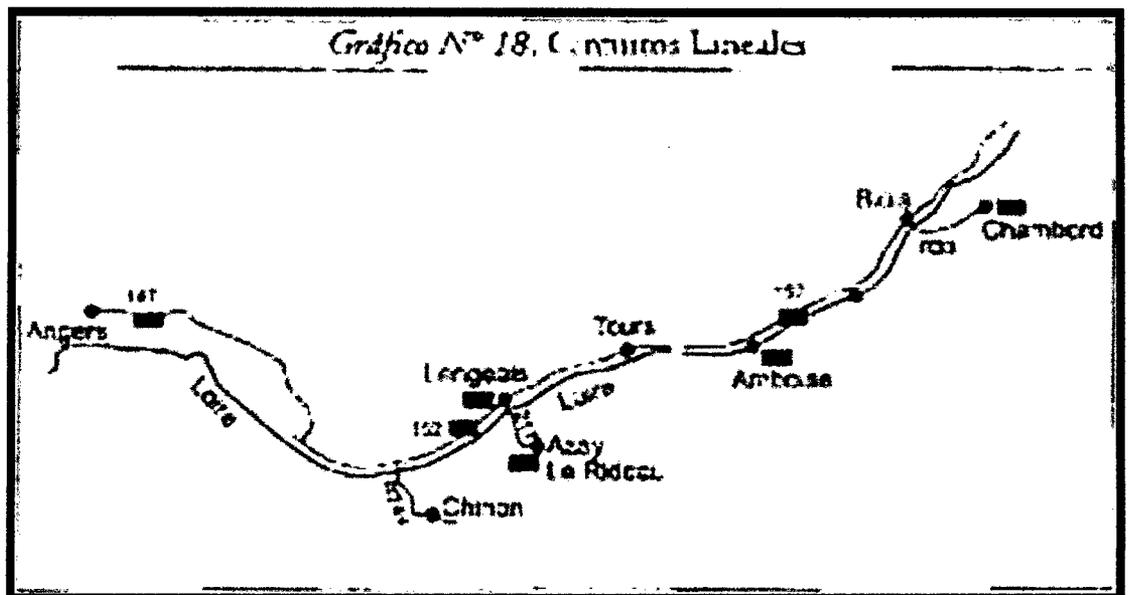
- Nombre o denominación del programa.
- Duración del programa: en días y noches.
- Fecha de salida
- Precio por persona.
- Los servicios que incluye el programa.
- Día que se presta cada servicio.
- Descripción de los lugares visitados.
- Información sobre el tiempo libre.
- Condiciones generales o contractuales del programa
-

➤ TIPOS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

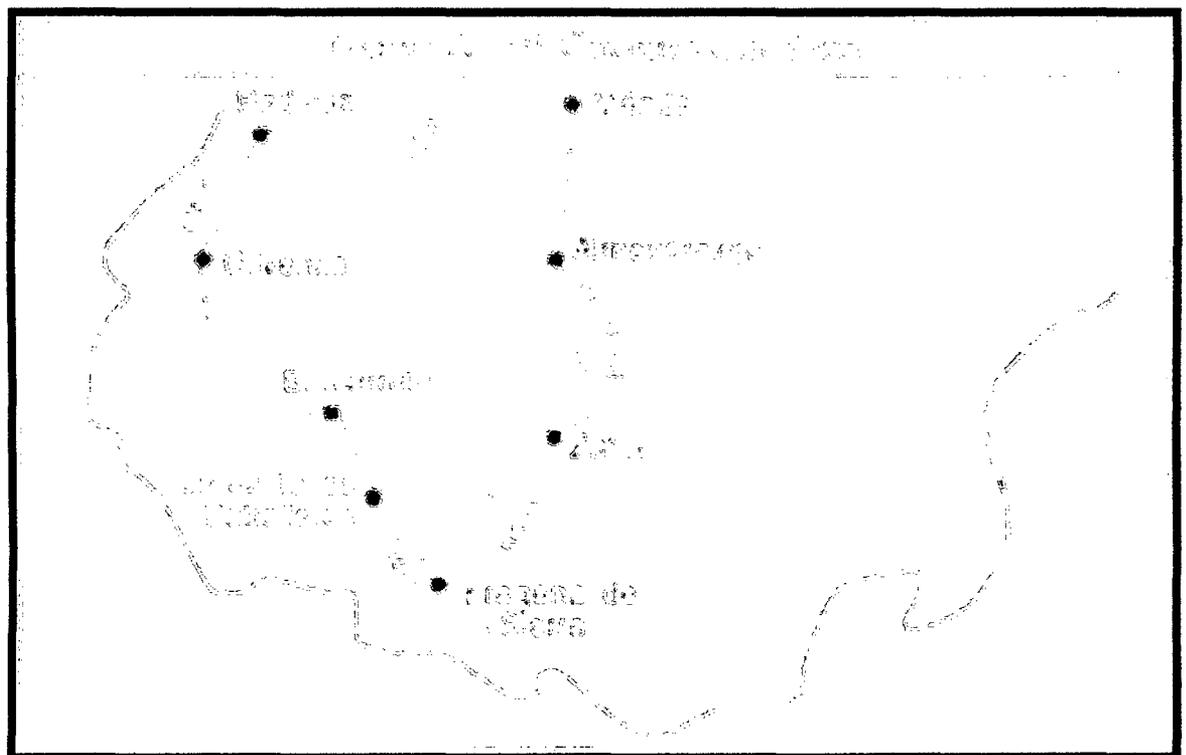
Por el espacio que abarcan, los circuitos pueden ser locales o regionales; por su temática pueden ser generales o temáticos y en función de su diagramación pueden ser lineales o circulares.

- **Los circuitos lineales:** son cuando su diagrama presenta un trazado rectilíneo. Pueden correr en forma paralela a algún accidente geográfico o a alguna carretera. Normalmente, este esquema es seguido por las rutas turísticas lineales. Como, por ejemplo, como se aprecia en el gráfico *la ruta de los castillos del Taire* en Francia, tiene un circuito que corre paralelo al río Loire y guarda una unidad temática.

Pero este tipo de circuito no siempre responde a un accidente geográfico, también puede plantearse tomando como base una calle en donde el punto de partida y punto de finalización del mismo no sean coincidentes, por ejemplo la visita a Florida en Buenos Aires dando su inicio en la Diagonal Norte y su finalización en Av. Santa Fe.



- **Los circuitos circulares o cerrados:** son aquellos donde el punto de inicio y de finalización de la ruta son los mismos y en cuyo recorrido no se repite la misma calle o camino. Pueden unir tramos de distintas carreteras. Como ejemplo podemos citar a la *Ruta de Extremadura - Tierra de Conquistadores* que tal como se aprecia en el gráfico conecta las localidades de Badajoz, Olivenza, Barcarroja, Jerez de los Caballeros, Frenegal de la Sierra, Zafra, Almendralejo, Mérida, Badajoz.



3 DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Desde el programa simple como puede ser una visita guiada a un museo, hasta los complejos paquetes temáticos o especializados brinda el armazón físico sobre el cual se van a ir incorporando servicios y actividades. El diseño de circuitos turísticos está compuesto por la “diagramación de circuitos turísticos” y la “programación turística”:

GENERALIDADES

Es la primera fase del diseño del circuito turístico, comenzando por realizar un resumen de tallado de que y por qué se realizará el circuito, para luego continuar con la implementación de objetivos, en donde se establece que es lo que se espera lograr con el circuito, una vez establecido los objetivos se comienza con el diagnóstico general del escenario en donde se diseñara el circuito.

✓ Diagramación de Circuitos Turísticos

Diagramar un circuito significa coordinar los elementos que lo van a conformar:

- El **espacio** o territorio a recorrer: puede ser **rural**, urbano o ambos.
- El patrimonio natural o cultural a visitar
- La temática a desarrollar
- Los servicios a prestar
- Las actividades a realizar

La diagramación presenta dos momentos:

Primero: La descripción del inventario turístico

Es un catálogo donde se describen los elementos identificados y clasificados mediante un conjunto de criterios y codificaciones que permiten un fácil ordenamiento. Entre los

métodos disponibles para su elaboración está el inventario de la OEA, la que clasifica a los atractivos en cinco categorías:

- Sitios naturales
- Museos y manifestaciones culturales
- Folklore
- Realizaciones técnicas, científicas, artísticas contemporáneas
- Acontecimientos programados

Cada categoría se compone de tipos y subtipos que ayudan al momento de codificar los elementos. El sistema presenta una red de 31 tipos y 83 subtipos, tal como se muestra en el cuadro.

Segundo: Enunciación del circuito.

A partir de la información del inventario turístico se procede a la selección de aquellos elementos que presenten los mayores niveles de atraktividad, significancia y pertinencia con la temática del circuito, se los marca en un plano para observar su accesibilidad y el grado de comunicación entre ellos y por último se redacta el circuito marcando los atractivos centrales, las calles o rutas de enlace y la distancia parcial entre elementos medida en metros, kilómetros o en tiempo.

Al enunciar el circuito, se deberán tener en cuenta las mismas consideraciones que al diseñar una excursión pero se deberá atender con mayor cuidado lo concerniente a la accesibilidad y a la selección de centros bases.

La accesibilidad

Se evalúan las rutas de acceso a los centros y atractivos, su estado de conservación, tipo, paradores, nivel de urbanización circundante, etc. Evaluar las rutas significa considerar todas las alternativas que ofrece la zona. Luego se determinan las

distancias parciales entre centros, medidas en kilómetros y en tiempos, a fin de obtener un cuadro de situación completo.

Selección de centros base

El centro base es la localidad o ciudad que posee el nivel adecuado de servicios para efectuar los pernóctes indicados en el programa.

Además de establecer el nivel de los servicios en cuanto a calidad, cantidad y nivel tarifario, deben tenerse en cuenta las siguientes condiciones:

Que sean los centros con mayor movimiento urbano de la zona. A menos que la temática del programa exprese lo contrario.

Que tengan posibilidades de realizar actividades recreativas y de esparcimiento.

Que se encuentren equidistantes de los otros centros considerados.

4 PROGRAMACION TURISTICA

La programación turística es una tarea de ensamblaje de distintos servicios que para el pasajero se materializan en un solo acto de compra y una sola prestación final. Sin embargo, en realidad se trata de poner en marcha un número predeterminado de prestaciones sucesivas o simultáneas, a partir de un determinado momento. La iniciación del viaje pone en funcionamiento una maquinada donde cada servicio es una parte.

En la programación se elabora inicialmente a partir de la confección del itinerario para luego cotizar el programa y redactar el programa resultado, que en si es el producto final del diseño de circuitos turísticos para su comercialización.

✓ **Confección del Itinerario**

La diagramación del circuito turístico es la base o estructura para la confección de un itinerario. El itinerario debe consignar los centros base, todos los atractivos que se visitan o recorren en el programa, los servicios incluidos, los días y horas en que se desarrollarán las actividades previstas y toda otra información sobre lo ofrecido al usuario en dicho programa. Por ello, se sintetiza que el IT (itinerario) es el detalle del programa efectuado a partir de la diagramación del circuito turístico.

Estructuración del itinerario: Es en esa fase donde se otorga un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios, actividades y visitas a atractivos puntuales. Se determinarán los tiempos otorgados para los tramos en ruta, visitas y excursiones, paradas técnicas y tiempo libre diario.

❖ **Tiempos en ruta:** Se toma la velocidad media constante del vehículo y se lo relaciona con la distancia entre dos puntos dada en kilómetros o millas, según el país. A pesar de la diferencia y variedad de los diferentes tipos de vehículos, en nuestro país podemos tomar como base:

- Carreteras de llanura pavimentada: Entre 80 y 100 km/h.
- Carreteras de llanura no pavimentada o accidentadas: Entre 60 y 80 km/h.
- Rutas de montaña o muy difíciles: Entre 40 y 60 km/h.

En cada tramo (entendido como el recorrido entre dos centros de pernocte) se considera como duración máxima aceptable 8 horas de

marcha, salvo que la geografía de la zona justifique tramos más extensos.

- ❖ **Tiempo de visitas:** Dependerán del tipo de visita de que se trate. Si se incluyen visitas a elementos aislados de tipo urbano, tanto en espacios cerrados como abiertos, se considera una duración aproximada de 30 a 45 minutos como máximo. Si es una visita a un elemento aislado de tipo rural, como un parque nacional por ejemplo, la duración podrá extenderse a 60 minutos.
Si se trata de una visita a una localidad o parte de la misma su duración será de 2 a 3 horas de acuerdo a la envergadura de la misma y según se realice con movilidad o a pie. Si se trata de excursiones de día entero la duración no excederá las 7 horas incluyendo el viaje de ida y regreso al centro base.
- ❖ **Tiempo libre:** Es el período de tiempo diario no comprometido en el consumo de actividades preestablecidas en el plan. Si bien no hay un criterio único, es conveniente calcular un medio día libre cada 2 o 3 días completos.
- ❖ **Paradas técnicas:** Se las emplea como una forma de cortar el trayecto de marcha. Es el período de detención cuya duración varía entre 30 y 90 minutos de acuerdo con los servicios que se consuman en ese lapso.
- ❖ **Fijación de horarios:** Una vez conocida la duración de la prestación de cada servicio y las actividades incluidas en el programa, se pueden fijar los horarios tentativos para su operación. Se deben tomar parámetros amplios

como la mañana, tarde o noche, que se ajustarán a lo largo de la tarea programadora.

❖ **Redacción del itinerario:** En esta fase se detalla el programa día por día sintetizando toda la información necesaria para el armado del paquete. Su redacción deberá ser concreta y precisa, y deberá utilizar una forma de fácil interpretación que indique:

- Día en que se presta cada servicio
- La localidad donde se presta el servicio
- Detalle de cada servicio incluido

✓ **Cotización de los programas**

En esta fase se fija el costo final del producto. El presupuesto se puede calcular a partir de cada salida o de lo contrario se puede tomar como unidad de cálculo el total de salidas de la temporada. En ambos casos se cotizará por programa, teniendo en cuenta los siguientes factores:

A continuación, y a modo de ejemplo, describiremos cómo se confecciona un presupuesto sobre la base de una salida. Los rubros a tener en cuenta son:

Transporte: Se incluye el transporte de aproximación ya sea línea regular o chárter y los traslados o transfer en destino. Si el medio es fletado o chárter, la tarifa pasada está dada por la unidad, de modo que se la debe prorratear por la cantidad de pasajeros o grupo base.

Alojamiento: Se incluyen las tarifas pasadas por los alojamientos de cada centro base. Las mismas pueden estar

dadas por persona o habitación y deben ser netas. A fin de facilitar la interpretación del presupuesto se consideran tarifas netas y por persona.

Comida: También llamada restauración o suplemento se refiere a las tarifas de cada comida incluidas, las que normalmente son netas y están dadas por persona.

Guías/Tour Conductor: Se incluye la tarifa que se abona a los guías o coordinadores, considerada por día de trabajo, en relación al grupo base.

Excursiones: Se incluyen los programas locales contratados a terceros en los destinos. Las tarifas pueden ser netas o comisionables y generalmente se pasan por persona.

Varios o extras: Abarcan todos los servicios incluidos en el programa que no pertenecen a los rubros mencionados, como por ejemplo: entradas a museos, alquiler de equipos deportivos, gastos administrativos, etc.

El beneficio deseado. Es el porcentaje de ganancia real que se espera obtener por producto y que se carga sobre el costo total por persona.

El precio de venta: es el resultado de la suma del costo más el margen de ganancia (mark up).

El precio Todo precio, sea de un bien o un servicio, es el reflejo del valor de intercambio del mismo con otros productos. Dicho de otra forma, es el valor de un producto expresado en términos monetarios en comparación con otros productos.

✓ **Fijación del precio en función del mercado de demanda**

Para utilizar este método es menester analizar tres elementos fundamentales:

- El posicionamiento del bien en el nicho estratégico correspondiente
- La relación calidad - precio del producto en el mercado
- La elasticidad de la demanda

Nichos estratégicos: Se debe partir del análisis de la cartera de productos de la firma, más conocida como portfolio, a fin de tener un cabal conocimiento del rol que cumple el producto en la oferta total. El objetivo del método consiste en observar el posicionamiento de un producto o línea de productos. Este se determina en función de los nichos estratégicos definidos previamente. Deben darse las siguientes condiciones:

- Tiene que tratarse de un conjunto de productos distinguibles unos de otros.
- Debe explicitarse la decisión de competir con los productos de otras empresas.
- Estar identificado el segmento o segmentos de compradores, quienes deben ser definidos en función de su comportamiento de compra.
- Las tasas de crecimiento de cada segmento deben ser comparables.

Cabe destacar la importancia de verificar en cada nicho estratégico el rol o comportamiento del precio en función del posicionamiento global de la oferta.

✓ **Fijación del precio en función de la competencia**

Mediante este método, se parte del precio de venta al que se quiere llegar o al que permite el mercado y se deduce el costo del futuro producto. Los costos de elaboración deben adaptarse sin reducir la calidad. Es importante destacar que esta metodología es inversa, dado que se parte ciertamente del resultado de la

ecuación tradicional. Por ejemplo, si se establece un precio de \$ 80, de los cuáles \$ 20 son utilidad, el precio de costo no deberá pasar de 5 60.

Para aplicar este sistema es necesario conocer exactamente la estructura de costos de la empresa.

✓ **La fijación del precio en función del costo**

La definición clásica nos dice que:

Precio de venta - precio de costo + margen de ganancia

La aplicación de este método presupone el conocimiento exacto de la relación entre el precio unitario y la parte del mercado realizable, es decir el funcionamiento de la curva de elasticidad de la demanda. El método incluye el análisis de diferentes índices, como la rentabilidad y el punto de equilibrio, entre otros.

EL PROGRAMA RESULTADO

Es el detalle o explicación del programa. Existen distintas formas de presentación, que dependen del estilo propio de cada operadora.

- ✓ Nombre o denominación del programa.
- ✓ Duración del programa; En días y en noches.
- ✓ Fecha de salida.
- ✓ Precio por persona: La parte terrestre incluye los servicios que consume el pasajero desde que arriba al primer destino hasta el momento de regreso a su domicilio habitual. La parte aérea es la tarifa de aproximación al destino.
- ✓ Los servicios que incluye el programa.
- ✓ Día en que se presta cada servicio.
- ✓ Las localidades o ciudades visitadas.
- ✓ Descripción de los lugares y atractivos visitados

- ✓ Información sobre las actividades inducidas en el programa.
- ✓ Información sobre el tiempo libre.
- ✓ Condiciones generales o contractuales del programa.

2.3. Problema

¿Cómo está el mercado turístico y cómo deberán ser los diseños de los circuitos turísticos en el distrito de San Carlos, en el año 2014?

2.4. Justificación

➤ Justificación Teórica:

La presente investigación se centra en el enfoque de estudio del mercado turístico según (J. Ramón Iglesias Tovar 2007), quien menciona el cómo analizar tanto la oferta y demanda turística y CHAN, Nelida (2005), quien define el proceso para el diseño de circuitos turísticos.

➤ Justificación Metodológica:

El método de investigación consiste en realizar un diagnóstico de los resultados obtenidos, a través de distintas técnicas e instrumentos conocidas científicamente como Entrevista personal, encuestas, observación directa y fichajes.

➤ Justificación Práctica:

La investigación permite que en el distrito de San Carlos se pueda obtener información de suma importancia, que a través de ella se podrá mejorar y crear circuitos turísticos en zonas altamente potenciales para el turismo. Con la finalidad de incrementar la demanda turística, obteniendo como resultado una economía sostenible, generando empleo a pobladores de zona.

➤ Justificación Académica:

Es requisito indispensable presentar un trabajo de investigación, que ayude a resolver ciertos problemas empresariales, para así poder obtener el Título de Licenciado de Turismo y Administración, asimismo sirva como material

de estudio o consulta para próximas investigaciones similares o relacionadas al presente trabajo.

2.5. Hipótesis

El mercado turístico es favorable, y mediante la metodología de CHAN, Nelida (2005) se podrá diseñar los circuitos turísticos en el distrito de San Carlos, en el año 2014.

2.6. Objetivos

2.6.3 Objetivo General

Analizar las características del mercado turístico y diseñar circuitos turísticos en el distrito de San Carlos 2014.

2.6.4 Objetivos Específicos

- Examinar la demanda turística para la implementación de un circuito turístico en el distrito de San Carlos 2014.
- Analizar la oferta turística para la implementación de un circuito turístico en el Distrito de San Carlos 2014.
- Diseñar circuitos turísticos en el Distrito de San Carlos 2014.
- Validar la propuesta del circuito Turístico.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIONES	INDICADORES
ESTUDIO DEL MERCADO TURISTICO (Variable Independiente)	(J. Ramón Iglesias Tovar 2007), Es recolectar y analizar datos con el objeto de proporcionar información a los gestores, empresarios e investigadores. De esta manera, ellos obtienen información sobre la población local, el turista el territorio y la oferta turística.	Los datos que se obtendrán serán información relacionada sobre todo con las formas y estilos de vida de la demanda turística; así como también conocimiento de las condiciones de la oferta turística.	Demanda Turística	Características del Turista	Lugar de procedencia
					Sexo
					Edad
					Grado de instrucción
					Ocupación
					Estado civil
				Nivel salarial	
				Características del viaje	Razones por que decidió realizar el viaje.
					Número de visitas
					Planificación de viaje
			Busco información para realizar el viaje.		
			Oferta Turística	Tipo de información buscada	
				Donde busco la información	
				Con quien realiza este viaje	
				Recursos Turístico	Naturales
Culturales					
Ocio					
Empresas Turísticas	Transportes				
	Alojamiento Comida				
Infraestructura de Soporte	Seguridad				
	Sanidad				

DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS (Variable dependiente)	CHAN, Nelida (2005) Es la base para la producción de circuitos turísticos zonas o áreas turísticas, en la cual se van incorporando el patrimonio natural y cultural, los servicios y actividades turísticas.	Mediante el nivel de propuesta y nivel diagnóstico, utilizando el inventario turístico, el mapeo de lugares prioritarios y la programación turística.	Generalidades	Introducción
				Objetivos
				Diagnostico
			Diagramación	Enunciación
				Inventario Turístico
			Programación	Itinerario
				Cotización
				Redacción

3.2. Metodología

El método a utilizar es de tipo **deductivo**, ya que se analiza las características del mercado turístico y se diseña un circuito turístico en el distrito de San Carlos, todo ello, por medio de instrumentos científicos de investigación como encuestas y entrevistas, a su vez se analizan todos los datos obtenidos y finalmente se trabajará con estos análisis para poder dar solución a la problemática planteada.

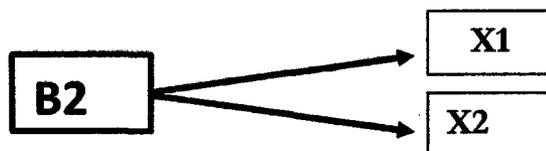
3.3. Tipo de Estudio

El estudio de investigación es **Descriptiva**; porque tiene como objetivo indagar cada variable de estudio tal como se presenta en su contexto natural.

3.4. Diseño

- El diseño de investigación es **no experimental, transaccional, descriptivo**, porque se ha medido y recogido información de manera independiente sobre las variables: Estudio de Mercado y Diseño de Circuitos Turísticos.
- En este contexto, el diseño es de una sola casilla debido a que se utiliza un solo grupo con el objeto de observar y describir las características de las variables en estudio. Gráficamente se representa de la siguiente manera:

DIAGRAMA:



- B2: Distrito de San Carlos.
- X₁: Estudio de Mercado
- X₂: Diseño de Circuitos Turísticos

La presente investigación se enmarca en un estudio de campo no experimental, según Sabino, C. (1987:116) los diseños de investigación de campo no experimental *“es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o las condiciones”*. Por consiguiente el estudio busca proponer soluciones a un problema detectado en el Distrito de San Carlos, donde se requiere de un mecanismo para la Articulación de sus actividades económicas al diseño de circuitos turísticos, asimismo la Upel (2005: 5), define que la investigación de campo no experimental *“es un análisis sistemático de problemas en la realidad con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia”*

3.5. Población, Muestra y Muestreo

3.5.1. Población.

La población está constituida por la sumatoria total de los turistas que visitaron el distrito de San Carlos provincia de Bongara en el periodo 2014, los cuales ascienden a un total de 200 turistas, dichos datos se extrajo de la oficina de información de la municipalidad de San Carlos.

3.5.2. Muestra

Para determinar la muestra se resuelve la siguiente formula.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 p * q}$$

q = riesgo o nivel de significación (1-p) = 0.50.

z = nivel de confianza = 1.96=95%.

p = Probabilidad = 0.50 = 50%.

e = error permitido.= 5%

N = 200

Z = 95% = 1.96

P = 0.5

Q = (1-p) = 0.5

E2 = 0.05

$$n = \frac{1.96 * 0.5 * 0.5 * 200}{0.052 (200-1) + 1.96 * 0.5*0.5} = 90$$

N = 90

3.5.3. Muestreo

Se encuestaran a noventa turistas mediante el método no probabilístico, ya que dependerá enteramente del criterio del investigador, sin embargo a continuación se muestran algunos criterios a tener en cuenta.

Criterios de Inclusión:

- Turistas nacionales y locales que visitan el distrito de San Carlos y que tengan pre disposición de contestar las preguntas a manera objetiva.

3.5.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

TECNICA	INSTRUMENTO	ALCANCE	FUENTES O INFORMANTES
FICHAJE	Fichas textuales	Marco Teórico	Libros especializados, tesis, documentos de trabajo, artículos, manuales, guías metodológicas
OBSERVACION DIRECTA	Guía de Observación Experimental	Se tendrá en cuenta el lenguaje corporal y los gestos faciales del entrevistado.	Personas encuestadas
ENCUESTA	Cuestionario	Se realizara a través de un cuestionario estructurado y elaborado en base a instrumentos validados para la identificación de este caso, destinado a la obtención de respuestas sobre el problema en estudio.	Dirigido hacia Turistas

3.5.5. Método de Análisis de datos**➤ Análisis descriptivo**

Promedio. Medidas descriptivas innatas a la muestra que sirve para describir la situación de cada grupo antes y después de la aplicación del programa. Además, para hacer el análisis comparativo de significancia estadística entre los promedios de los grupos.

- ✓ **Gráficos de barras.** Se utiliza con la finalidad de visualizar los resultados en cantidades de porcentajes

- ✓ **El análisis documental:** nos permite inventariar los documentos existentes y disponibles; clasificar los documentos identificados más pertinentes para los propósitos de la investigación; leer en profundidad el contenido de los documentos seleccionados, para recopilar elementos de análisis.

IV. RESULTADOS

4.1. ANALISIS DE LA DEMANDA TURISTICA

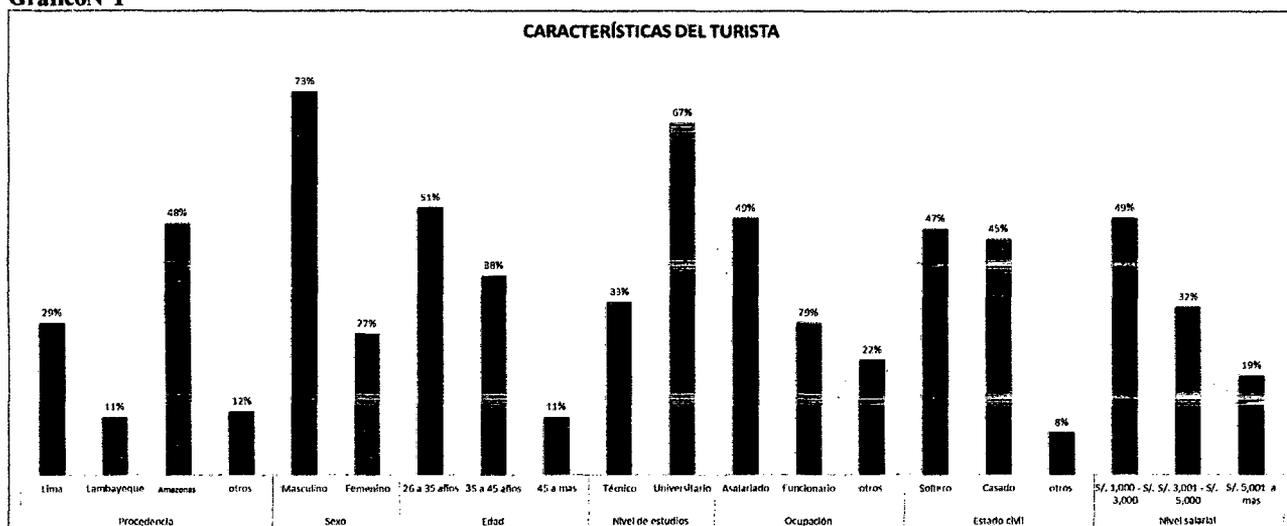
Para dar solución a este objetivo se formuló y desarrollo una encuesta a noventa turistas (90), dicha encuesta estuvo sostenida en siete preguntas enfocadas a resolver la sub dimensión, es preciso aclarar que al análisis se enmarca en el gráfico N°1 Y 2 el cual contiene el conglomerado de la información más relevante, que a su vez especifica la característica detallada del turista y del viaje, finalmente se conoce el análisis general de la demanda, enmarcado en la Tabla N° 3.

Tabla N° 1 “Características del Turista”

Procedencia	Lima	29%	100%
	Lambayeque	11%	
	Amazonas	48%	
	otros	12%	
Sexo	Masculino	73%	100%
	Femenino	27%	
Edad	26 a 35 años	51%	100%
	35 a 45 años	38%	
	45 a mas	11%	
Nivel de estudios	Técnico	33%	100%
	Universitario	67%	
Ocupación	Asalariado	49%	100%
	Funcionario	29%	
	otros	22%	
Estado civil	Soltero	47%	100%
	Casado	45%	
	otros	8%	
Nivel salarial	S/. 1,000 - S/. 3,000	49%	100%
	S/. 3,001 - S/. 5,000	32%	
	S/. 5,001 a mas	19%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N°1



Fuente: elaboración Propia.

Tanto en la tabla y Gráfico N° 1 se puede observar la característica detallada del turista, que visitaría o visita al Distrito de San Carlos. Es en ese sentido que en su mayoría son personas procedentes de la región de Amazonas seguidos por Lima y Lambayeque respectivamente, en su mayoría del sexo masculino, en una edad promedio que oscila desde los 26 hasta los 45 años de edad, con un nivel de educación universitaria, en su mayoría asalariado y

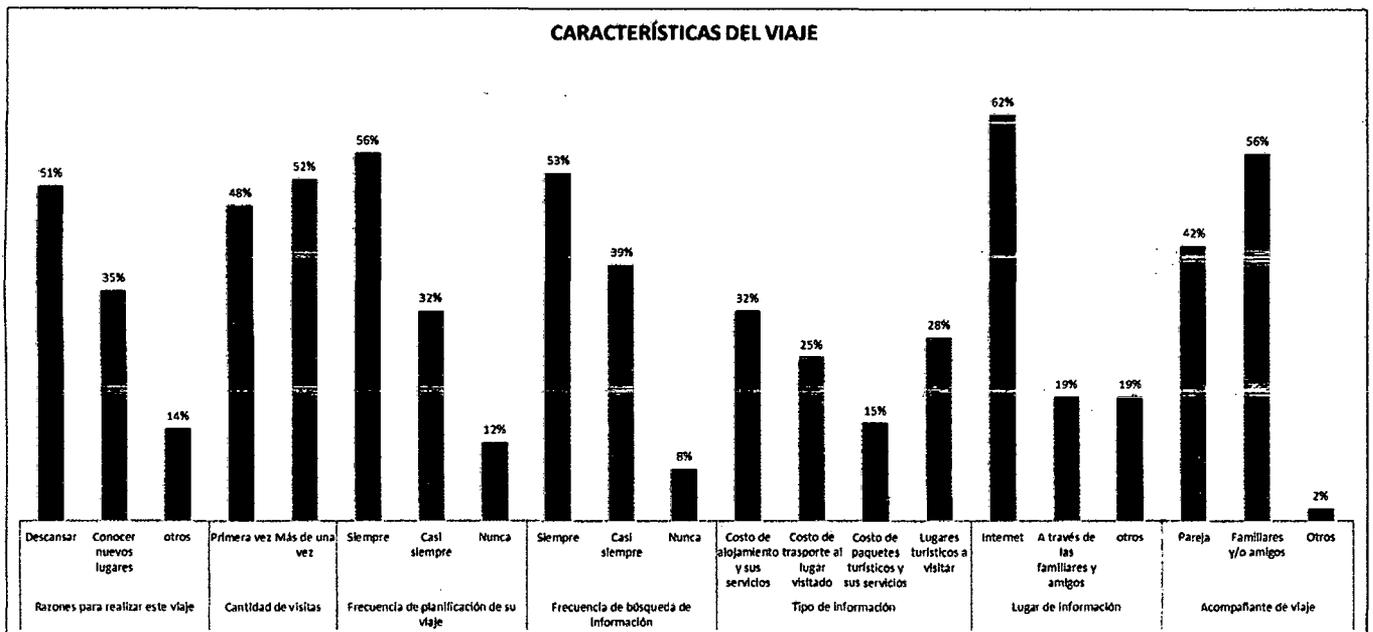
funcionarios, distribuidos equitativamente entre solteros y casados, obedeciendo este resultado a la frecuencia de edades, con unos ingresos mensuales que oscilan desde los 1,000 hasta 5,000 nuevos soles, es en ese sentido que se puede deducir que este perfil o característica de turista es muy atractivo ya que se encuentran enmarcados en el grupo de las personas que hacen turismo consecutivamente y sirven de referencia a otras personas de su círculo social, por todo ello se puede deducir que el mercado turístico en base a su componente características del turista que visita el Distrito de San Carlos es **FAVORABLE**.

Tabla N°2 “Características del Viaje”

Razones para realizar este viaje	Descansar	51%	100%
	Conocer nuevos lugares	35%	
	Otros	14%	
Cantidad de visitas	Primera vez	48%	100%
	Más de una vez	52%	
Frecuencia de planificación de su viaje	Siempre	56%	100%
	Casi siempre	32%	
	Nunca	12%	
Frecuencia de búsqueda de información	Siempre	53%	100%
	Casi siempre	39%	
	Nunca	8%	
Tipo de información	Costo de alojamiento y sus servicios	32%	100%
	Costo de transporte al lugar visitado	25%	
	Costo de paquetes turísticos y sus servicios	15%	
	Lugares turísticos a visitar	28%	
Lugar de información	Internet	62%	100%
	A través de las familiares y amigos	19%	
	Otros	19%	
Acompañante de viaje	Pareja	42%	100%
	Familiares y/o amigos	56%	
	Otros	2%	

Fuente: elaboración Propia.

Gráfico N° 2



Fuente: elaboración Propia.

En la tabla y gráfico N° 2 se puede apreciar las características del viaje que realizan los turistas que visitan o visitarían el Distrito de San Carlos, en tal sentido las características del viaje encajan en una esfera en donde el turista

realiza el viaje a la comunidad nativa por descanso o por la intención de conocer nuevos lugares, es importante mencionar que 48% de turistas visitan el distrito por primera vez y el 52% ya lo visitaron anteriormente, en su mayoría los encuestados contestaron que su viaje al distrito fue planificado con un periodo de tiempo adecuado, así mismo los turistas cuentan con un alto habito de buscar información sobre los lugares que pretenden visitar, en su mayoría les importa el factor económico, es decir el cuanto les costaría ir a visitar la comunidad, es importante mencionar que en su mayoría los turistas obtienen esta información por medio de internet, amigos y familiares que ya visitaron una comunidad nativa, existe un 56% que afirma que este viaje lo realiza con sus amigos y un 42% con su paraje, por todo lo mencionado se puede concluir que el mercado turístico en base a su componente características del viaje al distrito de San Carlos es **FAVORABLE**.

TABLA N° 3 “ANÁLISIS DE LA DEMANDA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO”

	CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA			CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE	
	Favorable	Desfavorable		Favorable	Desfavorable
Procedencia	x		Razones para realizar este viaje	X	
Sexo	x		Cantidad de visitas	X	
Edad	x		Frecuencia de planificación de su viaje	X	
Nivel de estudios	x		Frecuencia de búsqueda de información	X	
Ocupación	x		Tipo de información	X	
Estado civil	x		Lugar de información	X	
Nivel salarial	x		Acompañante de viaje	X	

Fuente: elaboración propia

En el siguiente cuadro se puede observar que todos los indicadores de la demanda muestran resultados favorables para la implementación de un circuito turístico esto se debe a que el perfil del turista que visita al distrito de San Carlos en su mayoría proviene de Amazonas , lo cual es un buen atribuido ya que por ser de la zona existe mayor probabilidad de retorno a corto tiempo y una mayor consolidación en el mercado ya que su promoción boca a boca sería más efectivas, de igual forma se puede observar que la edad promedio del visitante es de hombres y mujeres de 26 y 45 años, los cuales son personas relativamente jóvenes que fácilmente pudieran realizar las caminatas sin mayor problema, en cuanto a si nivel de

educación se puede observar que ya son personas que cuentan con un grado de educación adecuada para comunicar de manera crítica y analítica el circuito, en cuanto a sus estado civil tanto los solteros como casados muestran la estabilidad emocional y de experiencias en visitar el circuito ya que en su mayoría los solteros van con sus amigos, o parejas “enamoradas”, esto hace que las experiencias se centre en momentos emotivos , en cuanto al nivel salarial se pudo observar que son personas que muy bien pudieran dar un adecuado desarrollo sostenible económico para el distrito, todos estos resultados se relacionan de manera directa y favorable en los indicadores de la segunda dimensión comenzando por las razones para realizar el viaje, ya que las parejas y esposos desean ir a descansar o a conocer nuevos lugares, así mismo en cuanto a la cantidad de visitas se pudo observar que la cantidad de retorno es favorable, porque significa que más del 50% de los que visitaron alguna vez tienden a volver, en cuanto a la planificación del viaje, es favorable por que al momento de diseñar los circuitos los potenciales clientes encontraran información ordenada, que maximice su de deseo de visitar la comunidad, es por todas estas razones antes expuestas que se puede concluir que la **Demanda Turística para la implementación de un circuito turístico en el distrito de San Carlos es favorable.**

4.2. ANALISIS DE LA OFERTA TURISTICA

Para dar solución a este objetivo se formuló y desarrollo una encuesta a noventa turistas (90), es preciso aclarar que para un efectivo análisis se formula la tabla y gráfico N° 4,5 Y 6, los cuales enmarca la información más relevante, de la dimensión resuelta finalmente se conoce el análisis general de la Oferta, enmarcado en la Tabla N° 7., así mismo vale mencionar que todos los resultados de cada indicador están en base a un promedio de todas las respuestas, ya que la pregunta se orientó a que el turista marque todos los lugares que ha visitado y servicios que ha visto o recibido, durante su estadía en San Carlos.

Tabla N°4 “Recursos Turísticos”

Naturales	Catarata Chinata	73%	100%
	Mirador de San Carlo	27%	
Cultural históricos	Iglesia Matriz	100%	100%
Ocio Complementarios	Gastronomía	63%	100%
	Folklore	37%	

Fuente: elaboración propia

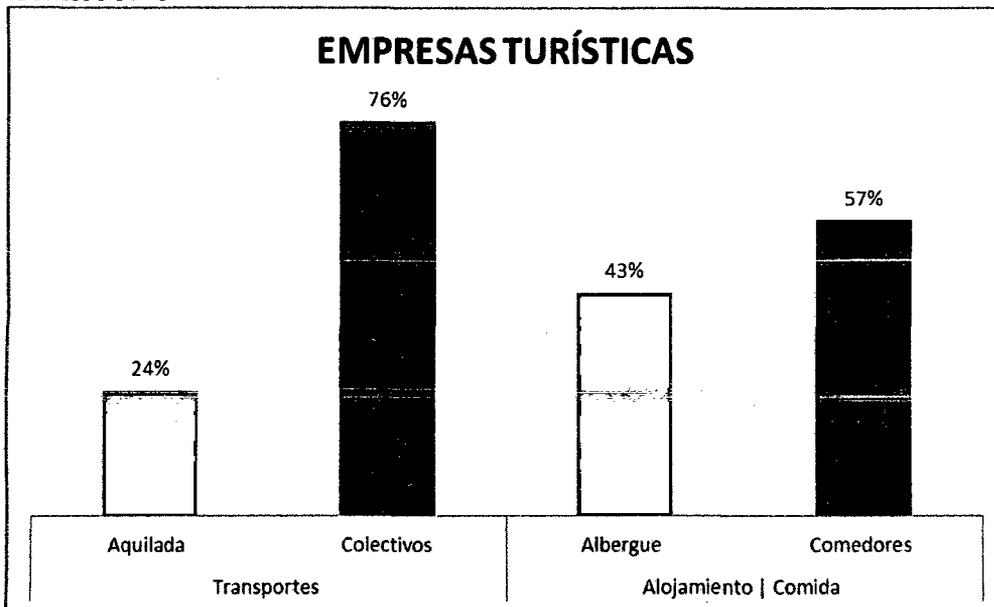
En la tabla N° 4 se puede observar que en el Distrito de San Carlos provincia de Bongara año 2014, cuenta con diversos recursos turísticos, tanto naturales, culturales y también cuenta con servicios complementarios, lo cual hace que la oferta de esta comunidad sea atractiva para la implementación de diversos proyectos, vale recalcar que los distintos recursos turísticos identificados están en base a la percepción del turista, por todo ello se puede concluir que la oferta turística bajo un enfoque de recursos turísticos es **FAVORABLE**.

Tabla N° 5 “Empresas Turísticas”

Transportes	Alquilada	24%	100%
	Colectivos	76%	
Alojamiento Comida	Albergue	43%	100%
	Comedores	57%	

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 5



Fuente: elaboración propia

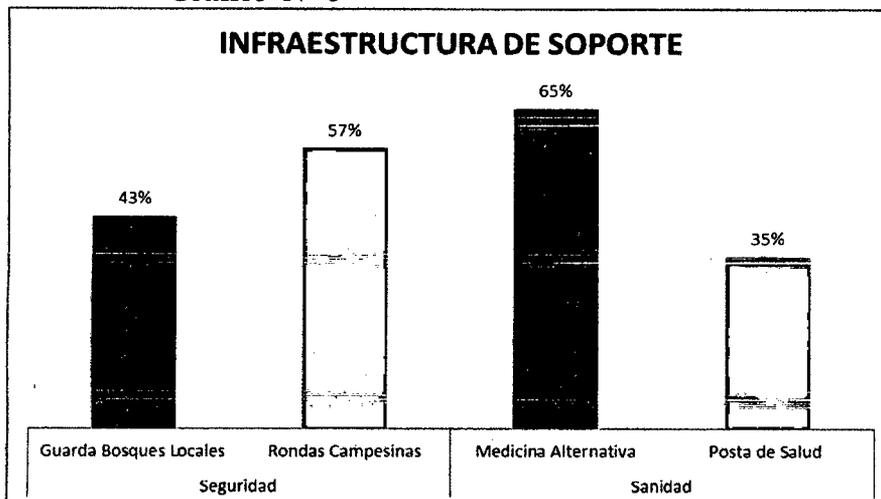
En la Tabla y Gráfico N° 5 se puede observar que el distrito de San Carlos de la Provincia de Bongara año 2014, cuenta con empresas que se dedican a brindar el servicio de transporte alojamiento y alimentación, por parte del servicio de alojamiento existe un Albergue , que los turistas pueden pernotar en él, o realizar camping en la comunidad nativa, en cuanto a la alimentación, el mismo albergue mencionado brinda este servicio, si bien es cierto aún no existe una calidad y variedad de empresas que brinden los servicios, los turistas encuestados si se sienten atendidos de manera cordial por la comunidad, es por eso se puede concluir que la oferta turística bajo un enfoque de empresas turísticas es **FAVORABLE**.

Tabla N° 6 “Infraestructura de Soporte”

Seguridad	Guarda Bosques Locales	43%	100%
	Rondas Campesinas	57%	
Sanidad	Medicina Alternativa	65%	100%
	Posta de Salud	35%	

Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 6



Fuente: elaboración propia

En la Tabla y Gráfico N° 6 se puede observar que el Distrito de San Carlos Provincia de Bongara año 2014, cuenta con infraestructura de soporte, ya que los turistas mencionaron que durante su estadía si sintieron la sensación de seguridad por parte de los guardabosques existentes y las rondas campesinas, así mismo comentaron que la comunidad cuenta con establecimientos que podrían prestar ayuda sanitaria básica o por el contrario atención con medicina alternativa por parte del señor Rosendo Sangama y Esposa, reconocidos curanderos que conocen las propiedades curativas de las plantas. Todo ello ayuda a concluir que la oferta turística bajo un enfoque de infraestructura de soporte es **FAVORABLE**.

Tabla N° 7 “ANÁLISIS DE LA OFERTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO”

ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CIRCUITO TURÍSTICO		
RECURSOS TURÍSTICOS	Favorable	desfavorable
Naturales	X	
Cultural históricos	X	
Ocio Complementarios	X	
EMPRESAS TURÍSTICAS	Favorable	desfavorable
Transportes	X	
Alojamiento Comida	X	

INFRAESTRUCTURA DE SOPORTE	Favorable	desfavorable
Seguridad	X	
Sanidad	X	

Fuente: elaboración propia

En la siguiente tabla se puede observar que todos los indicadores de la oferta turística son favorables para la implementación de un circuito turístico, esto se debe a que la comunidad muestra diversidad de atractivos naturales , lo cual lo hace más interesante a visitar, así mismo cuenta con diversos recursos que no solo enmarcan a lo natural, también engloba lo cultural y servicios complementario, es decir: aparte de que cuenta con cascadas, bosques, comunidad nativa, también muestran cerámica, gastronomía y folklore, en cuanto a las empresas turísticas, se puede identificar que si existen empresas que hacen el servicio de transporte, cuentan con un albergue apto para pernotar y si en caso desean realizan camping cuentan con áreas adecuadas para hacerlo, en cuanto a la alimentación, el albergue ya mencionado brinda el servicio de restaurant, ya que está en la capacidad de brindar distintos platos típicos de la zona, para culminar se puede encontrar que la infraestructura de soporte está bien percibida por los turistas, ya que se sienten seguros y perciben que la comunidad está en la capacidad de brindar atención médica básica ente algún suceso, por todas estas razones se llegó a concluir que **la Oferta Turística para la implementación de un circuito turístico en el Distrito de San Carlos es favorable.**

4.3. DISEÑO DE CIRCUITO TURISTICO EN EL DISTRITO DE SAN CARLOS

PROPUESTA DE CIRCUITO TURÍSTICO EN EL DISTITO DE SAN CARLOS

I. GENERALIDADES

INTRODUCCION

El turismo es un importante instrumento de desarrollo económico y se presenta como una herramienta que facilita paliar la pobreza, el mejoramiento de las oportunidades y las condiciones laborales de las comunidades, contribuyendo a la conservación del patrimonio cultural y natural.

Es fundamental que los habitantes de las zonas turísticas participen activamente en la gestión de sus recursos. El verdadero reto es instaurar mecanismos que hagan realidad ese proceso, pero, con una clara propuesta, que involucre a los diferentes actores de la comunidad. El cuidado y manejo de los recursos naturales se hace impredecible, pasa por la sensibilización de la población, orientada hacia las buenas prácticas ambientales, que merme el impacto ambiental que en estos últimos años se viene sintiendo, evidenciados en la falta de agua, tala indiscriminada de los bosques, inadecuado manejo de los residuos sólidos, etc. Existe un grupo importante de la población, ávidos a ejecutar acciones direccionadas al desarrollo local pero, en armonía con la naturaleza, eso es un indicador importante, que activa los sentimientos de las organizaciones de continuar apostando por el desarrollo sostenible de los pueblos.

El Distrito de San Carlos por su característica geográfica estratégica y por la existencia en su territorio de potencialidades naturales y culturales, la colocan en condiciones favorables para incursionar en esta actividad. El primer Plan Estratégico de la Región de Amazonas (2003), señalaba al turismo como la actividad 3 en el desarrollo productivo de la región y los distritos también habían identificado esta actividad como una alternativa de desarrollo, como es el caso de la Provincia de Bongara asumiendo este rol también el distrito de San Carlos, por

ubicarse en la zona de amortiguamiento del Área de Conservación Regional de Gocta, considerada principal fuente de agua para la provincia de Bongara . Precisamente esas características territoriales la convierten en un lugar privilegiado, al poseer atractivos (área verde de recreación, cataratas, cascadas, miradores naturales, etc.), la presencia de la biodiversidad y la existencia de cultura viva en su comunidad.

Por esas condiciones se vio en este distrito una oportunidad para promover el turismo rural comunitario, enfatizando y promoviendo actividades vivenciales conjuntamente con la población local. Pues esta modalidad de desarrollo turístico de la región es la forma más viable y sostenible a largo plazo de mejorar la conservación del medioambiente y conseguir una mayor implicación de la población local en la gestión turística de la región.

Lo que se pretende con esta propuesta es analizar la actividad turística en n este distrito, conocer aquellos actores que participan directa e indirectamente en la actividad turística, como también describir las potencialidades que existen y que son aprovechados turísticamente por la población local de manera organizada, cabe mencionar que la ubicación y las características que presenta este distrito permite que podamos diseñar un circuito turístico que convine diferentes tipologías y actividades turísticas y que no solamente se concentre un turismo de tipo cultural que es la forma más tradicional que vienen manejando algunas organizaciones públicas y privadas.

Desde esta perspectiva es importante incidir en la necesidad de potenciar y promover la participación de flujos turísticos y la utilización de aquellos servicios turísticos que se brindan en esta comunidad.

OBJETIVOS:

✓ OBJETIVO GENERAL

Identificar y determinar los circuitos turísticos en el distrito de San Carlos.

✓ OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Describir las características de los recursos turísticos del distrito.
- Describir los procesos de socialización e integración de la comunidad receptora en la gestión turística.
- Describir estrategias redifusión y promoción de los circuitos.
- Diseñar los circuitos turísticos.
- Proponer al gobierno local la propuesta de diseños de circuitos turísticos.

DIAGNOSTICO

El distrito de San Carlos es uno de los doce distritos de la Provincia de Bongará, ubicado en el Departamento de Amazonas en el norte del Perú. Limita por el norte con el distrito de Cuispes; por el este con el distrito de Jumbilla; por el sur con el distrito de Valera y el distrito de Churuja y; por el oeste con el distrito de Jazán y la provincia de Luya.

Así mismo es importante mencionar que actores externos como el gobierno Regional de Amazonas en coordinación con el DIRCTEUR AMAZONAS también fueron promotores del turismo Rural Comunitario en esta comunidad, pues trabajaron temas de mucha importancia como fue la contribución de la mejora de la educación formal y no formal, mejorar las relaciones sociales del distrito la comunidad, apoyar los valores culturales fomentado las prácticas artesanales , mejorando las instalaciones y las infraestructuras y también asesorando en la gestión turística a través de sus estudiantes voluntarios.

II. DIAGRAMACIÓN

DENOMINACION DEL CIRCUITO TURISTICO.

La siguiente propuesta considera importante articular los recursos turísticos de este distrito en un circuito turístico consolidado, pues posee gran diversidad de recursos turísticos de tipo cultural, histórico, eco turístico que sin duda alguna están en capacidad de generar diferentes flujos turísticos. Hecho por el cual se denominó a este circuito turístico como **“SAN CARLOS: DONDE LA NATURALEZA Y CULTURA SE VUELVE UNA SOLA AVENTURA”**

INVENTARIO TURÍSTICO

La catarata Chinata, se ubica en los andes orientales del Perú, su caudal es producto de la unión de varios riachuelos que afloran de los manantiales y cuerpos de agua situados en los pajonales entre los 2,500 y 3,000 msnm en la región natural Quechua, y desciende hasta la región natural Yunga a 2100 msnm, donde la temperatura media es de 20°C. Según los pobladores el nombre hace alusión a una china calata, que quiere decir mujer desnuda, imagen que se aprecia en la roca en época de menor caudal. La catarata Chinata desciende en cinco saltos, alcanzando una caída total de 580 metros aproximadamente.

El entorno geográfico en el que se encuentra está conformado por un bosque húmedo montano, caracterizado por su diversidad. La fauna está representada por las siguientes especies: carpinterito jaspeado (*picumnus steindachneri*), tucaneta esmeralda (*Aulacorrhynchus prasinus*), gallito de las rocas (*rupícola peruviana*), tucán andino (*andigena hypoglauca*), colibrí cola de espátula (*loddigesia mirabilis*, especie endémica de la región Amazonas), oso de anteojos (*tremarctos ornatus*), el mono choro de cola amarilla (*lagotrix flavicauda*) y el mono nocturno (*aotus miconax*), ambos primates endémicos del Perú. Y en cuanto a flora: orquídeas (*Epidendrum secundum*, *Epidendrum nocturnum*, *fernandezia ionantera* y *Oncidium escansor*) y otros como: la Pona (*ceroxylon parvifrons*), y elecho gigante (*cyatheales sp.*)

Cavernas de Hatumpata

A 4 horas de San Carlos se encuentra en la más grande y profunda caverna de la región, la entrada ha servido de cementerio a los lugareños prehispánicos. Hasta ahora a pesar de los constantes saqueos y la indiferencia de las autoridades aún se puede apreciar restos momificados y pequeñas construcciones inferiores.

Cueva Tomasa

Muy cerca de Curibamba enorme cueva de dos metros de alto por 3 de ancho con abundante estalactitas que dan origen a diferentes figuras. Está ubicada a un costado del riachuelo Quinyuyaqu.

III. PROGRAMACIÓN

DISEÑO DE CROQUIS DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

CIRCUITO # 01 – San Carlos: Naturaleza y Cultura en una sola Aventura



Itinerario

<i>HORA</i>	<i>ACTIVIDADES</i>
09:00 AM	SALIDA DEL LUGAR DE CONCENTRACION
11:00 AM	LLEGADA AL DISTRITO DE SAN CARLOS
11:15 AM	SALIDA A LAS CATARATAS DE CHINATA
11:00 AM	RECEPCION POR PARTE DE LAS AUTORIDADES LOCALES
01:30 PM	EXPOSICION DE ALGUNAS ARTESANIAS
02:00 PM	ALMUERZO DE CONFRATERNIDAD CON EL GRUPO VISITANTE
03:00 PM	CAPACITACION DE CURSO TALLER (ARTESANIA, SENSIBILIAZCION A LA POBLACION)
03:30 PM	TARDE DEPORTIVA CON LA COMUNIDAD LOCAL
04:30 PM	RETORNO A LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS
06:30 PM	LLEGADA A CIUDAD DE CHACHAPOYAS

COSTO DEL PROGRAMA:

<i>COSTEO DEL ITINERARIO TCO N° 01</i>				
CANTIDAD PAX	15			
SERVICIOS	COSTO UNITARIO		COSTO TOTALES	
ALIMENTACION				
Alimentación y bebidas	S/.	15.00	S/.	225.00
TRANSPORTES	S/.	300.00	S/.	300.00
GUIAS TURISTICOS				
02 Orientadores locales	S/.	40.00	S/.	80.00
Tour Conductor	S/.	100.00	S/.	100.00
Apoyo logístico	S/.	50.00	S/.	50.00
COSTO DEL PROGRAMA			S/.	755.00
MARK UP	39%		S/	297.47
PRECIO DEL PROGRAMA			S/.	1,052.47
PRECIO VENTA UNITARIO			S/.	70.16

Fuente: Elaboración Propia 2014.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según **Martínez, Roget y De Miguel, Domínguez (2000)** “Se puede definir la demanda de dos formas: la primera se refiere al total de turistas que recurren en una región, país, zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan, y la segunda establece, para cada una de las unidades anteriores, la distribución de los consumos entre toda la gama de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades”.

En base a lo mencionado, en la presente investigación se pudo determinar la cantidad de turistas que visitan el distrito de San Carlos , con lo cual se pudo identificar la muestra de estudio, así mismo se pudo determinar su nivel de ingresos, con lo cual se pudo concluir que estos ingresos serían atractivos para el desarrollo sostenible de la comunidad, en definitiva se conoció las características particulares del turista, es por ello que se pudo concluir que estas características son favorables para la implementación de un circuito turístico.

Según **FERNÁNDEZ, Martín (2006)**, “Los turistas pagan por los servicios que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte, actividades, visitas) y para sobrevivir (comer, dormir) en ambientes diferentes y extraños; pero ante todo, buscan experiencias y utilidades, y eso es lo que compran. En otras palabras, la demanda turística es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, deseos y sueños del turista.”

Sostenido en lo expuesto, en la presente investigación se pudo comprobar que el conjunto de turistas que visitan el distrito de San Carlos , tienen la capacidad de pago para disfrutar de un ambiente totalmente diferente, diverso y fuera de lo común, esto permite corroborar que la experiencia que ha obtenido les sirve para que conozcan nuevos atractivos y realice actividades de relajamiento, es por ello que se pudo concluir que estas características son favorables para la implementación de un circuito turístico.

Según **IGLESIAS, Ramón (2007)**, “La demanda de un producto o servicio es la cantidad del mismo que desea y puede realmente adquirir un colectivo en

condiciones determinadas, en el ámbito turístico, la demanda está compuesta, en sintonía con la definición que hace la OMT del fenómeno turístico, por todas aquellas personas que, de forma individual o colectiva, se desplazan fuera de su domicilio habitual por período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, la dimensión que ha adquirido el fenómeno turístico ha propiciado que, de cara al análisis y medición del mismo, se hayan establecido y estandarizado sistemas de medición y control imprescindibles, además, para comprender el comportamiento de los turistas y anticipar las tendencias de la oferta y la demanda.”

En base a la información utilizada en la primera variable del autor de estudio, se comprobó que la cantidad de turistas que visitan el distrito de San Carlos pueden adquirir el circuito turístico propuesto, asimismo estos tienen la disponibilidad de tiempo para viajar en colectivo con familiares y/o amigos o con su pareja, sustentando en los motivos de viaje ya que estos pueden ir a descansar y/o conocer nuevos lugares, dando como resultado que vuelvan a visitar esta comunidad, es por eso que se resuelve que la demanda turística es favorable para el diseño e implementación del circuito turístico.

Según CENTRO INTERAMERICANO DE CAPACITACIÓN TURÍSTICA (2004), “La oferta turística está conformada por tres elementos: los atractivos, algunos devenidos en recursos (naturales, culturales, históricos y técnicos); las facilidades (compuestas de infraestructuras básicas y equipamientos específicos para los turistas); y las actividades relacionadas con los atractivos”.

Sustentado en lo señalado, en la presente investigación se pudo determinar que el distrito de San Carlos, si presenta una diversidad de recursos turísticos atractivos ya que presenta recursos naturales, culturales e históricos y complementarios, estos son fáciles de adquirir gracias a la infraestructura básica presente en esta comunidad ya que se dispone de un albergue apto para los turistas, así como la diversidad de transportes para llegar a dicho lugar, es por ello que puede concluir que el circuito turístico que se diseñó cumple con los requisitos que se proponen.

Según MINCETUR (2004), “Es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos”.

En base a lo mencionado, en la presente investigación se pudo determinar que el distrito de San Carlos cuenta con el conjunto de elementos necesarios como disponer de diversos recursos turísticos y de la disponibilidad de infraestructura turística esencial el desarrollo de actividades del programa promocionado a los posibles consumidores, es por ello que se resuelve que la implementación del circuito turístico diseñado disponga de todas las facilidades y características necesarias de que sea un programa exitoso.

Según IGLESIAS, Ramón (2007), “La oferta turística está compuesta por varios factores que influyen y motivan a los turistas a tomar la decisión de viajar a un determinado destino entre ello tenemos: los recursos turísticos, las empresas turísticas y las infraestructuras generales o de soporte”.

Sustentado lo expuesto en base a la información recopilada e utilizada del autor de estudio, en la presente investigación se pudo determinar que el distrito de San Carlos , dispone de recursos turísticos atractivos y diversos que sirven de motivo para los turistas tomen la decisión de viajar a conocerlos, además se determinó que el destino turístico dispone de varias empresas de transporte brindan sus servicios para el traslado de los turistas a la comunidad nativa para el desarrollo de la actividad turística, asimismo existe infraestructura de soporte útil y necesaria para la protección y seguridad de los recursos naturales, así como la cercanía de una posta de salud y medicina alternativa para sanar a los turistas que presenten alguna enfermedad, es por ello que se pudo concluir que estos factores son favorables para la implementación del circuito turístico propuesto.

(SEGÚN NÉLIDA CHAN 2005), en un circuito se realizan actividades que permiten diversificar la oferta turística del lugar, mediante sus actividades económicas principales para la satisfacción de las expectativas de los turistas, el

diseño general de un circuito, comienza por las generalidades, en donde se observa la introducción de lo que se va a realizar, los objetivos y un diagnóstico detallado del escenario, así mismo se continúa con un diagrama en donde se ubica el enunciado y se realiza un inventario de todos los recursos ubicados, todo esto culmina con la programación y es en donde se concreta el itinerario, la cotización y la redacción o resumen general del circuito. En base a ello en la presente investigación se diseñó la propuesta de un circuito turístico, se comenzó formulando una introducción en la cual contenía la importancia que tendrá estos circuitos para el desarrollo de la zona, así mismo se estableció objetivos, los cuales guiaban la elaboración del circuito turístico, la primera parte culminó con un diagnóstico general en donde se mostró el escenario general del distrito de San Carlos, en seguida se comenzó con la enunciación del nombre general que se pone al circuito, ya que representa los atributos a remarcar en todo el circuito, se continuó con el inventario, en donde se reconoció todos los recursos naturales y culturales antes identificados, todo ello se transformó en diseños de cada circuito que contiene el itinerario detallado con su respectivo costo, la propuesta del circuito culminó con la descripción general del circuito diseñado.

VI. CONCLUSIONES

- La demanda Turística para la implementación de circuitos turísticos en el distrito de San Carlos es favorable, esto se debe a que el perfil del turista que visita al distrito en mención en su mayoría proviene de la Region Amazonas , y existe mayor probabilidad de retorno a corto tiempo, la edad promedio del visitante es hombres y mujeres de 26 a 45 años, los cuales son personas relativamente jóvenes que fácilmente pudieran realizar las distintas actividades que ofrece la comunidad, lo mismo pasa con su nivel educacional, situación laboral y estabilidad económica ya que son personas que pueden generar desarrollo sostenible en el distrito de San Carlos es por eso que se concluye que la **Demanda Turística para la implementación de un circuito turístico en el distrito de San Carlos es favorable.**
- La Oferta Turística para la implementación de circuitos turísticos en el distrito de San Carlos es favorable, ya que la comunidad muestra diversidad de atractivos naturales , culturales y complementarios, es decir: cuenta con cascadas, bosques, cerámica, gastronomía y folklore, se puede identificar que si existen empresas que hacen el servicio de transporte, cuentan con un albergue apto para pernotar y si en caso desean realizan camping cuentan con áreas adecuadas para hacerlo, brindan el servicio de restaurant, ya que está en la capacidad de brindar distintos platos típicos de la zona, los turistas se sienten seguros y perciben que la comunidad está en la capacidad de brindar atención médica básica.
- En la presente investigación se diseñó la propuesta de un circuito turístico, con su respectivo itinerario y costo, teniendo como nombres para el CIRCUITO # 01 – **San Carlos : Naturaleza y Cultura en una sola aventura”**
- A modo de resumen general en la presente investigación se analizó las características del mercado turístico, es decir tanto su oferta y demanda del distrito de San Carlos, después de este análisis se concluyó que si era favorable para

diseñar los circuitos turísticos, gracias a ello se pudo proponer un circuito turístico que mejorarían la capacidad turística competitiva del distrito de San Carlos.

VII. RECOMENDACIONES.

- La municipalidad de San Carlos debería generar alianzas estratégicas con diversas agencias de turismo y tours operadores, bajo el principio de levantar la promoción turística de su zona, así mismo debería invertir en programas de capacitación a la comunidad en donde se recalque que la atención que cualquier comunero le brinde a un turista es vital para el desarrollo de su comunidad, esto podría asegurar mayor permutación y pronto retorno de cada vez más turistas.
- El gobierno regional debería brindar apoyo logístico e incluir al distrito de San Carlos en su presupuesto anual, enfocado a invertir en bien del desarrollo sostenible de esa zona, así mismo los diversos recursos naturales, culturales y actividades de soporte deberían estar en constante retroalimentación, así mismo los pobladores de la comunidad deberían organizarse de manera continua para mejorar los distintos servicios logrando así tener una oferta turística con mayor competitividad y lograr la complacencia del turista.
- Es importante que la propuesta del circuito diseñado en la presente investigación, sean analizadas minuciosamente por diversos tours operadores y agencias de viajes existentes, de esta manera promocionarlos al perfil adecuado del turista, y elevar la dinámica de visitas a la comunidad, sin embargo esta implementación debería hacerse previas coordinaciones minuciosas con la comunidad para así poder llevar un buen posicionamiento de esta comunidad.
- En definitiva tanto el gobierno local como regional deberían poner mayor énfasis en el distrito de San Carlos, ya que en la presente investigación se sustenta mediante un estudio minucioso, que dicha comunidad tiene alto potencial turístico, de esta

manera contribuir al desarrollo competitivo del turismo en la región y diversificar la oferta turística de la ciudad y de la provincia de Bongara.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros:

- Boullón, R. (2004). Planificación del espacio turístico. 3ª. Edic. México: Trillas
- Chan, N. (2005). Circuitos turísticos. Programación y cotización 3ª. Edic. Argentina: Trillas
- Iglesias, R. (2007). Comercialización de productos y servicios turísticos. 2ª. Edic. España: síntesis
- Milió, I. (2004). Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. 1ª. Edic. España: Thomson
- Vignati, F. (2009). Gestión de destinos Turísticos. 1ª. México. Editorial Trillas.

Tesis:

- ACUÑA, Patrick y Fredy, Herrera (2005), "Factores socioculturales que condicionan el ecoturismo en las comunidades nativas de la sub cuenca del Cumbaza – Cordillera Escalera – Región San Martín – Perú". (Tesis). Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN.
- ALBA, Barreth, et al. (2010), "Propuesta de pesca vivencial como actividad turística en el sector de Puerto Conchero, Tenguel, Provincia del Guayas". (Tesis). Ecuador: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.
- BARTRA, Cindy y Cindy, Flores (2005), "Propuesta de desarrollo del turismo vivencial". (Tesis). Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN.

- BENATAR, Daniel y Diebel, Eugenio (1994), “Posicionamiento del Producto Turístico Playas de Venezuela en el Sur de los Estados Unidos de América”. (Tesis). Venezuela: UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA.

- CHANG, Erika y Ruth, Torres (2005). “Potencialidades del turismo en el Centro Poblado Comunidad Kechwa el Wayku del distrito de Lamas”. (Tesis). Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN.

- COLMENARES, Richard. (2011), “Estudio de mercado preliminar para la creación de un centro cultural urbano ubicado en el Municipio Baruta, área de Santa Fe, para desarrollar el turismo interno y cultural del país”. (Tesis). Venezuela: Universidad Nueva Esparta.

- DOMÍNGUEZ, Anabel y Liliana, De Almeida (2007), “Estudio de mercado para el Complejo Turístico Recreacional Acuarela, Golfo de Santa Fe, Estado Sucre”. Venezuela: UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA.

- GONZÁLEZ, Adriana (2010), “Estudio sobre la incorporación de Ron Santa Teresa como producto turístico en el mercado nacional”. (Tesis). Venezuela: Universidad Nueva Esparta.

- GONZÁLEZ, Gandhi (2004), “Turismo rural como alternativa de desarrollo local en la comunidad de santa maría jajalpa”. (Tesis). México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.

- LÓPEZ, Jean y Melay, Miranda (2010), “Diseño y Propuesta para un producto turístico basado en una ruta de buceo entre las localidades de Choroní y Cepe, en el Estado Aragua”. (Tesis). Venezuela: Universidad Nueva Esparta.

ANEXOS

Ciudad de San Carlos



LA CHINATA

