



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

Tesis

**“Propuesta de una agencia de viajes de turismo alternativo en
la provincia de Lima Metropolitana, 2017”**

**Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y
Hotelería**

AUTOR

Br. Morales Gálvez, Shirley Milagros

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LIMA - PERÚ

2018

**“Propuesta de una agencia de viajes de turismo alternativo en
la provincia de Lima Metropolitana, 2017”**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Doctor Sicheri Monteverde, Luis Guillermo

Secretario

Doctora Carhuancho Mendoza, Irma Milagros

Vocal

MBA De la Torre Tejada, José Abel

Asesor temático

Lic. Picoaga Linares, José Antonio

Dedicatoria

A mi abuelito Rosalino quien es la persona que me inspira cada día, a mi madre por su apoyo constante en todo momento y a la persona más especial en mi vida por su apoyo incondicional que siempre llevo en mi corazón, él lo sabe.

Agradecimiento

Mi sincero agradecimiento a mis dos asesores Abel De la Torre y Fernando Nolazco por su valioso tiempo y apoyo que me brindaron llevar a cabo la elaboración de esta tesis. Además, a mi alma mater la Universidad Privada Norbert Wiener por haberme formado como profesional.

Presentación

La Propuesta de una agencia de viajes en Lima metropolitana para el desarrollo del Turismo Alternativo en el Perú, se enfoca en desarrollar aspectos importantes de promocionar e incentivar la realización de turismo alternativo en el Perú, para fortalecer el crecimiento económico de las empresas atrayendo la demanda interna y externa.

En el primer capítulo se analiza la estructura del plan abordando temas como el problema de investigación, el problema ideal, la formulación del problema, objetivos generales y específicos, la justificación.

En el segundo capítulo se describe el sustento teórico donde se explica acerca de los inicios del turismo, así como antecedentes de tesis a nivel nacional e internacional acerca del turismo alternativo; se describe en el marco conceptual como también las categorías y subcategorías apriorísticas y emergentes, la unidad de análisis, los instrumentos y técnicas y por último los procedimientos y métodos de análisis.

En el tercer capítulo denominado empresa se encuentra la descripción de la empresa, marco legal de la empresa, actividad económica, información económica y financiera, proyectos actuales y perspectiva empresarial; en el cuarto capítulo denominado trabajo de campo se encuentra el diagnóstico cuantitativo y cualitativo y además la triangulación de datos.

En el quinto capítulo se describe la propuesta de la investigación se encuentra los fundamentos y objetivos de la propuesta, la estructura y plan de acción de la propuesta como también la viabilidad y validación de la propuesta.

Por último, el sexto capítulo se describe la discusión; en el séptimo capítulo se describe las conclusiones, sugerencias, las referencias bibliográficas y anexos.

Índice

	Pág.
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Presentación	VI
Índice	VII
Índice de tablas	XI
Índice de figuras	XIII
Índice de cuadros	XV
Resumen	XVI
Abstract	XVII
Introducción	XVIII
 CAPÍTULO I	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
1.1. Problema de investigación	21
1.1.1 Identificación del problema ideal	21
1.1.2 Formulación del problema	24
1.2. Objetivos	24
1.2.1 Objetivo general	24
1.2.2 Objetivo específicos	24
1.3. Justificación	25
1.3.1 Justificación metodológica	25
1.3.2 Justificación practica	25
 CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO	27

2.1	Marco teórico	28
2.1.1.	Sustento teórico	28
2.1.2.	Antecedentes	36
2.1.3.	Marco conceptual	42
2.2.	Metodología	60
2.2.1.	Sintagma	60
2.2.2.	Enfoque	61
2.2.3.	Tipo	61
2.2.4.	Diseño	61
2.2.5.	Categorías y subcategorías apriorísticas y emergente	62
2.2.6.	Unidad de análisis	62
2.2.7.	Técnicas e instrumentos	63
2.2.8.	Procedimiento para la recopilación de datos	66
2.2.9.	Método de análisis de datos	66
2.2.10.	Mapeamiento	67
CAPÍTULO III		
EMPRESA		68
3.1	Descripción de la empresa	69
3.2	Marco legal de la empresa	70
3.3	Actividad económica de la empresa	77
3.4	Información tributaria de la empresa	78
3.5	Información económica y financiera de la empresa	79
3.6	Proyectos actuales	80
3.7	Perspectiva empresarial	81
3.8		

CAPÍTULO IV

TRABAJO DE CAMPO	110
4.1 Diagnóstico cuantitativo	111
4.2 Diagnóstico cualitativo	124
4.3 Triangulación de datos – diagnostico final	128

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN	131
5.1 Fundamentos de la propuesta	132
5.2 Objetivos de la propuesta	132
5.3 Problema	133
5.4 Justificación	133
5.5 Resultados esperados	134
5.6 Plan de Actividades	134
5.7 Evidencias	136
5.8 Presupuesto	140
5.9 Diagrama de Gantt/Pert CPM	142
5.10 Flujo de caja	143
5.11 Viabilidad económica de la propuesta	149
5.12 Validación de la propuesta	149

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN	151
------------------	-----

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	154
7.1 Conclusiones	155
7.2 Sugerencias	157

CAPÍTULO VIII

REFERENCIAS	159
ANEXOS	168
Anexo 1: Matriz de la investigación	168
Anexo 2: Matriz metodológica de categorización	169
Anexo 3: Instrumento cuantitativo	170
Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	173
Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta	179
Anexo 6: Evidencia de la propuesta	183
Anexo 7: Programas turísticos por departamento	187
Anexo 8: Ley General de Turismo	211
Anexo 9: Reglamento de Agencias de viaje	219
Anexo 10: Ley de Protección y Defensa al Consumidor – Indecopi	228

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Diferencias Ente Turismo Tradicional Y Turismo Alternativo	46
Tabla 2. Categorías y subcategorías apriorísticas	62
Tabla 3. Categorías y subcategorías apriorísticas	63
Tabla 4. Instrumento holísticos de la investigación	65
Tabla 5. Validez de expertos	65
Tabla 6. Análisis de confiabilidad	65
Tabla 7. Motivos principales de realizar viajes de la categoría turismo alternativo.	111
Tabla 8. Aspectos que toma en cuenta al momento de elegir un destino de la categoría turismo alternativo	112
Tabla 9. Con quien suele viajar de la categoría turismo alternativo	113
Tabla 10. Días promedio que se queda en el destino de la categoría turismo alternativo	114
Tabla 11. Modalidades de viaje de la categoría turismo alternativo	115
Tabla 12. Cuantas veces suele viajar al año de la categoría turismo alternativo	116
Tabla 13. Tipo de alojamiento de la categoría turismo alternativo	117
Tabla 14. Gasto diario por servicio de la categoría turismo alternativo	118
Tabla 15. Tipos de turismo que le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo	119
Tabla 16. Departamentos que le gustaría visitar y realizar turismo alternativo de la categoría turismo alternativo	120
Tabla 17. Tipos de actividades le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo	121

Tabla 18. Ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes de la categoría turismo alternativo	122
Tabla 19. Le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo	123
Tabla 20. Presupuesto de la propuesta	140
Tabla 21. Flujo de caja en el escenario optimista	143
Tabla 22. Flujo de caja en el escenario probable	145
Tabla 23. Flujo de caja en el escenario pesimista	147
Tabla 24. Viabilidad económica de la propuesta según los tres escenarios del flujo de caja	149

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Modelo descriptivo del sistema turístico por Neil Leiper	33
Figura 2. Turismo convencional y alternativo	35
Figura 3. Mapeamiento de la investigación	67
Figura 4. Organigrama de la Empresa	79
Figura 5. Ubicación del Perú	81
Figura 6. División geográfica del Perú	83
Figura 7. Playa de Mancora – Piura	86
Figura 8. Huánuco	89
Figura 9. Cusco	92
Figura 10. Madre de Dios	94
Figura 11. Loreto	97
Figura 12. Ica	99
Figura 13. Lima	101
Figura 14. Amazonas	104
Figura 15. Arequipa	106
Figura 16. Gráfico de barras de los Motivos principales de realizar viajes de la categoría turismo alternativo	111
Figura 17. Aspectos que toma en cuenta al momento de elegir un destino	112
Figura 18. Gráfico de barras con quien suele viajar	113
Figura 19. Gráfico de barras de días promedio que se queda en el destino	114
Figura 20. Gráfico de barras modalidad de viajes	115
Figura 21. Gráfico de barras cuantas veces suele viajar al año de la categoría turismo alternativo	116

Figura 22. Gráfico de barras Tipo de alojamiento de la categoría turismo alternativo	117
Figura 23. Gráfico de barras Gasto diario por servicio de la categoría turismo alternativo	118
Figura 24. Gráfico de barras Tipo de turismo que le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo	119
Figura 35. Gráfico de barras Departamentos que le gustaría visitar y realizar turismo alternativo de la categoría turismo alternativo	120
Figura 26. Gráfico de barras Tipos de actividades le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo	121
Figura 27. Ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes de la categoría turismo alternativo.	122
Figura 28. Gráfico de barras Le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo	123
Figura 29. Portal de la página de Facebook	136
Figura 30. Portal de la página de Instagram	137
Figura 31. Portal de la página web	138
Figura 32. Portal de twitter	139
Figura 33. Portal de YouTube	139

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Detalle de los Programas turísticos, duración y principales actividades.	80
Cuadro 2. Actividades que puede practicar en el turismo alternativo	108
Cuadro 3. Diagnostico cualitativo	127
Cuadro 4. Plan de actividades	134
Cuadro 5. Diagrama de Gantt/Pert CPM	142

Resumen

La presente investigación muestra una visión que establece la viabilidad Para la creación de una agencia de viajes en Lima Metropolitana para el desarrollo del turismo alternativo en el Perú, tiene como objetivo proponer una agencia de viajes de turismo alternativo para diferenciar la oferta turística en las agencias de viaje de Lima Metropolitana.

Se realizó una investigación valiosa ya que su información sirve para actuar, sirve como ejemplo para muchas personas que deseen adoptar esta propuesta en el rubro turístico la cual ofrece alternativas de ocio. Se propuso actividades concretas, para generar cambios que contribuyan a elección de nuevas alternativas para los viajeros. Tiene justificación práctica ya que contribuye a la solución de presentar nuevas propuestas para las agencias de viajes y a su vez propone estrategias que al aplicarse contribuirían a tener mayor participación con el turismo alternativo. Mediante la investigación holística con un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo, haciendo uso de instrumentos de recolección de datos como: entrevistas, ficha de observación y cuestionario; todo ello con la finalidad de obtener información relevante desde distintos puntos de vista: cliente, empresa e investigador.

Finalmente, los resultados obtenidos darán la información requerida para realizar un diagnóstico adecuado y promover el desarrollo de actividades turísticas relacionadas con el turismo alternativo en el Perú, por medio de una operadora de servicios completos que permitan a la persona que adquiera paquetes turísticos disfrutar de las zonas de turismo donde se ofrece turismo alternativo y así se desarrolle un vínculo con los moradores de los sectores a visitar.

Palabras claves: turismo alternativo, agencia de viajes, tour operador.

Abstract

This research shows a vision that establishes the feasibility for the creation of an alternative tourism travel agency in metropolitan Lima Province, aims to propose an alternative tourism travel agency to differentiate the tourist offer in the travel agencies in metropolitan Lima.

Made a valuable research since its information serves to act, it serves as an example for many people wishing to adopt this proposal in the tourist business which offers entertainment options. Proposed concrete activities, to generate changes that contribute to election of new alternatives for travelers. It has practical justification since it contributes to the solution of present new proposals for travel agencies and at the same time proposes strategies that apply would have greater involvement with the alternative tourism. Through holistic with a mixed approach research: qualitative and quantitative, using instruments collection of data such as: interviews, tab of observation and questionnaire; all this with the purpose of obtaining relevant information from different points of view: customer, company, and researcher.

Finally, the results will give the information required to make an adequate diagnosis to develop tourist activities related to alternative tourism in the Peru, by means of an operator of comprehensive services that allow the person you purchase tour packages enjoy areas of tourism where it offers alternative tourism and thus a link with the inhabitants of the sectors develop to visit.

Key words: alternative tourism, travel agency, tour operator.

Introducción

La presente investigación se refiere a la creación de una agencia de viajes en Lima Metropolitana del turismo alternativo en el Perú; desde varias décadas, la investigación turística se ha convertido en una de las principales líneas debido a que el turismo es considerado en su manifestación económica y mercadológica, sino también social, política y cultural.

El turismo es una actividad que se caracteriza por los desplazamientos voluntarios y temporales de las personas fuera de su entorno habitual, por cualquier motivo y por un periodo de tiempo menor a un año.

El turismo es una actividad social y económica, pero también está vinculada al medioambiente, ya que actualmente el turismo busca una experiencia. De acuerdo a esta percepción es importante determinar que el modelo de desarrollo turístico se debe de implementar de un territorio que pretende desarrollar el turismo y para eso es importante analizar la situación actual que se realiza en materia turística, además de las condiciones ambientales en la que se desarrolla este tipo de turismo, es muy importante los atractivos tanto naturales como culturales con los que cuenta el lugar para el aprovechamiento turístico.

El impacto económico generado por el turismo en el Perú de forma directa e indirecta– ha alcanzado los US\$20 mil millones por año. Así lo ha destacado el World Travel & Tourism Council (WTTC), organismo que agrupa a las más importantes empresas de la llamada industria de los viajes en todo el globo, por los beneficios que trae esta actividad como generadora de empleos directos e indirectos, dinamización de la economía, mejoramiento en la calidad de vida, conservación y promoción del patrimonio cultural y natural, entre otros. El turismo así como tiene aspectos positivos también tiene algunos riesgos, tales como la pérdida de identidad cultural,

contaminación ambiental, daños al patrimonio cultural, problemas sociales, vicios, entre otros, por estas razones debe haber una planificación del turismo, no debe ser actividad improvisada y para los municipios en donde no es una actividad económicamente fuerte, por la poca afluencia del turismo, pero que cuentan con atractivos tanto naturales como culturales con potencial para el desarrollo turístico.

De lo anterior se desprende el siguiente objetivo general y los objetivos específicos, Propuesta de una agencia de viajes en Lima Metropolitana para el desarrollo del turismo alternativo en el Perú, que sea capaz de un mejor aprovechamiento de sus recursos naturales y que al mismo tiempo mejore la calidad de vida en los destinos. Así como diagnosticar la demanda con la finalidad de identificar las características de los servicios que el mercado requiere, utilizando técnicas de investigación de campo. Elaborar un estudio de mercado que permita determinar las características de los servicios que ofrece una agencia de viajes de turismo especializado, diseñar programas de excursiones (itinerarios) que se ofrecerán en el turismo alternativo en la provincia de Lima Metropolitana, diseñar la propuesta de la empresa, con aspectos técnicos, administrativos y mercadológicos, validar la propuesta de una agencia de viajes de turismo especializado como alternativa diferenciadora en la provincia de Lima, evidenciar a través de los programas y circuitos propuestos para la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los turistas. De acuerdo a estos objetivos se pretende responder a la siguiente interrogante, ¿De qué manera el turismo alternativo puede ayudar a diversificar la oferta turística actual en las agencias de viajes de Lima?

Esta investigación permite determinar el desarrollo de un modelo de agencias de viajes modelo de turismo alternativo que acoge las nuevas tendencias en el mercado.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Identificación del problema ideal

El turismo hoy en día se ha convertido en una rama muy importante en todo el mundo porque ayuda a la economía de los países y a su desarrollo social; ha tenido que expandirse y encontrar nuevos enfoques debido a que la demanda ha aumentado significativamente. Es por eso que en tiempos pasados se pensó en los posibles beneficios que podía tener el turismo en los diferentes ángulos, por eso es importante hablar de los pioneros de este ámbito, uno de ellos y considerado el más importante fue Thomas Cook, gran empresario y pionero del turismo moderno, quien creó las agencias de viajes. A este personaje también se le considera un gran impulsor ya que no solo dio un gran paso al área turística sino en el área financiera.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT,2002).

Los cambios actuales en el turismo van más allá de la innovación tecnológica, administrativa, de comercialización o de modalidades arquitectónicas de los hoteles. El principal cambio está en el turista y en la manera de cómo percibe sus relaciones con el entorno geográfico y cultural con los otros turistas y anfitriones (Zamorano, 2007).

Actualmente el turismo es considerado una política de estado (Pentur, 2016), por lo que representa una de las principales actividades de mayor importancia para el Perú, y muchos países del mundo; esta actividad se caracteriza por el desplazamiento de un lugar a otro por diferentes motivos ya sea por descanso, ocio, recreación, cultura, salud, religión congresos, eventos entre otros. En el mundo del turismo, se dan constantemente diversas innovaciones, es un mercado cada vez más competitivo, en tales circunstancias existen diferentes agencias de viajes que se dedican a la elaboración, promoción y venta de paquetes turísticos que generalmente son muy comunes en la Provincia de Lima, por ser considerado el principal mercado emisor del turismo interno y receptivo.

En Perú, existen diferentes tipos de turismo, pero los que hoy en día están teniendo un gran auge son el turismo urbano, naturaleza, compras, cultural, sol y playa, diversión y entretenimiento, de aventura entre otros. Estos tipos de turismo dan como resultado la realización de eventos sociales, políticos, culturales, convenciones y congresos (Promperu, 2015).

Según (OMT, 2015), El turismo ha presentado un crecimiento sostenido en llegadas de turistas internacionales, con un promedio anual de 4,5% entre el 2011 y 2015; por lo que es una fuente económica ms estable a nivel mundial.

El turismo internacional mantiene un crecimiento pese a las dificultades, aumentando un 3,9% hasta situarse en los 1.235 millones, alrededor de 46 millones de turistas más (visitantes que pernoctan) que el año anterior, según el Barómetro OMT del turismo mundial.

Según (INEI, 2015) la ciudad de Lima, es el punto principal y donde se concentra la mayor población del país, considerada una ciudad cosmopolita con casi 9 millones 752 mil habitantes, y con una PEA, aproximada de 5231, 1 habitantes.

En los últimos años Lima, ha tenido un crecimiento en diferentes aspectos, por mencionar algunos: infraestructura, población, educación, economía. Por lo que sus habitantes han tenido mayor exigencia en cuestión de cubrir las necesidades a través de los servicios que se ofrece dentro de la localidad.

Actualmente se requieren prestadores con aptitud y preparación para entender la dinámica del turismo mediante contacto personal con los visitantes, aptitudes que coloquen al prestador de servicios en una sola posición adecuada de identificar y responder convenientemente las necesidades de las personas.

Por ello, el turismo en nuestro país es una fuente económica muy importante, según los gustos y preferencias de los turistas en (El Perfil del Vacacionista Nacional, 2015), en los aspectos que se toman en cuenta el elegir un destino, el turista prefiere Paisaje y naturaleza con un 46%; así mismo dentro de las actividades turísticas que realizan en primer lugar el turismo urbano (73%), en segundo lugar, el visitante prefiere realizar Turismo de naturaleza (63%), tercer lugar compras (40%), cuarto lugar turismo de cultura (35%), quinto lugar turismo de sol y playa (28%), sexto lugar diversión y entretenimiento (24%) y séptimo lugar el turismo de aventura (9%).

Muchas de las agencias, no innovan diversifican su oferta, la gran mayoría, ofrece un turismo convencional o tradicional, sin considerar las nuevas tendencias del mercado

turístico actual; por ello, se piensa que al no existir una empresa especializada en cuanto a brindar estos servicios, los prestadores se han vuelto conformistas, por lo que ha permitido a la población identificar la diferencia de calidad con otros establecimientos; esto ha generado un engaño por parte de los prestadores hacia su mercado.

Por tal motivo, la propuesta de una agencia de turismo permitirá satisfacer las necesidades de las agencia de viajes en Lima Metropolitana para el desarrollo del turismo alternativo en el Perú.

1.1.2 Formulación del problema

¿De qué manera el turismo alternativo puede ayudar a diversificar la oferta turística actual en las agencias de viajes de Lima Metropolitana?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Proponer una agencia de viajes de turismo alternativo para ampliar la oferta turística en las agencias de viaje en el Perú, 2017.

1.2.2 Objetivos específicos

Diagnosticar la demanda con la finalidad de establecer los servicios que el mercado requiere, utilizando técnicas de investigación de campo.

Elaborar un estudio de mercado que permita determinar las características de los servicios que ofrece una agencia de viajes de turismo especializado.

Diseñar programas de excursiones (itinerarios) que se ofrecerán en el turismo alternativo.

Diseñar la propuesta de la empresa, con aspectos técnicos, administrativos y mercadológicos.

Validar la propuesta de una agencia de viajes de turismo especializado como alternativa diferenciadora.

Evidenciar a través de los programas y circuitos propuestos para la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los turistas.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación metodológica

La presente investigación busca presentar una nueva propuesta de una agencia de viajes de turismo especializado para ampliar la oferta turística en el Perú.

Esta investigación es valiosa ya que podrá servir como ejemplo para otros negocios que deseen adoptar esta propuesta en el rubro turístico.

1.3.2 Justificación práctica

La investigación se justifica ya que permitirá incrementar la oferta turística actual para los viajeros de lima metropolitana.

Mediante la investigación holística con un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo, haciendo uso de instrumentos de recolección de datos como: entrevistas,

ficha de observación y cuestionario; todo ello con la finalidad de obtener información relevante desde distintos puntos de vista: cliente, empresa e investigador.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

2.1 Marco teórico

2.1.1 Sustento teórico

Antecedentes históricos y origen del turismo

El turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial que mueve masas de personas fuera de su lugar habitual. Desde la antigüedad existieron actividades turísticas, sin embargo la actividad turística surge a partir de la edad antigua, donde diversas personas se desplazaban para asistir a los juegos olímpicos, peregrinaciones religiosas, que generaban el movimiento de grandes masas de personas de un lugar a otro. Color (2012) afirma:

Los antecedentes históricos del turismo tienen base política, religiosa, comercial, social y cultural. En la Edad Antigua, por ejemplo, en Grecia se daba mucha importancia al entretenimiento, donde miles de personas se desplazaban desde diferentes lugares para asistir a los juegos olímpicos. Además existían las peregrinaciones religiosas, que generaban grandes movimientos de personas, de un lugar a otro. A los romanos les encantaban los espectáculos y viajaban hacia los teatros; también iban hacia la costa donde podían bañarse en las aguas termales, que eran buenas para la salud. Así también los mercaderes hacían largos viajes para buscar productos raros y codiciados para comercializarlos a buen precio. (párr. 02)

Debido a los grandes desplazamientos el turismo desde la edad media surge con mayor fuerza debido a las grandes peregrinaciones religiosas, esto conlleva a que las personas necesitaban de algún medio el cual los pueda guiar, entonces se crearon los mapas para los viajeros y así mismo surgió la necesidad de servicios como hospedaje que en aquella época se les conocía como monasterios o mesones. Color (2012) afirma:

En la Edad Media surgen con mayor fuerza las peregrinaciones religiosas, tanto el cristianismo como el islam provocan grandes movimientos de personas. Y, debido a

ello, se crean los primeros mapas para viajeros, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes. En esta época, los monasterios fueron utilizados como hospedaje para los peregrinantes. También se puede observar una forma de turismo con los estudiantes de familias acaudaladas, quienes viajaban para escuchar a los grandes maestros de las universidades de Oxford, Bolonia, París, Salamanca o El Cairo. (párr. 03)

El cambio constante que se venía dando en el turismo, hizo que la gran demanda de viajeros busque otros lugares y medios por lo cual realizara expediciones donde tenían la necesidad de alojamiento y es por ello que se crea con el nombre de “hotel” lo cual hacía posible alojarse ya que el gusto por viajar despierta la curiosidad y el interés de conocer nuevos destinos. Color (2012) afirma:

En la Edad Moderna siguen las peregrinaciones; grandes personalidades viajaban acompañadas de su séquito, lo cual hacía imposible que todos se alojasen en los monasterios o palacios y es así que se crean los primeros alojamientos con el nombre de “hotel”. Esta es también la época de las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses, que despiertan la curiosidad y el interés por viajar. En esta época igualmente surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el “gran-tour”, que realizaban al finalizar sus estudios, con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. El viaje abarcaba distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, turístico. (párr. 03 - 04)

El turismo es algo que, de una u otra manera siempre tuvo la necesidad de descubrir nuevos espacios e interactuar con otras personas, cultura, entre otros y forma parte de nuestra evolución y, por lo tanto, nuestras motivaciones y nuestros comportamientos van variando hasta convertir el turismo en nuestro consumo

cotidiano, desde entonces el turismo es una actividad económica, social, religiosa, cultural muy importante para todos nosotros. Color (2012) afirma:

El turismo como actividad económica se origina en el siglo XIX, a consecuencia de la Revolución industrial, cuando se consolida la burguesía como clase social dominante, que dispone de recursos económicos y tiempo libre para viajar. El turismo desde sus inicios tuvo la finalidad de propiciar el descanso, fomentar la cultura, permitir negocios o el encuentro de familias. (párr. 05)

El estudio del turismo

Naturalmente, el turismo a lo largo de la historia, incluso las más antiguas, nos puede proporcionar diferentes definiciones desde que se escuchó o pronunció la palabra “turismo”, a continuación se presentara diferentes definiciones:

Si tomamos como referencia la primera vez que se registra escrita la palabra turismo, fue en el año 1811 en el pequeño diccionario Oxford de lengua inglesa, definida como la “teoría y práctica de los viajes por placer”. Ubicándonos en el siglo XIX, ya podemos afirmar que esta actividad acompañó de manera intrínseca los últimos doscientos años de historia de la humanidad. Ya a fines del siglo XVIII los viajeros se desprenden de las imposiciones impuestas por las rígidas organizaciones a las que pertenecían. Surge para los sujetos protagonistas de aquellos años que los viajes permitían la sensación de vivir un tiempo de libertad, distinto al fin utilitario que tenían los viajes de la nobleza, los burgueses y los artesanos anteriores al período mencionado precedentemente. Desde entonces, con la construcción de equipamientos específicos para el turismo como los casinos e instalaciones para baños en los balnearios al principio en Francia e Inglaterra, la actividad tiene un crecimiento que en la segunda

mitad del siglo XX sufre un proceso de masificación, alcanzando un alto grado de complejidad como sistema social. (Bosch y Merli, 2013, pág. 24)

Según Fuster (1974) afirma: “Turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado municipio, país o estado” (Pág. 27).

Según Acerenza (2006) afirma: El turismo es una actividad que, en última instancia, resulta de las motivaciones de los individuos, por lo que su estudio, al igual que los factores que influyen en dichas motivaciones, corresponde a la Psicología. Cuando la suma de las conductas individuales en un conjunto de personas se interfiere e influyen, hasta convertirse en una conducta colectiva, en otras palabras, en una "conducta social", pasa a ser del interés de la Sociología (pág. 16).

El turismo como sistema social complejo

El turismo es un fenómeno cuya esencia está relacionada con el concepto de espacio. Más allá de expresar aspectos fundamentales del fenómeno turístico, el sistema social complejo es bastante difundidos. Se puede definir esa categoría de sistema como aquello cuyos principales elementos constitutivos son de carácter espacial y social, como por ejemplo origen y destino.

Bosch y Merli (2013), Como sistema que tiene su punto de partida en el desplazamiento de personas, cabe mencionar la diversidad de sujetos que intervienen y se relacionan como producto de esos desplazamientos. Como primera medida es fácilmente identificable a dos actores principales: turistas y residentes. A su vez dentro de cada uno de estos grupos sociales podemos encontrar una gran heterogeneidad.

Dentro del grupo de los turistas, que muchos analistas en un sentido económico lo definen como demanda, una de las grandes distinciones que pueden hacerse es según los motivos que originan su viaje, en función de esos intereses serán las expectativas que se volcarán en el viaje de turismo. En el grupo de los residentes (aquí ya nos estamos refiriendo a los habitantes del lugar destino del viaje) como actores de este sistema social, encontramos a aquellos que están directamente relacionados con la actividad y aquellos que no lo están. Entre los que tienen mayor vínculo podemos reconocer productores y prestadores de servicios turísticos, productores de bienes turísticos, funcionarios de gobierno, entre otros. Estos últimos, como tomadores de decisiones a nivel político, en relación al marco en el cual se realiza la actividad. Cabe mencionar que este es un primer reconocimiento de actores sociales involucrados en el sistema turístico, no es excluyente ni exhaustivo (pág. 25)

Bosch y Merli (2013) afirma: el turismo como sistema social es un entramado de relaciones sociales, en función de objetivos específicos, estructurado mediante reglas de funcionamiento implícitas y explícitas, que toman insumos materiales e intangibles del entorno y los transforman produciendo elementos también tangibles e intangibles y se conforma como una entidad en sí misma. Esto quiere decir que puede ser identificado como una totalidad, que sus elementos e interrelaciones se definen recíprocamente conformando un sistema en sí mismo capaz de distinguirse de otros sistemas (pág. 27).

Modelo de funcionamiento del sistema turístico

El funcionamiento del sistema turístico parte desde un territorio o destino determinado ya que dependerá en parte de las características de este, en otras su ubicación espacial, su etapa de desarrollo y su perfil de desarrollo. El desarrollo del sistema turístico parte desde que el turista decide desde su punto de origen desplazarse la cual tendrá como

medio de transporte (aéreo, terrestre o marítimo), esto le permite llegar a su destino y disfrutar de los atractivos turísticos que tenga el destino y viceversa. De este modo, se considera que esos elementos que interactúan entre sí conforman que por su organización y función se denomina sistema turístico.

Acerenza (1995) cita a Neil Leiper, quien desde la óptica de la teoría general de sistemas, señala que “...un sistema abierto, de cinco elementos, interactuado en un medio ambiente. Siendo estos elementos: uno dinámico, tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino y un elemento económico, la industria turística”. (pág. 169)



Figura 1. Modelo descriptivo del sistema turístico por Neil Leiper

Fuente: Miguel Acerenza (1995, pág. 170)

Turismo alternativo y desarrollo sustentable

En los últimos 50 años el mundo ha cambiado de manera acelerada: la ciencia, la tecnología, la política, la economía, formas de vivir, formas de alimentación. Los

gustos y preferencias de los turistas cada día son más exigentes pero a la vez buscan nuevas cosas que no afecte a nuestro planeta o medio en el que vivimos. Sin embargo nos preguntamos ¿acaso el turismo ha quedado ajeno a todos estos cambios? Desde luego que no. El fenómeno del turismo también se modificó ya que el turista busca nuevas formas de visitar destinos sin que tener que impactar el medio que visita.

Según Zamorano (2007) afirma: “el desarrollo actual del turismo implica abordar el problema con un análisis distinto, ya no se trata de indicar solamente las necesidades de infraestructura y promoción, sino rediseñar y reorientar las políticas de desarrollo partir de los cambios en los mercados” (pág. 11).

Esto nos lleva, a que las necesidades del mundo actual van cambiando de manera acelerada ya que las personas no solo piensan en el “hoy” si no que cada vez toman conciencia que le podemos dejar a nuestras generaciones futuras.

Según Zamorano (2007), no dice que: los cambios actuales en el turismo mundial van más allá de la mera innovación tecnológica, administrativa, de comercialización o de modalidades arquitectónicas de los hoteles. El principal cambio está en el turista y en la manera de cómo percibe sus relaciones con el entorno geográfico y cultural con los otros turistas y anfitriones (pág. 11). El nuevo modelo denominado turismo alternativo busca la atención personal, y la posibilidad de viaje a la medida sin tener que usar más o menos de los recursos que necesita para elección del destino, además que busca vivencias experiencias únicas, no repetibles, personales, en un entorno de calidad.

El turismo alternativo es una de las actividades que actualmente tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones

culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales

Según El perfil del vacacionista nacional (2016) afirma: En el 2016, la cantidad de viajes por vacaciones en el Perú se incrementó en 3% con respecto al año anterior. Por su parte, el movimiento económico generado creció en 12% con respecto al 2015, principalmente por el aumento en el gasto promedio (pág. 11).

El turismo alternativo está dividido en tres segmentos:

Turismo de aventura, ecoturismo, turismo vivencial o rural; estos tres tipos de turismo son no convencionales ya que requieren de mayor atención y dedicación.



Figura 2. El Turismo Convencional y Alternativo

Fuente: elaboración propia

2.1.2 Antecedentes

Investigaciones Internacionales

A continuación se citan algunos trabajos de investigación relevantes al presente estudio:

Díaz (2012), refiere en su investigación titulada: *Género Y Turismo Alternativo: Aproximaciones Al “Empoderamiento”* en Madrid, el cual tuvo como objetivo general: Identificar los procesos de empoderamiento de las mujeres que participan en la oferta de turismo alternativo. La investigación fue de un enfoque cualitativo, de estudio exploratorio, descriptivo y explicativo. Asimismo se utilizó como metodología de investigación el estudio de caso contemporáneo singular de carácter holístico, ya que de esta manera se pudo conocer por completo todo lo relativo al turismo alternativo en su búsqueda de nuevas experiencias lúdicas que establecen un contacto más activo con la naturaleza y las comunidades residentes; este modelo alternativo sustenta su plataforma teórica en aspectos económicos, sociales, culturales y medio ambientales buscando crear productos turísticos comprometidos. Finalmente se concluyó a través del turismo alternativo han podido encontrar productos turísticos en espacios públicos (de reunión, de intercambio de experiencias o de seguridad y convivencia) una base para fincar sus procesos de empoderamiento.

Aparicio (2013), realizó la investigación: *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción* en Madrid. Tuvo como objetivo general analizar las implicaciones para la calidad del servicio que tiene la consideración de los espacios naturales protegidos como productos turísticos sostenibles, buscando soluciones innovadoras que mejoren la satisfacción de los agentes implicados, la sostenibilidad del sistema y la gestión de los

espacios naturales protegidos en general y la calidad de servicio en particular. Se llevó a cabo una investigación descriptiva, con un enfoque mixto, abarcando tanto investigación cualitativa como cuantitativa. Los Espacios naturales protegidos tienen potencial para desarrollar económicamente su área de influencia a través del turismo. Esto supone considerarlos como productos turísticos sostenibles y comunicar la especificidad de este producto. Pero se puede ser más ambicioso y gestionar los ENP como clusters turísticos, basados en el cultivo de relaciones y en el consenso, y por tanto, en definitiva, en la cooperación uniendo intereses a través de la sostenibilidad y el turismo responsable.

Vite (2016) llevó a cabo un trabajo de investigación denominado: *Plan De Desarrollo Sostenible Para Promover El Turismo Rural En El Sitio “Tablada De Sánchez”, Parroquia Santa Rita, Cantón Chone*” en Ecuador. El objetivo fue elaborar un plan de desarrollo sostenible que promueva el turismo rural en el sitio Tablada de Sánchez, parroquia Santa Rita, cantón Chone. La investigación se desarrolló desde un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo, utilizando entrevistas, encuestas, observación participativa, revisión bibliográfica. Se concluyó que Existen recursos con una potencialidad turística mayor, aptos para asociarlos a la oferta mencionada, como son la represa “Río Grande” y el centro recreacional “Café, color, tierra” y que podían aprovechar para hacer uso del turismo alternativo en sus diferentes aspectos como la práctica del Ecoturismo. Además, de implementar un plan de desarrollo sostenible que contaba con 9 programas y 15 proyectos para promover el turismo rural en Tablada de Sánchez.

Zuccaro (2012) llevó a cabo un trabajo de investigación denominado: *Educación Ambiental Y Turismo Sostenible: Influencia Del Ambiente En La Sensibilización Y*

Comportamiento Medio Ambiental. Propuesta De Un Programa Educativo Ambiental Para Los Balnearios De Estado Barinas. Venezuela, en España. El objetivo fue elaborar una propuesta Educación Ambiental centrada en el turismo alternativo dirigido a la población, a partir de acciones significativas basadas en la sensibilización y comportamiento ambiental. En lo metodológico, se hace referencia al análisis comparativo de los elementos físico ambiental, social turístico. Asimismo, éste estudio se enfoca en la Investigación Cualitativa, porque se explora, se describe, se clasifica y se explican. La meta final fue lograr la aplicación de un Programa Educativo Ambiental conformado por un conjunto articulado y coherente de actividades formativas, en el marco de unas estrategias de desarrollo comunitario, que buscan contribuir a elevar las capacidades técnicas, políticas y de sensibilización ambiental en los individuos y que promuevan en éstos un Turismo Alternativo Sostenible, conjuntamente con las instituciones ambientales responsables a nivel nacional.

Bocanegra (2012), refiere en su investigación titulada: *Turismo Alternativo: ¿Factor De Desarrollo Económico Para Michoacán* en México, el cual tuvo como objetivo general: Analizar el turismo alternativo mediante un segmento de turistas que practican estas actividades y comprobar su aportación al desarrollo económico del estado de Michoacán? La investigación fue de un enfoque cualitativo de las regiones del estado en donde se realizó actividades relacionadas con el turismo alternativo. También se realizó un análisis de los perfiles de turista y un análisis del comportamiento de los turistas que practican el turismo alternativo así como su aportación al desarrollo económico. Finalmente se concluyó que el turismo es importante por su peso económico en el desarrollo de un país, estado o localidad; además de que produce ganancia de índole económica y cultural, así como social. El turismo aporta una buena

cantidad de recursos para el desarrollo económico de las naciones, en materia de sectores el más favorecido es el de generación de empleos. Para Michoacán el turismo es un factor importante para el impulso del desarrollo económico estatal, ya que genera divisas y empleos y participa en el progreso tanto económico como social.

Antecedentes Nacionales

A continuación se citan algunos trabajos de investigación relevantes al presente estudio:

Salas (2015), llevó a cabo un proyecto de investigación denominado: *El Turismo Alternativo (Ciclismo Y Trekking) Y Su Importancia Para El Desarrollo Sostenible Del Distrito De Pachacámac*. El cual tuvo como objetivo Evaluar si el turismo alternativo (ciclismo y trekking) puede ser una fuente de desarrollo turístico sostenible en el distrito de Pachacámac. Se llevó a cabo una investigación exploratoria y que no existen antecedentes de estudios realizados sobre el tema y en la zona. Se obtuvo como resultado las autoridades y pobladores de la zona, anhelan el desarrollo turístico de Pachacámac, creen que el turismo puede ser una alternativa para mejorar la situación económica y social de esta zona cercana a la capital Lima. En lo referente a turismo alternativo, determinan que teniendo en cuenta que la población apuesta y cree que el turismo puede ser una fuente de desarrollo, se debe trabajar conjuntamente con ellos para que en asociación con los excursionistas puedan desarrollar opciones de rutas variadas.

Fasabi (2014) refiere en su investigación titulada: *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible*, el cual tuvo como objetivo principal formular un Plan

Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente el desarrollo turístico sostenible y responsable. La investigación fue exploratoria ya que el lugar ha sido poco estudiado desde el enfoque turístico y descriptivo. El estudio fue un diseño no experimental (cuantitativo), dado que las variables son estáticas; además de diseño etnográfico (cualitativo). Se obtuvo como resultado la implementación de los programas presentados en el documento de trabajo, se esperó posicionar al distrito de San Jerónimo de Surco como destino turístico cercano a Lima, reconocido por su actividad turística alternativa y sostenible, con participación activa de la comunidad y atractivo para visitantes responsables con su entorno. Se concluyó que el turismo en nuestro país tanto interno como receptivo se encuentra en crecimiento, lo cual hace necesario implementar las condiciones básicas y complementarias que permitan brindar una experiencia turística de calidad a los visitantes de nuestros atractivos.

Celis, Espinosa, Lizárraga y Valdivia (2016) refieren en su investigación titulada: *Creación De Una Empresa Operadora De Turismo Por Carretera En Circuitos Turísticos No Convencionales En El Perú*, el cual tuvo como objetivo principal formular el plan de negocio para la creación de una empresa operadora de turismo de naturaleza dirigida al segmento del excursionista limeño, con una oferta de servicios full Day que les permite relajarse y disfrutar de una experiencia de desconexión de la rutina. La investigación fue exploratoria ya que el lugar ha sido poco estudiado desde el enfoque turístico y descriptivo. El estudio fue un diseño no experimental (cuantitativo); además de diseño cualitativo. Se obtuvo como resultado la implementación de una empresa operadora de turismo por carretera en circuitos turísticos no convencionales en el Perú, con participación activa de la comunidad y atractivo para visitantes responsables con su entorno. Se concluyó que el turismo en

nuestro país tanto interno como receptivo es una fuente de trabajo que beneficia a las comunidades en su crecimiento, lo cual hace necesario implementar las empresas operadoras de turismo permita brindar una experiencia turística de calidad a los visitantes.

Vega (2016), refiere en su investigación titulada: *Plan De Negocio Para La Creación De Una Agencia De Viajes Y Turismo Especializada En Clases De Español Dentro De Paquetes Turísticos En El Periodo 2014- Julio 2015*, el cual tuvo como objetivo general: proponer una agencia de viajes y turismo especializado en clases de español dentro de circuitos turísticos como una nueva forma de conocer la diversidad y al mismo tiempo aprender un idioma cada vez más utilizado a nivel mundial, el español. La investigación fue de un enfoque descriptivo, puesto que se tuvo como finalidad hacer una predicción sobre la viabilidad del mismo, en cuanto al diseño, fue una investigación no experimental, porque solo se recaudó información para hacer una predicción final. Finalmente se concluyó que la agencia de viajes y turismo especializada en clases de español dentro de circuitos turísticos fue rentable, puesto que el análisis costo-beneficio da como resultado un 49%, teniendo en cuenta que la recuperación total del capital se dio en 1 año y 9 meses aproximadamente.

Chura (2016), refiere en su investigación titulada: *Relación Entre La Oferta Y La Demanda De Las Agencias De Viaje Que Realizan Turismo De Aventura En La Ciudad De Tacna, Año 2015*, el cual tuvo como objetivo general: analizar si existió relación entre la oferta y la demanda de las agencias de viajes que realizan turismo de aventura en la ciudad de Tacna, en el año 2015. La investigación fue tipo aplicado porque se buscó plantear alternativas de solución relacionados a la satisfacción de la oferta y la

demanda del turismo de aventura en Tacna, asimismo se utilizó una investigación descriptiva no experimental ya que no se alteró ningún atributo de las unidades de análisis. Finalmente se concluyó que Existió relación positiva alta y muy significativa entre la oferta y la demanda de las agencias de viajes que realizan turismo de aventura en la ciudad de Tacna, en el año 2015 y que el uso de las estrategias adecuadas para fomentar el turismo de aventura en la ciudad de Tacna, son mayor difusión de esta actividad, implementación de sondeos de opinión para identificar necesidades de aventura de los viajeros extremos e incentivar a la Universidad Privada de Tacna para que participe en la promoción del turismo de aventura, como acciones de responsabilidad socio-cultural.

2.1.3 Marco conceptual

Turismo Alternativo

El turismo alternativo es una forma responsable de turismo aprovechando los recursos existentes, es una forma diferente al turismo convencional. Ante esto el turismo alternativo es:

Un conjunto de vivencias y experiencias únicas, irrepetibles, personales que se dan en un entorno de calidad, entendida esta como la calidad en el tiempo libre del turista, en un entorno de calidad geográfica social, que permite al turista percibir sus relaciones de una manera diferente con el entorno geográfico y cultural, con los otros turistas y sus anfitriones, dentro de los parámetros del desarrollo humano sustentables que prevé el desarrollo y crecimiento económico, la equidad social y la sustentabilidad ambiental (Zamorano, 2007, p. 13).

Se define turismo alternativo a las experiencias únicas e irrepetibles que tienen los turistas dentro de un entorno geográfico y cultural, de manera sustentable que prevé el desarrollo de las comunidades.

Según Sectur (2013) define al Turismo Alternativo como:

A los viajes que tienen como fin realizar actividades creativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (parr. 8).

El turismo alternativo es una modalidad de turismo responsable que involucra las buenas prácticas en un escenario donde los turistas buscan algo diferente a lo convencional, es estar en contacto directamente con el medio ambiente y participar de su entorno geográfico y cultural.

Según Baca en Wordpress, (2013) define al Turismo Alternativo como:

La búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, pero a la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados, dio pauta en Europa y Estados Unidos al surgimiento del Turismo Alternativo (parr.1).

Se le llama “Turismo Alternativo” a los viajes directamente en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales, respetando el entorno donde el turista o visitante participa.

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza

y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios naturales, culturales e históricos del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están concientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. Esta modalidad de turismo está conformada por actividades que en nombre indican característica principal: turismo cultural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura entre otros. (Ivanova e Ibañez, 2012, pág. 18)

Se define turismo alternativo, al contacto directo y activo con la naturaleza, pero desde un punto responsable valorando lo que hay en su entorno.

El Turismo Alternativo, es el reflejo de este cambio de tendencia en el mundo, representando una nueva forma de hacer turismo, que permite al hombre un reencuentro con la naturaleza, y un reconocimiento al valor de la interacción con la cultura rural, y al mismo tiempo, una oportunidad para México de participar en el segmento con mayor crecimiento en el mercado en los últimos años. (Casasola, 1990, pág. 13).

Es una práctica responsable de turismo, que permite al turista un reencuentro con la naturaleza y a la vez este respeta y valora al mismo tiempo.

Asimismo, Sectur (2004), como organismo de turismo: “Considerada una modalidad turística que plantea una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística” (párr.4).

Es la búsqueda por acercarse a la naturaleza en busca de actividades recreacionales; es una modalidad de turismo que busca de manera consiente y que se preocupa por la conservación de los recursos naturales.

Es un turismo de calidad que se da dentro de los parámetros del desarrollo humano sustentable que promueve el desarrollo y crecimiento económico, la equidad social y sustentabilidad ambiental, entendida la calidad como la existencia de calidad en el tiempo libre del turista en un entorno de calidad tanto geográfica como social, ayudándole a percibir sus relaciones de una manera diferente con el entorno geográfico y cultural, con los otros turistas y sus anfitriones mediante la creación de vivencias y experiencias únicas, irrepetibles, personales, en un entorno de calidad (Zamorano, 2007, p. 13).

Otra forma de precisar el turismo alternativo es brindar sustentabilidad ambiental. Así mismo, calidad que se da dentro del desarrollo humano sustentable y que el turista percibe sus relaciones con el entorno geográfico y cultural de una manera distinta, pero con responsabilidad teniendo vivencias y experiencias únicas.

Según la Secretaria de Turismo de México, 2002 define el concepto de turismo alternativo de la siguiente manera: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de los recursos naturales y culturales.

Es importante señalar que este tipo de turismo pretende dar énfasis a la prevención de un impacto social ambiental, económico y cultural, con el fin de tener desarrollo sostenible.

En el nuevo modelo denominado Turismo alternativo la atención personal y la posibilidad del viaje a la medida son factores importantes para la elección del destino además de la búsqueda de vivencias y experiencias únicas, no repetibles, personal y de calidad. (Zamorano, 1997)

El turismo sostenible busca desarrollar actividades: en la naturaleza, de referencia en estado conservado teniendo vivencias irrepetibles.

Para entender de mejor manera lo que es este tipo de turismo e identificar algunas características, a continuación, presentemos una tabla donde se presentan las características donde se observan las diferencias ente turismo tradicional y turismo alternativo:

Tabla 1

Diferencias Ente Turismo Tradicional Y Turismo Alternativo

Turismo Convencional	Turismo Alternativo
Es masivo (lo realizan en grandes grupos)	No es masivo (se realizan en pequeños grupos)
La finalidad es descanso o placer.	La finalidad es el disfrute y aprovechamiento racional de las áreas naturales.
Se lleva a cabo en grandes ciudades o en destino de playa.	Se lleva a cabo en áreas naturales (bosques, lagunas, etc.) principalmente dentro de comunidades.
Las actividades principales que se realizan son: conocer museos, visitar zonas arqueológicas, templos y playas.	Las visitas se realizan con guías que explican los atractivos turísticos del destino, instruyen y concientizan a los visitantes sobre la importancia de la conservación de las áreas y de si necesidad
Las visitas se realizan regularmente con guías que explican los atractivos turísticos del destino y reconoce su importancia a nivel nacional o mundial.	
Los servicios turísticos se mantienen al margen de la actividad económica de la	

región donde se desarrolla.	de protegerla.
Se comercializa los productos y servicios en general y sin restricciones.	Las comunidades se hacen partícipes de la actividad económica, empleando personas de la localidad y usando productos y servicios locales tradicionales del lugar. Para publicitar y comercializar las actividades de turismo alternativo en áreas naturales se considera las medidas de protección, impacto ambiental y capacidad de carga que tomen sobre el sitio.

Fuente: Gobierno del estado de Oaxaca, 2002

Elaboración propia

Turismo de Aventura

El turismo de aventura, implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el turista puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura es una actividad no convencional que cada año va en aumento por su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales y diferentes a las típicas vacaciones que suelen ofrecer. Ante esto el turismo de aventura es:

“Es el tipo de turismo que permite estar en contacto con la naturaleza, pero realizando grandes esfuerzos y actividades de alto riesgo, desafiando la geografía del lugar” (Promperu, 2008, pág.84).

Partiendo de los conceptos, definimos al turismo de aventura una actividad que está directamente en contacto con la naturaleza, desafiando la geografía del lugar.

Según (Aptae) define al turismo de aventura como: las prácticas desarrolladas habitualmente en lugares al aire libre que requieren de equipo especializado, medios de

transportes no convencionales y personales capacitado, acreditado e idóneo, que haga posible que la referida práctica se realice en condiciones de comodidad y seguridad. Las personas que desarrollan actividades de turismo de aventura, lo hacen a través de su participación activa; por lo que implica la movilización organizada, ambiental y socialmente responsable, de grupos humanos hacia uno o varios destinos geográficos, sea por tierra, aire o agua.

Algunas de las actividades que se consideran dentro del turismo de aventura son: Biking, Climbing, Rafting, Trekking, Sandboarding, Buggies, tubulares, o carros areneros, Puenting, Rapel, Parapente, Surfing, Windsur.

Se llama turismo de aventura a las actividades desarrolladas en escenarios y espacios abiertos que requieren de equipos especializados, que haga posible realizar estas actividades que tienen alto riesgo, pero en condiciones de comodidad y seguridad.

“Tipo de turismo que permite estar en contacto con la naturaleza, pero haciendo grandes esfuerzos y practicando actividades de alto riesgo que, por lo general, implican desafiar la geografía del lugar” (Promperu, 2015, pág. 46).

El turismo de aventura permite estar en contacto con la naturaleza realizando diferentes tipos de actividades que implicar riesgo y esfuerzo.

(La Secretaría de Turismo, 2014) define el turismo de aventura como: “Los viajes que tienen con fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.”

Es otra modalidad de turismo de aventura que tiene como desafío la naturaleza y que implica practicar actividades recreativas.

Para esclarecer este término se toma la definición de Murrieta (2008) que dice “el turismo de aventura es un tipo específico de turismo que involucra exploración o excursiones a lugares remotos donde el viajero espera lo inesperado”.

Otra forma de definir el turismo de aventura es que involucra excursiones donde el turista espera lo inesperado y se involucra de manera muy profunda con la naturaleza.

Ecoturismo

El ecoturismo es un estilo de turismo alternativo diferente a lo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas la cual se privilegia la sostenibilidad, ya que se aprecia en un medio totalmente natural como cultural. Ante esto definimos al ecoturismo como:

Según la (OMT, 2002), el Ecoturismo se emplea para designar las formas de turismo que cuentan con las siguientes características:

1. Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.
2. Incluye elementos educacionales y de interpretación.
3. Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas. Los proveedores de servicios que colaboran en el destino tienden a ser pequeñas empresas de propiedad local.
4. Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

5. Contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo:

- Generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas,
- Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales,
- Incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

El ecoturismo está basado y relacionado con la naturaleza, donde el hombre entra en contacto con el medio natural de manera que interpreta, observa y realiza actividades que procuran reducir impactos negativos.

El ecoturismo se define como: “los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma”. Actividades que van desde aquéllas de carácter general como el senderismo interpretativo, safari fotográfico, observación de flora o fauna o las más especializadas como la observación de aves, avistamiento de ballena, participación en programas de rescate, como es el caso de los campamentos tortugueros, entre otras (Sectur, 2004).

El ecoturismo tiene como fin realizar actividades en un entorno de naturaleza donde se puede apreciar y conocer la naturaleza a través del contacto vivencial.

Según The international ecotourism society (2016, parr.03) define al ecoturismo como: una alternativa para practicar el turismo sin ocasionar impactos negativos

al medio ambiente, disfrutando del entorno maravilloso que la naturaleza nos ofrece; el cual es definido como “El viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales”

Otra forma de precisar el ecoturismo es realizar viajes responsables en áreas naturales donde tenemos que conservar el medio ambiente.

El ecoturismo es una actividad turística únicamente que se realiza en áreas naturales, cuya responsabilidad es preservar el medio en que se desarrolla esta actividad y que la responsabilidad recae en el turista.

Según Sector, (2004, pág. 23) define al ecoturismo como: el Desarrollo Turístico Sustentable debe ser responsabilidad de quienes desarrollan y conforman el sector turístico, esto es: el gubernamental (municipal, estatal y federal), el privado y social (prestadores de servicios turísticos y comunidades anfitrionas) haciendo copartícipe al turista de la responsabilidad de cuidar de los recursos naturales que utiliza y del valor de respetar las culturas y tradiciones de sus anfitriones, una vez que contrató el servicio turístico. En algunos otros casos, estos términos son utilizados para calificar a una empresa turística como “eco-amigable”, entendiendo este concepto como aquellas empresas que cuentan con infraestructura y equipamiento turístico en donde los materiales y procesos constructivos que tiene son de bajo impacto ambiental, su diseño arquitectónico considera fundamentalmente las características vernáculas de la región, y aplica ecotécnicas y tecnologías ambientales en sus servicios, lo que les permite, además de aprovechar y conservar los recursos naturales, vincular al turista con los elementos sociales y ambientales de la localidad anfitriona a través de las instalaciones, servicios y actividades turísticas que realiza, sensibilizándolo sobre la importancia de su conservación.

El ecoturismo es un movimiento responsable que las personas buscan para hacer prácticas responsables pero con fines de ocio, quienes lo practican tienen alto nivel de conocimiento de cómo proteger y conservar el medio donde lo visitan.

Según Zamorano (2009, Pág. 174) define al ecoturismo como: “viaje responsable que conserva el entorno y sostiene el bienestar de la comunidad local”.

Turismo cultural

El turismo cultural o histórico es una modalidad de turismo donde resalta el aspecto cultural que ofrecen los destinos turísticos en pequeñas y grandes ciudades. Ante esto definimos turismo cultural:

“Tipo de turismo que satisface el deseo de conocer la historia del lugar y de admirar atractivos culturales, sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos y museos”. (Promperu, 2015, Pág. 46)

Definimos al turismo cultural como aquella actividad que le permite conocer la historia del lugar y saber sobre los atractivos culturales con los que cuenta el sitio.

Según Sectur, (2015, párr. 02) define al turismo cultural como: aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico.

El turismo cultural es uno de los elementos más importantes con lo que cuenta una nación por ello, el turismo toma como base principal la cultura teniendo como

elementos: la artesanía, música, arquitectura, tradiciones, gastronomía, arte y entre otros.

Según Oyarzun en (Mingaonline.uach.cl, párr. 08) Define al turismo cultural como: La absorción del turista de las características que asemejan al desvanecimiento de los estilos de vida de sociedades pasadas, que observan tales fenómenos como estilos de casa, artesanías, equipos de granja y vestidos.

El turismo cultural es una modalidad que resalta los aspectos culturales que tiene cada determinado destino turístico, ya sea una ciudad o un país.

Según Curiel, (2013, Pág. 13) define al turismo cultural como: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de negocios u otros motivos.

El turismo cultural es alternativa de turismo que es consumida de manera general ya que contiene muchas manifestaciones que involucran actividades intangibles y tangibles la cual el turista puede visitar.

Según (Ruiz, 1997, Pág. 1) El turismo cultural es una alternativa a la trivialización del viaje, ante la perspectiva meramente consumista de otras formas de turismo. Es un signo de la época, de un afán de ser original en tiempos de manifestación, con una creciente segmentación de los mercados.

Turismo Vivencial o Rural

El turismo vivencial, rural o comunitario es una actividad cultural donde participamos de las actividades diarias de las comunidades y pueblos que nos muestran su día a día y nos enseñan las tareas que ellos comúnmente realizan.

Según (Promperu, 2016, pág. 05) el turismo rural comunitario se atiende como una especie de reencuentro de culturas en el marco de visita al lugar de residencia de una familia o una comunidad.

Es una actividad basada en un modelo de participación comunitaria que fundamentalmente practica la actividad turística como un factor económico y que enseña al visitante todas las actividades relacionadas a su estilo de vida.

Según (PNTR, 2011, Pág. 01) Es un conjunto de modelos de gestión basados en la participación local como elemento fundamental que permita la sostenibilidad de la actividad turística y la inclusión social y económica de las poblaciones rurales a través del desarrollo de productos y servicios diversos.

El turismo rural o comunitario es un estilo de vida que los pobladores han acogido como parte del turismo y sacan un beneficio económico, enseñado y mostrando las actividades que comúnmente realizan.

Según (PNTR,2010, Pág. 01) Es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto.

Este tipo de actividad se desarrolla en un medio rural de manera sostenible, basada en la participación de los pobladores locales que están organizados para enseñar a los turistas que visitan sus espacios.

Según el (MEF, 2013, Pág. 01) Es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para brindar servicios turísticos.

Es una actividad desarrollada en un medio rural donde el poblador es el principal protagonista ya que enseña al visitante las actividades, su manera de vida, basada en la participación de las comunidades organizadas para un beneficio de la localidad.

Según (Mincetur, 2017, párr. 01) Toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto.

Actividad Turística

Son las actividades turísticas que están clasificadas en las actividades del turismo activo, como parques, balnearios instalaciones deportivo- turísticas.

Según el (gobiernodecanarias.org, párr. 01) dice: actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.

La actividad turística comprende al desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un periodo superior a 24 horas y menos a un año.

Según (eumed.com, párr. 01) La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento.

La actividad turística es aquella que se comprende, por fines de ocio o diversión, es aquello que ejercemos al momento de visitar algún lugar de interés turístico.

Según la (academia.edu, párr. 01) La actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente.

Son todas las actividades que realizamos al momento de practicar el turismo en cualquier modalidad convencional o no convencional.

Según (Madrid.es, párr. 02) Se entiende por actividad turística complementaria la ejercida por empresas que se dedican a prestar servicios especializados de contenido cultural, deportivo, recreativo, de turismo activo, comercial, de transporte, de organización y consultoría o similares, que con su actividad contribuyen a la diversificación de la oferta y desarrollo del turismo.

La actividad turística son aquellos movimientos como resultado que ejercemos al momento de practicar turismo, son todos los movimientos que nos conllevan a la práctica de alguna actividad relacionada al turismo.

Según (Datur.Sectur.GOB.MX, párr. 01) comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter turístico-recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que intervienen valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas.

Turista

El turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en otro punto geográfico. Ante esto definimos Turista como:

Persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de doce meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no es realizar una actividad remunerada ni residir en el lugar de destino. (Promperu, 2014, Pág. 44)

Hablamos de un turista a aquella persona que se traslada fuera de su lugar habitual y su principal objetivo es el ocio.

Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un periodo mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos, y cuyo principal motivo de viajes es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo. (Perfil Del Vacacionista Universitario Limeño, 2014, Pág. 33)

Es aquella persona que se traslada fuera de su lugar habitual por un periodo mínimo de una noche y no más de doce meses con el fin de diversión u ocio.

Según (Datur.Sectur.GOB.MX, párr. 123) Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

Es aquella persona que realiza viajes fuera de su entorno habitual, pues dicho viaje obedece a realizar actividades de ocio y diversión.

Según (Vía Definicion ABC, 2011, párr. 01) turista es: aquella persona que se traslada de su territorio de origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 horas e incluye pernoctación en el punto geográfico de destino.

Toda persona que se desplaza de un lugar distinto a lo habitual, por permanencia inferior a 12 meses consecutivos.

Según (definicion.mx, 2014, párr. 1) Se denomina turista a la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual, etc.

Agencia de viajes o de turismo

Una agencia de viajes es una empresa u organización asociada al turismo, cuyo oficio es la intermediación, organización y realización de itinerarios para su elaboración y venta de productos turísticos entre los clientes y proveedores de viajes. Se define agencias de viajes como:

Empresa que se dedica a la organización de viajes y a la venta de servicios turísticos, ya sea en forma individual o en paquete. Por lo general, tiene carácter de intermediario entre el prestador de los servicios turísticos y el usuario. (Promperu, 2014, Pág. 44)

Es aquella empresa que brinda servicios de viajes a los turistas que buscan conocer y relajarse.

Empresa que se dedica a la organización de viajes y a la venta de servicios turísticos, ya sea en forma individual o en paquete. Tiene, por lo general, carácter de intermediario entre el prestador de los servicios turísticos y el usuario. El termino agencia de turismo debe considerarse como similar. (Perfil Del Vacacionista Universitario Limeño, 2014, Pág. 32)

La agencia de viajes es una empresa constituida que se dedica a la venta de paquetes turísticos, así como la asistencia al turista para que pueda sentirse al momento de realizar viajes.

Según (Datur.Sector.GOB.MX, párr. 02) la agencia de viajes es: empresa que concibe, crea, planea, organiza y ejecuta programas de servicios de viajes para el organizador o el cliente en los que incluye normalmente alojamiento, alimentación, transporte de aproximación y local así como excursiones en sitio y a los alrededores para el grupo de participantes en el evento a petición del cliente; bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios tanto nacionales como internacionales.

Es una organización constituida legalmente y que ofrece servicios de viajes así como servicios complementarios como alojamiento, restaurantes y transporte.

Según (Cabarcos, 2006, Pág. 51) define a la agencia de viajes como: una empresa de servicios dedicada a organizar y facilitar la realización de viajes por parte de sus clientes; por lo tanto, su objetivo es vender viajes.

Las agencias de viajes son empresas dedicadas a la elaboración, planificación, elaboración y ejecución de los viajes por parte de sus clientes.

Según la OMT (1998), “las agencias son empresas de servicios y su función principal es la intermediación”.

2.2 Metodología

2.2.1 Sintagma

La presente investigación está basada bajo el sintagma holístico. El término holístico en su definición griega significa “todo”, de ello, el sintagma es el resultado de la suma de sus partes, Hurtado (2000, pág.14) señala que la investigación holística es:

Una propuesta que presenta la investigación como un proceso global, evolutivo, integrador, concatenado y organizado. La investigación trabaja los procesos que tienen que ver con la invención, con la descripción y la clasificación, considerada la creación de teorías y modelos (...) la aplicación práctica de soluciones y la evaluación de proyectos, programas y acciones sociales.

El sintagma holístico se refiere a la manera de ver las cosas de manera enteras, en su totalidad, de manera que podamos comprender desde cualquier perspectiva, para así poder lograr una actitud que supere los “paradigmas”, las maneras de ver las cosas las

propicia el sintagma, que puede ser entendido, de manera simple, como la integración de paradigmas.

2.2.2 Enfoque

El enfoque de la presente investigación, es de tipo holístico por lo cual se trabaja con diversas técnicas de recopilación de datos, los cuales serán analizados. El enfoque es dinámico lo que permite que sea un enfoque cualitativo y cuantitativo para obtener mayor profundidad en la investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “los métodos mixtos se combinan al menos un componente cuantitativo y uno cualitativo en un mismo estudio o proyecto de investigación” (p. 546).

2.2.3 Tipo

El tipo de estudio de esta investigación es proyectivo, ya que busca presentar una propuesta que ayude a presentar alternativas a los visitantes o empresas de manera que los ayude actualmente a la unidad de estudio.

2.2.4 Diseño

Descriptivo – Transversal

En este diseño el investigador “busca y recoge información contemporánea con respecto a una situación determinada” (Sánchez & Reyes, 2006, p. 102), con la finalidad de tomar una decisión correcta en base a la información obtenida. Esta investigación es transversal ya que se recolecta información de un momento determinado, con la finalidad de conocer la y describir el estado actual de las variables.

2.2.5 Categorías y subcategorías apriorísticas y emergentes

Tabla 2

Categorías y subcategorías apriorísticas.

Categoría
<p>Categoría I</p> <p style="text-align: center;">Turismo alternativo.</p> <p>Subcategorías apriorísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Turismo de aventura ▪ Turismo cultural ▪ Ecoturismo ▪ Turismo rural o vivencial <p>Categorías emergentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad turística • Desarrollo turístico • Turistas

2.2.6 Unidad de análisis

Población

La población es un conjunto de sujetos o individuos con determinadas características, de la cual se obtiene la muestra o participantes de un estudio epistemológico a la que se quiere obtener resultados de dicho estudio.

De acuerdo con Fracica (1988) la población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestro”.

Muestra

La muestra es una porción de la población que permite dar afirmaciones y resultados generalizados a un estudio. Complementa esto Bernal (2006), refiriéndose a que “es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información

para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p.165).

Entonces, es claro que la muestra fue la unidad a la cual se aplican los instrumentos y de sus resultados se pudo extender o generalizar a toda la población.

La muestra lo conforma:

Tabla 3

Categorías y subcategorías apriorísticas.

Muestra cuantitativa	f	%	Muestra cualitativa	f	%
Turistas Nacionales	30	100	Turistas Nacionales	1	66.6
			Gerente de una agencia de viajes	2	33.3
Total	30	199	Total	2	100%

2.2.7 Técnicas e instrumentos

Según, Arias (2012, p.67), “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información”. Son ejemplos de técnicas, la observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, de contenido, entre otros. En cuanto a los instrumentos, el autor citado anteriormente afirma que: “son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”

Ficha técnica del cuestionario 01

Nombre: Turismo Alternativo

Autor: Shirley Milagros Morales Galvez

Procedencia: Universidad Norbert wiener

Objetivo:

Tiene como objetivo analizar el nivel de conocimiento sobre turismo alternativo

Lugar de aplicación: Lima

Forma de aplicación: individual

Duración de la Aplicación: 15-20 minutos

Descripción del instrumento:

Es un cuestionario conformado por 13 preguntas, la cual evalúa el conocimiento de turismo alternativo: conocimiento, gusto, preferencias de los turistas. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora; relacionadas a las categorías apriorísticas y subcategorías

Procedimientos de puntuación:

Las preguntas del cuestionario son preguntas independientes cuya alternativa tiene su propio valor interpretativo

Ficha técnica instrumento 2

Nombre: Ficha de entrevista

Procedencia: Shirley Milagros Morales Gálvez

Objetivo: Tiene como objetivo analizar el nivel de conocimiento sobre turismo alternativo.

Estructura: Contiene 05 preguntas abiertas relacionadas a las categorías apriorísticas y sub categorías.

Descripción: Es un instrumento corto con preguntas precisas.

Validez y confiabilidad: Será validado por un experto y con la confiabilidad de un piloto

Validez

Tabla 4

Instrumentos holísticos de la investigación.

TÉCNICAS		INSTRUMENTOS
Tc Cualitativa:	Entrevista	Ficha de Entrevista.
Tc Cuantitativa:	Encuesta	Cuestionario

Tabla 5

Validez de expertos.

Nro.	Expertos	Criterio
1	De la Torre Tejada, Abel	Aplicable
2	Sánchez Schmidt, Marco	Aplicable
3	Nolazco Labajos, Fernando Alexis	Aplicable

Nota: Ver las fichas de validez del instrumento (ver anexo 04).

Confiabilidad del instrumento cuantitativo

Tabla 6

Análisis de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,786	13

N= 30

Para la confiabilidad se realizó la aplicación de la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach, obteniendo como resultado un nivel aceptable de confiabilidad (0,786).

2.2.8 Procedimiento y método de análisis

Para el procedimiento y método de análisis se empleará el software estadístico SPSS versión 20.0 en español. El primer paso consistirá en codificar cada uno de los ítems y la escala de medición, perdiéndonos obtener cuadros y porcentajes. Cabe resaltar, que “Una distribución de frecuencias es una tabla en la que organizamos los datos dividiéndolos en Clases o grupos que describen alguna característica de los datos” (Blacutt, 2011)

2.2.9 Mapeamiento

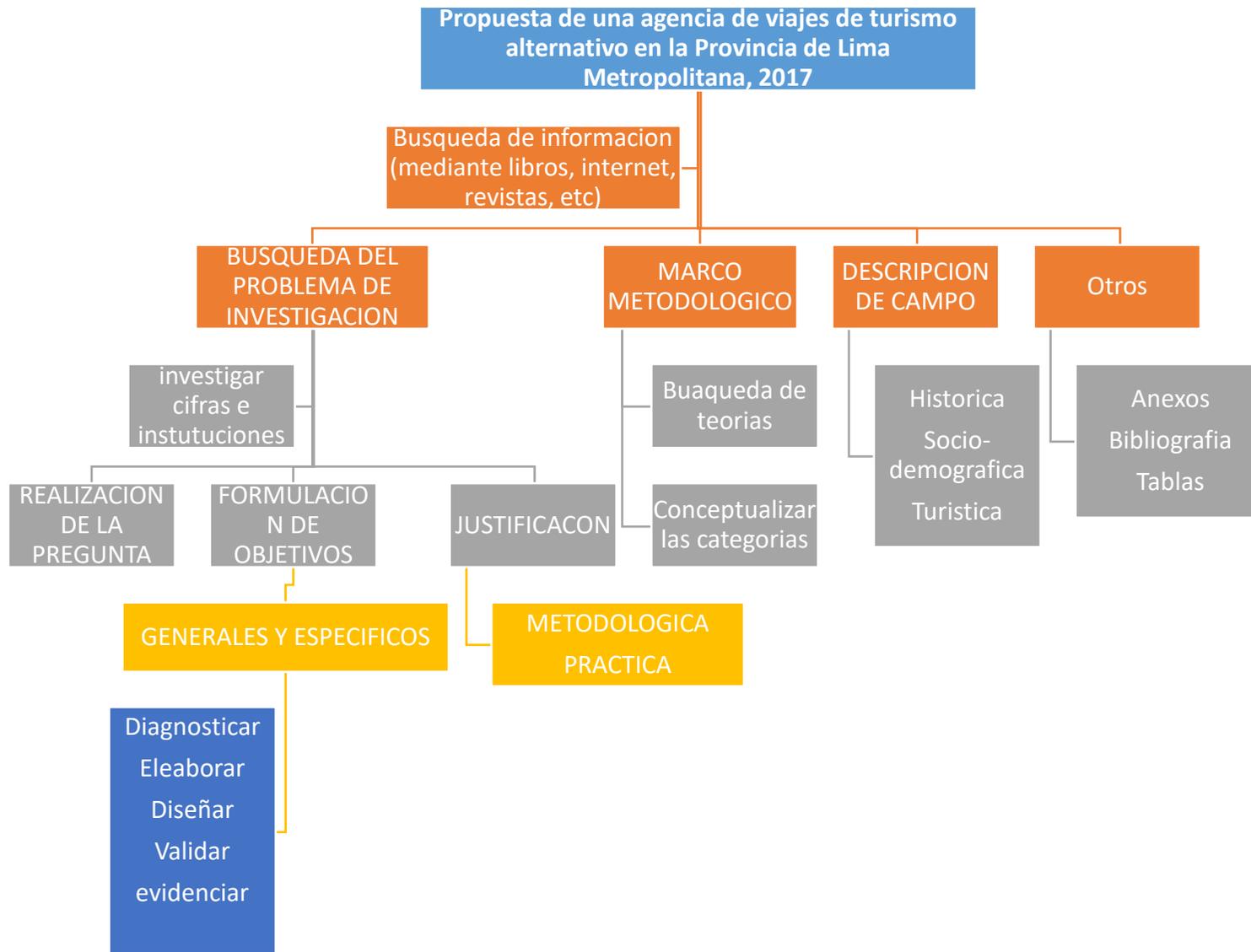


Figura 3. Mapeamiento de la investigación

CAPÍTULO III
EMPRESA

3.1 Descripción de la empresa

3.1.1 Quienes somos

Turismo Alternativo Perú – Tour Operador

Es una agencia receptiva peruana, pionera en el destino y especializada en turismo de aventura, ecoturismo, turismo vivencial o rural. **Turismo Alternativo Peru** le invita a descubrir la diversidad natural y cultural del Perú, así como la alegría, el entusiasmo y la hospitalidad de los peruanos.

3.1.2 Misión

Aspiramos ser una institución líder a nivel nacional, y convertir el Perú como destino turístico de excelencia.

3.1.3 Visión

Gracias a nuestro conocimiento del país, nos comprometemos a proporcionar a nuestros clientes un viaje de alta calidad para que este sea inolvidable, trabajando de la mano con comunidades locales, con las cuales tendremos relaciones de confianza, de largo plazo y de beneficio mutuo. Fortaleciendo y capacitando a nuestros proveedores y comunidades aliados para garantizar un servicio óptimo, encuentros auténticos, beneficios sostenibles y la presentación de los recursos culturales y naturales.

3.1.4 Turismo Responsable

Todo nuestro equipo está comprometido con la promoción de un turismo sano, responsable y solidario basado en el respeto mutuo y el compromiso social.

Turismo Alternativo Peru como tour operador es parte de la red Aptae (Asociación peruana de turismo de aventura y ecoturismo)

3.1.5 Valores

- **Liderazgo:** esforzarse en dar forma a un mejor futuro.
- **Colaboración:** potenciar el talento colectivo.
- **Calidad:** búsqueda de la excelencia.
- **Diversidad:** contar con un abanico de paquetes turísticos de alta calidad.
- **Rendir cuentas:** ser responsables.
- **Integridad:** ser transparentes.
- **Pasión:** estar comprometidos con el corazón y con la mente.

3.2 Marco legal de la empresa

La normatividad aplicada para este tipo de negocio se basa en lo siguiente:

3.2.1 Ley General de Turismo

Según, la Ley General de Turismo N° 29408 en el capítulo IV, llamado prestadores de servicio turístico, dice lo siguiente:

Artículo 27.- Prestadores de servicios turísticos

Son prestadoras de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, las que se incluyen en el Anexo núm. 1 de la presente Ley.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reglamenta en cada caso, a través de decretos supremos, los requisitos, obligaciones y responsabilidades específicas que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

Asimismo, mediante resolución ministerial, se puede ampliar la relación de prestadores de servicios turísticos incluidos en el Anexo núm. 1.

Artículo 28.- Obligaciones generales de los prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos, en el desarrollo de sus actividades, deben cumplir las siguientes obligaciones generales:

1. Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
2. Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales debiendo prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dichas materias.
3. Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual tomen conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.
4. Informar a los usuarios, previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.
5. Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
6. Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
7. Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.

8. Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
9. Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el Sistema de Información Turística.

Artículo 29.- Derechos de los prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos tienen los siguientes derechos en el desarrollo de sus actividades:

1. Participar en las actividades de promoción turística organizadas por PROMPERÚ y por el órgano regional competente, de conformidad con la normativa vigente sobre la materia.
2. Participar en la elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) a través de sus asociaciones u órganos de representación.
3. Comunicar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo sobre situaciones o disposiciones provenientes de otros sectores que puedan afectar el desarrollo de la actividad turística.
4. Ser beneficiarios de incentivos por prácticas de turismo inclusivo y responsabilidad social.
5. Acceder en igualdad de condiciones a los proyectos de inversión turística.

Artículo 30.- Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados según el reglamento, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los gobiernos regionales.

El órgano regional competente pone a disposición de los turistas y público en general el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de su circunscripción territorial.

Concordancias: D.S. N° 003-2010-Mincetur, Art. 28.2

(El detalle de las mismas se evidenciara en los anexos: 08)

3.2.2 Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo - Decreto Supremo N° 026-2004-Mincetur

Que, conforme a la ley n° 27790, ley de organización y funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y la Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur, es el ente rector a nivel nacional competente en materia turística, tiene entre sus atribuciones la elaboración normativa, fiscalización, gestión y administración de toda la actividad turística, realizando las coordinaciones que para su aplicación resulten necesarias.

El presente Reglamento establece las siguientes disposiciones en el

Capítulo I denominado: disposiciones generales

Artículo 2°.- **Ámbito de Aplicación.** Están sujetos a las normas del presente Reglamento las Agencias de Viajes y Turismo que presten sus servicios en el territorio nacional. Asimismo, es aplicable a los servicios que las Agencias de Viajes y Turismo ofrecen en el país y son prestados en el exterior. Las Agencias de Viajes y Turismo se clasifican en la siguiente forma:

- a) Agencia de Viajes y Turismo Minorista.
- b) Operador de Turismo.
- c) Agencia de Viajes y Turismo Mayorista.

Artículo 3°.- **Definiciones.** Para los efectos del presente Reglamento se entiende por:

- a) **Agencia de Viajes y Turismo:** Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.
- b) **Clase:** Modalidad bajo la cual la Agencia de Viajes y Turismo presta sus servicios, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 2° del presente Reglamento.
- c) **Agencia de Viajes y Turismo Minorista:** Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. La Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo.
- d) **Agencia de Viajes y Turismo Mayorista:** Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

- e) **Operador de Turismo:** Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.
- f) **Personal calificado:** Persona que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia demostrada para atender, asesorar y orientar a los turistas que soliciten la prestación de servicios de la Agencia de Viajes y Turismo.
- g) **Turismo emisor:** El realizado por nacionales en el exterior.
- h) **Turismo interno:** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.
- i) **Turismo receptor:** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.
- j) **Inspector:** Funcionario o servidor público autorizado por el Órgano Regional Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.

Capítulo III De Las Agencias De Viajes Y Turismo

Artículo 6°.- Actividades de las Agencias de Viajes y Turismo. Son actividades de las Agencias de Viajes y Turismo, independientemente de la clase bajo la cual presten sus servicios, las siguientes:

- a) La promoción del turismo en los ámbitos nacional e internacional;
- b) La representación de empresas intermediarias u Agencias de Viajes y Turismo no domiciliadas en el país;
- c) La representación de líneas aéreas; d) La representación de otros prestadores de servicios turísticos;
- e) El alquiler de vehículos con y sin conductor;

- f) El fletamento de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte;
- g) La organización y promoción de congresos, convenciones y otros eventos similares;
- h) La contratación de Guías de Turismo;
- i) Otras vinculadas a los viajes de Turismo.

6.1 De las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas: La proyección, elaboración, organización y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.

6.2 De los Operadores de Turismo:

- a) La proyección, elaboración, producción, organización, operación, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional;
- b) La intermediación en la reserva y venta de boletos y pasajes en cualquier medio de transporte;
- c) La intermediación en la reserva y contratación de hospedaje;
- d) Recepción y traslado de turistas;
- e) Brindar orientación e información al turista;
- f) Cambio de divisas, venta y cambio de cheques de viajeros;
- g) Transporte de equipaje a través de terceros utilizando cualquier medio de transporte;
- h) Tramitar pólizas de seguros de viaje, de pérdidas o deterioro de equipajes y otras que cubran los riesgos del viaje;
- i) Alquiler de útiles y equipos para la práctica de diversas modalidades de turismo;
- j) Representación de los turistas en los procedimientos necesarios para concretar los viajes, cumpliendo con las disposiciones legales vigentes;
- k) Recuperación de impuestos que el turista paga en el exterior.

6.3 De las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas:

- a) La elaboración, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional;
- b) Las indicadas en el punto 6.2, con excepción de la señalada en su literal a).

Artículo 7º.- Ejercicio de las actividades de las Agencias de Viajes y Turismo. Las actividades señaladas en el artículo 6º del presente Reglamento serán prestadas en el territorio nacional por las Agencias de Viajes y Turismo, sin perjuicio de la contratación directa de tales servicios, por parte de los turistas, con las empresas de transporte, establecimientos de hospedaje y otros prestadores de servicios turísticos.

(El detalle de las mismas se evidenciara en los anexos: 09)

3.2.3 Ley de Protección y Defensa al Consumidor – Indecopi

Artículo I.- Contenido El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

(El detalle de las mismas se evidenciara en los anexos: 10)

3.3 Actividad económica de la empresa

La Empresa se dedicará a la intermediación de los viajes – operador turístico en el destino para los programas que han sido comercializados de forma directa o a través de mayoristas.

3.4 Información tributaria de la empresa

3.4.1 Constitución de la empresa

Sociedad anónima cerrada (SAC)

Es un tipo de sociedad de carácter mercantil en el que la responsabilidad anónima cerrada, esta reducida por un número de personas (hasta 20 socios) que pueden ser naturales o jurídicas, que tienen el ánimo de constituir una sociedad- affectio societatis- y participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación.

Es una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar, chica o mediana.

A continuación los pasos para la constitución de la Sociedad anónima cerrada (SAC) básicamente se requiere:

1. El nombre de la sociedad. Se recomienda hacer una búsqueda previa en registros públicos SUNARP, incluyendo una reserva de nombre, para saber que el nombre haya elegido no este tomado por alguien más. En este caso el nombre del Tour Operador es: Turismo Alternativo Perú. El Costo: S/ 4.00 y la reserva S/ 20.00.
2. Acto constitutivo o minuta de constitución.
3. La escritura pública, para el caso de la minuta: se tramita en cualquier notaria de su elección. El costo es de S/ 150.00 – S/300.00
4. Capital social. No hay un mínimo y puede ser en efectivo o en bienes. Si es en efectivo e abre una cuenta en el banco de la nación.
5. Tener mínimo 2 socios y no más de 20 socios.
6. Designar un gerente general y establecer sus facultades.

7. Legalización de los libros contables: son libros en los que registran los ingresos o movimientos de la empresa (inventarios, balances, diario mayor, registro de compras y de ventas)

3.4.2 Estructura organizacional

Organigrama

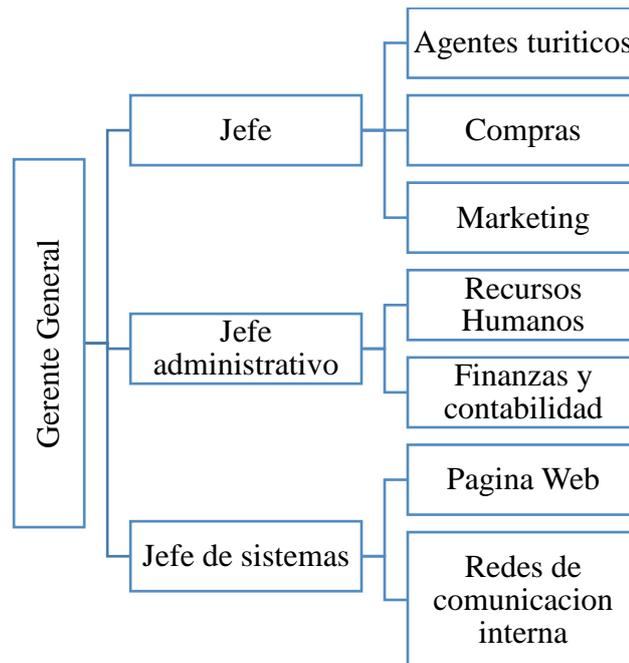


Figura 4. Organigrama de la Empresa

3.5 Información económica y financiera de la empresa

3.5.1 Información económica

El modelo de negocio no requiere un local si no es a través de una página web y redes sociales (Facebook, Instagram) y transacciones online.

3.5.2 Financiera de la empresa

En el aspecto financiero del negocio, representa una inversión mínima y no se necesitara un local y la inversión sería básicamente la adecuación y equipamiento para la oficina

que estará ubicada en el domicilio: Av. 16 de Marzo # 301 –Distrito de Independencia
(Referencia: Frente a Plaza Norte)

3.6 Proyectos actuales

Ingreso al mercado con programas innovadores y dirigidos al segmento de turismo alternativo.

Los programas a ofrecer son los siguientes:

Código	Nombre	Duración	Principales actividades
0001	Aventura en el Camino Inca Cusco	4d/3n	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caminata
0002	Diversión en Máncora (Piura)	3d/2N	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Avistamiento de aves ▪ Motonave ▪ Contacto con las tortugas marinas.
0003	Extrema aventura Paracas + Ica + Chincha - desde Lima	Full Day	<ul style="list-style-type: none"> • Sandboard • Tubulares
0004	Iquitos + Selva Programa Paiche	3d/2n	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Observación de aves • Pesca Deportiva
0005	Tambopata - Cerca de ti	4d/3n	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canopy Walk-Way
0006	Combinación Perfecta: Huánuco y Tingo María	4d/3d	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Compra de artesanía
0007	Chachapoyas Escapada Al Amazonas	2d/1n	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Compra de artesanía
0008	Aventura Extrema en Huaral - desde Lima	Full Day	<ul style="list-style-type: none"> • Canopy • Sandboard • Tubulares
0009	Playas de Mollendo en Arequipa	5d/4n	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca Deportiva • Sandboard

(El detalle de las mismas se evidenciara en los anexos: 07)

Cuadro 1

Detalle de los Programas turísticos, duración y principales actividades.

3.7 Perspectiva empresarial

La perspectiva respecto a este negocio le sitúa un crecimiento moderado en tanto se pueda incorporar destinos y servicios en el tiempo.

3.8 Descripción Geográfica

3.8.1 Ubicación, Geografía y Clima de Perú

El Perú está ubicado en la parte occidental de América del Sur. Su territorio limita con Ecuador, Colombia, Brasil, Bolivia y Chile. Está asentado con soberanía sobre 1'285,215 km² de terreno y 200 millas marinas del Océano Pacífico, así como 60 millones de hectáreas en la Antártida. (Peru travel, 2016, parr.01)



Figura 5. Ubicación del Perú

Fuente: Perú.Travel

3.8.2 Extensión

El Perú cuenta con un extensión de: 1 285 215,6 km²

Es el tercer país más grande de América del Sur y uno de los 20 más extensos del mundo. Ostenta la soberanía sobre 200 millas marinas. Al ser parte consultiva del Tratado Antártico, cuenta con una Estación Científica llamada Machu Picchu en este continente. (Peru.travel, 2016, parr.02)

3.8.3 Geografía y Clima

El Perú es un país megadiverso, cuenta con 11 eco regiones y 84 zonas de vida de las 117 que existen en el mundo. Posee una enorme multiplicidad de paisajes debido a sus condiciones geográficas, lo que a su vez le otorga una gran diversidad de recursos naturales. En su territorio se pueden identificar tres grandes regiones, que ha sido la forma tradicional de dividirlo según sus altitudes: Costa, Sierra y Selva. (Peru.travel, 2016, parr.03)



Figura 6. División geográfica del Perú

Fuente: Perú.Travel

A continuación, se describirá de manera resumida acerca de la Provincia de Lima la cual se presentara una propuesta de una agencia de viajes de turismo alternativo, por ello se presentara la siguiente información:

3.8.4 Ubicación de Lima

El departamento de Lima está situado en la región central y occidental del territorio peruano zonas interandinas y del litoral. Sus coordenadas geográficas se encuentran entre los 10°19'16' y 13°19'16'' de latitud sur y 75°30'18' y 77°53'02' de longitud oeste del Meridiano de Greenwich. Sus límites son: por el norte, Ancash y Huánuco; por el este, Pasco, Junín y Huancavelica; por el sur Ica y Huancavelica; por el oeste, el océano pacifico. (INEI, 2000)

3.8.5 Territorio

La extensión territorial del departamento de Lima es de 34,948.57 km², equivalente al 2,7% del territorio nacional. Su superficie se ubica entre regiones de costa, de desiertos altos y de fértiles serranías ubicadas entre la vertiente occidental de la Cordillera Andina, con topografía abrupta que separa cuencas fluviales con ríos perennes y estacionales.

Los desiertos altos, a diferencia de las zonas desérticas bajas que se prolongan hasta el Océano Pacífico, están colocados sobre los flancos de la cordillera andina, cuyas estribaciones llegan en algunos puntos hasta el mismo borde del mar.

El territorio de Lima abarca dos regiones naturales: Costa y Sierra. La Costa se caracteriza por ser una continuidad desértica intercalada por pequeños valles, y está conformada por pampas áridas y elevaciones de poca altura cercana a los mil metros como las del Cerro Pasamayo, ubicado a orillas del mar con ciertas elevaciones llamadas "Pomas" donde se desarrollan especiales condiciones locales de temperatura y precipitación que dan lugar al crecimiento temporal de abundante vegetación como las "Lomas de Lachay" a 92 kilómetros al norte de la ciudad de Lima.

Los ríos que descienden de la Cordillera Occidental, entallándola y formando valles con fondos estrechos, contribuyen a dotar a Lima de fértiles zonas agrícolas y ganaderas. Entre estas corrientes de aguas que rompen en sus partes bajas y media la homogeneidad del desierto, cabe destacar, de norte a sur, los ríos vecinos de Fortaleza, Pativilca y Chancay, al norte de Lima. El Rímac, con sus cuasi afluentes Chillón y Lurín, diseñan a grosso modo en su curso inferior; más al sur están los cursos de Mala y Cañete. En la Región de la Costa se ubica la Provincia Constitucional del Callao, que según informe de Alfonso Martín de Don Benito, uno de los tres comisionados de Francisco Pizarro, la bondad hidrográfica de la bahía del Callao determinó la elección

de Lima como de los nuevos reinos del Perú. También en el mar y cerca del litoral, se ofrece el testimonio de la antigua cordillera costanera y a lo largo de buena parte de la costa se observa un apreciable número de islas, islotes y mesetas. La isla de San Lorenzo es la más grande y extensa de las islas del Pacífico del Perú, su altura llega a cerca de los 300 metros. (INEI, 2000)

Lugares donde realizar turismo alternativo en el Perú y que actividades se pueden practicar en el país:

Teniendo en cuenta que se está presentando una propuesta de una agencia de viajes de turismo alternativo en la ciudad de Lima como punto principal, a continuación se describirá los diferentes destinos que se puede visitar para practicar turismo alternativo:

Piura

El Departamento de Piura es un departamento situado al noroeste del Perú. La Región Piura se ubica en la Costa y sierra (Andes) norte del Perú frontera con Ecuador Limita con Tumbes y el Ecuador por el norte, con Lambayeque por el sur, con Cajamarca por el este y con el Océano Pacífico por el oeste. La mayor extensión de su territorio está cruzada por el río Piura, que nace en la sierra piurana y llega hasta la costa, extendiéndose por las dilatadas planicies irrigando sus fértiles valles antes de desembocar en el mar. Aquí la costa peruana alcanza su máxima extensión (En peru.org, 2017, párr. 01)



Figura 7. Playa de Mancora - Piura

Fuente: peru.travel

Playa de Máncora:

De aguas tibias y excelente sol, este balneario es considerado uno de los más importantes de la costa peruana. Destacan sus olas, perfectas para la práctica de surf y el bodyboard.

Al sur de la playa de Máncora, a solo 4 km está la playa Las Pocitas, conocida también entre los lugareños como Máncora Chico: cuando baja la marea se forman piscinas naturales entre las rocas.

Este paraíso norteño ofrece hoteles con spa y servicios de excelente calidad. Se accede a la playa caminando, en taxi o mototaxi desde el pueblo de Máncora. Por su tranquilidad es recomendada para familias y parejas.

Además de las playas, el visitante puede comprar artesanías locales elaboradas con productos marinos, en el paseo artesanal del pueblo de Máncora.

Si dispone de mayor tiempo, a 20 minutos se ubica el caserío de Fernández. Se recomienda realizar una caminata por el bosque seco hasta Los Pilares de la Quebrada Fernández, caída natural de agua que forma una laguna entre las piedras.

Si su motivación es la aventura, visite el fundo privado La Caprichosa, donde puede realizar zipline y palestra (Ytuqueplanes.pe, 2017).

Ayabaca

Además de su plaza principal, en la ciudad se encuentra el Museo de Ayabaca que exhibe piezas arqueológicas del proceso histórico de sus primeros habitantes y la cultura local. También se puede conocer el Santuario del Señor Cautivo, patrono de Ayacabaca, que es venerado por fieles nacionales e internacionales.

A 4 km de la ciudad (15 min) se encuentra el Mirador del Cerro Yantuma, desde el cual se aprecia el Bosque de Cuyas y valles aledaños.

El Bosque de Cuyas, ubicado a 25 minutos desde el centro de la ciudad, ofrece al visitante una diversidad biológica propia del bosque de neblina como las orquídeas y bromelias. En este espacio cohabitan más de 100 especies de animales: la pava barbada o de monte, el búho, el puma, el venado, entre otros.

Uno de los atractivos más importantes de la provincia de Ayabaca es la Fortaleza Arqueológica de Aypate, única edificación inca construida en piedra que aún se conserva en el extremo norte peruano. Asimismo, es un centro muy importante por el que atraviesa el QhapaqÑan o Camino Inca, declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad (ytuqueplanes.com, 2017).

Colán

Playa arenosa, de aguas tranquilas y cálidas. El balneario se caracteriza por sus casonas de madera ubicadas en terrazas de piedra y levantadas sobre pilotes.

Desde sus balcones se pueden apreciar inolvidables puestas de sol.

La temperatura llega a los 32 °C en verano. En este cálido paraíso se realizan competencias deportivas y se practican deportes acuáticos como el windsurf. Además, puede aventurarse en largas caminatas a la Bocana y subir al tablazo para observar las riberas del río Chira y su desembocadura en el mar.

También puede visitarse la iglesia de San Lucas de Colán, una de las primeras iglesias fundadas por los españoles en el Perú (ytuqueplanes.com, 2017).

Playa Los Órganos

Es un balneario de arena ideal para descansar. Sus aguas son cristalinas y de color turquesa. Sus olas son perfectas para la práctica de deportes acuáticos como el kayak, el surf, el windsurfing y la pesca.

Su muelle artesanal es el mejor escenario para observar balsas de vela blanca que son utilizadas por los pescadores: un espectáculo visual inolvidable. Después del muelle existe una punta llamada Veleros que tiene una bonita vista del mar.

Vichayito

Es una playa ideal para la práctica del kitesurf y el buceo, gracias a sus olas y la profundidad de sus aguas. Nadar en la playa Vichayito es un placer porque no tiene peñas ni rocas. Este paraíso combina el clima cálido con un mar cristalino. Además, se ofrecen tratamientos y masajes relajantes frente al mar.

Playa El Ñuro

Al sur de Los Órganos, la playa El Ñuro es el destino ideal para nadar y bucear con tortugas marinas. La perfecta armonía de la naturaleza con los visitantes.

Playa Punta Veleros

Más al sur se ubica la playa Punta Veleros. Apreciada por ser una alternativa para aquellos que buscan un lugar alejado. Su oferta de hospedaje está conformada en su mayoría por casas de alquiler y hoteles.

Huánuco – Tingo María

Huánuco te muestra la unión de la sierra y la selva peruana. Visita sus elevadas montañas, aguas termales, cuevas, lagunas y una seductora formación rocosa llamada la Bella Durmiente; llénate de historia con sus monumentos como el Templo de la Manos Cruzadas y aventúrate a conocer la naturaleza viva en la Cueva de las Lechuzas de Tingo María. La región huanuqueña tiene mucho por ofrecerte (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 8. Huánuco

Fuente: peru.travel

Kotosh o Templo de las Manos Cruzadas

Complejo arqueológico con más de 4 000 años de antigüedad. Destaca el Templo de las Manos Cruzadas: dos pares de esculturas en alto relieve, de brazos cruzados, trabajadas en barro crudo. Es indudable el alto nivel jerárquico de la casta sacerdotal de Kotosh y las representaciones rituales y peregrinación de tipo religioso.

Parque Nacional de Tingo María

En el parque hay una variada fauna silvestre: 104 especies entre peces, batracios, reptiles, aves y mamíferos.

Ubicado a 6 km al suroeste de la ciudad de Tingo María. Otra opción de ingreso es por el sector 3 de Mayo, 17 km desde Tingo María.

La Bella Durmiente

Sus cerros dibujan el perfil del cuerpo de una mujer recostada de espalda. Esta imagen es uno de los atractivos turísticos más notorios de la ciudad de Tingo María.

Cueva de las Lechuzas

Este complejo sistema subterráneo de cavernas se encuentra dentro de una cadena de montañas. La cueva alberga a una importante colonia de aves conocidas como guácharos o santanas (similares a las lechuzas). También hay loros, golondrinas y murciélagos.

Catarata Gloriapata

Está en la margen derecha del Parque Nacional de Tingo María. La entrada a este hermoso paisaje natural se hace por el puente colgante de Tambillo Grande.

Luego de 45 minutos de caminata se llega a la catarata Gloriapata. Durante el trayecto se puede apreciar la microcuenca Tres de Mayo, rodeada de montañas rocosas y abundante biodiversidad: árboles maderables, plantas medicinales, orquídeas, variedad de insectos y mariposas. Sus aguas cristalinas son refrescantes.

Catarata Santa Carmen

Maravilla natural de 18 metros de caída. Al descender forma una piscina natural de agua cristalina que invita a los visitantes a darse un baño. Se ubica a 3.5 km de Tingo María - Cruce de la carretera Central (La Perla) (20 min en auto) y a 2.5 km cruce carretera Central - Catarata Santa Carmen (30 min a pie).

Catarata San Miguel

Catarata con más de 100 metros de caída y abundante caudal de agua. A su alrededor se observa el bosque primario de la selva alta o Rupa Rupa. Así como la diversidad de flora y fauna existente.

Velo de las Ninfas

Partiendo de la localidad de Tambillo Chico, se emprende una caminata de dos horas de ascenso para finalmente llegar a la poza del amor: el lugar es apropiado para practicar escalada en roca.

Cuzco

Esta región reúne historia, modernidad y aventura con una mística que envuelve desde la plaza de armas cusqueña hasta los lugares más alejados de ella. Llénate de energía en Moray, descubre la impresionante arquitectura de Ollantaytambo y Pisac y siéntete un poco más cerca del cielo en la ciudadela inca de Machu Picchu. Y no solo eso: el ombligo del mundo también está lleno de arte contemporáneo, una vida nocturna de lunes a domingo y para los más aventureros, un bungee jumping que asegura la adrenalina pura (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 9. Cusco

Nevado del Ausangate

Es ideal para la práctica de deportes de aventura, en especial para los que gustan de trekking y escalada en glaciar. Esta zona alto andina está rodeada de lagunas color turquesa como el Sibinicocha: un espejo de agua de 8 km.

Los atardeceres y amaneceres en las inmediaciones del Ausangate son espectáculos naturales maravillosos.

Camino Inca a Machupicchu

Forma parte de la red del Qhapaq Ñan. Recorrer el Camino Inca es observar las estaciones del año en pocos días: de un frío moderado a uno extremo, de una temperatura templada a un calor intenso. La ruta que parte de Cusco reta a los

aventureros. El premio para su esfuerzo es llegar a Machu Picchu en un mágico amanecer, cuando los rayos solares bajan de las montañas para dejar ver la armonía entre el hombre y la naturaleza.

El Camino Inca a Machupicchu es una de las rutas de trekking más importantes de Sudamérica. En el recorrido se observan numerosas quebradas y cursos de aguas de origen glaciar. Entre los doce monumentos arqueológicos que se pueden apreciar destacan: Qoriwachayrachina, Patallaqta, Runkuraqay, Sayacmarca, Phuyupatamarca, Intipunku, Intipata y Wiñayhuayna.

Puente Colgante de Qeswachaca

Los incas tuvieron que dominar la accidentada geografía de los Andes y para ello construyeron puentes colgantes de fibras vegetales. Uno de ellos es el puente Qeswachaka, la única estructura que ha sobrevivido al paso del tiempo y que une el pasado con el presente.

Para garantizar su conservación, el puente Qeswachaka es tejido durante tres días cada segundo domingo de junio por cerca de 1 000 comuneros, quienes utilizan paja trenzada de ichu y chachacomo. Una faena transmitida de generación en generación, una historia viva gracias a la participación de los niños, quienes aprenden que primero se hace un ritual de ofrenda a la Pachamama y a los apus solicitando su permiso.

Laguna Langui Layo

La laguna presenta en algunos sectores totora y arbustos dispersos. La fauna ictiológica está compuesta por suches, chiñichallhua, carachi, y en el criadero se

tienen truchas y pejerrey. Es hábitat de patos silvestres, gaviotas andinas, wallatas, entre otros.

Madre De Dios

Madre de Dios alberga bosques infinitos, ríos sinuosos y abundante vida natural. Es reserva de flora y fauna, así como, refugio de especies en peligro de extinción como el lobo de crin y el ciervo de los pantanos (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 10. Madre de Dios

Fuente: peru.travel

Collpa de Guacamayos Colorado

Punto de reunión de seis diferentes especies de guacamayos, loros y pericos para comer arcilla. Estos minerales naturales les sirven como complemento alimenticio. Mide alrededor de 50 m de alto y 500 m de largo.

Collpa de Guacamayos El Chuncho

Conocida porque sus paisajes son fotos de postales. Todos los días, a las 5 a.m., se puede apreciar la llegada de las aves en bandadas desde el río Tambopata en busca de alimento.

Lago Sandoval

Tiene alrededor de 3 km de longitud, 1 km de ancho y una profundidad de hasta 3 m. Sus aguas tienen una temperatura promedio de 26 °C y poseen una gran riqueza ictiológica.

Dentro de su flora hay orquídeas, platanillos, ungurahuis, lupuna, caobas y palmeras mauritas de hasta 30 m de alto. En este hábitat vive una gran variedad de aves como los cormoranes, tucanes, guacamayos, entre otros. También hay tapires, tortugas y nutrias o lobos de río, así como diversas especies de lagartos.

Lago Valencia

A su alrededor se encuentran árboles como el pumaquiro, palmito y la castaña. Entre su fauna destacan pavos de monte, tortugas, lagartos, monos, garzas, entre otros. La riqueza de sus aguas permite la pesca de doncellas, dorados, pirañas y paiches. Tiene 15 km de largo, 800 m de ancho y entre 0,5 y 15 m de profundidad.

Lago Sachavacayoc

El lago Sachavacayoc es uno de los más hermosos y bellos de la selva peruana. La coloración de sus aguas es clara y tiene una profundidad aproximada de tres metros.

Este lago es conocido por su aguajal, un ecosistema con abundantes palmeras donde anidan guacamayos entre los meses de noviembre a febrero.

Uno de los mamíferos más comunes es la sachavaca, que suele tomar baños en la laguna.

Tiene forma rectangular y su área es de 68.38 hectáreas aproximadamente.

Parque Nacional del Manu

Por su diversidad y riqueza biológica fue reconocido como Patrimonio Natural de la Humanidad en 1987, y anteriormente (1977), la UNESCO lo reconoció como zona núcleo de la Reserva de Biosfera.

El Parque Nacional del Manu es un espacio natural y protegido para avistar aves como el ganso del Orinoco, el quetzal de cabeza dorada, jacamar de garganta blanca, el tucán andino, el gallito de las rocas (ave nacional del Perú), entre otras.

En esta zona, no sólo la fauna y flora o sus bellos paisajes son de interés. En sus inmediaciones viven poblaciones agrupadas en más de 30 comunidades campesinas que mantienen el quechua como su lengua materna.

Cocha Salvador

En esta bella y extensa cocha habita una de las familias de lobo de río más estables del Manu. Alrededor de la cocha se encuentra un sistema de trochas, campamentos turísticos y el albergue Casa Matsigenka, manejado por los comuneros de esta etnia. En la cocha Salvador está autorizado el uso de un catamarán para apreciar la fauna y recorrer el espejo de agua.

Pakitza

Este sector presenta un excelente sistema de trochas que permite conocer bosques preferidos por los observadores de aves. También se cuenta con una collpa de mamíferos donde concurren, de forma permanente, muchas especies.

Loreto

Loreto es una verdadera oportunidad para desconectarte del mundo. Paisajes exóticos y una fauna y flora rica en variedad te envolverán desde que empieces tu recorrido. Conoce sus bosques sobre arena blanca, sé parte de la tribu de los Boras por un día y recorre parte del río Amazonas de la mano de los que mejor la conocen: su gente (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 11. Loreto

Fuente: peru.travel

Parque Nacional Bahuaja-Sonene

Se estableció para proteger la única sabana húmeda tropical que existe en el Perú. El Parque Nacional Bahuaja Sonene (PNBS) es un mosaico de hábitats que alberga una gran diversidad de flora y fauna. Esta gran área natural nos deslumbra con su belleza.

El PNBS es uno de los últimos bosques del mundo que alberga gran diversidad biológica: 20 mil especies vegetales, casi un millar de especies de aves y cientos de mamíferos, reptiles y peces.

Se ubica entre las regiones de Madre de Dios y Puno, en las provincias de Tambopata, Carabaya y Sandia. Tiene una extensión de 1 091.416 hectáreas.

Bora de San Andrés

Sus pobladores son oriundos de la zona del alto Putumayo, frontera con Colombia, y migraron atraídos por la explotación del caucho. Aún conservan sus costumbres y tradiciones asociadas a sus mitos, como la pintura corporal en las danzas. El motivo predilecto, entre hombres y mujeres, es la serpiente estilizada.

La Fiesta del Pijuayo y la Danza de la Viga son las festividades más importantes de la cultura Bora. En ambas se emplean máscaras que representan a seres míticos y se dramatizan episodios sobre el origen del mundo. En esta comunidad se puede adquirir artesanía local.

Yaguas

Las comunidades Yaguas realizan un show para que el visitante conozca las danzas de su cultura. También hacen una demostración de la cerbatana.

Ica

A solo unas horas de Lima se encuentra la mezcla perfecta de aventura y relax. Ica es más que solo un buen pisco: disfruta de sus playas, valles y del increíble oasis de la Huacachina todo el año y atrévete a realizar sandboard sobre las dunas o recorre los inmensos desiertos en un tubular. No esperes más y descubre todo lo que esta región tiene para ofrecerte (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 12. Ica

Fuente: peru.travel

Cerro Blanco

Por la cantidad de dunas, Ica es el espacio perfecto para la práctica del sandboarding. En esta región se encuentra la duna más alta del mundo: el imponente Cerro Blanco, ubicado a 2 070 m.s.n.m.

Desde Cerro Blanco se puede observar todo el extenso valle de Nazca. Deslizarse sobre las arenas y sentir el viento en el rostro mientras se desciende a toda velocidad serán recuerdos imborrables. Una aventura única (ytuqueplanes.com, 2017).

Laguna Huacachina

En medio del calor del desierto y dunas interminables, emerge un refugio que invita al descanso. Un oasis para conectarse con la naturaleza. Su paisaje de dunas, palmeras y huarango crea un lugar de encanto especial: se puede recorrer el antiguo malecón, disfrutar del buen sabor de la gastronomía regional, tomar un paseo en botes a pedales y, para los más aventureros, los paseos en tubulares y sandboard. (ytuqueplanes.com, 2017)

Islas Ballestas

Con un halo de misterio, el Candelabro da la bienvenida a los visitantes que se dirigen a las Islas Ballestas. Este geoglifo mide más de 120 metros.

Las islas Ballestas son parte de la Reserva Nacional de Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras. En sus alrededores viven una gran colonia de lobos marinos a los que se pueden observar fácilmente desde una lancha a motor. Este hábitat es compartido con los pingüinos de Humboldt y piqueros, así mismo visitar la reserva nacional de Paracas y la reserva nacional San Fernando (ytuqueplanes.com, 2017).

Líneas de Nazca

Estos antiguos geoglifos están ubicados en el desierto de Nazca y se destacan porque las figuras pueden ser geométricas, zoomorfas y fitomorfas. Las longitudes de estas impresionantes figuras oscilan entre 50 y 300 metros. Por el inmenso valor histórico y arqueológico, la UNESCO, en 1994, las nombró Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Sin lugar a dudas, para disfrutar de las Líneas de Nazca es preferible verlas desde el aire, en toda su dimensión. Los paseos en avioneta salen desde Pisco, Ica y Nazca. También hay un mirador metálico de 12 metros de altura, que permite observar dos figuras: las manos y el árbol (ytuqueplanes.com, 2017).

Lima

Recorrer las calles de Lima es admirar sus iglesias, sitios arqueológicos y casonas con balcones que conviven con modernos edificios. Lima también ofrece una gran variedad de espectáculos culturales y es reconocida en el mundo por ser la Capital Gastronómica de Latinoamérica. Su cocina que se ha nutrido de tradiciones andinas, europeas, africanas y orientales, y en sus restaurantes se pueden disfrutar las cocinas regionales del Perú. Lima tiene el privilegio de ser la única capital de Sudamérica ubicada a orillas del mar. Por eso, les ofrece a los turistas comenzar o terminar el día en caminatas o paseos en bicicleta por sus malecones (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 13. Lima

Fuente: peru.travel

Lunahuaná

Lunahuaná es una excelente alternativa para admirar la naturaleza, practicar deportes de aventuras y probar comidas inolvidables. Su valle es alimentado por el río Cañete y, gracias a sus aguas en la tierra, crecen huertos y viñedos.

Es un destino ideal para practicar canotaje, trekking, ciclismo de montaña, así como para la visita de bodegas vitivinícolas y sitios arqueológicos. Su variada oferta gastronómica, sus ricos piscos y vinos te harán volver.

Rúpac

Es la principal ciudadela pre inca de Huaral. Se ubica en el distrito huaralino de Atavillos Bajo a donde se llega luego de tres horas de caminata, de exigencia media, desde Pampas, el pueblo fantasma. Rúpac (3580 m.s.n.m.) posee una muralla protectora, construcciones de piedra rectangulares con triples cornisas, terrazas escalonadas y techos de loza pesada que se conservan intactos a pesar del paso del tiempo.

Complejo Meseta

En Churín afloran aguas termales de las profundidades de la tierra, con una temperatura promedio de 35 a 55 grados. Las pozas más visitadas por sus propiedades medicinales son: Esperanza, Machay Baños, Jatún Baños y Ñahuin Baños. El complejo Meseta está ubicado a 350 m del centro de Churín.

Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas

Esta reserva protege uno de los paisajes alto andinos más hermosos del Perú. El nacimiento del río Cañete forma numerosas cascadas escalonadas, como las de Cabracancha, y lagunas que parecen espejos de agua. Además de su gran valor paisajístico, la reserva alberga flora y fauna típica de los Andes: el zorro andino, vicuñas, zambullidor, garzas y bosques de queñuales. El principal atractivo del lugar es el tramo comprendido entre los pueblos de Huancaya y Vilca. A lo largo de 20 km, el río Cañete forma impresionantes lagunas y cascadas rodeadas de bosques.

Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras - Islas Cavinzas e Islas Palominos

Esta reserva está conformada por las siguientes islas:

Islas Palomino

Nadar con lobos marinos en su hábitat natural es una experiencia única. Las Islas Palomino se dividen en dos: la primera tiene una gran cantidad de fauna, donde destacan los lobos marinos de pelo chusco. Algunos de estos ejemplares llegan a pesar alrededor de 300 kilogramos.

En la segunda se concentran y refugian los lobos enfermos y viejos, por eso se le conoce como El Hospital.

Isla Cavinzas

Se trata de un santuario de diversas aves guaneras: pelícanos, guanayes, chuitas, piqueros y patillos.

Isla San Lorenzo

La más grande y alta del Perú. Tiene 8 km de largo por 2,2 km de ancho. Antiguamente fue considerada una divinidad femenina por los nativos de la zona, quienes la llamaron Shina y la identificaron con la belleza y la fecundidad debido a la gran cantidad de peces y mariscos de sus costas.

Por estos recursos marinos desempeñó la importante función económica de mantener a las antiguas poblaciones asentadas en la costa del Callao.

Isla del Frontón

Llamada también Isla del Muerto porque funcionó como prisión política durante la colonia e inicios de la república. Entre sus prisioneros estuvo el Virrey Blasco Núñez de Vela, depuesto en 1544. Posteriormente, fue un centro penitenciario para reos

Amazonas

Bosques de neblina y páramos con privilegiados microclimas te dan la bienvenida a un departamento donde la historia y la naturaleza están en su máxima expresión. Descubre en Amazonas imponentes paisajes, una flora y fauna envidiable y encuentra en cada una de sus estructuras arquitectónicas, como la enigmática ciudadela de Kuélap, y sus misteriosas tumbas y sarcófagos, un relato diferente (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 14. Amazonas

Fuente: peru.travel

Catarata de Gocta

A la distancia, en medio de verdes montañas, el gigante se observa como un extenso velo de novia. Sin embargo, la proximidad revela una impresionante caída de agua que mide 771 metros. Gocta desciende en dos caídas: la primera de 231 metros de alto y la segunda, 540 metros.

Durante todo el camino se puede apreciar un total de 22 caídas de agua. Se han registrado aproximadamente 110 especies de aves. Destacan el gallito de las rocas, el tucán andino y el colibrí cola de espátula. También hay 20 especies de mamíferos: el oso de anteojos, el mono choro de cola amarilla y el mono nocturno. Y entre las plantas destacan 41 especies de orquídeas.

Caverna de Quiocta

Un bello secreto de la selva profunda. Quiocta se extiende a 545 m al interior de la tierra. Se ingresa a la caverna por una gruta de cinco metros de diámetro. Figuras y sombras cautivan la mirada de los visitantes. También las estalactitas y estalagmitas de millones de años de antigüedad atraen las miradas.

Sarcofagos de Karajía

Lo primero que se observan son las narices que sobresalen, como aves que vigilan desde lo alto del valle. Sin embargo, son tumbas prehispánicas que pertenecen a la cultura Chachapoyas. Estas tumbas son del tipo sarcófago, colocadas en fila y pegadas por sus costados unas a otras.

Complejo Arqueológico Kuélap

Kuélap, ciudadela fortificada que vigila desde lo alto. Legado milenario de la cultura Chachapoyas, que se desarrolló del año 800 d. C al 1470 d. C. Sus imponentes murallas, de 19 metros de altura, son el reflejo de una avanzada ingeniería y arquitectura monumental.

Arequipa

Conocida como la Ciudad Blanca por su arquitectura esculpida en sillar, Arequipa resplandece favorecida por un clima siempre soleado todo el año y un cielo azul que te

invitan a caminar y admirar la belleza de sus monumentos, nevados, volcanes y profundos cañones, además de disfrutar de su exquisita gastronomía y una vida nocturna que te animarán a regresar más de una vez (ytuqueplanes.com, 2017).



Figura 15. Arequipa

Fuente: peru.travel

Ruta del sillar

El sillar es el origen de la arquitectura de la Ciudad Blanca y su ruta turística se desarrolla en el distrito de Cerro Colorado. Además de los paisajes naturales de la zona, se puede observar el proceso de extracción, labrado y mega tallado del sillar.

Cuenta con la infraestructura necesaria y servicios turísticos como talleres de interpretación, con presencia de cortadores de sillar; zonas de paneles informativos; señalización turística; baños ecológicos; playa de estacionamiento; servicios de snack al paso; compra de artesanías en sillar y zonas de descanso.

Río Majes

En el río Majes se puede practicar canotaje con operadores locales.

Volcanes Mellizos

Mágico territorio de conos volcánicos. Se les llama también volcanes monogénicos y sus altitudes son de 181 y 138 metros. La cima de los dos volcanes son miradores naturales; que permiten apreciar el pueblo de Andagua, su campiña, y otros volcanes. Ambos se encuentran ubicados a una altitud aproximada de 3 700 m.s.n.m

Mirador Cruz del Cóndor

Desde aquí se puede apreciar el cañón en todo su esplendor. Además, es un punto estratégico para observar el planeo del emblemático cóndor, ave milenaria de gran tamaño, que surca los aires aprovechando las corrientes térmicas ascendentes.

Cañón del Colca

Catalogado como el cañón más profundo de América, alcanza los 4 160 metros en su punto máximo, en la localidad de Canco. Tiene a su margen derecha la Cordillera del Chila (Bomboya, Serpregina, Mismi, Quehuisha) y por el otro lado están el Hualca Hualca, Sabancaya y Ampato. De lejos se divisa el volcán Ubinas y el hermoso Coropuna.

Actividades que puede practicar en el turismo alternativo:

<p>Caminata:</p> <p>La forma principal de locomoción en el hombre se ha convertido en una actividad recreativa. Esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda. Las rutas o circuitos de caminata de preferencia deben estar previamente establecidas y dosificadas de acuerdo al perfil del turista que la va a practicar (niños, jóvenes, adultos, tercera edad, grupos pequeños o numerosos, entre otros).</p>	<p>Espeleísmo:</p> <p>Actividad que consiste en realizar descensos en grutas, cuevas, sótanos y cavernas y apreciar las diferentes estructuras geológicas, flora y fauna. La espeleología es una disciplina que tiene fines científicos y de investigación; el espeleísmo tiene fines recreativos y de apreciación.</p>
<p>Escalada en Roca:</p> <p>Implica el ascenso por paredes de roca empleando manos y pies como elemento de progresión. El uso de técnicas y equipos especializados permite el desplazamiento seguro. Una versión contemporánea a la escalada en roca natural son las paredes artificiales. La escalada en bloques de roca (desplazamiento horizontal dominante) se conoce como bouldering.</p>	<p>Cañonismo:</p> <p>Recorrido a lo largo de ríos y cañones que implica el paso por caídas de agua, pozas y paredes de roca empleando técnicas de ascenso y descenso, nado y caminata con equipo especializado.</p>
<p>Ciclismo de Montaña:</p> <p>Recorrido a campo traviesa utilizando como medio una bicicleta para todo terreno. La actividad se desarrolla sobre caminos de terracería, brechas y veredas angostas con grados diversos de dificultad técnica y esfuerzo físico.</p>	<p>Cabalgata:</p> <p>Recorridos a caballo en áreas naturales (pueden ser mulas y burros). El objetivo central es la experiencia misma de montar y conocer sobre el manejo y hábitos de estos animales.</p>
<p>Alpinismo:</p> <p>Ascenso de montañas, volcanes y macizos rocosos cuya altura rebasa los 4,000 metros de altura sobre el nivel del mar. Predomina el terreno de nieve y hielo. Su práctica requiere del dominio de técnicas particulares y del uso de equipos especializados. Los conocimientos de meteorología y climatología aumentan considerablemente la seguridad de esta actividad. En México se conoce como Alta Montaña o Montañismo.</p>	<p>Rappel:</p> <p>Técnica de descenso con cuerda fija y con auxilio de equipos y técnicas especializadas. Se realiza generalmente en espacios abiertos y en forma vertical.</p>
<p>Paracaidismo:</p> <p>Actividad que consiste en saltar desde un transporte aéreo (incluso globo aerostático) y caer libremente durante varios segundos, posteriormente se abre un paracaídas para controlar la velocidad de caída y orientar la dirección al punto de aterrizaje.</p>	<p>Vuelo en Globo:</p> <p>Vuelo en un gran globo (envoltura) inflado con aire caliente (quemadores); los navegantes van en una pequeña canastilla de mimbre (góndola) y la dirección del vuelo lo determina el viento. El punto de aterrizaje lo decide el capitán o director del vuelo.</p>

<p>Etnoturismo:</p> <p>Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.</p>	<p>Agroturismo:</p> <p>Se entiende como la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio ambiente rural, ocupado por una sociedad campesina</p>
<p>Vivencias Místicas:</p> <p>Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos.</p>	<p>Safari Fotográfico:</p> <p>Captura de imágenes de naturaleza in situ, Actividad ligada a la apreciación de todas las expresiones del medio natural visitado (flora y fauna, ecosistemas, fenómenos geológicos, etc.), a pesar de ser una actividad no depredadora emplea técnicas y elementos propios de la cacería.</p>

Elaboración propia

Cuadro 2

Actividades que puede practicar en el turismo alternativo

Fuente: Turismo Alternativo “Una nueva forma de hacer turismo”.

CAPÍTULO IV
TRABAJO DE CAMPO

4.1 Diagnóstico cuantitativo

4.1.1 Análisis descriptivo

Tabla 7

Motivos principales de realizar viajes de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Vacaciones	20	66,7
Negocios	5	16,7
Visita Familiares	5	16,7
Total	30	100,0

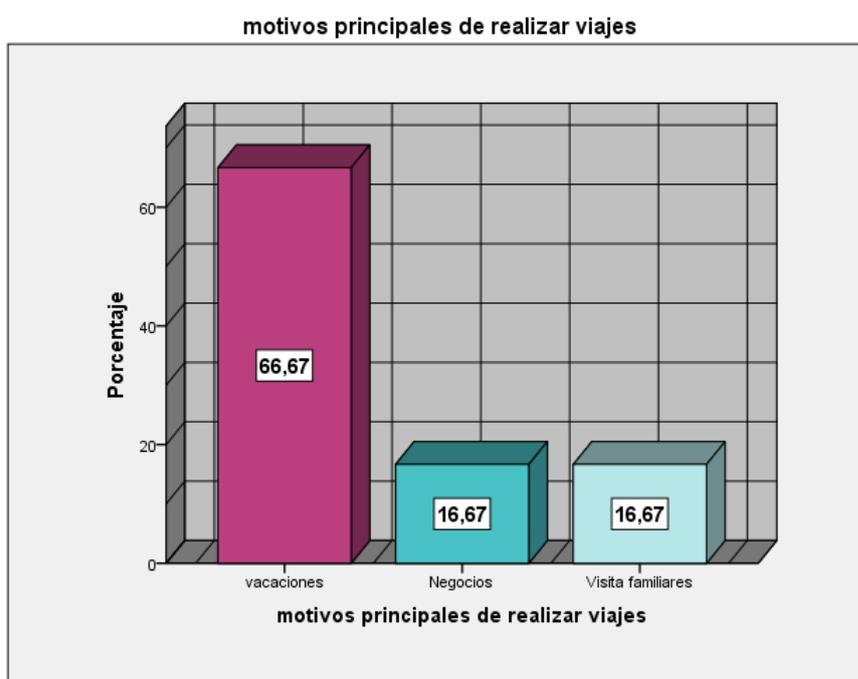


Figura 16. Gráfico de barras de los Motivos principales de realizar viajes de la categoría turismo alternativo.

La tabla 7 y la figura 16 indican los motivos principales de realizar viajes de la categoría turismo alternativo.

Se observa, en dos de las barras el 16,67 % indican que el motivo principal de realizar viajes es por negocios y visitas a familiares y el 66,67% el principal motivo lo hace por vacaciones.

Tabla 8

Aspectos que toma en cuenta al momento de elegir un destino de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Cultura diferente	7	23,3
Variedad de actividades	12	40,0
Gastronomía	1	3,3
Precio de Viaje	9	30,0
Naturaleza y paisaje	1	3,3
Total	30	100,0

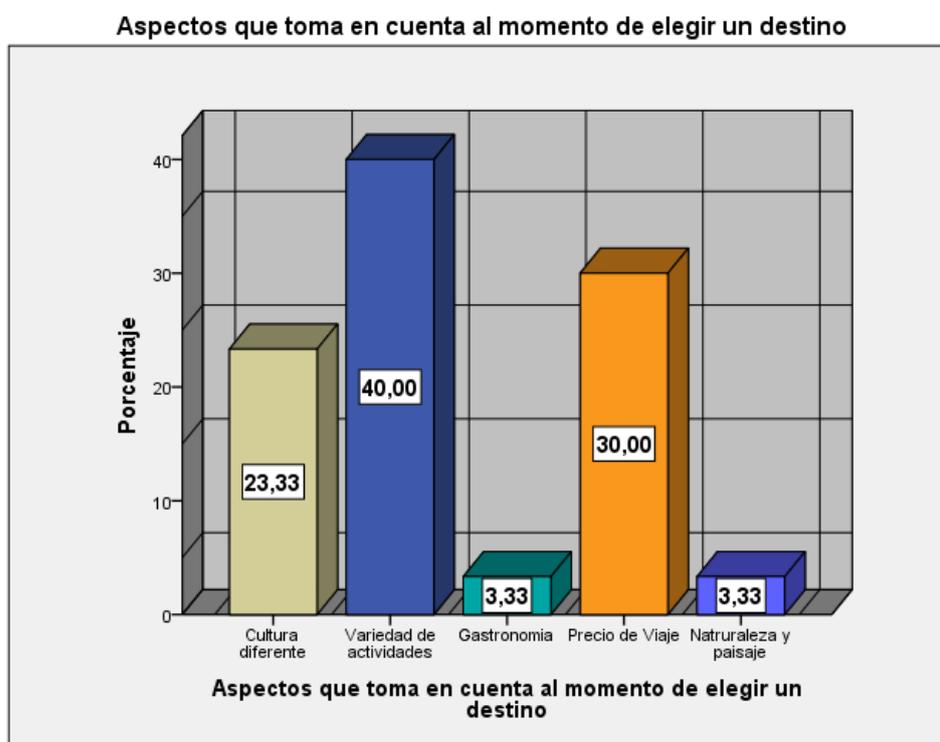


Figura 17. Aspectos que toma en cuenta al momento de elegir un destino.

La tabla 8 y la figura 17, se observa que del total de 30 encuestados, el 3,33% prefieren naturaleza y paisaje, así mismo el 3,33% prefiere gastronomía manifiestan como Aspectos que toma en cuenta al momento de elegir un destino, un 23,33% indican que prefieren tomar en cuenta la cultura diferente, un 30% manifiesta que tiene en cuenta el precio de viaje y el 40% manifiesta que toma como aspecto importante la variedad de actividades al momento de elegir un destino.

Tabla 9

Con quien suele viajar de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Solo	5	16,7
Amigos	12	40,0
Pareja	10	33,3
Familiares	3	10,0
Total	30	100,0

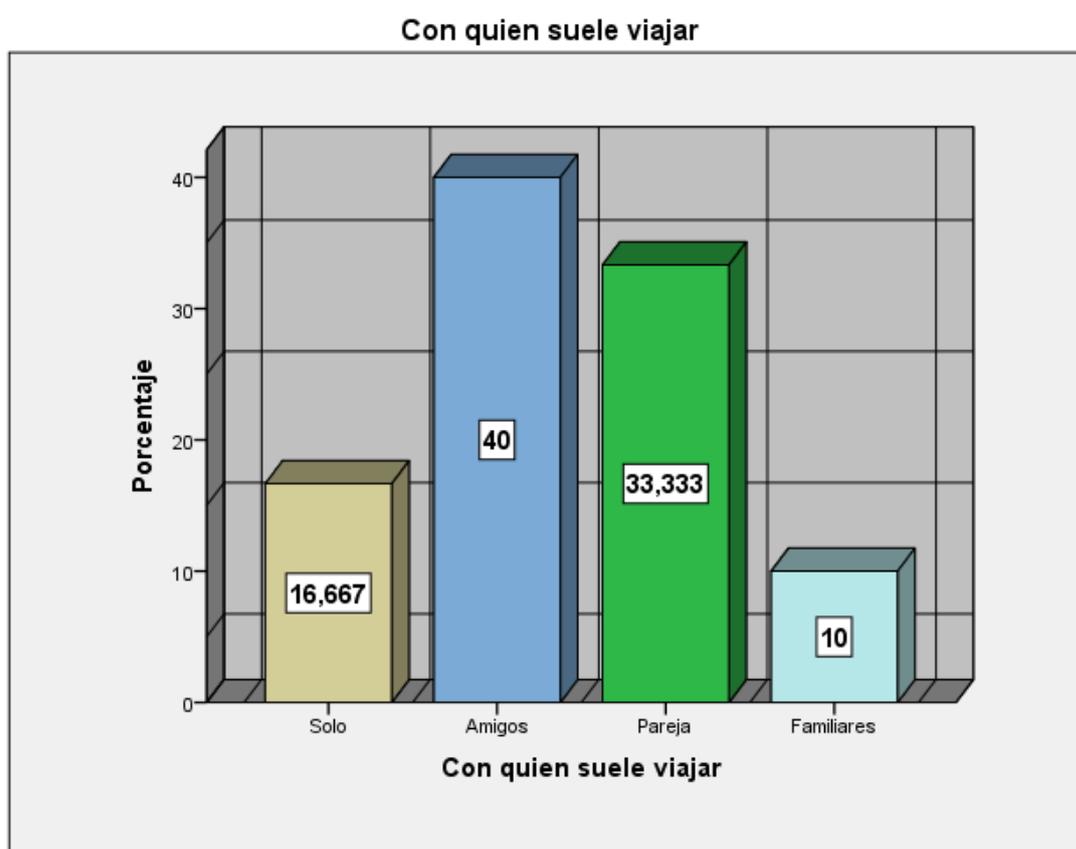


Figura 18. Gráfico de barras con quien suele viajar.

La tabla 9 y la figura 18 indican con quien suele viajar de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 10% del total de encuestados indican que suelen viajar con familiares, el 16,66% indican que viajan solos, el 33,33% suele viajar en pareja y el 40% viaja con amigos con respecto con quien suele viajar.

Tabla 10

Días promedio que se queda en el destino de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
1-3 días	20	66,7
1 semana	2	6,7
4-6 días	8	26,7
Total	30	100,0

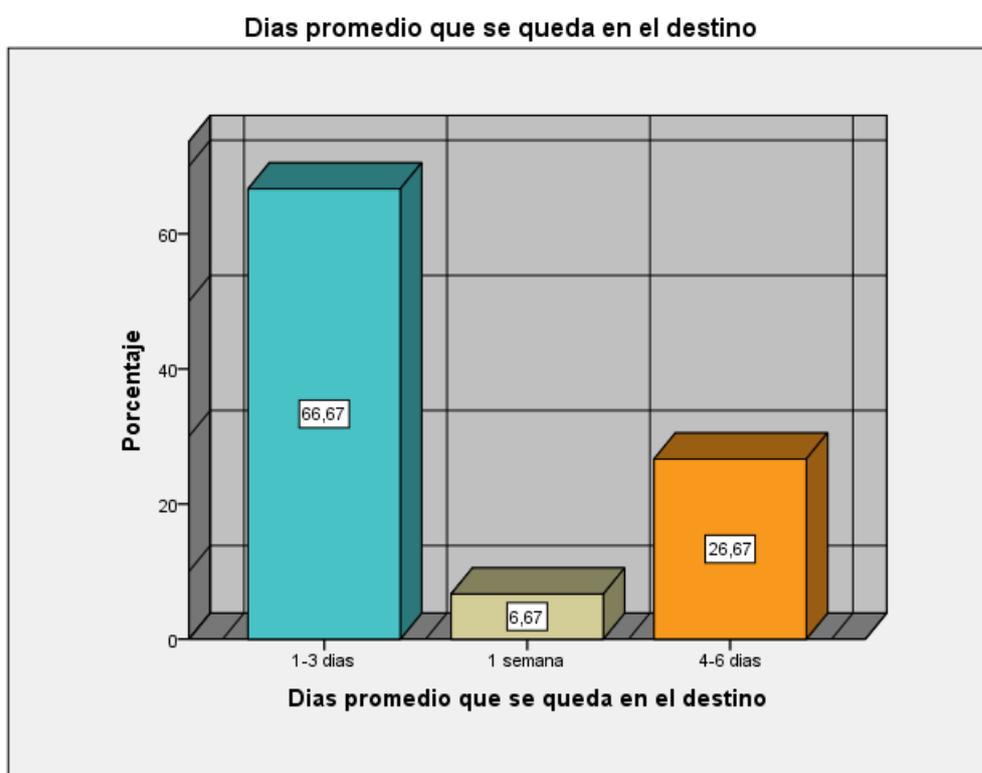


Figura 19. Gráfico de barras de días promedio que se queda en el destino.

La tabla 10 y la figura 19 indica cuantos Días promedio que se queda en el destino de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 6,67% del total de los encuestados indican que permanecen 1 semana en el destino, el 26,67% manifiesta que permanece de 4-6 días en el destino y el 66,67% permanecen de 1 a 3 días en el destino.

Tabla 11

Modalidades de viaje de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Por AA.VV	19	63,3
Por cuenta propia	11	36,7
Total	30	100,0

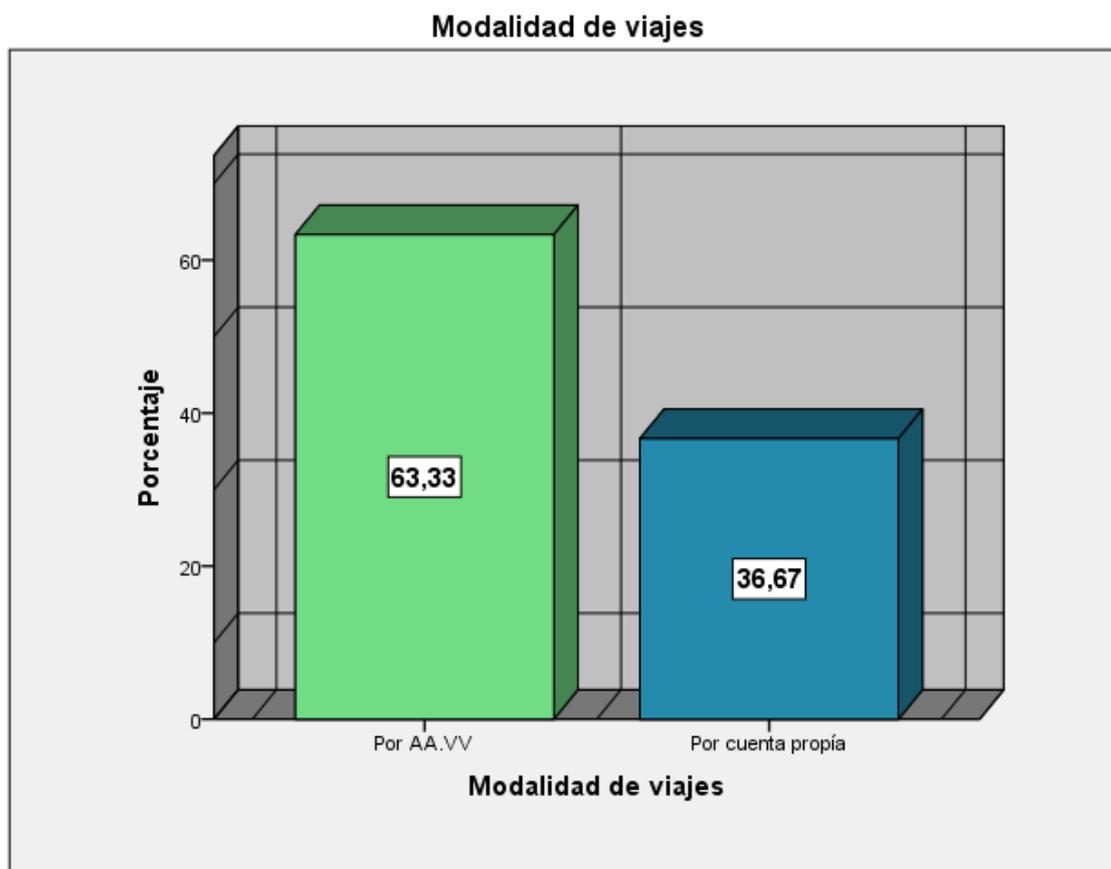


Figura 20. Gráfico de barras modalidad de viajes.

La tabla 11 y la figura 20 indican las Modalidades de viaje de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 36,67% del total de encuestados indican que viajan por cuenta propia en las Modalidades de viajes y el 63,33% manifiesta que elige una agencia de viajes al momento de viajar.

Tabla 12

Cuántas veces suele viajar al año de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
1 vez al año	10	33,3
3 veces al año	6	20,0
Mensual	1	3,3
2 veces al año	10	33,3
4 veces al año	3	10,0
Total	30	100,0

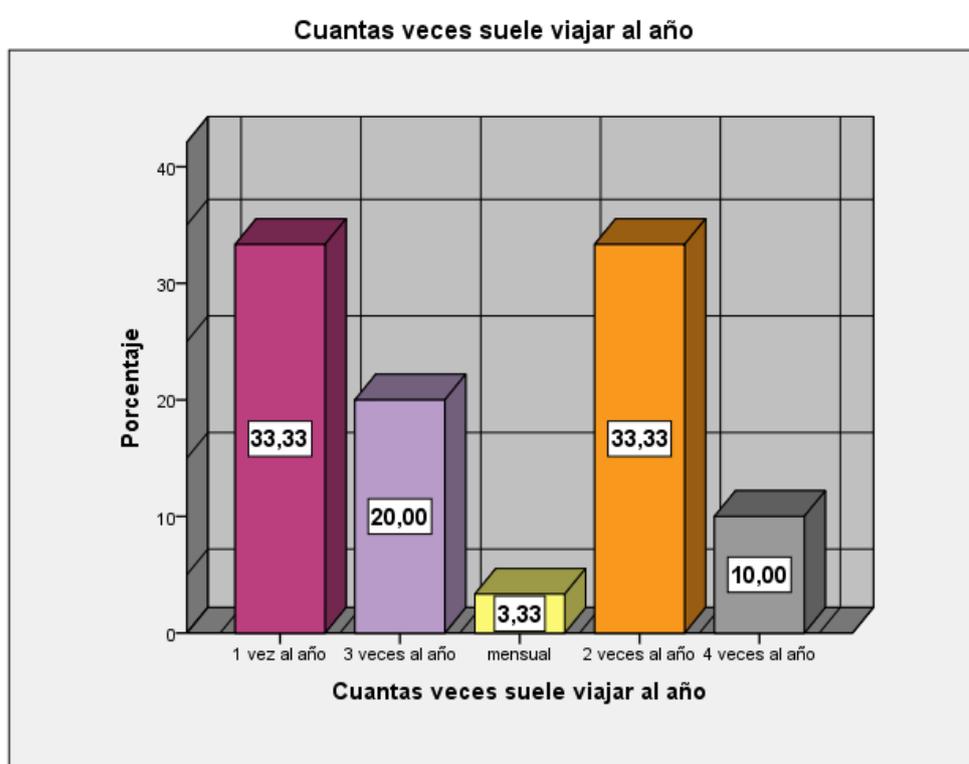


Figura 21. Gráfico de barras cuántas veces suele viajar al año de la categoría turismo alternativo.

La tabla 12 y la figura 21 indican cuántas veces suele viajar al año de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 3,33% del total de los encuestados suele viajar mensualmente al año, el 10% manifiesta que viaja 4 veces al año, el 20% viaja 3 veces al año y el 33,33% viaja entre 1 y 2 veces al año.

Tabla 13

Tipo de alojamiento de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Hotel	9	30,0
Hostal	16	53,3
Casa de familiares	5	16,7
Total	30	100,0

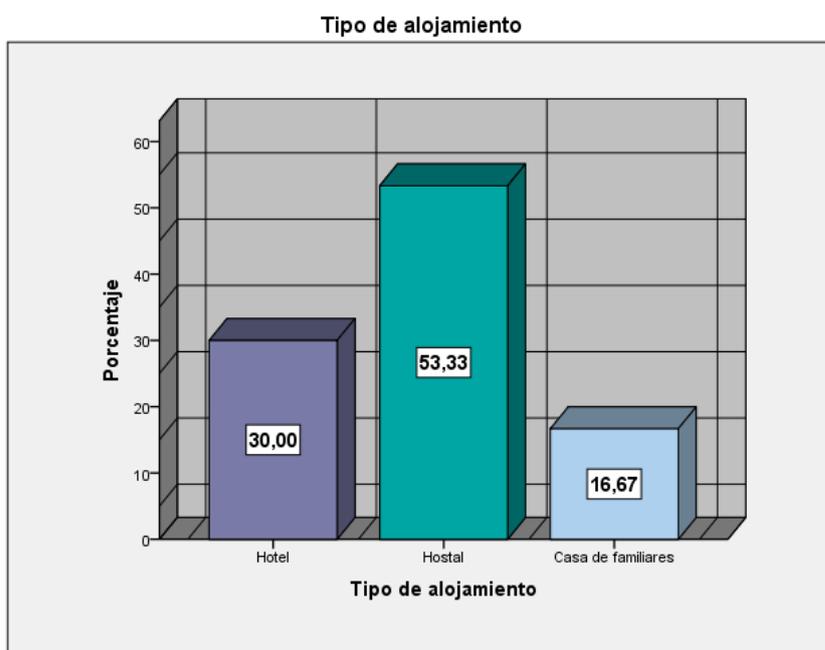


Figura 22. Gráfico de barras Tipo de alojamiento de la categoría turismo alternativo.

La tabla 13 y la figura 22 indican los Tipos de alojamiento de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 16,67% prefiere alojarse en casa de familiares, el 30% prefiere alojarse en hotel y el 53,33% prefiere alojarse en hostal.

Tabla 14

Gasto diario por servicio de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
De S/100 a menos de S/150	22	73,3
De S/200 a menos de 250	3	10,0
De S/150 a menos de S/200	5	16,7
Total	30	100,0

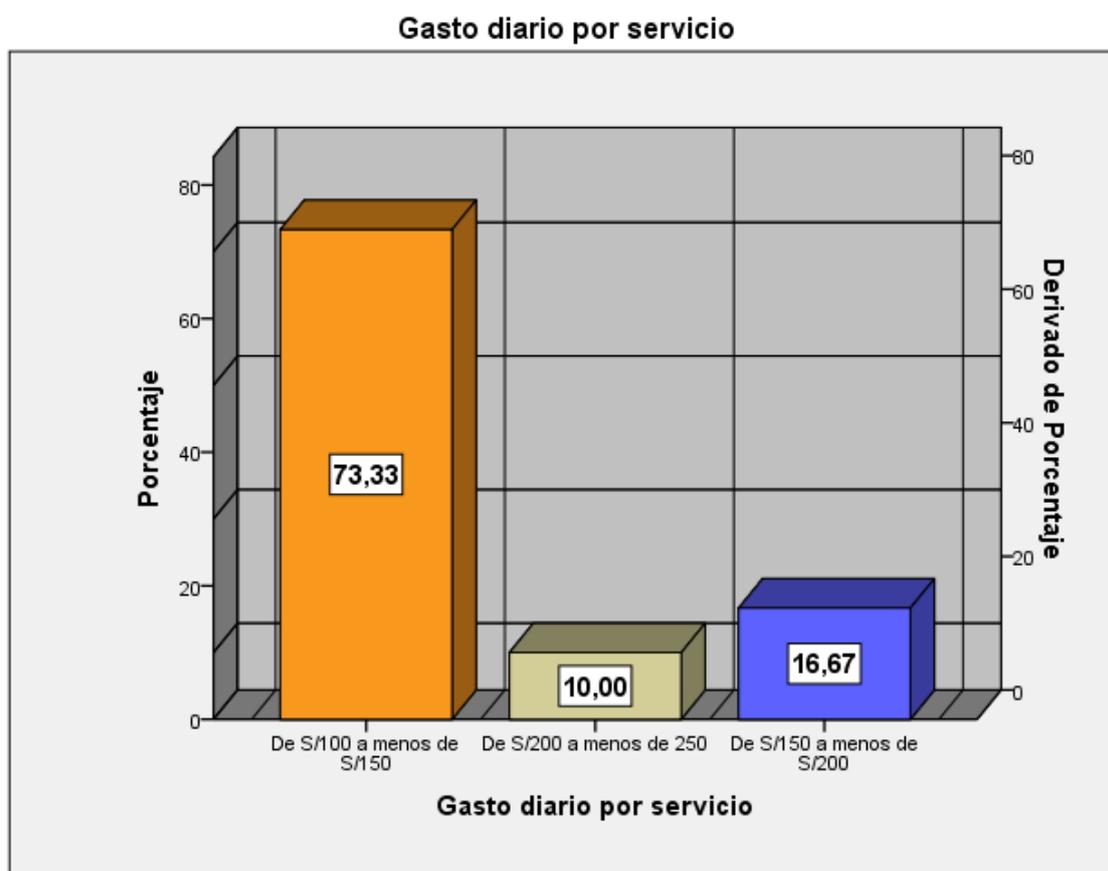


Figura 23. Gráfico de barras Gasto diario por servicio de la categoría turismo alternativo.

La tabla 14 y la figura 23 indican Gasto diario por servicio de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 10% de los encuestados gasta diariamente de S/200.00 a menos de S/250.00, el 16.67% gasta de S/150.00 a menos de S/200.00 soles y el 73.33% gasta entre S/100.00 a menos de S/150.00 diario por servicio.

Tabla 15

Tipo de turismo que le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Turismo de Aventura	10	33,3
Turismo de Vivencias	5	16,7
Ecoturismo	5	16,7
Turismo Recreativo	3	10,0
Turismo cultural	5	16,7
Turismo Gastronómico	2	6,7
Total	30	100,0

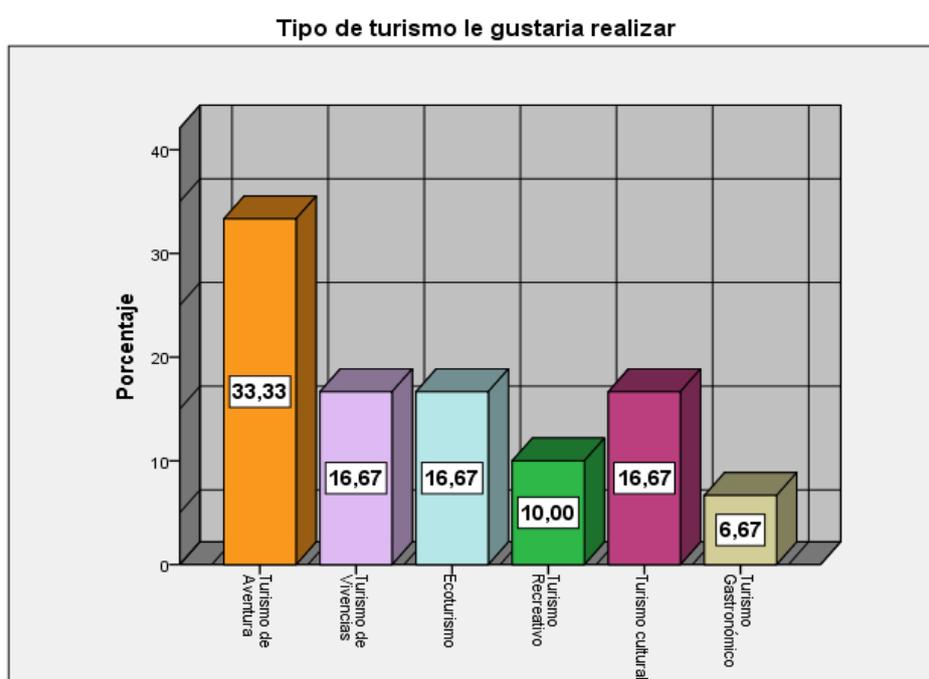


Figura 24. Gráfico de barras Tipo de turismo que le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo.

La tabla 15 y la figura 24 indican el Tipo de turismo que le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que 6,67% del total de los encuestados prefiere realizar turismo gastronómico, el 10% prefiere realizar turismo recreativo, el 16,67% prefieren realizar turismo cultural, ecoturismo y turismo vivencial, el 33.33% prefiere realizar turismo de aventura.

Tabla 16

Departamentos que le gustaría visitar y realizar turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Madre de Dios	8	26,7
Ica	4	13,3
Amazonas	1	3,3
Arequipa	2	6,7
Cuzco	5	16,7
Huánuco	5	16,7
Piura	2	6,7
Loreto	3	10,0
Total	30	100,0

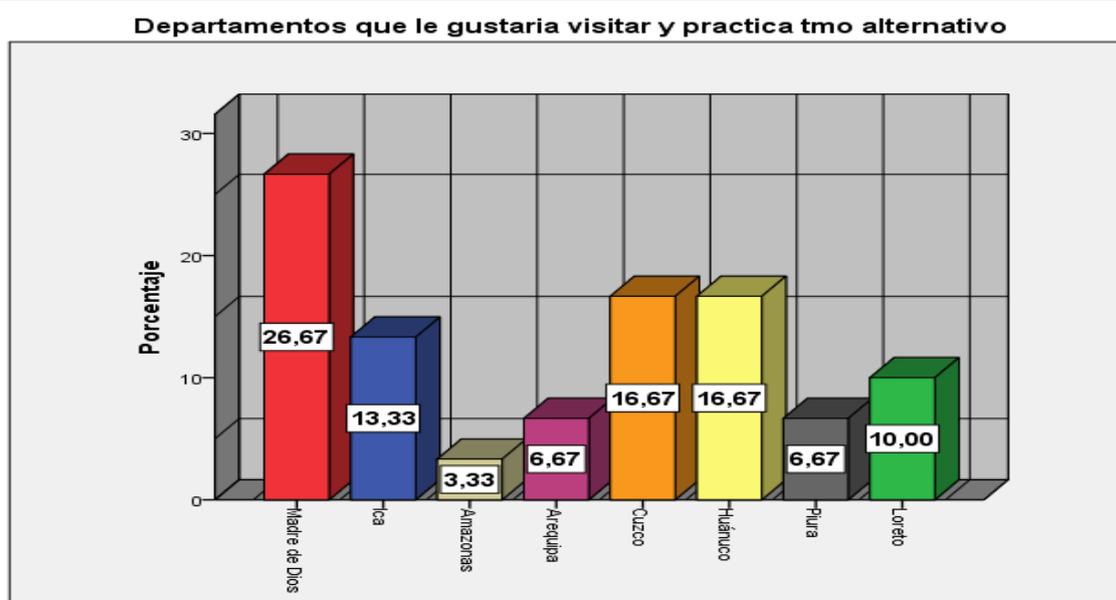


Figura 25. Gráfico de barras Departamentos que le gustaría visitar y realizar turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

La tabla 16 y la figura 25, se observa, que el 3,33% de los encuestados le gustaría visitar el departamento de Amazonas, el 6,67% les gustaría visitar el departamento de Arequipa, el 13,33% le gustaría visitar el departamento de Ica, el 16,67% prefieren visitar los departamentos de Cuzco y Huánuco, el 26,67% le gustaría visitar el departamento de Madre de Dios y realizar turismo alternativo.

Tabla 17

Tipos de actividades le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Trekking	7	23,3
Canopy	4	13,3
Rafting	3	10,0
Sandboarding	3	10,0
Montañismo	3	10,0
Ciclo montañismo	3	10,0
Puenting	3	10,0
Escala en roca	4	13,3
Total	30	100,0

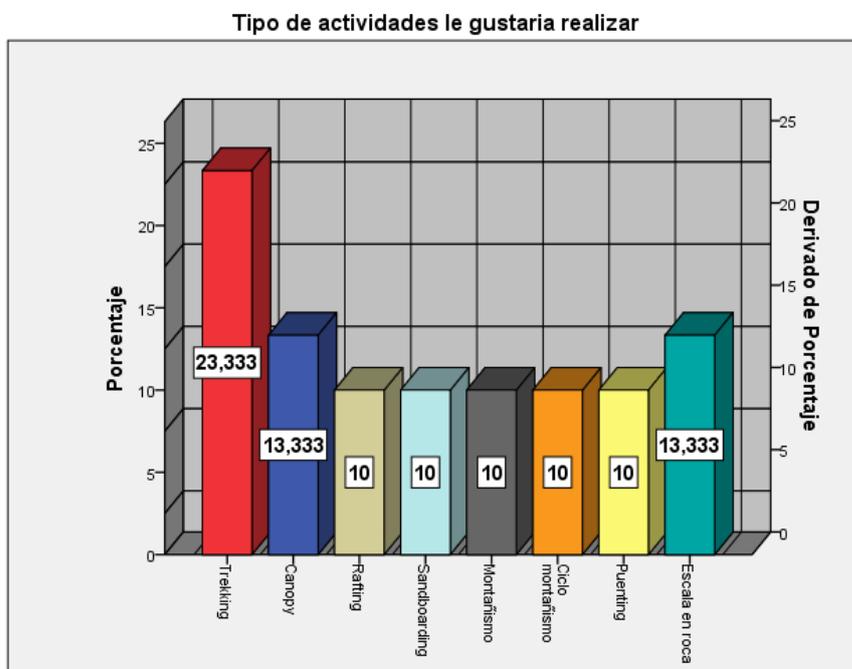


Figura 26. Gráfico de barras Tipos de actividades le gustaría realizar de la categoría turismo alternativo.

La tabla 17 y la figura 26, se observa que el 10% de los encuestados les gustaría practicar rafting, sandboarding, montañismo, ciclo montañismo y puenting, el 13,33% le gustaría practicar canopy y escala en roca, el 23,33% le gustaría realizar como actividad trekking de la categoría turismo alternativo.

Tabla 18

Ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si	25	83,3
No	5	16,7
Total	30	100,0

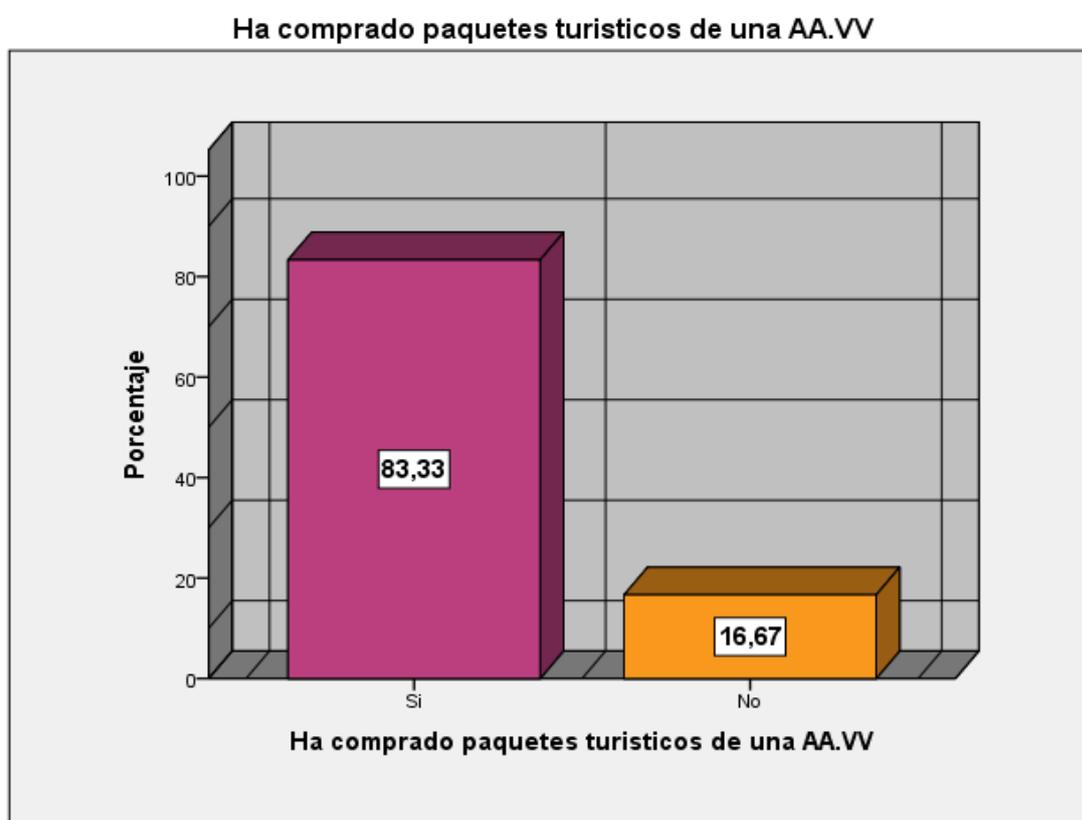


Figura 27. Gráfico de barras ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes de la categoría turismo alternativo.

La tabla 18 y la figura 27 indican que ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 16,67% de los encuestados manifiesta que no ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes y el 83,33% manifiesta que ha comprado paquetes turísticos en una agencia de viajes.

Tabla 19

Le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
No deseo Adquirir	2	6,7
Si deseo adquirir	28	93,3
Total	30	100,0

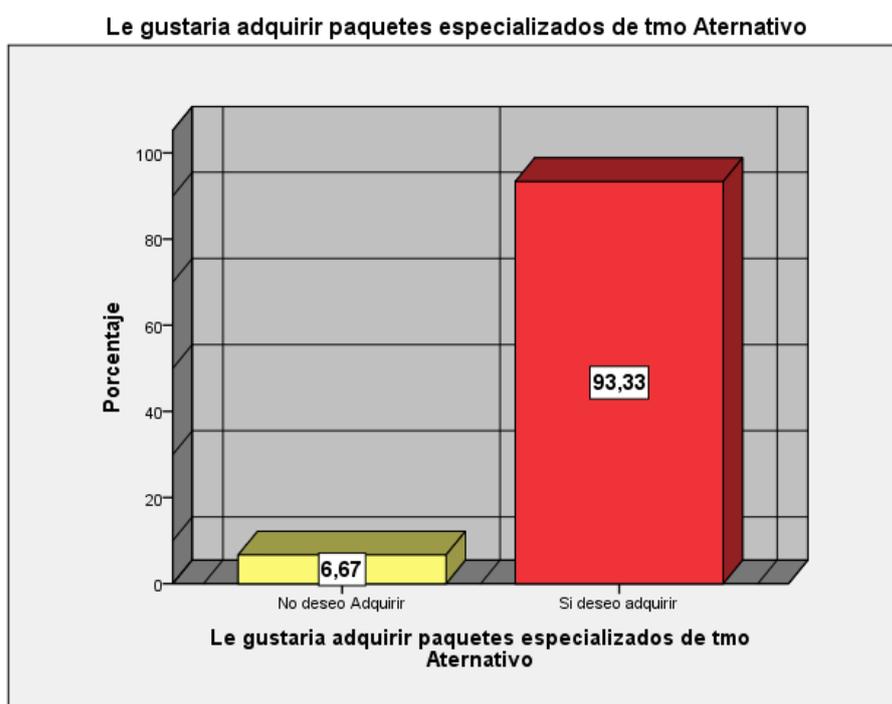


Figura 28. Gráfico de barras Le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

La tabla 19 y la figura 28 indican que le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

Se observa, que el 6,67% de los encuestados no le gustaría adquirir paquetes turísticos y el 93,33% le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

4.2 Diagnóstico cualitativo

Preguntas de la entrevista	Sujetos encuestados	Sujeto 1 Gerente General de AA. VV	Sujeto 2 Gerente General de AA. VV	Sujeto 3 Turista	Codificación	Categoría Emergente	Conclusiones aproximativas
<p>1. ¿Qué opina del turismo?</p> <p>¿Cuál es la situación actual?</p>		<p>Es una actividad social multidisciplinaria que está en aumento y que consiste en el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de origen o entorno habitual, además es considerado un fenómeno social porque repercute en la generación de divisas y puestos de trabajo.</p> <p>En la actualidad las personas nos desplazamos por ocio y recreación, en algunos casos por realizar alguna actividad laboral, que complementariamente aprovechamos para realizar alguna actividad turística.</p>	<p>El turismo es una actividad muy importante en nuestro país sin embargo falta transformar y dar coherencia a la capital del Perú. Lima es un lugar estupendo para hacer negocios, atrae muchos inversionistas extranjeros pero deberíamos tratar de que la gente no solo la use como un lugar de paso para ir a Machu Picchu".</p> <p>Actualmente, se va por buen camino ya que realizan ferias en el extranjero que informan de todo lo que tenemos.</p>	<p>El turismo es una actividad muy interesante en nuestro país que lo está posicionando a nuestro país en el mundo.</p> <p>Se encuentra muy bien posicionado gracias al buen marketing y ferias que realizan en el país.</p>	<p>C1: actividad.</p> <p>C2: posicionamiento</p>	Actividad turística	<p>Los turistas manifiestan que el turismo es una actividad muy importante e interesante en nuestro país que nos permite realizar negocios y atraer inversionistas extranjeros.</p> <p>Gracias al turismo el país está posicionado en el mundo debido al existo marketing que permite posicionar al país a través de ferias en el extranjero</p>
<p>2. ¿Qué opina del turismo</p>		<p>Turismo alternativo es una opción interesante para poder aprovechar la realización de actividades que tienen que ver con el turismo no convencional</p>	<p>El turismo alternativo es una nueva oportunidad y una nueva forma de viajar es aquel que nos puede</p>		<p>C3: Turismo vivencial</p>		<p>Los turistas opinan que el turismo alternativo es una nueva oportunidad que se ha presentado en nuestro país y que tiene mucho futuro y se puede hacer diferentes actividades ya que</p>

<p>alternativo como una nueva opción en nuestro país?</p>	<p>en algún determinado destino, Aventura, Ecoturismo, Vivencial que con un conjunto de actividades recreativas hacen más interesante la experiencia de viaje y que forma parte de las nuevas tendencias que busca el turista potencial o visitantes de hoy, en destinos mega diversos como lo es el Perú, y depende las agencias puedan canalizar esos requerimientos para aprovechar los destinos y elaboren programas alternativos que logren satisfacer esa necesidad.</p>	<p>brindar todas estas posibilidades, ya que el turismo alternativos es una actividad no convencional que se divide en tres que son: ecoturismo, turismo de aventura y turismo vivencial, de los cuales cualquiera de estas formas de turismo nos brindan un sin fin de actividades recreativas, interesantes y muy divertidas.</p>				<p>existen nichos de mercados que buscan este tipo de actividades como el ecoturismo, turismo de aventura y turismo vivencial.</p>
<p>3. ¿Ha visitado destinos donde se practique turismo alternativo? ¿Mencione cuáles y que tipo de actividades realizo?</p>	<p>Por su puesto Lunahuaná, Iquitos, Amazonas, Madre de Dios, Cusco; citare como ejemplo 1 destino en Lima la provincia de Cañete, distrito de Lunahuaná, realizamos actividades de aventura como el canotaje, compartimos actividades de la población en las vitivinícolas y apícolas parte del turismo participativo y en algunos casos cuando el destino implica caminatas por ámbitos naturales como la caminata Zúñiga – pacaran, podríamos hablar de un ecoturismo, sin</p>	<p>Sí, he realizado diferentes actividades turísticas en lo que respecta al turismo alternativo. Realice trekking en el departamento de Madre de Dios y montañismo en Cuzco.</p>	<p>Si visite en el 2013 la ciudad de Cuzco y realice caminata hasta llegar a Machuppichu.</p>	<p>C1:actividad es turísticas</p>		<p>Los turistas están buscando este tipo de turismo que les permita visitar lugares de manera responsable cuidando el medio ambiente y que sea protegido para las futuras generaciones. Buscan realizar actividades no convencionales que permiten conocer, disfrutar y cuidar el medio donde realizan ocio.</p>

	dejar de mencionar que por la noche podríamos ir a una discoteca o boulevard en la plaza de Lunahuaná donde degustaríamos diferentes tragos a partir del pisco como parte de un turismo recreativo.					
4. ¿Qué se puede hacer desde la formación de profesionales para desarrollar el turismo alternativo como producto turístico?	El detalle es que dichos profesionales o futuros profesionales técnicos o universitarios deberían estar concientizados y comprometidos con el desarrollo de productos turísticos, buscando involucrarse y comprometerse en la especialización, preparación de la planificación o gestión del ordenamiento territorial en turismo, buscando la manera de realizar estudios o prácticas en el desarrollo de productos turísticos competitivos o potenciales, para lo cual las autoridades locales, agencias de viajes, direcciones regiones en turismo entre otras entidades del sector público y privado debieran estar comprometidas en crear productos turísticos a partir de la actualización del inventario	Definitivamente de tiene que invertir, capacitar en nuestros futuros profesionales para que se desenvuelvan en el campo y se desenvuelvan en el desarrollo de productos turísticos.	Deben de estudiar y prepararse para ser competitivos en el mercado.	C4: desarrollo turístico	Desarrollo turístico	Para desarrollar el turismo alternativo como producto turístico desde la formación de profesionales deberían estar concientizados y comprometidos con el desarrollo de productos turísticos, buscando involucrarse y comprometerse en la especialización, preparación de la planificación o gestión del ordenamiento en turismo, buscando la manera de realizar estudios o prácticas en el desarrollo de productos turísticos competitivos o potenciales, para lo cual las autoridades locales, agencias de viajes, direcciones regiones en turismo debieran estar comprometidas en crear productos turísticos.

	<p>turístico y la elaboración de planes de desarrollo turístico concertado en relación o considerando los lineamientos del Pentur, según sea el caso.</p>					
<p>5. El futuro del sector ¿está asegurado?</p>	<p>Tiene una proyección buena por la mega diversidad del Perú, como destino turístico pluricultural y contar características geográficas variadas, además porque la actividad turística, según el Pentur es considerado una política de estado, y sin dejar de mencionar la meta por parte del gobierno actual de llegar al 2021 a los 7 millones de turistas, las proyecciones son buenas siempre y cuando la estabilidad política, económica y social se mantengan, tomando en consideración que a nivel mundial existe una creciente tendencia a realizar actividades al aire libre que sean sostenible con el ambiente y responsable con el entorno que es lo que busca el turismo alternativo.</p>	<p>Si, está asegurado ya que vamos avanzando lento pero seguro, debido a que nuestro país ya está en los ojos de los turistas del mundo entero.</p>	<p>Yo creo que si vamos por buen camino, porque están viniendo más turistas al país. .</p>	<p>C5: turistas</p>	<p>Turistas</p>	<p>El turismo es una fuente de trabajo muy importante para todos los involucrados debido a que En los últimos años, la creación de empresas turísticas con personal calificado está dejando lugar a la capacitación de trabajadores locales y al incremento de la capacidad de suministro de las comunidades, lo que redundará en beneficios recíprocos para las comunidades y las empresas.</p>

Cuadro 3

Diagnostico Cualitativo

4.3 Triangulación de datos: Diagnóstico final

El interés por el turismo alternativo se ha dado en aspectos que los turistas manifiestan que el turismo es una actividad muy importante e interesante en nuestro país que nos permite realizar negocios y atraer inversionistas extranjeros.

Gracias al turismo el país se está posicionado en el mundo debido al éxito marketing que permite posicionar al país a través de ferias en el extranjero

Los estudios de referencia consideran conceptos como actividad turística, posicionamiento turístico, turismo vivencial, desarrollo turístico y conocer al mismo turista de acuerdo a sus gustos y preferencias con respecto al turismo alternativo y que está buscando ellos desde cada perspectiva.

Un primer aspecto del turista es el interés por conocer destinos no convencionales. Es importante para cada uno de ellos ahora conocer lugares no convencionales debido a que están cada día interesados por las nuevas tendencias que presenta este tipo de turismo; el turismo alternativo es una nueva opción para aquellas personas que buscan algo diferente de lo convencional; el estar en contacto con la naturaleza, cuidar y proteger de ella es una de las actividades que realizan pocas personas que buscan este tipo de experiencias únicas. En el estudio cuantitativo con respecto los motivos principales de realizar viajes de la categoría turismo alternativo. Se observa que, del total de 30 encuestados, el 66,67% manifiesta que viajan por vacaciones, un 16,67% indican que viajan por negocios o visitas a familiares. Eso determina que los turistas están buscando viajar por vacaciones y realizar diversas actividades relacionadas al turismo alternativo ya que se encuentran a la expectativa de ofertas donde pueda encontrar estos tipos de tours.

Para los turistas nacionales, la actividad turística es muy importante en nuestro país debido a que es una de las principales economías que genera ingresos muy altos, sobre todo ahora que buscan nuevas alternativas de viajes que permiten al turista tener nuevas experiencias. Los destinos que buscan no son los convencionales, es más allá de donde pueden encontrar cultura y belleza paisajística, los nuevos destinos que ellos esperan conocer por su misticismo y encanto. Los estudios ratifican estas afirmaciones, indicando que del total de 30 encuestados, se observa, que el 36,67% del total de encuestados indican que viajan por cuenta propia en las Modalidades de viajes y el 63,33% manifiesta que elige una agencia de viajes al momento de viajar. . De la misma manera en que tipo de turismo le gustaría realizar, los encuestados respondieron que el 6,67% del total de los encuestados prefiere realizar turismo gastronómico, el 10% prefiere realizar turismo recreativo, el 16,67% prefieren realizar turismo cultural, ecoturismo y turismo vivencial, el 33,33% prefiere realizar turismo de aventura.

Se reafirma entonces que actualmente los turistas están buscando realizar otro tipo de actividades que les permita tener nuevas experiencia; buscan tener encuentros fuera de lo convencional. Es así que del total de 30 encuestados, el 3,33% prefieren naturaleza y paisaje, así mismo el 3,33% prefiere gastronomía manifiestan como Aspectos que toma en cuenta al momento de elegir un destino, un 23,33% indican que prefieren tomar en cuenta la cultura diferente, un 30% manifiesta que tiene en cuenta el precio de viaje y el 40% manifiesta que toma como aspecto importante la variedad de actividades al momento de elegir un destino.

Para los turistas la práctica de nuevas actividades como trekking, canopy, puenting, ciclo montañismo, rafting, sandboarding, montañismo, escala en roca etc., son actividades que puedes en los departamentos como Madre de Dios, Lima, Cuzco,

Huánuco, por la mega diversidad del Perú, como destino turístico pluricultural y contar características geográficas variadas, además por la actividad turística, según el Pentur es considerado una política de Estado, y sin dejar de mencionar la meta por parte del gobierno actual de llegar al 2021 a los 7 millones de turistas, las proyecciones son buenas siempre y cuando la estabilidad política, económica y social se mantengan, tomando en consideración que a nivel mundial existe una creciente tendencia a realizar actividades al aire libre que sean sostenible con el ambiente y responsable con el entorno que es lo que busca el turismo alternativo. En los encuestados se observa que el 10% les gustaría practicar rafting, sandboarding, montañismo, ciclo montañismo y puenting, el 13.33% le gustaría practicar canopy y escala en roca, el 23,33% le gustaría realizar como actividad trekking de la categoría turismo alternativo.

Por último, existen turistas que están interesados en realizar este tipo de turismo y buscan encontrar una empresa especializada que brinde programas turísticos alternativos referentes a esta actividad ya que el 6,67% de los encuestados no le gustaría adquirir paquetes turísticos y el 93,33% le gustaría adquirir paquetes especializados en turismo alternativo de la categoría turismo alternativo.

CAPÍTULO V
PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN
“TURISMO ALTERNATIVO Y SU IMPACTO EN EL
MERCADO TURISTICO EN LA PROVINCIA DE LIMA.”

5.1 Fundamentos de la propuesta

La Propuesta en función al título del proyecto de tesis “Propuesta de una agencia de viajes de turismo alternativo en la provincia de Lima Metropolitana, 2017”, se implementa debido a la necesidad de ofrecer nuevas alternativas, considerando los cambios del mundo de hoy, determinados por la globalización y el uso de las nuevas tecnologías, además de una tendencia creciente de la conservación y preservación de ámbitos naturales y culturales que comprometen estilos de vida saludables y el desarrollo de un turismo sostenible, donde exista un equilibrio entre el hombre y la naturaleza, para algunos una utopía, para otros entendidos empezar a crear un estilo de vida en contacto con la naturaleza que permita el respeto a nuestro entorno o paisaje geográfico.

En función a este análisis la propuesta de una agencia de viajes especializada como alternativa diferenciadora, resulta una opción que va de acuerdo a las exigencias y requerimientos de las nuevas tendencias y que las empresas del rubro turístico (específicamente las agencias de viajes y turismo deberían ofrecer) considerando implementar políticas para presentar una oferta diferenciadora que mediante la planificación de estrategias de turismo sostenible permitan generar el interés de los públicos objetivos potenciales interesados en una propuesta de esas características.

5.2 Objetivos de la propuesta

5.2.1 Objetivo general

Desarrollar una agencia de viajes de turismo alternativo, encargada en presentar una oferta diferenciadora, que permita satisfacer las exigencias del consumidor actual.

5.2.2 Objetivo específico

Diseñar propuestas de programas variados que ofrezcan turismo especializado como alternativa para ampliar la oferta turística en el Perú.

Crear estrategias de marketing digital que permitan llegar a los clientes de manera rápida como Facebook, Twitter, entre otros.

Sensibilizar a la población en conocimiento de su patrimonio natural y cultural, dado que nuestro mercado es sustentable.

5.3 Problema

Muchas de las agencias, no innovan o no diversifican su oferta, la gran mayoría, ofrece un turismo convencional o tradicional, sin considerar las nuevas tendencias del mercado turístico actual; por ello, se piensa que al no existir una empresa especializada en cuanto a brindar estos servicios, los prestadores se han vuelto conformistas, y la oferta turística no presenta mayor alternativa de viaje.

Por tal motivo la propuesta de una agencia de turismo permitirá satisfacer las necesidades de los viajeros a través del turismo alternativo en el país.

1.4 Justificación

La presente investigación busca presentar una nueva propuesta de una agencia de viajes de turismo especializado como alternativa diferenciadora en la provincia de Lima.

Esta investigación es valiosa ya que su información sirve como ejemplo para muchas personas que deseen adoptar esta propuesta en el rubro turístico, la cual ofrece alternativas de ocio. Esta investigación propondrá actividades concretas, para generar cambios que contribuyan a elección de nuevas alternativas para los viajeros.

La investigación tiene justificación práctica ya que contribuye a la solución de presentar nuevas propuestas para las agencias de viajes y a su vez propone estrategias, que al aplicarse contribuirían a tener mayor participación con el turismo alternativo.

1.5 Resultados esperados

Identificar un perfil de las agencias en turismo alternativo que constituyen la competencia.

Diversificar la oferta de programas disponibles en el mercado.

Lograr una participación equivalente al 50% del mercado de las agencias especializadas en turismo alternativo.

Obtener la certificación a la calidad en los servicios turísticos otorgada por el Mincetur de acuerdo a los criterios del Caltur.

1.6 Plan de Actividades

ACTIVIDADES	TAREAS	RESPONSABLE	CRONOGRAMA
Crear una agencia de viajes de turismo alternativo, encargada en presentar una oferta diferenciadora, que permita satisfacer las exigencias del consumidor nacional actual.	Constituir una empresa como SAC.	Shirley Morales Gálvez.	Cinco semanas y media.
	Tramitar a la SUNAT, los documentos como MYPE Tributario.		
	Tramites notariales para constitución de la empresa y legalización de los libros contables.		
Diseñar propuestas de programas variados que ofrezcan turismo especializado como alternativa	Búsqueda de destinos que ofrezcan turismo alternativo.	Shirley Morales Gálvez junto con el agente de viajes.	Seis semanas
	Búsqueda y evaluación de proveedores		
	Diseñar los programas de turismo alternativo.		
	Diseño de la página web y de las redes sociales para la promoción y comercialización de los programas.		

diferenciadora en la provincia de Lima.	Distribución física de impresos de los programas elaborados a las agencias de viaje mayoristas y minoristas.		
	Campaña de promoción para los programas elaborados a través de las redes sociales.		
Sensibilizar a la población en conocimiento de su patrimonio natural y cultural, dado que nuestro mercado es sustentabilidad.	Concientizar a la población en el destino turístico sobre los recursos turísticos del territorio, naturales y culturales que poseen y la necesidad de una visión de sostenibilidad en su uso.	Agente turístico 1	Cuatro semanas y media.
	Mejorar el conocimiento en la población local de los recursos turísticos locales, su valor y potencialidad como fuente generadora de empleo e ingresos.		

Cuadro 04

Plan de actividades

1.7 Evidencias

Se evidenciará de la siguiente manera:

Página de Facebook

The image shows two screenshots of a Facebook page for 'Turismo Alternativo PERU'. The top screenshot displays the profile page, including the cover photo of two indigenous people, the page name, and navigation options. The bottom screenshot shows the 'Estadísticas' (Statistics) section, featuring a bar chart of 'Total de Me gusta de la página hasta hoy: 140' as of May 11, 2017.

Facebook Page Profile:

- URL: https://www.facebook.com/pg/turismoalternativoperu/about/?ref=page_internal
- Page Name: Turismo Alternativo PERU (@turismoalternativoperu)
- Category: Servicio profesional
- Location: Agencias de viajes en Lima, Perú, Ofi
- Chat: 38

Facebook Page Statistics:

Fecha	Total de Me gusta
11 de mayo de 2017	140

PUNTO DE REFERENCIA: Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo. Total de Me gusta

Figura 29. Portal de la página de Facebook

Instagram



Figura 30. Portal de la página de Instagram

Página web

editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/3edf823d-a32e-420c-8552-7bcf8af0f35d?editorSessionId=3CA63797-661F-4705

ira acceder rápidamente, coloca tus favoritos aquí en la barra de favoritos. Importar favoritos ahora... Otros favo

Estás actualmente en modo vista previa

Guardar Volver al editor

✕ Crea un sitio WIX

TURISMO alternativo
TOUR PERÚ OPERADOR
Solo experiencias memorables...

Turismo Alternativo Perú

Search for a holiday >

Combinación Perfecta: Huánuco y Tingo María **\$/450**
See Details >

Aventura en el Camino Inca Cusco **\$/1904**
See Details >

Extrema Aventura Paracas + Ica + Chincha **\$/95**
See Details >

Inca Jungle Cusco GO

Nuestros Tours:
Aventura en el Camino Inca Cusco
Diversión en Máncora (Piura)
Extrema aventura Paracas + Ica + Chincha
Iquitos + Selva Programa Paiche
Tambopata - Cerca de ti

Combinación Perfecta: Huánuco y Tingo María
Chachapoyas Escapada Al Amazonas
Aventura Extrema en Huaral - desde Lima Playas de Mollendo en Arequipa

Book Now > Book Now >

Contact Us:
Av. 18 de Marzo 301 - 3er piso
Independencia
turismoalternativoperu@gmail.com
Tel: 957-242-826

Facebook Twitter Google+

Nombre:
Email:
Asunto:

© 2023 by Travel Light
Proudly created with Wix.com

Send

Figura 31. Portal de la página web

Twitter



Figura 32. Portal de twitter

Canal YouTube

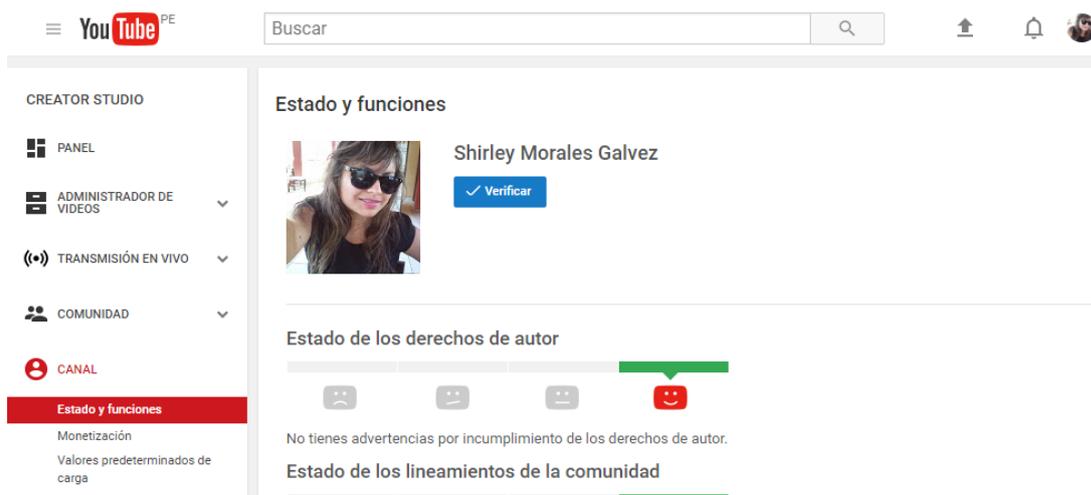


Figura 33. Portal de YouTube

1.8 Presupuesto

Tabla 20

Presupuesto de la propuesta

Tipo de cambio de dólar a soles: 3.50

PROPUESTA	CANTIDAD	DÓLAR UNITARIO	SOLES UNITARIO	TOTAL DOLARES	TOTAL SOLES
Derecho notarial y registral	1	\$ 71.43	S/. 250.00	\$ 71.43	S/. 250.00
Régimen único simplificado	1	\$ 5.71	S/. 20.00	\$ 5.71	S/. 20.00
Página Facebook	1	\$ 8.57	S/. 30.00	\$ 8.57	S/. 30.00
Pago de Internet	1	\$ 28.57	S/. 100.00	\$ 28.57	S/. 100.00
Pago de Teléfono	1	\$ 22.86	S/. 80.00	\$ 22.86	S/. 80.00
Brochure	1000	\$ 0.23	S/. 1.30	\$ 228.57	S/. 800.00
Tarjeta de Presentación	1000	\$ 0.03	S/. 0.10	\$ 28.57	S/. 100.00
Laptop	1	\$ 571.43	S/. 2,000.00	\$ 571.43	S/. 2,000.00
Pago de Servicios	1	\$ 28.57	S/. 100.00	\$ 28.57	S/. 100.00
Constituir la empresa como SAC – minuta	1	\$ 57.14	S/. 200.00	\$ 57.14	S/. 200.00
Tramitar a la SUNAT, los documentos como MYPE Tributario - Elevar la escritura pública en la Sunarp	1	\$ 25.71	S/. 90.00	\$ 25.71	S/. 90.00
Tramites notariales para constitución de la empresa y legalización de los libros contables.	1	\$ 42.86	S/. 150.00	\$ 42.86	S/. 150.00

Búsqueda de destinos que ofrezcan turismo alternativo.	1	\$ 00.00	S/. 0.00	\$ 00.00	S/. 0.00
Búsqueda y evaluación de proveedores	1	\$ 14.29	S/. 50.00	\$ 14.29	S/. 50.00
Diseñar los programas de turismo alternativo.	1	\$ 11.43	S/. 40.00	\$ 11.43	S/. 40.00
Diseño de la página web y de las redes sociales para la promoción y comercialización de los programas.	1	\$ 57.14	S/. 200.00	\$ 57.14	S/. 200.00
Distribución física de impresos de los programas elaborados a las agencias de viaje mayoristas y minoristas.	100	\$ 28.57	S/. 100.00	\$ 28.57	S/. 100.00
Campaña de promoción para los programas elaborados a través de las redes sociales.	1	\$ 142.86	S/. 500.00	\$ 142.86	S/. 500.00
Concientizar a la población en el destino turístico sobre los recursos turísticos del territorio, naturales y culturales que poseen y la necesidad de una visión de sostenibilidad en su uso.	1	\$ 85.71	S/. 300.00	\$ 85.71	S/. 300.00
Mejorar el conocimiento en la población local de los recursos turísticos locales, su valor y potencialidad como fuente generadora de empleo e ingresos.	1	\$ 142.86	S/. 500.00	\$ 142.86	S/. 500.00
				\$ 608.57	S/. 5,610.00

1.9 Diagrama de Gantt/Pert CPM

Actividades	Meses															
	1				2				3				4			
	Semanas															
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Fase I																
Información acerca de la creación del proyecto de la agencia de viajes de turismo alternativo.	x	x														
Redacción y revisión de la información			X	x												
Desarrollar una agencia de viajes de turismo alternativo, encargada en presentar una oferta diferenciadora, que permita satisfacer las exigencias del consumidor actual.					x	x										
Fase II																
Diseñar propuestas de programas variados que ofrezcan turismo especializado como alternativa diferenciadora en la provincia de Lima.							x	x								
Diseñar y plasmar la información en las redes sociales. (Facebook, Instagram)									x	X						
Fase III																
Sensibilizar a la población en conocimiento de su patrimonio natural y cultural, dado que nuestro mercado es sustentabilidad											x	x				
Envío de correos a otras agencias y pasajeros.													x	x		
Presentación del producto															x	x

Cuadro 5.

Diagrama de Gantt/Pert CPM

1.10 Flujo de Caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios

1.10.1 Escenario optimista

Tabla 21

Flujo de caja en el escenario optimista

g (tasa de crecimiento) de ingresos	12%
Promedio de ingresos 2016-2017	S/. 50,000.00
g de gastos	3%
Comisión distribuidora	5%
COK	10%

Flujo de Caja						
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
INGRESOS						
		S/. 56,000.00	S/. 62,720.00	S/. 70,246.40	S/. 78,675.97	S/. 88,117.08
Comisión Distribuidora		S/. -2,800.00	S/. -3,136.00	S/. -3,512.32	S/. -3,933.80	S/. -4,405.85
Total de Ingresos por venta de paquetes Turísticos		S/. 53,200.00	S/. 59,584.00	S/. 66,734.08	S/. 74,742.17	S/. 83,711.23
GASTOS						
Pago de Servicios Públicos		S/. 960.00	S/. 1,080.00	S/. 1,200.00	S/. 1,440.00	S/. 1,680.00
Pago de empleados		S/. 6,000.00	S/. 10,200.00	S/. 10,200.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00
Pago de Publicidad (P. web)		S/. 2,400.00				

Gastos Administrativos		S/. 2,400.00				
Pago de Merchandising		S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 12,000.00	S/. 2,000.00
Compra de papelería		S/. 1,200.00				
TOTAL DE GASTOS		S/. 25,460.00	S/. 25,930.00	S/. 26,050.00	S/. 26,440.00	S/. 6,680.00
FLUJO DE CAJA	S/. -5,610.00	S/. 27,740.00	S/. 33,654.00	S/. 40,684.08	S/. 48,302.17	S/. 57,031.23

La tabla 21 muestra un escenario optimista de alta rentabilidad posterior a la aplicación de la propuesta, que permitirá el desarrollo del potencial del tour operador basados en los objetivos de la unidad de negocio de la agencia de viajes.

1.10.2 Escenario probable

Tabla 22

Flujo de caja en el escenario probable

g (tasa de crecimiento) de ingresos	6%
Promedio de ingresos 2016-2017	S/. 50,000.00
g de gastos	3.5%
Comisión distribuidora	5%
COK	10%

Flujo de Caja						
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
INGRESOS						
		S/. 56,000.00	S/. 62,720.00	S/. 70,246.40	S/. 78,675.97	S/. 88,117.08
Comisión Distribuidora		S/. -2,800.00	S/. -3,136.00	S/. -3,512.32	S/. -3,933.80	S/. -4,405.85
Total de Ingresos por venta de paquetes Turísticos		S/. 53,200.00	S/. 59,584.00	S/. 66,734.08	S/. 74,742.17	S/. 83,711.23
GASTOS						
Pago de Servicios Públicos		S/. 960.00	S/. 1,080.00	S/. 1,200.00	S/. 1,440.00	S/. 1,680.00
Pago de empleados		S/. 6,500.00	S/. 6,850.00	S/. 6,850.00	S/. 7,000.00	S/. 7,000.00
Pago de Publicidad (P. web)		S/. 2,400.00				
Gastos Administrativos		S/. 2,400.00				
Pago de Merchandising		S/. 12,000.00				
Compra de papelería		S/. 1,200.00				

TOTAL DE GASTOS		S/. 25,460.00	S/. 25,930.00	S/. 26,050.00	S/. 26,440.00	S/. 26,680.00
FLUJO DE CAJA	S/. -5,610.00	S/. 27,740.00	S/. 33,654.00	S/. 40,684.08	S/. 48,302.17	S/. 57,031.23

La tabla 22 muestra un escenario probable con resultados alentadores para el negocio de tour operador, teniendo una mínima inversión y altos resultados que generan rentabilidad al negocio.

1.10.3 Escenario pesimista

Tabla 23

Flujo de caja en el escenario pesimista

g (tasa de crecimiento) de ingresos	4%
Promedio de ingresos 2016-2017	S/.50,000.00
g de gastos	4%
Comisión distribuidora	5%
COK	10%

Flujo de Caja						
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
INGRESOS						
		S/. 56,000.00	S/. 62,720.00	S/. 70,246.40	S/. 78,675.97	S/. 88,117.08
Comisión Distribuidora		S/. -2,800.00	S/. -3,136.00	S/. -3,512.32	S/. -3,933.80	S/. -4,405.85
Total de Ingresos por venta de paquetes Turísticos		S/. 53,200.00	S/. 59,584.00	S/. 66,734.08	S/. 74,742.17	S/. 83,711.23
GASTOS						
Pago de Servicios Públicos		S/. 960.00	S/. 1,080.00	S/. 1,200.00	S/. 1,440.00	S/. 1,680.00
Pago de empleados		S/. 6,500.00	S/. 6,850.00	S/. 6,850.00	S/. 7,000.00	S/. 7,000.00
Pago de Publicidad (P. web)		S/. 2,400.00				
Gastos Administrativos		S/. 2,400.00				
Pago de Merchandising		S/. 12,000.00				

Compra de papelería		S/. 1,200.00				
TOTAL DE GASTOS		S/. 25,460.00	S/. 25,930.00	S/. 26,050.00	S/. 26,440.00	S/. 26,680.00
FLUJO DE CAJA	S/. -5,610.00	S/. 27,740.00	S/. 33,654.00	S/. 40,684.08	S/. 48,302.17	S/. 57,031.23

La tabla 23 muestra un escenario pesimista, pero mostrando rentabilidad para el negocio en el peor de los casos.

1.11 Viabilidad económica de la propuesta

La viabilidad de la propuesta fue realizada por parte del asesor docente de la universidad privada Norbert Wiener, el Mg. Abel De la Torre Tejada, la cual aseguran la viabilidad estándar de la presente propuesta aplicativa y de manera proyectiva.

En la parte técnica, esta validada por el Licenciado Marco Sánchez Schmidt, docente de la universidad privada Norbert Wiener, quien da conformidad, validez y viabilidad estándar a la Propuesta de una agencia de viajes en Lima Metropolitana para el desarrollo del turismo alternativo en el Perú, 2017

Tabla 24

Viabilidad económica de la propuesta según los tres escenarios del flujo de caja

RESUMEN DE ESCENARIOS			
	OPTIMISTA	PROBABLE	PESIMISTA
Celdas cambiantes			
g(tasa de crecimiento) de ingresos	12%	6%	4%
g(tasa de inflación) de gastos	3%	3.5%	4%
Celdas de resultados			
VAN	S/. 193,612.70	S/. 221,157.78	S/. 232,120.50

1.12 Validación de la propuesta

Esta propuesta, es debidamente viable económicamente, por lo tanto es recomendable la utilización de la misma.

CAPÍTULO VI DISCUSIÓN

La agencia de viajes en Lima Metropolitana para el desarrollo del turismo alternativo en el Perú, es una propuesta de negocio que tiene viabilidad dentro de los siguientes aspectos: estratégica, de mercado, operacional o técnica, organizacional y financiera. Este tipo de agencia de viajes se está implementando en un momento donde el Perú en general está siendo un gran punto turístico a nivel mundial y preferido por los turistas nacionales y extranjeros, tanto para realizar servicios turísticos como para realizar diferentes inversiones. Este indicador, genera una serie de oportunidades de negocio y entre ellas está la agencia de viajes y turismo que da una nueva forma de conocer e experimentar la práctica del turismo alternativo.

Es muy importante mencionar que esta agencia de viajes de turismo alternativo se manejará online y que ingresará al mercado con las nuevas tendencias tecnológicas y uso de redes debido el turismo lidera con el 13,2% su participación en el comercio electrónico, teniendo a Facebook como la red más usada en el caso de las agencias, seguido por Twitter con una mayor cantidad de seguidores y finalmente, Instagram con el 56% del mercado, con una excelente proyección de cuentas creadas. Ya que actualmente estos ejes de transformación en el sector turístico son:

- Cloud o nube: Almacena datos y optimiza procesos utilizando la nube digital
- Mobile: Mejora la experiencia a través de servicios innovadores
- Internet de las cosas: Innovación tecnológica en artículos que brindan nuevas experiencias a los clientes
- Social y economía colaborativa: La buena gestión a través de las redes sociales, fortaleciendo el diálogo entre la empresa y el cliente;

Estos permiten a las empresas del sector turismo superar barreras y convertir las nuevas tendencias en oportunidades de negocio.

Es por ello, que el uso de las redes sociales en la agencia de viajes de turismo especializado es muy importante porque nos acerca al cliente que actualmente da uso

constante de ellas ya que Lima es la ciudad que usa el internet de manera intensiva y los internautas peruanos permanecen online 24 horas en promedio al mes.

Con el estudio de mercado se puede apreciar que el mercado objetivo está dado por personas entre 18 y 50 años de edad, teniendo ingresos de 850 a 3000 soles mensuales, además, según la encuesta realizada por elaboración propia se obtiene que el 40% suele viajar con amigos. También se obtiene la mayor parte de encuestados está interesado en viajes de turismo alternativo en el Perú, lo cual servirá para vender paquetes turísticos. El 73.33% está dispuesto a gastar entre S/100 a menos de S/150 esto les permite acceder a nuestros paquetes turísticos. Otro punto importante que del total de los 30 encuestados prefieren realizar tipos de turismo como: aventura 33.33%, vivencial o rural 16.67% y ecoturismo 16.67% que están dentro del turismo alternativo, lo cual nos permite concluir que hay nichos de mercado que buscan este tipo de turismo. Los destinos para la práctica de turismo alternativo entre los que más prefieren son: Madre de Dios 26.67%, Cusco 16.67%, Huánuco 16.67%, Ica 13.33%, Loreto 10%, Piura 6.67%, Arequipa 13,33%. También buscan realizar actividades diferentes tipos de actividades como Trekking, Canopy, Rafting, Sandboarding, Montañismo, Puenting, Ciclo montañismo, Escala en roca. Por último, el 93.33% de los encuestados le gustaría adquirir paquetes especializados de turismo alternativo.

Teniendo en cuenta el resultado anterior, la capacidad de la agencia será con grupos pequeños las cuales se puede terciarizar con otras empresas turísticas en provincia o dependiendo del tamaño del grupo se puede acompañar, ya que nosotros somos un tour operador. Además, se enfocará en llegar en todo tipo de clientes que busquen nuevas experiencias, el contacto será de manera rápida y dinámica ya que con

el uso de las redes sociales se puede mantener contacto de manera más rápida, la ubicación de la agencia será en la Av. 16 de marzo 301 – tercer piso – Independencia, sin embargo se podrá contactar por redes sociales como Facebook e Instagram como: turismo alternativo Perú – tour operador , para que los clientes se puedan comunicar de manera más rápida y fácil, así mismo puedan interactuar , comentar de los destinos y las experiencias que han tenido.

La estructura organizacional de la agencia de viajes será funcional, la cual se tomara 2 áreas principales: comercial y de sistemas. Además se creara un APP donde los clientes interactúen y se informen de lo que se ofrece.

La inversión de la agencia de viajes de turismo convencional será en un 100% capital propio. En cuanto a velocidad de retorno es realmente atractiva pues se genera en un año, además de tener una sensibilidad del 5.84% lo cual da grandes expectativas sobre la capacidad de reacción y de sostenibilidad para afrontar un mercado cambiante.

CAPÍTULO VII
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

7.1 Conclusiones

Primero Ante la situación de muchas de las agencias, que no innovan o no diversifican su oferta, la gran mayoría, ofrece un turismo convencional o tradicional, la mayoría de turistas nacionales encuestados le gustaría realizar actividades diferentes a las convencionales; como turismo de aventura, turismo vivencial, ecoturismo entre otros, brindando nuevas experiencias; por ello se le presenta esta opción de empresa especializada en cuanto a brindar estos servicios relacionados con el turismo alternativo.

Segundo El servicio principal del turismo alternativo es llevar a los turistas a diferentes sitios de interés natural con el propósito que observen, se diviertan, experimenten y genere un sentido de pertenencia hacia estos tipos de atractivos que tenemos en nuestro país, así como visitar comunidades y puedan integrarse con ellas de manera que puedan convivir y experimentar el día a día que ellos hacen, así mismo les generen beneficios económicos para las comunidades.

Tercero Existe un gran número de turistas con disponibilidad para este tipo de prácticas en nuestro país que busca salir fuera de la rutina y que está dispuesto a participar de diferentes actividades no convencionales como la práctica de Sandboard, ciclismo, montañismo, parapente, canopy entre otros que tienen un alto riesgo de practica pero que si se realiza de manera adecuada siguiendo los cuidados necesarios se puede practicar.

Cuarto El mercado está concentrado especialmente en la población joven de ingresos económicos medios y altos que está en condiciones de costear este servicio, dado que en su presupuesto familiar se dispone de un ingreso suficiente para su esparcimiento.

7.2 Sugerencias

- Primero** Identificar nuevas destinos que tengan relación con el turismo alternativo, con la finalidad de que a futuro se pueda realizar programas innovadores y así los residentes de Lima Metropolitana puedan visitar más destinos en nuestro país, se sugiera la búsqueda de nuevos proveedores en zonas con poca afluencia turística, la cual va a permitir llevar a conocer nuevos destinos que comúnmente los turistas no conocen.
- Segundo** Se debe observar y trabajar en zonas rurales donde existen comunidades que tienen los recursos pero no saben que desde ese punto pueden atraer turistas que participen de sus actividades e interactúen, se sugiere visitar estas zonas y realizar alianzas con las comunidades.
- Tercero** El gobierno debe enfocar sus programas hacia la inversión social, en actividades que beneficien el desarrollo social, económico y turístico de la población rural y urbana; se sugiere participar junto con los gobiernos locales para así poder comunicar de los recursos con los que cuenta la población, asimismo, brindar información y capacitación con las empresas dedicadas al rubro turístico que se encuentren en la zona.
- Cuarto** Impulsar en mayor medida en ferias para se permita de esta manera conocer el turismo alternativo en nuestro país, se sugiere que las empresas dedicadas al rubro turístico participen de las ferias realizadas por Promperu para que den a conocer sus productos.
- Quinto** Se sugiere que la facultad de ingeniería y negocios de la universidad Norbert Wiener debe de seguir considerando la creación de una nueva

carrera encaminada hacia el turismo alternativo enfocándose en ejes temáticos como: turismo de aventura, ecoturismo, turismo vivencial lo cual se considera una proyección de desarrollo que puede causar el turismo y el auge que tienen este tema en nuestro país.

CAPÍTULO VIII
REFERENCIAS

Aparicio. (2013). *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción en Madrid*. (Licenciatura). Universidad Complutense de Madrid.

Arias Fidas G., 6ta. Edición (2012). *El proyecto de la investigación*. Caracas – República Bolivariana de Venezuela.

Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo* (1st ed., p. 16). México, D.F.: Editorial Trillas.

Acerenza, M. (1995). *Conceptualización, origen y evolución del turismo* (1st ed., p. 170 y 195). México, D.F.: Editorial Trillas.

Bocanegra. (2012). *Turismo Alternativo: ¿Factor De Desarrollo Económico Para Michoacán en México?*. (Licenciatura). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Baca, J. (2013). Turismo Alternativo. *Turismo Alternativo*. Retrieved from <https://profebaca.wordpress.com/2013/09/18/turismo-alternativo/>

Bernal Torres Cesar (2006). *Proceso de la investigación científica*. Pearson educación, México: Mc Graw-Hill.

Bosch, J., & Merli, M. (2013). *Fundamentos del enfoque sistémico para el estudio del turismo* (p. 24, 25 y 27). Argentina: pdf.

Celis, Espinosa, Lizárraga y Valdivia. (2016). *Creación De Una Empresa Operadora De Turismo Por Carretera En Circuitos Turísticos No Convencionales En El Perú*. (Magister). Universidad Esan.

Chura Maquera. (2016). *Entre La Oferta Y La Demanda De Las Agencias De Viaje Que Realizan Turismo De Aventura En La Ciudad De Tacna*. (Licenciatura). Universidad Privada De Tacna

Casasola, L. (1990). *Turismo y ambiente* (p. 13). México, DF: Ed. Trillas.

Cabrera Yeto, Susana, Benítez Rochel, José J., Análisis del turismo nacional en las comunidades autónomas peninsulares españolas: especialización y ventaja competitiva Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research [en línea]

2011, (Sin mes): [Fecha de consulta: 8 de marzo de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28920705002>> ISSN 1695-7253

Curiel Esteban, J., Sánchez García, V., & Antonovia, A. *Turismo cultural y gestión de museos* (1st ed., p. 13). Madrid: Dykinson.

Carrodegua, N. (2017). *Datatur3 - Glosario*. *Datatur.sectur.gob.mx*. Retrieved 1 June 2017, from <http://www.datatur.sectur.gob.mx/sitepages/glosario.aspx>

Cabarcos Novás, N. (2006). *Proceso económico-administrativo en las agencias de viajes* (1st ed.). España: Ideaspropias Editorial.

Color, A. (2012). *El turismo y sus antecedentes históricos - Edición Impresa - ABC Color*. *Abc.com.py*. Retrieved 16 November 2017, from <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/el-turismo-y-sus-antecedentes-historicos-468250.html>

Díaz Carrión. (2012). *Género y Turismo Alternativo: Aproximaciones al "Empoderamiento"*. (Licenciatura). Universidad Complutense de Madrid.

De Oliveira Santos, Glauber Eduardo. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(1), 96-110. Recuperado en 06 de junio de 2017, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&tlng=es

Departamento de Lima: características de la infraestructura social y económica distrital: 1999. (2017) (1st ed., pp. 13-18). Lima. Retrieved from https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0510/Libro.pdf

Diccionario de Consumo - Actividad turística - Ayuntamiento de Madrid.

(2017). *Madrid.es*. Retrieved 31 May 2017, from

[http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

[Comercio/Consumo/Diccionario-de-](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

[Consumo?&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b20](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

[5a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

[&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

[210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM20](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

[00000c205a0aRCRD](http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Consumo-y-Comercio/Consumo/Diccionario-de-Consumo?vnextfmt=default&vnextoid=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vnextchannel=560b9ad016e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&idCapitulo=5864531&rmEspecial=ab28d0f730fc8210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&rmCapitulo=d98f7925bade8210VgnVCM200000c205a0aRCRD)

Enperu.org. (2017). *Ubicación y Geografía de Piura, información útil sobre Piura-*

Perú. [Online] Available at: [http://www.enperu.org/ubicaci%C3%B3n-geografica-](http://www.enperu.org/ubicaci%C3%B3n-geografica-de-piura-lugares-turísticos-zonas-de-viajes-peru.html)

[de-piura-lugares-turísticos-zonas-de-viajes-peru.html](http://www.enperu.org/ubicaci%C3%B3n-geografica-de-piura-lugares-turísticos-zonas-de-viajes-peru.html) [Accessed 11 May 2017].

Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT.

(2002). *Media.unwto.org*. Retrieved 3 September 2017, from

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Fasabi Huamán. (2014). *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible*. (Licenciatura). Universidad Mayor de San Marcos.

Fernandez Fuster, L. (1974). *Teoría y técnica del turismo* (1st ed., p. 27). Madrid: Editora Nacional.

Home. (2017). *WTTC*. Retrieved 14 October 2017, from <https://www.wttc.org/>

Hurtado de Barrera Jacqueline (2010). *Metodología de la investigación científica.*

Guía para la investigación holística de la ciencia. México: Mc Graw-Hill.

Hamann, J. (1954). *Espacio Público y regeneración urbana; arte, teoría y conservación del patrimonio* (1st ed., p. 1). Lima: SGR 0903.

Hartmann, R. (2017). *Conceptos básicos en la Actividad turística*. Academia.edu.

Retrieved 31 May 2017, from

http://www.academia.edu/7033835/Conceptos_basicos_en_la_Actividad_turistica

Ivanova Boncheva, A., & Ibáñez, R. (2012). *Medio ambiente y política turística en México* (p. 18). México, D.F.: Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Lineamientos básicos para la formulación de proyectos de inversión pública en emprendimientos de turismo rural comunitario. (2017) (1st ed., p. 1). Lima.

Retrieved from

https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/normas/normasv/snip/a2013/Anexo-RD-005-2013.pdf

Nivel de acogida del turismo de aventura en la parroquia de Mindo. (2017). *MÉTODOS INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Portafolio personal de la asignatura Métodos de Investigación Científica*. Retrieved from <http://ctapiacalderon.blogspot.pe/2017/05/proyecto-de-investigacion.html>

OMT. (2002). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO*. Recuperado el 2 de ABRIL de 2017, de <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

OMT. (2002). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO*. Recuperado el 2 de ABRIL de 2017, de <http://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

Oyarzun M, Edgardo. El Turismo Cultural, Potencialidades Y Riesgos En La Región De Los Lagos, Chile. *Gest. tur. (Valdivia)*, 1998, no.2, p.75-89. ISSN 0718-6428.

Perfil del turista extranjero 2008. (2008) (1st ed., p. 84). Lima. Retrieved from <http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2010/TurismoReceptivo/Demanda%20Actual/Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202008/Publicaci%C3%B3n%20PTE%202008.pdf>

Perfil del Vacacionista Nacional 2015. (2015) (1st ed., p. 46). Lima. Retrieved from [http:// https://issuu.com/visitperu/docs/perfil-vacacionista-nacional-2015](http://https://issuu.com/visitperu/docs/perfil-vacacionista-nacional-2015)

Perfil del Vacacionista Nacional. (2016) (1st ed., pp. 30-33). Lima. Retrieved from

<http://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20d>

el%20Vacacionista%20Nacional%20&url=Uploads/publicaciones/2023/PERFIL%20NACIONAL_PDF%20BAJA.pdf&nombObjeto=Publicacion

Perfil del turismo rural comunitario nacional. (2016) (1st ed., p. 05). Lima. Retrieved from [http:// https://issuu.com/visitperu/docs/perfil-turismo-rural-comunitario-nacional-2016](http://issuu.com/visitperu/docs/perfil-turismo-rural-comunitario-nacional-2016)

Perfil del vacacionista nacional 2016. (2017) (p. 11). Lima. Retrieved from [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%20&url=Uploads/publicaciones/2025/PVN%2016%20\(SPREAD\)](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%20&url=Uploads/publicaciones/2025/PVN%2016%20(SPREAD)).

Rueda García, L., & Belmonte Martínez, J. (2004). *TURISMO ALTERNATIVO UNA NUEVA FORMA DE HACER TURISMO* (2nd ed., pp. 23-31). México D.F: Sectur. Retrieved from <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>

Ruiz Baudrihayé, J. (1997). *EL TURISMO CULTURAL: LUCES Y SOMBRAS* (1st ed., p. 1). Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYMES. Retrieved from http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43243949/citart.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1496260812&Signature=VRj2Ba7T%2FnqmewJ%2Bmo%2Ft%2Fq4K4KQ%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_turismo_cultural_luces_y_sombras.pdf

Salas Carrera. (2015). *El Turismo Alternativo (Ciclismo Y Trekking) Y Su Importancia Para El Desarrollo Sostenible Del Distrito De Pachacamac.* (Licenciatura). Universidad San Martín de Porres.

Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. (2002). *Sectur.gob.mx.* Retrieved 1 October 2017, from <http://www.sectur.gob.mx>

Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. (2013). *Sectur.gob.mx*. Retrieved 1 October 2017, from <http://www.sectur.gob.mx>

Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. (2004). (parr. 04). *Sectur.gob.mx*. Retrieved 1 October 2017, from <http://www.sectur.gob.mx>

SECTUR. (2004). *Turismo Alternativo. Una nueva forma de hacer turismo*. México: Secretaria de Turismo.

Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. (2004). (pag. 23). *Sectur.gob.mx*. Retrieved 1 October 2017, from <http://www.sectur.gob.mx>

Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx. (2004). (parr. 02). *Sectur.gob.mx*. Retrieved 1 October 2017, from <http://www.sectur.gob.mx>

Turismo de aventura en el Peru. (2014). *Aptae.pe*. Retrieved 3 November 2017, from <http://www.aptae.pe/es/noticias/turismo-de-aventura-en-el-peru>

TIES Overview | The International Ecotourism Society. (2017). *Ecotourism.org*. Retrieved 26 March 2017, from <http://www.ecotourism.org/ties-overview>

Turismo Cultural | Secretaría de Turismo. (2017). *Sectur.gob.mx*. Retrieved 31 May 2017, from <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Turismo Rural Comunitario- MinceturMincetur. (2017). *Mincetur.gob.pe*. Retrieved 31 May 2017, from <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/turismo-inclusivo/turismo-rural-comunitario/>

Vite Cuadros. (2016). *Plan De Desarrollo Sostenible Para Promover El Turismo Rural En El Sitio “Tablada De Sánchez”, Parroquia Santa Rita, Cantón Chone*. (Licenciatura). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

Vega Coronado. (2016). *Plan De Negocio Para La Creación De Una Agencia De Viajes Y Turismo Especializada En Clases De Español Dentro De Paquetes Turísticos En El Periodo 2014- Julio 2015*. (Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo.

Y tú qué planes? (2017). *Madre de Dios Turismo y Viajes - Y tú que planes?*.

[online] Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/madre-de-dios>

[Accessed 11 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Piura Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Piura> [Accessed 11 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Ica Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Ica> [Accessed 11 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Cuzco Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Cuzco> [Accessed 11 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Lima Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Lima> [Accessed 11 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Huánuco Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Huánuco> [Accessed 11 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Loreto Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Loreto> [Accessed 26 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Amazonas Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Amazonas> [Accessed 26 May 2017].

Y tú qué planes?. (2017). *Arequipa Turismo y Viajes - Y tú que planes?*. [online]
Available at: <http://www.ytuqueplanes.com/destinos/Arequipa> [Accessed 26 May 2017].

Zuccaro Bosco. (2012). *Educación Ambiental Y Turismo Sostenible: Influencia Del Ambiente En La Sensibilización Y Comportamiento Medio Ambiental. Propuesta De*

Un Programa Educativo Ambiental Para Los Balnearios De Estado Barinas.
(Doctorado). Universidad de Granada- España.

Zamorano Casal, F. (1997). *Turismo alternativo*. México: Trillas.

Zamorano Casal, F. (2007). *Turismo alternativo* (p. 11). México: Trillas.

Zamorano Casal, F. (2007). *Turismo alternativo* (p. 13). México: Trillas.

Zamorano Casal, F. (2009). *Turismo alternativo* (p. 114). México: Trillas.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Título de la Investigación: Propuesta de una agencia de viajes de turismo alternativo en la provincia de Lima Metropolitana, 2017

Planteamiento de la Investigación	Objetivos	Justificación
	Objetivo general	Es de vital importancia
	Proponer una agencia de viajes de turismo alternativo para ampliar la oferta turística en las agencias de viajes del Perú.	promover el cumplimiento del decreto supremo de la Ley N° 27790, Ley de Organización y
	Objetivos específicos	Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, es el ente rector en materia de comercio exterior y turismo, y tiene entre sus funciones, establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades turísticas, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida en el ámbito de su competencia; que establece las disposiciones administrativas para la autorización, clasificación y supervisión de las Agencias de Viajes y Turismo que operan en el país; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia;
	Diagnosticar la demanda con la finalidad de identificar las características de los servicios que el mercado requiere, utilizando técnicas de investigación de campo.	
	Elaborar un estudio de mercado que permita determinar las características de los servicios que ofrece una agencia de viajes de turismo especializado.	
Formulación del problema.	Diseñar programas de excursiones (itinerarios) que se ofrecerán en el turismo alternativo.	
¿De qué manera el turismo alternativo puede ayudar a diversificar la oferta turística actual en las agencias de viajes de Lima?	Diseñar la propuesta de la empresa, con aspectos técnicos, administrativos y mercadológicos.	
	Validar la propuesta de una agencia de viajes de turismo especializado como alternativa diferenciadora.	
	Evidenciar a través de los programas y circuitos propuestos para la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los turistas.	
Metodología		
Sintagma y enfoque	Tipo y diseño	Unidad de análisis e instrumentos
Holístico con enfoque mixto.	Proyectiva no experimental.	Entrevista: Guía de entrevista Encuesta: Cuestionario

Anexo 2: Matriz metodológica de categorización

Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Sub Categorías	Unidad de análisis	Técnicas	Instrumentos
Proponer una agencia de viajes de turismo alternativo para diferenciar la oferta turística en las agencias de viaje en el Perú.	<p>Diagnosticar la demanda con la finalidad de identificar las características de los servicios que el mercado requiere, utilizando técnicas de investigación de campo.</p> <p>Elaborar un estudio de mercado que permita determinar las características de los servicios que ofrece una agencia de viajes de turismo especializado.</p> <p>Diseñar programas de excursiones (itinerarios) que se ofrecerán en el turismo alternativo.</p> <p>Diseñar la propuesta de la empresa, con aspectos técnicos, administrativos y mercadológicos.</p> <p>Validar la propuesta de una agencia de viajes de turismo especializado como alternativa diferenciadora en la provincia de Lima.</p> <p>Evidenciar a través de los programas y circuitos propuestos para la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los turistas.</p>	Turismo alternativo	<p>Turismo de aventura</p> <p>Turismo cultural</p> <p>Ecoturismo</p> <p>Turismo rural o vivencial</p>	<p>01 Turista Nacional</p> <p>02 Gerente de una agencia de viajes</p>	<p>Encuesta</p> <p>Entrevista</p>	Ficha de entrevista

Solo		Pareja	
Amigos		Familiares	
4) ¿Cuántos días promedio de queda en su destino?			
1-3 días		4-6 días	
1 semana		Más de 1 semana	
5) ¿Qué modalidad de viaje prefiere?			
Por agencia de viajes		Por cuenta propia	
6) ¿Cuántas veces al año suele visitar región de Lima y provincias?			
1 vez al año		2 veces al año	
3 veces al año		4 veces al año	
Mensual			
7) ¿Qué tipo de alojamiento suele utilizar?			
Hotel		Hostal	
Albergue		Casa e familiares	
8) ¿Cuál es su gasto diario por servicio?			
De S/100 a menos de S/150		De S/150 a menos de S/200	
De S/200 a menos de 250		De S/250 a más.	
9) ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?			
Turismo de Aventura		Turismo Recreativo	
Turismo de Vivencias		Turismo cultural	
Ecoturismo		Turismo Gastronómico	
10) ¿Qué departamentos del Perú le gustaría visitar y practicar turismo alternativo?			
Madre de Dios		Cuzco	
Ica		Huánuco	
Amazonas		Piura	
Lima		Loreto	

Arequipa		Otros	
11) ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?			
Trekking		Ciclo montañismo	
Canopy		Puenting	
Rafting		Escala en roca	
Sandboarding			
Montañismo			
12) ¿ha comprado paquetes turísticos por medio de una agencia de viajes?			
Si		No	
13) ¿Le gustaría adquirir paquetes especializados en Turismo Alternativo?			
Si		No	
Sírvase a dejar su correo electrónico:			

Anexo 4: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, ABEL DE LA TORRE TESTADA identificado con DNI Nro. 07870330 Especialista en ADMINISTRACION Actualmente laboro en UNIV. WIENER ubicado en LINCS procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

- Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Relevancia:** El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Claridad:** La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.
- Suficiencia:** La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	CATEGORIA TURISMO ALTERNATIVO	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	¿Cuáles son los motivos principales de realizar viajes?				✓				✓				✓				✓		
2	¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un destino?				✓				✓				✓				✓		
3	¿Con quienes suele viajar ?				✓				✓				✓				✓		
4	¿Cuántos días promedio de queda en su destino?				✓				✓				✓				✓		
5	¿Qué modalidad de viaje prefiere?				✓				✓				✓				✓		
6	¿Cuántas veces al año suele viajar?				✓				✓				✓				✓		
7	¿Qué tipo de alojamiento suele utilizar?				✓				✓				✓				✓		
8	¿Cuál es su gasto diario por servicio?				✓				✓				✓				✓		

8	¿Cuál es su gasto diario por servicio?				✓				✓				✓			
9	¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?				✓				✓				✓			
10	¿Qué departamentos del Perú le gustaría visitar y practicar turismo alternativo?				✓				✓				✓			
11	¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?				✓				✓				✓			
12	¿ha comprado paquetes turísticos por medio de una agencia de viajes?				✓				✓				✓			
13	¿Le gustaría adquirir paquetes especializados en Turismo Alternativo?				✓				✓				✓			

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento Sí No debe de ser aplicado:

Sugerencias:

1. Debe de añadir.....dimensión/sub categoría:
.....
2. Debe añadir..... ítems en la dimensión/sub categoría:
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos:.....

Es todo cuanto informo;



 Firma

Anexo 4. Certificado de validez por Juicio de Expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Fernando Alexis Nolazco Lobajoe identificado con DNI Nro. 40086182 Especialista en Metodología de la Inv. Actualmente laboro en la Universidad Wariwasi ubicado en Linces procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

- Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Relevancia:** El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Claridad:** La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.
- Suficiencia:** La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

[Firma]
 Fernando Alexis Nolazco Lobajoe
 Catedrático de Pre y Post Grado
 Especialista en Investigación Científica

Nro	CATEGORIA TURISMO ALTERNATIVO	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	¿Cuáles son los motivos principales de realizar viajes?				✓				✓				✓				✓		
2	¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un destino?				✓				✓				✓				✓		
3	¿Con quienes suele viajar ?				✓				✓				✓				✓		
4	¿Cuántos días promedio de queda en su destino?				✓				✓				✓				✓		
5	¿Qué modalidad de viaje prefiere?				✓				✓				✓				✓		
6	¿Cuántas veces al año suele viajar?				✓				✓				✓				✓		
7	¿Qué tipo de alojamiento suele utilizar?				✓				✓				✓				✓		
8	¿Cuál es su gasto diario por servicio?				✓				✓				✓				✓		

8	¿Cuál es su gasto diario por servicio?				✓				✓					✓				✓	
9	¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?				✓				✓					✓				✓	
10	¿Qué departamentos del Perú le gustaría visitar y practicar turismo alternativo?				✓				✓					✓				✓	
11	¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?				✓				✓					✓				✓	
12	¿ha comprado paquetes turísticos por medio de una agencia de viajes?				✓				✓					✓				✓	
13	¿Le gustaría adquirir paquetes especializados en Turismo Alternativo?				✓				✓					✓				✓	

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento Sí No debe de ser aplicado:

Sugerencias:

1. Debe de añadir.....~~.....~~dimensión/sub categoría:
.....
2. Debe añadir.....~~.....~~ ítems en la dimensión/sub categoría:
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos:..... *Si cumple*.....

Es todo cuanto informo;

Fernando A. Nolasco Labajo
Mg Fernando A. Nolasco Labajo
Catedrático de Pre y Post Grado
Especialista en Investigación Científica

Firma

Anexo 4. Certificado de validez por Juicio de Expertos

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, MARCO SANCHEZ SCHUMIP identificado con DNI Nro. 06191787 Especialista en TURISMO HOTELERIA Actualmente laboro en WU. U. PPS. I. P. A. ADRIAN WICHER ubicado en procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Coherencia: El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

Relevancia: El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

Claridad: La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

Suficiencia: La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	CATEGORIA TURISMO ALTERNATIVO	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	¿Cuáles son los motivos principales de realizar viajes?				✓				✓				✓				✓		
2	¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un destino?				✓				✓				✓				✓		
3	¿Con quienes suele viajar ?				✓				✓				✓				✓		
4	¿Cuántos días promedio de queda en su destino?				✓				✓				✓				✓		
5	¿Qué modalidad de viaje prefiere?				✓				✓				✓				✓		
6	¿Cuántas veces al año suele viajar? .				✓				✓				✓				✓		
7	¿Qué tipo de alojamiento suele utilizar?				✓				✓				✓				✓		
8	¿Cuál es su gasto diario por servicio?				✓				✓				✓				✓		

9	¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar?				✓				✓				✓				✓	
10	¿Qué departamentos del Perú le gustaría visitar y practicar turismo alternativo?				/				✓				✓				✓	
11	¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar?				/				✓				✓				✓	
12	¿ha comprado paquetes turísticos por medio de una agencia de viajes?				/				✓				✓				✓	
13	¿Le gustaría adquirir paquetes especializados en Turismo Alternativo?				/				✓				✓				✓	

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento Sí No debe de ser aplicado:

Sugerencias:

1. Debe de añadir.....dimensión/sub categoría:
.....
2. Debe añadir..... ítems en la dimensión/sub categoría:
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos: SI CUMPLE

Es todo cuanto informo;



 Lic. Marco A. Sanchez Schmidt
 PRESIDENTE DEL PATRONATO
 GASTRONOMICO DEL PERU

Anexo 5: Fichas de validación de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: PROPUESTA DE UNA AA.VV de turismo ALTERNATIVO EN LA PROVINCIA DE LIMA, 2017.
 Nombre de la propuesta: TURISMO ALTERNATIVO Y SU IMPACTO EN EL MERCADO TCO DE LA PROVINCIA DE LIMA
 Yo, MARCO SANCHEZ SCHMIDT identificado con DNI Nro 06191787 Especialista en TURISMO Y HOTELERÍA
 Actualmente laboro en CIN.V.V. EURE Ubicado en LINCE Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado	✓		✓		✓			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓		✓		✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓		✓		✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	✓		✓		✓			

Y después de la revisión opico que:

1.
2.
3.

Es todo cuanto informo;


.....
Lic. Marco A. Sanchez Schmidt
PRESIDENTE DEL PATRONATO
AUTONOMO DEL PERU

Firma

Anexo.05 Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: PROPUESTA DE UNA AA.VV DE TURISMO ALTERNATIVO EN LA PROVINCIA DE LIMA, 2017

Nombre de la propuesta:

Yo: ABEL DE LA TORRE TEJADA identificado con DNI Nro 07870330 Especialista en Administración

Actualmente laboro en U. WUENEN Ubicado en LINCE Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	✓		✓		✓			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	✓		✓		✓			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	✓		✓		✓			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva	✓		✓		✓			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	✓		✓		✓			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	✓		✓		✓			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado	✓		✓		✓			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	✓		✓		✓			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	✓		✓		✓			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	✓		✓		✓			

Y después de la revisión opino que:

- 1.
- 2.
- 3.

Es todo cuanto informo:



Firma

Anexo 6: Evidencia de la propuesta

Página de Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Turismo Alternativo PERU'. The browser address bar displays the URL: https://www.facebook.com/pg/turismoalternativoperu/about/?ref=page_internal. The page header includes navigation tabs: 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The profile picture shows a group of people in a natural setting. The cover photo features a man and a woman in traditional indigenous attire. The page name is 'Turismo Alternativo PERU' with the handle '@turismoalternativoperu'. Below the cover photo, there are interaction buttons: 'Te gusta', 'Siguiendo', 'Compartir', and 'Contactarnos'. The 'Información' section is visible, showing 'GENERAL' and 'HISTORIA' tabs. Under 'GENERAL', the category is 'Servicio profesional' and the location is 'Agencias de viajes en Lima, Perú, Ofi'. There is also a 'Chat (38)' indicator.



Portal de la página de Facebook

Instagram

turismoalternativoperu ▾ +👤 📶 ⋮



7 publicaciones

22 seguidores

220 seguidos

Promocionar

Editar perfil

Turismo Alternativo Peru
 Servicio profesional
 TOUR OPERADOR especializada en turismo de aventura, ecoturismo, turismo vivencial. TAP le invita a descubrir la diversidad natural y cultural del Perú
 Lima 01, Independencia, Lima, Peru 01

Texto

Correo electr...

Cómo llegar

⋮
☰
👤
🔖






🏠
🔍
+
❤️


Portal de la página de Instagram

Página web

editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/3edf823d-a32e-420c-8552-7bcf8af0f35d?editorSessionId=3CA63797-661F-4705

ira acceder rápidamente, coloca tus favoritos aquí en la barra de favoritos. Importar favoritos ahora...

Otros favo

Estás actualmente en modo vista previa

Guardar Volver al editor

Crea un sitio Wix

TURISMO alternativo
TOUR PERÚ OPERADOR
Solo experiencias memorables...

Turismo Alternativo Perú

Search for a holiday >

Combinación Perfecta: Huánuco y Tingo María **S/ 450**
See Details >

Aventura en el Camino Inca Cusco **S/1904**
See Details >

Extrema Aventura Paracas + Ica + Chíncha **S/95**
See Details >

Inca Jungle Cusco GO

Nuestros Tours:
Aventura en el Camino Inca Cusco
Diversión en Máncora (Piura)
Extrema aventura Paracas + Ica + Chíncha
Iquitos + Selva Programa Paiche
Tambopata - Cerca de ti

Combinación Perfecta: Huánuco y Tingo María
Chachapoyas Escapada Al Amazonas
Aventura Extrema en Huaral - desde Lima
Playas de Mollendo en Arequipa

Book Now > Book Now >

Contact Us:
Av. 18 de Mayo 301 - 1er. piso
Independencia
turismoalternativoperu@gmail.com
Tel: 957-242-826

Nombre
Email
Asunto

Send

© 2023 by Travel Light
Proudly created with Wix.com

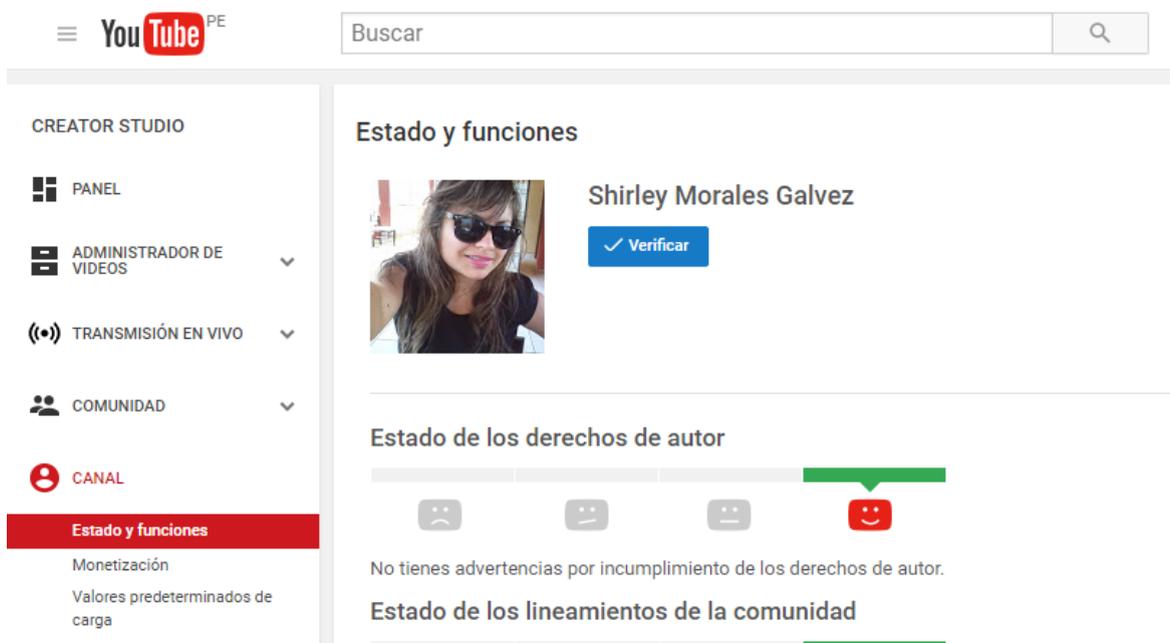
Figura 27. Portal de la página web

Twitter



Portal de twitter

Canal YouTube



Portal de YouTube

Anexo 7: Programas turísticos por destino:**Código: 0001****Inca Jungle Cusco****4d/3n****Descripción**

Es el recorrido más popular y conocido entre los turistas. La caminata tiene un recorrido total de aproximadamente 43 kilómetros y toma 4 días realizarlo, incluyendo un día de visita en el Parque Arqueológico de MachuPicchu.

- La naturaleza que lo rodea es maravillosa, con vistas impresionantes de montañas cubiertas de nieve. La caminata a través de la selva con sus sorprendentes restos arqueológicos, es una experiencia inolvidable.
- No existe en ningún otro lado del planeta un circuito natural que lo conduzca a un mundo natural, con cambio de pisos ecológicos, constantemente adornado con imponentes nevados, ríos y una gran fauna y flora.
- A todas estas maravillas naturales se suman construcciones Incas que son dignas de visitar, el arte arquitectónico armoniza perfectamente con el entorno natural.

Es, sin duda alguna, una de las excursiones más frecuentadas por aquellos que buscan la aventura al visitar Perú. Sus espectaculares paisajes de la cadena de los Andes, muestra una gran mezcla de selva y sierra que usted disfrutará de principio a fin.

Incluye

- Colchonetas o Matras y Carpas.
- Alimentación: 3 desayunos + 3 almuerzos + 3 cenas.
- Entrada al Camino Inca y Machupicchu.
- Guía profesional.
- Porteadores (solo cargan la alimentación y el equipo de camping).
- Ticket de tren de retorno (Tren Expedition).
- Bus de Ollantaytambo a Cusco.

No Incluye

- El primer desayuno.
- Ultimo almuerzo.
- Bolsa de dormir.
- Bus de bajada.

Notas

- La tarifa varía de acuerdo al horario de salida del Tren de retorno el último día del servicio.
- La tarifa indicada en el anuncio, considera el Tren de retorno de las **2:55 pm**.
- Si desea retornar en el tren de las **4:22 pm**, la tarifa sería **S/.1,924** por persona.
- Si desea retornar en el tren de las **6:20 pm**, la tarifa sería **S/.1,990** por persona.
- Si desea retornar en el tren de las **9:50 pm**, la tarifa sería **S/.1,970** por persona.
- **Importante:**
Ropa necesaria para los 4 días de caminata, de preferencia shorts, polos ligeros.
- Ropa abrigadora, Chaqueta o poncho para la lluvia.
- Zapatos para trekking.
- Bolsa de dormir.
- **Matras:** Será proporcionado por la agencia y será llevado por el pasajero.
- Cámara, filmadora, baterías.
- Gorros para protegerse del sol, lluvia y el frío.
- Bloqueador solar.
- Repelente de insectos.
- Galletas, chocolates y caramelos.
- Agua mineral y pastillas purificadoras (Micropur).
- Toalla pequeña.
- Ropa de baño (en caso de ir a los baños termales).
- Pasaporte y/o Documento de Identidad Original.
- **Opcional:** Bastones para caminar (cubierto de caucho).

Alojamiento

Campamento en la ruta

- Se acampa en lugares especialmente acondicionados en la ruta.
- Estos lugares son también seguros y cuentan con las comodidades mínimas necesarias para este tipo de servicio.

Itinerario

Día CAMPAMENTO HUAYLLABAMBA

1

- **6:00 am** - Recojo de los hoteles respectivos.
- Partida en bus hasta el Km. 82, donde empezamos la caminata, en el

transcurso de nuestro viaje visitamos dos sitios arqueológicos y asimismo la fauna y flora del sitio, desde este punto se observa también el nevado de la verónica (Waqaywillka), por la tarde llegamos al primer campamento de Huayllabamba, donde pasaremos nuestra primera noche.

Día CAMPAMENTO PAGAYMAYU

2

- En medio de la naturaleza y el canto de las aves, el cual será un escenario para disfrutar nuestro desayuno típico.
- Desde Huayllabamba tendremos un ascenso hasta el punto más alto del viaje Warmiwañusqa, desde donde tendremos una maravillosa vista panorámica.
- Continuaremos el descenso hacia nuestro segundo campamento Paqaymayu.

Día CAMPAMENTO WIÑAYHUAYNA

3

- Una vez establecidos en el área protegida donde es posible avistar venados andinos, aves del lugar, etc. Continuamos nuestro viaje luego del delicioso desayuno, alrededor de 30 minutos de caminata llegamos al grupo arqueológico Runkuraqay.
- Tendremos un ascenso hasta el punto más alto para luego descender hasta el grupo arqueológico denominado Sayaqmarca otro grupo arqueológico.
- Luego de la visita continuamos unos 15 minutos más allí nos espera un delicioso almuerzo en el sector Chakiqocha.
- Llegaremos al grupo arqueológico de Phuyupatamarca, después de contemplar el área continuamos descendiendo unas dos horas y media más hasta la ciudadela inka de Wiñayhuayna apreciamos el lugar y allí mismo pasamos nuestra última noche.

Día MACHU PICCHU - CUSCO

4

- **5:00 am** - Desayuno en el campamento.
- Viaje con dirección hacia el inti punku (puerta del sol). El objetivo de esta caminata es apreciar la salida del sol y asimismo tener un amplio panorama de toda la ciudadela inca de Machu Picchu.
- La caminata continua por una hora más hasta el santuario histórico de Machu Picchu, donde tendremos una visita guiada por 2 horas, luego Ud. podrá disfrutar más del lugar por su cuenta y dependiendo del horario de retorno de su tren, baja al pueblo de Machu Picchu, desde ahí retorna en tren con dirección a Ollantaytambo, donde le esperará un transfer con bus para trasladarle a la ciudad de Cusco.

S/. 1,904 (por Persona)

Código: 0002

Diversión en Máncora 3d/2n

Descripción:

La diversión te espera en Mancora, sol, playa y arena te esperan para salir de la rutina, ven a conocer las maravillas del norte del Perú. Podrás elegir entre estas 2 opciones.

- Opción 1: Visita Puerto Pizarro, para conocer el Santuario Nacional los Manglares de Tumbes, observación de biodiversidad, especies marinas, visita: Isla de los Pájaros y mucho más.
- Opción 2: Conoce la playa el Ñuro para tomar motonave y salir en busca de la fauna marina destacando en su propio hábitat las tortugas Marinas, se da tiempo para observación de las tortugas, se entregara flotadores y snorkelling para entrar al mar.

Incluye

- 2 noches de alojamiento en HOSTAL ARENA BLANCA
- 2 desayunos
- 1 Excursión turística a escoger (Paseo con las tortugas - Ñuro o manglares de tumbes) - Salidas desde Máncora.
- Guía especializado.
- Entradas a los atractivos.
- Atención permanente.

No Incluye

- Traslado terminal de bus o aeropuerto - Hotel - terminal bus o aeropuerto.
- Pasaje aéreo o terrestre.
- Almuerzos y cenas no descritos en el Itinerario.
- Opción de tortugas no incluye PASEO EN MOTONAVE (S/. 10 por persona)

Notas

Importante:

Salidas desde Máncora.

- Tarifa aplica para turista Peruano y Extranjero (solo Latinos e Hispanohablantes), ya que el servicio no cuenta con guías en otros idiomas.
- Tarifa aplica para Hab. Doble, Triple o Cuadruple.
- No se cuenta con disponibilidad en Hab. Simple.

CONDICIONES DEL SERVICIO:

- El precio es por persona.
- Aplica para turista Peruano y extranjero.
- Precio no aplica en fechas de San Valentín, Semana Santa, Fiestas Patrias y Año Nuevo.
- Consultar fechas y espacios disponibles antes de realizar la compra.
- Pueden reservar hasta con 3 días de anticipación.
- No acumulable con otras promociones/ofertas/canjes/cortesías.
- Oferta no incluye almuerzos, cenas, ni gastos extras que no detalle el itinerario.
- La agencia de viajes se reserva reprogramar las visitas a fin de brindar un buen servicio.
- Check-in Check-out, aplica según políticas del alojamiento. (Consultar con la agencia de viajes).
- El horario de partida es en hora exacta, no hay tiempo de tolerancia.
- Penalidad por No show: 100% de la oferta.
- No se aceptan cambios ni devoluciones.

ITINERARIO

Día 1 RECEPCIÓN MÁNCORA

- Acomodación en el Hostal
- Día libre para veranear.
- Pernocte en el Hostal

Día 2 TOUR TORTUGAS MARINAS (ÑURO) - SNORKELING O TOUR MANGLARES DE TUMBES

Desayuno en el Hostal

OPCIÓN 1: Manglares de Tumbes.

- Desayuno
- 9:10 a.m. Pasaremos por su hotel, realizaremos un viaje con destino al norte de Mancora, primera para en punta sal, tendrán tiempo para bañarse en la playa, luego continuaremos hacia Puerto Pizarro, para conocer el Santuario Nacional los Manglares de Tumbes, observación de biodiversidad, especies marinas, visita: Isla de los Pájaros, Zoo criadero de cocodrilos, isla del Amor.
- Visita a Tumbes.
- 6:00 p.m. Arribo a Máncora y fin del tour.

- Pernocte en su alojamiento

OPCIÓN 2: Tortugas Marinas.

- 9:30 am Recojo del hotel y traslado hasta La Playa El Ñuro para tomar motonave y salir en busca de la fauna marina destacando en su propio hábitat las tortugas Marinas. Se da tiempo para observación de las tortugas. Se entregará flotadores y snorkelling para entrar al mar. De retorno, desembarcamos y retornamos a Máncora, previo una parada para que puedan almorzar en la ruta.
- 2:00 p.m. Arribo a Máncora y fin del tours.

Pernocte en su Hostal.

Día **MÁNCORA OUT**
3

- Desayuno en el hotel, mañana libre con sol, arena y playa, pueden refrescarse en la piscina del hotel. Arreglo de equipaje.
- Salida de Hostal según horario de Check-out.

S/ 1200.00 (por persona)

Código: 0003

Extrema aventura: Paracas + Ica + Chincha - desde Lima (Full Day)

Descripción

Vive un día espectacular con Salimos todos los fines de semana del año (sábados, domingos) y Feriado!!

Incluye

- Visita a la laguna de la Huacachina.
- Visita al pueblo de Cachiche.
- Transporte turístico - full equipo.
- Guía de turismo bilingüe.
- Servicio compartido.
- Botiquín básico de primeros auxilios
- Visita a bodega artesanal en Chincha.
- Transporte con SOAT.

No Incluye

- Alimentos (snack abordó, desayuno, almuerzo, cena).
- Excursión a las Islas Ballestas (Yate + Chaleco salvavidas + guía).
- Deporte de aventura (carros areneros y sandboard).
- Tarifa no aplica para salidas privadas.

Transporte: TRANSPORTE TURÍSTICO

Itinerario

Día Paracas - Ica - Chincha

1

- 04:15 a.m. Salimos con dirección al departamento de Ica situado a 300 Km al sur de la ciudad de Lima, para visitar los puntos turísticos más importantes y resaltantes de nuestro país en paseo de un día. Después haremos una breve parada en el balneario de Asia km 97.5 de la Panamericana Sur para que puedan realizar actividades personales (compras, retiros, hacer uso de los servicios básicos antes de seguir con la ruta destinada). Luego continuaremos con el viaje para llegar a la Bahía de Paracas, lugar donde inicia la reserva marina más grande del Perú y segunda de Sudamérica.
- 08:00 a.m. Al arribar al muelle del Chaco daremos inicio a nuestra excursión a las Islas Ballestas en deslizador (servicio opcional) de manera panorámica ya que no es permitido nadar con los lobos marinos ni bajar de la embarcación, en el camino se apreciara El Candelabro, que es un geoglifo de grandes dimensiones muy similar a las líneas de nazca, en la visita a las islas se aprecian formaciones rocosas naturales que albergan una importante fauna marina y colonias de aves como guaneras (guanay)

piquero, pelicano, comoran, zarcillos al igual que lobos marinos y pingüinos de Humboldt.

- 10:00 a.m. una vez finalizada la excursión por aproximadamente 1.5 o 2 horas, tendrá tiempo de 40 min para que realicen sus compras o tomen sus alimentos en el muelle de Paracas.
- 11:00 a.m. Salida con destino a la provincia de Ica.
- 12:45 p.m. Arribaremos en el Oasis de Huacachina que se encuentra ubicada a solo 5 Km. del centro de la ciudad de Ica, para comenzar con el deporte de aventura más esperado del día, realizaremos recorrido por las dunas en buggies (carros areneros - servicio opcional) y tabla sobre arena, popularmente llamado Sandboard para que puedan llegar a los picos más altos y experimenten toda la adrenalina del momento, por lapso de 1hora.
- 1:45 p.m. Al terminar tendrán 2.5 horas de esparcimiento en esta hermosa laguna para que puedan disfrutar de la tranquilidad del lugar y caminar por los alrededores en busca de buenas fotos.
- 4:00 p.m. Al finalizar la visita de la laguna pasaremos a visitar el pueblo de Cachiche para conocer su historia y leyendas.
- 4:30 p.m. Al culminar partiremos con destino a la ciudad de Lima, En el camino se realizará una visita a una bodega en Chíncha, donde los visitantes podrán degustar de los piscos y vinos como la tradicional cachina.
- 9:00 - 10:00 p.m. Llegada a Lima.

S/. 95 (por Persona)

Código: 0004

Iquitos + Selva Programa Paiche

4d/3n

Descripción

Visita el Río Amazonas, una de las maravillas naturales del mundo y despierta tu lado aventurero recorriendo la frondosa selva peruana.

- Navega el Río más caudaloso del mundo, donde podrás observar y alimentar a los paiches, lagartos y pirañas.
- camina por la selva y conoce a la Tribu de los Boras, participa en sus danzas y conoce sus costumbres.
- Observa el amanecer y aprecia la belleza de los delfines rosados.

Incluye

- Traslados Aeropuerto IN/OUT.
- 01 Noches de Alojamiento en el Amazon Lodge
- 01 noche en Iquitos
- 2 Almuerzo, 1 cena, 2 Desayuno.
- Tour descrito en programa
- Atención personalizada
- Traslado desde el Aeropuerto hasta el puerto o el hotel en Iquitos.
- Visitará a pequeñas comunidades locales para ver el diferente estilo de vida que llevan las personas de la selva.
- Agua purificada todo el día.
- Pueden cargar las baterías de cámaras en nuestro generador. Preguntar al administrador.
- Disfrutarán del desayuno, almuerzo y cena.
- Excursiones nocturnas y diurnas para buscar animales.
- Expertos guías naturalistas y bilingües con grupos pequeños.
- Botiquín de primeros auxilios

No Incluye

- Tickets aéreos e impuestos aeroportuarios
- Propinas para los guías y miembros del staff.
- Seguro de viaje o seguro de salud.
- Gastos extra en la ciudad de Iquitos.
- Cigarrillos, gaseosa, Cerveza, Lavandería
- Llamadas Telefónicas
- Almuerzo ni cena en la ciudad de Iquitos (3er día)

Alojamiento

Ecological Jungle Trips & Amazon Lodge Lodge

Itinerario

Día Iquitos - Boras - Ecological Jungle Trips

1

- Recojo en el aeropuerto u hotel con dirección a nuestro puerto principal en donde tomaremos nuestro bote típico (Pamacari) en el río Nanay. Observación del **cruce de aguas** entre los ríos Nanay y Amazonas. Navegando por el río más caudaloso del Mundo llegaremos hasta nuestra primera parada, una reserva natural donde observaremos la famosa **victoria regia**, la planta ornamental más grande de la Amazonía y usted tendrá la oportunidad de conocer y alimentar a los **paiches**, a los **lagartos** y a las **pirañas**.
- Surcando por el Amazonas, una de las 7 maravillas naturales del mundo, visitaremos un santuario de animales en donde podrá observar totalmente libres a diferentes especies de **monos**, **tucanes**, **guacamayos**, a la **tortuga prehistórica** llamada mata-mata, **osos perezosos** y a la famosa **boa constrictora o anaconda**.
- Continuando nuestro viaje por el río Amazonas, entraremos al **río Nanay** y más tarde en el **río Momón** hasta llegar a nuestro albergue, donde será recibido con un refresco de bienvenida de frutas típicas de la selva.
- **Almuerzo** autoservicio en el albergue.
- **Caminata por la selva** para conocer una de las tribus más conocidas de la selva amazónica, la **tribu de los Boras**, participando en sus danzas y conociendo sus costumbres y modo de vida.
- **Cena** en el Amazon Lodge.
- **Excursión nocturna** por la frondosa selva con la finalidad de observar diferentes especies de insectos, tarántulas, ranas, escorpiones, monos y aves nocturnas.
- **Pernocte en el albergue.**

Día Ecological Jungle Trips - Observación de Delfines - Iquitos

2

- **Observación del amanecer** y escucha y avistamiento de diferentes especies de aves (opcional).
- **Desayuno** en el Amazon Lodge.
- **Ruta de los 4 ríos** (Momón, Nanay, Amazonas e Itaya), **observación**

de **delfines** grises y rosados y visita al **Mirador** en la comunidad de independencia para la mejor observación del río Amazonas y sus afluentes.

- **Almuerzo**
- **Pesca de pirañas** en las inmediaciones del albergue y opcionalmente bañarse en el río.
- Regreso a nuestro puerto principal y traslado hasta el hotel asignado en Iquitos.

Día Iquitos - MANATI - QUISTOCOCHA

3

- Recepción de los pasajeros 9:00 del hotel asignado.
- Viaje de 40 minutos para Visitar al centro de protección y conservación de los manatís donde podremos participar con ellos Km 4 de la carretera IQT-NAUTA.
- Continuamos el viaje para así visitar el Zoológico de Quistococha que se encuentra en el KM 6 de la carretera, en el Zoológico podremos observar diferentes aves, monos, peces, plantas medicinales, disfrutar de una hermosa playa llamada "Tunchi Playa".
- Caminata por nuestra Plaza de Armas.
- Visita a la catedral (matriz) de la ciudad.
- Estas visitas están sujetas al tiempo que el pax disponga. Hora indicada traslado al apto.
- Fin de los servicios.

Tambopata Cerca de ti

4d/3n

Itinerario

Día 1 Puerto Maldonado - Albergue

1

- **Por la mañana (según hora de llegada):** Recepción en el aeropuerto o en el terminal terrestre y traslado a la oficina para los registros correspondientes.
- Traslado al puerto capitania donde tomaremos la embarcación por una hora, hasta nuestro albergue.
- Reunión de bienvenida, con un refrescante jugo a base de frutas de nuestra región para luego instalarnos en nuestras respectivas habitaciones.
- Después de un reparador descanso, usted tendrá como introducción una caminata por dos horas en el denso bosque tropical, guiada por un experto guía local, quien lo llevará por nuestras trochas y podrá apreciar variedad de árboles que pueden fácilmente tener más de quinientos años, así como también, podrá observar algunas especies de animales silvestres como tucanes, oropéndolas, guacamayos, monos, serpientes, mariposas, etc.
- Después del almuerzo, visitaremos la "Isla de los Monos", localizada frente a nuestro Lodge cruzando el Río Madre de Dios en donde hallaremos diferentes especies como la familia de monos capuchinos y mono fraile que viven en la isla.
- Retorno al Lodge.
- Por la noche iremos en busca de caimanes blancos que generalmente se encuentran sobre bancos de arena, en el río Madre de Dios para lo cual será necesario llevar una linterna. También, podremos ver al Capibara, el roedor más grande del mundo que puede llegar a pesar 60 kilos.
- Regreso al albergue, cena y descanso.

Día 2 Lago Sandoval

2

- Luego del desayuno, a primera hora de la mañana, caminaremos 3 Km en medio de la densa selva tropical para dirigimos hacia el Lago Sandoval (habitat de pirañas), uno de los más grandes de la Reserva Nacional Tambopata. Aquí pasaremos en bote a remo, apreciando una gran variedad de aves y monos de diferentes especies (shansho, cormorán, jacanas, puma garza, gallinazos, cotomono, mono fraile, machín negro, pichicos y perezosos).
- Si tenemos suerte, tendremos un encuentro con la familia de la Nutria gigante (casi dos metros de largo), que está en peligro de extinción y los caimanes más grandes registrados de más de 4 metros de largo.
- Retorno al Lodge para disfrutar del almuerzo típico.
- Por la noche tendremos una caminata donde podremos apreciar la diversidad de especies de insectos, anfibios, reptiles y otros animales de hábitos nocturnos.

- Cena y descanso.

Día

3

Canopy Walk-Way

- **5.30 am** - Realizaremos una pequeña caminata por el Canopy Walk-Way, sobre los 30 metros de altura, que nos permitirá apreciar la naturaleza desde lo más alto posible. También tendremos una vista panorámica del Río Madre de Dios, observando, desde las plataformas, diferentes especies de aves como tucanes, guacamayos, tangaras, oropéndolas, etc.
- Luego del desayuno nos preparamos para una actividad de desafíos sobre los árboles a más de 30 metros de altura. Para esta actividad tendremos un guía instructor quien nos dará una charla de cómo usar el arnés de seguridad para el Zip-line, sintiendo la adrenalina al deslizarse por medio de los árboles.
- Retorno al Lodge. Almuerzo y descanso.
- Por la tarde. el desafío consiste en cruzar el Río Madre de dios en Kayak. En el trayecto podremos apreciar la fascinante puesta del sol.

Día 4 Regreso a Puerto Maldonado

- Desayuno y retorno a la ciudad.
- Traslado al Aeropuerto o Estación de buses.
- Fin de nuestros servicios.

S/. 1,037 (por Persona)

Código: 0006

Combinación Perfecta: Huánuco y Tingo María

4d/3n

Descripción

¡Vive una aventura extraordinaria! Recorre el Parque Nacional de Tingo María y visita la Laguna Señor de los Milagros.

- Es tu oportunidad de conocer la Catarata de Gloriapata, el Balneario de las Pavas y la cueva de las Lechuzas, atractivos principales del parque Nacional de Tingo María.
- Disfruta de un paseo en canoa en la Laguna de los Milagros donde podrás pescar y disfrutar de un baño.
- Recorre la ciudad de Huánuco y aprende de sus principales atractivos como Kotosh, La Perricholi, Manos cruzadas y el puente Calicanto.

Incluye

- Traslado desde el terminal de buses de Tingo María.
- 3 noches de alojamiento.
- Transporte turístico.
- 3 desayunos.
- Boletos turísticos.
- Guía turístico.
- Equipos de Aventura.

No Incluye

- Pasaje bus Lima - Tingo María - Lima

Notas

- El alojamiento en uno u otro hotel, dependerá de la disponibilidad de espacios para la fecha de viaje programada por el pasajero.
- En caso no haber espacios en ninguno de los hoteles mencionados, se alojará al viajero en uno de similar categoría.

Alojamiento

Sumac / Watson / Internacional Plaza Hotel 3 estrellas

Hotel Sumac: 06 habitaciones matrimoniales disponibles para los primeros clientes. Caso contrario será en Hotel Watson o International Plaza.

Itinerario

Día CIRCUITO PARQUE NACIONAL

1

- 10 a.m. Partida al caserillo de 03 de mayo para cruzar el puente colgante y luego una caminata entre la vegetación para poder conocer la catarata de Gloriapata donde podrán sumergirse en las aguas cristalinas.
- Partimos al balneario las Pavas para poder tomar fotos o también darse un chapuzon.
- Almuerzo
- Finalmente nos vamos al Parque Nacional donde conoceremos la cueva de las lechuzas y el río Perdido.
- Retorno al hotel.
- Luego nos vamos al mirador Jacintillo para poder ver dos ríos y conocer la historia de María.

Día CIRCUITO LAGUNA DE LOS MILAGROS

2

- 8 a.m. Desayuno.
- 10 a.m. Partida al pueblo de Pumahuasi, donde conoceremos la cueva de los pumas.
- Luego nos vamos al caserillo de Santa Lucia para poder visitar y conocer los arboles acuáticos RENACO, luego nos vamos a la laguna de los Milagros donde podrán pescar, nadar y pasear en bote.
- Almuerzo en la ciudad.
- Finalmente nos vamos al mirador de la Bella Durmiente.
- Retorno al hotel.

Día CATARATAS NINFAS

3

- 8 a.m. Desayuno.
- 10 a.m. Salimos al caserillo de Tambillo Grande, empezamos con una caminata corta para poder conocer las 10 cataratas de las Ninjas donde escalaremos 04 con cuerdas y arnés, las demás será con las manos al estilo boulder.
- Almuerzo en la ciudad.
- Retorno al hotel .

Día HUÁNUCO

4

- 7 a.m. Desayuno.
- 7 :30 a.m. Partida a la ciudad de Huánuco 02 horas y media de viaje.
- 10 a.m. Salimos hacia el pueblo de Tomay Quichua para conocer la casa de la Perricholy.
- Luego nos dirigimos al pueblo de Kotosh, para conocer las manos cruzadas.

- Recorrido por el puente de calicanto.
- Almuerzo en la ciudad.
- Finalmente traslado al terminal.

S/. 450 (por Persona)

Código: 0007

Chachapoyas Escapada Al Amazonas 2d/1n

Descripción

Explora los principales destinos turísticos de la región Amazonas. Vive una aventura en los valles interandinos a lo largo del Río Utcubamba.

- Aprende sobre el legado de nuestros antepasados recorriendo el gran complejo arqueológico de Kuélap.
- Deslúmbrate con la maravillosa Catarata de Gocta, la tercera más alta del mundo.

Incluye

- Transporte turístico.
- Guiado turístico.
- Almuerzos.
- Boletos turísticos.
- 01 noche de alojamiento.

No Incluye

- Pasajes terrestres.

Alojamiento: Vilaya o similares Hotel 2 estrellas

Itinerario

Día CIUDADELA DE KUÉLAP

1

- Después del desayuno a las 8 a.m. iniciamos nuestro tour de la ciudad de Chachapoyas, nos dirigimos 3 horas en bus turístico a 72 km. al suroeste de la ciudad de Chachapoyas, en el trayecto se atraviesa las laderas del Utcubammba, cruzando la reserva privada de Huiquilla , que tiene un magnifico panorama del bosque de Neblina.
- Arribamos a María pueblo de artesanos, haremos una parada necesaria para hacer la reserva de los almuerzos, ya que es el lugar más cercano a la ciudadela de Kuélap.
- Luego nos dirigimos a un parador turístico, donde dejamos el bus e

iniciamos a caminar 25 minutos, llegando finalmente al complejo arqueológico, que es la máxima expresión arquitectónica de la cultura Chachapoyas y única en América del Sur.

- Después de la visita regresamos a María, para el almuerzo y retorno a la ciudad de Chachapoyas, arribando a las 6 p.m.

Día CATARATA DE GOCTA

2

- Este día visitamos la catarata de Gocta, la tercera más alta del mundo con 771 m.
- Después del desayuno a las 8 a.m. iniciamos nuestro viaje, desde la ciudad Chachapoyas hasta la localidad de Cocachimba (una hora de viaje en bus turístico), que está ubicada a 48 km. En éste lugar reservaremos los almuerzos, para luego emprender una caminata de $2 \frac{1}{2}$ horas aproximadamente, que se puede alternar en caballo 2 horas y caminar la última media hora. El camino está rodeado de exuberante vegetación como bromelias, musgos, helechos, orquídeas, etc. También podremos observar al Gallito de las rocas en su hábitat natural (reconocida como el ave nacional de Perú) luego de la visita regresamos a Cocachimba para degustar platos tradicionales.
- Luego tomamos el bus de retorno a la ciudad de Chachapoyas, arribando a las 5 p.m.

S/. 250 (por Persona)

Código: 0008

Aventura Extrema en Huaral - desde Lima

(Full Day)

Descripción

Si estás buscando la mezcla perfecta de Diversión + Adrenalina, este tour de todas las maneras es para ti!!

- Realiza deportes en cuerdas, reta a tus límites y descubre hasta donde puedes llegar con nuestra experiencia Full Acción.
- Realizaremos los conocidos Tubulares con Sandboarding.
- Nosotros ponemos el reto, tú la fuerza para hacer de esta una verdadera aventura.

Incluye

- Movilidad.
- Guía de turismo.
- Entrada a todos los puntos.
- Instructor.
- Implementos de seguridad.
- Entrada para desarrollar las pruebas en cuerda.
- Tubulares / Sandboard.

No Incluye

- Alimentación (Almuerzo, Box Lunch).

Itinerario

Día Aventura Extrema

1

- **De 6:30 am a 7:00 am** - Reunión y recojo en Punto de Partida.
- Puente colgante, con esplendidas vistas de los campos.
- Puente Lineal, donde demostraremos nuestro equilibrio en una sola cuerda.
- Puente Sherpa, donde se vendarán los ojos para realizar dinámicas en los puentes.
- El Muro: Cruzar un muro será tu meta...utilizando las estrategias adecuadas con tu equipo.
- El Trapecio: Demuestra que tan versátil eres, vence tus miedos y siente la adrenalina en una caída.

- Zip Line: Donde nos deslizaremos por la inercia.
- Sandboard y Tubulares.
- Visita a una laguna.
- Pesca deportiva.
- Apicultura.

S/. 180 (por Persona)

Código:0009

Playas de Mollendo en Arequipa

5d/4n

Descripción

¡Ven a Arequipa y deja lo convencional! Descubre las hermosas playas que tiene para ti.

- Arequipa tienen playas escondidas con vistas fantásticas
- Cuenta con actividades pesqueras, avistamiento de lobos marinos y aves güaneras.
- Además de su deliciosa gastronomía.

Incluye

- Traslado Arequipa - Mollendo - Arequipa
- Visita al Faro de Punta Islay
- Mollendo City Tour
- Visita a las Lagunas de Mejía
- Paseo en Yate
- 4 noche de Alojamiento en Mollendo
- Desayuno en el Hotel
- Todos los traslados.
- Asistencia 24/7

No Incluye

- Ticket Aéreo / Terrestre hacia Arequipa
- Comidas no especificadas en el itinerario
- Propinas y/o compras personales.

Notas

- Precios incluyen IGV.
- El alojamiento en el establecimiento mencionado, dependerá de la disponibilidad para la fecha del viaje. Caso contrario, se le alojará en un establecimiento de similar categoría.
- Niños de 0 a 2 años, no pagan. Comparten servicio con los padres y/o adultos acompañantes.
- Niños de 3 a 15 años, tienen 20% Dscto sobre la tarifa publicada.
- Si hay Niños menores de edad en el grupo, consulte la tarifa total a pagar.

Alojamiento

Hostal Principado o similares Hostal 3 estrellas

- El **Hostal Principado** está ubicado a a 800 metros de la plaza principal de la ciudad.
- Está equipado con terraza y conexión WiFi gratuita en las zonas comunes.
- Los cuartos cuentan con baños privados.

Itinerario

Día Llegada a Arequipa - Mollendo

1 Recepción y traslado del aeropuerto/ estación de buses a nuestro hotel en Mollendo.

Es viaja será que aproximadamente 3 horas.

En nuestra llegada, check in en el Hotel y tarde libre para descansar y aprovechar de la ciudad

Noche en Mollendo

Día Matarani - Catarindo - Mollendo

2 08:30 hrs llegada a Matarani y visitamos el Faro de Punta Islay, donde podemos avistar buques y ver las islas Alvizuri. Desde allí podremos apreciar la actividad pesquera, así como lobos marinos y aves gñaneras.

Continuamos nuestro recorrido y zarparemos hacia un yate para iniciar un paseo de 2 horas mar adentro. En el recorrido vemos cuevas, islotes, lobos marinos, focas, aves gñaneras y con un poco de suerte, bufeos. Si el clima lo permite, tendremos la oportunidad de nadar detrás del tumbo.

Regresando del paseo, nos bajamos en la caleta Catarindo donde almorzaremos un rico triple Mollendino (perol, ceviche y chicharrón de mariscos).

14:30 hrs llegamos a Mollendo y reposamos en el hotel por una hora para luego realizar un city tour, visitar la casa de la Cultura donde está el museo de la Cultura Chiribaya.

Noche en Mollendo

Día Mejía

3 07:30 hrs Desayuno en el hotel y nos dirigimos a Mejía donde realizaremos el city tour de este distrito para apreciar casonas hechas en madera de pino Obregón. En Mejía también disfrutaremos de sus playas y de la Laguna Centenario.

12:30 hrs Nos dirigimos a La Curva para almorzar unos deliciosos picantes tambeños. Allí también visitaremos "Alfajores Vildoso" donde podremos conocer el trabajo de elaboración de estos ricos dulces y comprarlos fresquitos.

15:30 hrs Visitamos el Santuario Nacional "Lagunas de Mejía" donde podremos apreciar una vasta cantidad de aves migratorias y residentes en los humedales del Santuario. Volvemos al hotel en Mollendo y resto del día es libre.

Noche en Mollendo

Día La Ensenada

- 4** 07:30 hrs Desayuno en el hotel. Partimos hacia la Ensenada, lugar donde conoceremos fundos de olivo, una planta de procesamiento y elaboración de distintos productos de este fruto, enterándonos de todo lo referente a la olivicultura. También veremos la zona de investigación y biodiversidad de plantas del valle de Tambo. Retorno al hotel en Mollendo

Noche en Mollendo

Día Salida de Mollendo

- 5** A la hora apropiada, traslado desde nuestro hotel en Mollendo al aeropuerto/terminal de buses de Arequipa.

Fin de nuestros servicios

S/. 1,050 (por Persona)

Anexo 8: Ley General de Turismo

LEY Nº 29408

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República;
Ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY GENERAL DE TURISMO

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1º.- Declaratoria de interés nacional

Declarase de interés nacional el turismo y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del país.

Los ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad.

Artículo 2º.- Objeto de la Ley

La presente Ley tiene el objeto de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres (3) niveles de gobierno: Nacional, regional y local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector.

La actividad artesanal, como parte del turismo, se rige por los principios contenidos en la presente Ley y por las disposiciones legales especiales pertinentes a esta actividad.

Artículo 3º.- Principios de la actividad turística

Son principios de la actividad turística los siguientes:

- 3.1 Desarrollo sostenible: El desarrollo del turismo debe procurar la recuperación, conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social; y el uso responsable de los recursos turísticos, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico.
- 3.2 Inclusión: El turismo promueve la incorporación económica, social, política y cultural de los grupos sociales excluidos y vulnerables, y de las personas con discapacidad de cualquier tipo que limite su desempeño y participación activa en la sociedad.
- 3.3 No discriminación: La práctica del turismo debe constituir un medio de desarrollo individual y colectivo, respetando la igualdad de género, diversidad cultural y grupos vulnerables de la población.
- 3.4 Fomento de la inversión privada: El Estado fomenta y promueve la inversión privada en turismo que contribuya a la generación de empleo, mejora de la calidad de vida de la población anfitriona y transformación de recursos turísticos en productos turísticos sostenibles.
- 3.5 Descentralización: El desarrollo del turismo es responsabilidad e involucra la participación e integración de los gobiernos regionales, municipalidades y poblaciones locales, para el beneficio directo de la población.
- 3.6 Calidad: El Estado, en coordinación con los distintos actores de la actividad turística, debe promover e incentivar la calidad de los destinos turísticos para la satisfacción de los turistas, así como acciones y mecanismos que permitan la protección de sus derechos.
- 3.7 Competitividad: El desarrollo del turismo debe realizarse promoviendo condiciones favorables para la iniciativa privada, incluyendo la inversión nacional y extranjera, de manera que posibilite la existencia de una oferta turística competitiva.
- 3.8 Comercio justo en el turismo: La actividad turística busca promover una distribución equitativa de los beneficios económicos obtenidos en favor de la población del destino turístico donde se generan.
- 3.9 Cultura turística: El Estado promueve la participación y compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística en la generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo, fomentando su conocimiento, fortalecimiento y desarrollo sostenible.

- 3.10 Identidad: El desarrollo del turismo contribuye a fortalecer el proceso de identidad e integración nacional, promoviendo en especial la identificación, rescate y promoción del patrimonio inmaterial con participación y beneficio de las poblaciones locales.
- 3.11 Conservación: El desarrollo de la actividad turística no debe afectar ni destruir las culturas vivas ni los recursos naturales, debiendo promover la conservación de estos. La actividad turística está sustentada en el rescate y revaloración de la cultura ancestral.

TÍTULO II

ORGANISMO RECTOR

Artículo 4°.- Competencia del organismo rector

Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) así como coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en materia de turismo, fomentando el desarrollo del turismo social y la implantación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo, entre otras.

Artículo 5°.- Funciones del organismo rector

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, adicionalmente a las funciones que le competen, de acuerdo a su Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, cumple en materia de turismo las siguientes:

- 5.1 Aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo en el ámbito nacional.
- 5.2 Desarrollar el producto turístico nacional a través del órgano regional competente, particularizando en cada caso las necesidades que demanden los destinos turísticos del país.
- 5.3 Coordinar, orientar y asesorar a los gobiernos regionales y locales en el desarrollo de las funciones asignadas en materia de turismo, según corresponda.
- 5.4 Expedir los lineamientos para la elaboración y actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, así como organizarlo y mantenerlo actualizado.
- 5.5 Diseñar y ejecutar planes, proyectos y programas destinados a la promoción del turismo social, en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- 5.6 Coordinar, dirigir, ejecutar y supervisar los proyectos de inversión pública de interés turístico de nivel nacional y prestar apoyo para la ejecución de proyectos turísticos a los gobiernos regionales, locales y otras entidades públicas que lo requieran.
- 5.7 Coordinar con las autoridades competentes el desarrollo de mecanismos y la aprobación de procedimientos de facilitación turística.
- 5.8 Emitir opinión técnica vinculante en materia turística respecto de los planes de uso turístico y reglamentos de uso turístico y recreativo de las áreas naturales protegidas, previa a su aprobación por parte del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).
Emitir opinión técnica vinculante respecto de los planes de manejo forestal de las concesiones para ecoturismo y de los planes de manejo complementarios para realizar actividades turísticas como actividad secundaria dentro de las concesiones forestales, como requisito previo a su aprobación por la autoridad competente.
El reglamento de la presente Ley establece los plazos máximos para la emisión de la opinión vinculante indicada.
- 5.9 Fomentar el desarrollo de planes, programas, proyectos u otros similares referidos al uso turístico del patrimonio arqueológico, cultural, histórico y artístico a cargo del Instituto Nacional

de Cultura (INC), en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.

- 5.10 Aprobar la regulación ambiental de la actividad turística en el marco de lo dispuesto en la legislación ambiental nacional vigente.
- 5.11 Promover el fortalecimiento institucional en el sector turismo, fomentando los espacios de coordinación públicos y privados para la gestión y desarrollo de la actividad turística y la protección y seguridad al turista en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- 5.12 Formular los planes y estrategias nacionales de promoción del turismo interno y receptivo.
- 5.13 Coordinar con las autoridades competentes las acciones vinculadas a la elaboración de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación, en lo que respecta a su uso turístico, según lo previsto en el artículo 18° de la presente Ley.
- 5.14 Promover la formulación de normas de seguridad integral de los turistas y de acceso eficiente al sistema de administración de justicia.
- 5.15 Emitir opinión técnica respecto de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación en lo relativo a su uso turístico, como requisito previo para su aprobación.

Artículo 6°.- Funciones de los gobiernos regionales y gobiernos locales

Los gobiernos regionales en materia de turismo cumplen las funciones que prescribe la Ley núm. 27867, Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales, y las que adicionalmente delegue el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Los gobiernos locales, en materia de turismo, cumplen las funciones establecidas en la Ley núm. 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.

TÍTULO III

COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL

Artículo 7°.- Comité Consultivo de Turismo

El Comité Consultivo de Turismo, en adelante el CCT, es un órgano de coordinación con el sector privado en el ámbito del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que tiene las siguientes funciones:

- a. Formular recomendaciones sobre acciones, lineamientos de política y normas relacionadas con la actividad turística.
- b. Canalizar la comunicación entre el sector público y privado a fin de lograr una visión conjunta sobre el sector, las políticas y estrategias de desarrollo a aplicar.
- c. Emitir opinión sobre los planes, programas y proyectos que se sometan a su consideración.
- d. Proponer acciones de facilitación turística, protección y defensa del turista.
- e. Proponer su reglamento interno y modificatorias al Ministro de Comercio Exterior y Turismo para su aprobación.
- f. Otras funciones afines que se sometan a su consideración.

Artículo 8°.- Integrantes del Comité Consultivo de Turismo (CCT)

El Comité Consultivo de Turismo (CCT) está integrado por:

- a) Dos (2) representantes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, uno de los cuales es el Viceministro de Turismo, quien lo preside.
- b) Un (1) representante de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU).
- c) Un (1) representante de cada uno de los siguientes gremios de ámbito nacional:
 - c.1 Cámara Nacional de Turismo (CANATUR).
 - c.2 Universidades e instituciones educativas vinculadas al sector turismo.
 - c.3 Colegio de Licenciados en Turismo del Perú.

c.4 Federación Nacional de Guías de Turismo del Perú (FENAGUITURP).

- d) Un (1) representante de las cámaras regionales de turismo de la zona sur del país.
- e) Un (1) representante de las cámaras regionales de turismo de la zona centro del país.
- f) Un (1) representante de las cámaras regionales de turismo de la zona noramazónica del país.
- g) Un (1) representante del Ministerio del Interior.
- h) Un (1) representante del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPÍ).

A solicitud del Presidente del CCT o de un número mayoritario de sus miembros, se puede invitar a otras entidades del sector público y privado, así como a profesionales especializados y académicos, a participar en el CCT para evaluar y considerar asuntos específicos.

Artículo 9°.- Designación de los miembros del CCT

Los miembros del CCT se designan por resolución ministerial, refrendada por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, a propuesta de las entidades y gremios que lo integran.

Artículo 10°.- Comité consultivo regional de turismo

Los gobiernos regionales crean un comité consultivo regional de turismo con el fin de formular recomendaciones sobre lineamientos de políticas relacionadas con la actividad turística regional; establecer canales de comunicación entre el sector público y privado para lograr una visión conjunta sobre la actividad turística regional; emitir opinión sobre los planes, programas, proyectos e inversiones regionales; proponer acciones de facilitación turística, protección y defensa del turista; y otras consultas afines que se sometan a su consideración.

TÍTULO IV

PLANEAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Artículo 11°.- Plan Estratégico Nacional de Turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprueba y actualiza el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) dentro de las políticas de Estado, como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo de largo plazo en el ámbito nacional.

Artículo 12°.- Proceso de elaboración y actualización del PENTUR

El proceso de elaboración y actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) es liderado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con la participación de los gobiernos regionales, gobiernos locales, el sector privado y la sociedad civil.

Artículo 13°.- Sistema de información turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es el ente encargado de establecer un sistema de información para la gestión del turismo que recopile, procese y difunda oportunamente la información estadística y turística de base, en el marco del Sistema Estadístico Nacional. Las entidades públicas y privadas deben facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar permanentemente el referido sistema.

Artículo 14°.- Cuenta Satélite de Turismo

La Cuenta Satélite de Turismo es un instrumento de medición económica del turismo, desarrollado sobre la base de un sistema de información estadístico subsectorial, que coadyuva a la toma de decisiones del sector. Es responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo su elaboración y actualización periódica con la participación de instituciones públicas y privadas vinculadas a la actividad turística. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) facilita las labores del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo requeridas para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo.

TÍTULO V

OFERTA TURÍSTICA

CAPÍTULO I

RECURSOS TURÍSTICOS

Artículo 15°.- Inventario Nacional de Recursos Turísticos

El Inventario Nacional de Recursos Turísticos constituye una herramienta de gestión que contiene información real, ordenada y sistematizada de los recursos turísticos que identifica el potencial turístico del país, permitiendo la priorización de acciones del sector público y privado para su conversión en productos turísticos que respondan a las necesidades de los diversos segmentos de la demanda.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación intersectorial, establece los lineamientos necesarios para la elaboración y actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos; asimismo, organiza y actualiza los mismos sobre la base de la información que proporcionen los gobiernos regionales.

Artículo 16°.- Inventario Regional de Recursos Turísticos

Los gobiernos regionales, a través del órgano regional competente, elaboran y mantienen actualizado el Inventario Regional de Recursos Turísticos de su circunscripción territorial, en coordinación con los gobiernos locales, de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 17°.- Diversificación de la oferta turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación intersectorial, promueve el desarrollo e innovación de productos turísticos sostenibles, propiciando la responsable e idónea diversificación de la oferta turística nacional, integrándolos a través de corredores y circuitos de acuerdo con las exigencias del mercado nacional e internacional.

Artículo 18°.- Uso turístico de los bienes inmuebles integrantes del patrimonio cultural de la Nación

Mediante el plan de manejo o plan de uso turístico, se debe regular la utilización con fines turísticos de los bienes inmuebles integrantes del patrimonio cultural de la Nación, el mismo que es aprobado por el Instituto Nacional de Cultura (INC) o la autoridad que por ley tenga la competencia expresa sobre la conservación y gestión del bien, en coordinación y con la opinión previa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Artículo 19°.- Medidas excepcionales sobre la utilización de un recurso

Cuando la sobreutilización, desgaste, mal uso o cualquier otra situación análoga ponga en riesgo la conservación de un recurso turístico, el Estado puede dictar medidas que regulen o limiten su uso mediante decreto supremo, con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, debidamente fundamentado con los informes técnicos correspondientes.

Cuando se trate de recursos turísticos ubicados en áreas naturales protegidas de administración nacional, la propuesta es planteada por el Ministerio del Ambiente.

CAPÍTULO II

PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN EN TURISMO

Artículo 20°.- Promoción de la inversión en turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo promueve la ejecución de proyectos de inversión turística de nivel nacional que coadyuven al desarrollo económico y social del país y a la preservación del patrimonio cultural y natural, fortaleciendo la consolidación de productos turísticos sostenibles e impulsando esquemas de financiamiento mixtos que consideren inversión pública y privada de acuerdo a los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR).

Artículo 21°.- Priorización de proyectos

En el proceso de priorización de los proyectos de inversión turística, tanto en el área de infraestructura como de servicios, se puede contar con la participación de instituciones públicas y privadas, nacionales, regionales y locales y considerar como principales criterios el impacto de dichas inversiones en los objetivos de generación de empleo, descentralización, alivio de la pobreza y competitividad de la oferta turística nacional.

CAPÍTULO III**ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO PRIORITARIO****Artículo 22°.- Zonas de desarrollo turístico prioritario**

Las zonas de desarrollo turístico prioritario son áreas debidamente delimitadas que cuentan con recursos turísticos variados y atractivos turísticos, siendo necesaria su gestión sostenible a través de acciones coordinadas entre el sector público y privado.

Artículo 23°.- Requisitos para la declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario

Para la declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario, se debe contar con un plan de desarrollo turístico que cumpla los siguientes requisitos:

- a) Estudio y propuesta para el desarrollo de la oferta turística.
- b) Estudio y propuesta para el desarrollo de la demanda turística.
- c) Gestión de mecanismos de financiamiento para el desarrollo de los recursos turísticos de la zona propuesta, en el corto, mediano y largo plazo.

Artículo 24°.- Declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario

Corresponde a los gobiernos regionales declarar las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional, con la finalidad de lo siguiente:

- a. Promover el ordenamiento y organización del territorio, priorizando las zonas con mayor potencial turístico.
- b. Coadyuvar al uso sostenible de los recursos turísticos de la zona.
- c. Promover la conservación de los servicios ambientales básicos, como son el hídrico; la conservación de la biodiversidad; y la captura de carbono.
- d. Impulsar el planeamiento y la gestión del turismo sostenible con la participación de todos los involucrados.
- e. Promover el desarrollo de acciones coordinadas y articuladas entre el sector público y privado, así como la generación de alianzas estratégicas para la consolidación de programas y proyectos de desarrollo turístico en la zona declarada.
- f. Desarrollar programas y proyectos que incentiven la iniciativa privada, la generación de empleo y mejora de la calidad de vida de la población asentada en la zona.

La declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario deben enmarcarse dentro de los objetivos y estrategias del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR). Para la declaración de una zona de desarrollo turístico prioritario, debe contarse con la opinión técnica favorable previa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Cuando se trate de zonas ubicadas dentro del ámbito del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE) se debe contar, además, con la opinión técnica favorable del Ministerio del Ambiente. Estas opiniones tienen carácter vinculante.

Artículo 25°.- Condiciones para la declaración y gestión sostenible de las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional

Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo establecer los requisitos y procedimientos para la declaración de las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.

Artículo 26°.- Incorporación de las zonas de desarrollo turístico prioritario en el Plan de Ordenamiento Territorial del Gobierno Regional y Local

Las zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional deben ser incorporadas en lo que corresponda en las políticas nacionales de cada uno de los sectores y en el Plan de Ordenamiento Territorial Nacional, Regional y Local.

CAPÍTULO IV**PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS****Artículo 27°.- Prestadores de servicios turísticos**

Son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, las que se incluyen en el Anexo núm. 1 de la presente Ley.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reglamenta en cada caso, a través de decretos supremos, los requisitos, obligaciones y responsabilidades específicas que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

Asimismo, mediante resolución ministerial, se puede ampliar la relación de prestadores de servicios turísticos incluidos en el Anexo núm. 1.

Artículo 28°.- Obligaciones generales de los prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos, en el desarrollo de sus actividades, deben cumplir las siguientes obligaciones generales:

1. Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
2. Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales debiendo prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dichas materias.
3. Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual tomen conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.
4. Informar a los usuarios, previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.
5. Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
6. Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
7. Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.
8. Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
9. Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el Sistema de Información Turística.

Artículo 29°.- Derechos de los prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos tienen los siguientes derechos en el desarrollo de sus actividades:

1. Participar en las actividades de promoción turística organizadas por PROMPERU y por el órgano regional competente, de conformidad con la normativa vigente sobre la materia.
2. Participar en la elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) a través de sus asociaciones u órganos de representación.

3. Comunicar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo sobre situaciones o disposiciones provenientes de otros sectores que puedan afectar el desarrollo de la actividad turística.
4. Ser beneficiarios de incentivos por prácticas de turismo inclusivo y responsabilidad social.
5. Acceder en igualdad de condiciones a los proyectos de inversión turística.

Artículo 30°.- Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados

Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos Calificados según el reglamento, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los gobiernos regionales.

El órgano regional competente pone a disposición de los turistas y público en general el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados de su circunscripción territorial.

TÍTULO VI

PROTECCIÓN AL TURISTA Y FACILITACIÓN TURÍSTICA

Artículo 31°.- Igualdad de derechos y condiciones de los turistas

Toda persona sea nacional o extranjera, que en calidad de turista permanezca o se desplace dentro del territorio nacional, goza de los mismos derechos y está sujeto a las mismas condiciones.

Artículo 32°.- Tarifas por concepto de visitas con fines turísticos a las áreas naturales protegidas y a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación

Las tarifas por concepto de visitas o ingresos con fines turísticos a las áreas naturales protegidas, así como a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, una vez establecidas por el órgano que resulte competente, deben ser publicadas en el Diario Oficial El Peruano en el mes de enero más próximo, y entra en vigencia a los doce (12) meses de su publicación, es decir, en el mes de enero del año siguiente.

El establecimiento y modificación de tarifas que se efectúen sin dar cumplimiento a lo establecido en el presente artículo da lugar a la nulidad de las mismas y, por tanto, no surten efecto alguno.

Artículo 33°.- Destino de las tarifas

Los recursos provenientes de las tarifas por concepto de visitas o ingresos con fines turísticos a áreas naturales protegidas así como a bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación deben ser utilizados, bajo responsabilidad, en la conservación, recuperación, mantenimiento y seguridad del patrimonio cultural y natural de la Nación.

El Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP) dispone de hasta el treinta por ciento (30%) de los recursos provenientes de las tarifas por concepto de visitas o ingresos con fines turísticos a áreas naturales protegidas pertenecientes al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE).

Artículo 34°.- Facilidades para el turismo interno

Con el objeto de promover el turismo interno, las autoridades competentes pueden establecer en determinados períodos tarifas promocionales para el ingreso a las áreas naturales protegidas o a los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, las cuales deben ser comunicadas al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo o al órgano regional competente para su difusión.

Artículo 35°.- Red de Protección al Turista

Créase la Red de Protección al Turista encargada de proponer y coordinar medidas para la protección y defensa de los turistas y de sus bienes.

Son funciones de la citada Red las siguientes:

- a. Elaborar y ejecutar el plan de protección al turista.

- b. Ejecutar acciones coordinadas que garanticen la seguridad turística integral.
- c. Promover mecanismos de información, protección y asistencia a los turistas en coordinación con las autoridades competentes.
- d. Coordinar con las entidades competentes acciones para la prevención, atención y sanción de atentados, agresiones, secuestros o amenazas contra los turistas, de conformidad con la legislación vigente.
- e. Coordinar con las entidades competentes acciones para la prevención, atención y sanción de la destrucción de instalaciones turísticas, patrimonio cultural o natural, de conformidad con la legislación vigente.
- f. Proponer normas orientadas a la protección y defensa del turista.
- g. Realizar acciones conjuntas con el sector privado para la protección y defensa del turista.
- h. Orientar y coordinar con la prensa, en especial con la prensa especializada en turismo, y demás medios de comunicación la difusión de información veraz y oportuna sobre los acontecimientos y situaciones que pueden incidir en la seguridad de los turistas.
- i. Defender al turista no domiciliado y ejercer su representación de oficio desde la investigación preliminar y en los procesos penales en los que resulte agraviado. Su defensa es ejercida por los abogados de oficio designados por la Red de Protección al Turista.

La Red de Protección al Turista está integrada por:

- a. Un (1) representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quien la presidirá.
- b. Un (1) representante del Ministerio del Interior.
- c. Un (1) representante del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- d. Un (1) representante del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- e. Un (1) representante de la Dirección de la Policía Especializada en Turismo de la Policía Nacional del Perú.
- f. Un (1) representante de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU).
- g. Un (1) representante del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).
- h. Un (1) representante del Ministerio Público.
- i. Un (1) representante de la Defensoría del Pueblo.
- j. Tres (3) representantes del sector privado.

La Red de Protección al Turista puede convocar a otras entidades involucradas cuando lo considere conveniente.

La Red de Protección al Turista cuenta con una Secretaría Técnica a cargo de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, del Viceministerio de Turismo.

El Ministro de Comercio Exterior y Turismo informa anualmente ante la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República y en ocasión del Día Mundial del Turismo, en el mes de setiembre de cada año, sobre las metas y logros de la Red de Protección al Turista, el cumplimiento y la ejecución del Plan de Protección al Turista.

Artículo 36°.- Facilitación turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo coordina con las autoridades competentes y el sector privado el desarrollo e implementación de mecanismos y la aprobación de procedimientos y directivas que permitan simplificar trámites sobre ingreso, permanencia y salida de los turistas y sus bienes, que aseguren un servicio responsable, el uso de aeropuertos, puertos y terminales terrestres nacionales e internacionales, controles fronterizos, aplicación de sistemas aduaneros, migratorios y otros que se vinculen directamente con el desarrollo de la actividad turística.

Asimismo, para el caso del ingreso y salida de turistas del país, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y el Ministerio del Interior priorizan la implementación de mecanismos y procedimientos estandarizados por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Organización

de la Aviación Civil Internacional (OACI) y la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA).

Artículo 37°.- Red de Oficinas de Información Turística

Créase la Red de Oficinas de Información Turística en el ámbito nacional en los gobiernos regionales y locales, asistidas técnicamente por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), con la finalidad de atender al turismo nacional y extranjero durante su estadía.

TÍTULO VII

FOMENTO DE LA CALIDAD Y LA CULTURA TURÍSTICA

Artículo 38°.- Calidad turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los gobiernos regionales y locales en materia de calidad turística impulsan las buenas prácticas, así como la estandarización y normalización en la prestación de servicios.

Artículo 39°.- Recursos humanos

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo promueve el desarrollo de una oferta turística que tenga como base recursos humanos idóneos y competentes, para cuyo efecto impulsa en materia de turismo la descentralización de la oferta educativa, el desarrollo de una oferta educativa gerencial de calidad y la profesionalización de los recursos humanos involucrados en esta actividad, promoviendo contenidos curriculares que permitan la especialización.

Artículo 40°.- Cultura turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en coordinación con los gobiernos regionales, los gobiernos locales y el sector privado promueve el desarrollo de programas y campañas para la implementación y mantenimiento de una cultura turística en el Perú.

La inclusión de contenidos turísticos en el sistema curricular de la educación peruana constituye un instrumento fundamental para la implementación y mantenimiento de una cultura turística en el país. Para tal fin, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo coordina con el Ministerio de Educación, el Ministerio de Salud, el Ministerio del Ambiente, los gobiernos regionales, los gobiernos locales y demás entidades públicas competentes y del sector privado de turismo.

TÍTULO VIII

PROMOCIÓN DEL TURISMO

Artículo 41°.- Promoción turística

La promoción turística se realiza de acuerdo con las políticas sectoriales en materia de turismo y comprende la implementación y desarrollo de los planes estratégicos de turismo dentro de las políticas sectoriales, así como la formulación, aprobación y ejecución de planes y estrategias institucionales de promoción del país como destino turístico, tanto para el turismo interno como receptivo.

Artículo 42°.- Ejecución de los planes y estrategias de promoción del turismo

La promoción turística es ejecutada por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) en el ámbito nacional e internacional, en el marco del plan estratégico institucional, a través de diferentes herramientas y actividades de mercadeo y promoción que funcionen como canales de distribución del producto turístico, entre otros medios que cuenten con el respaldo técnico respectivo y permitan la difusión y posicionamiento del país como destino turístico.

TÍTULO IX

CONDUCTA DEL TURISTA Y PREVENCIÓN DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL INFANTIL Y ADOLESCENTE EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

Artículo 43°.- Conducta del turista

Los turistas nacionales y extranjeros están obligados a conducirse respetando el derecho de las personas, el

ambiente, el patrimonio cultural y natural de la Nación, así como las condiciones multiétnicas de la sociedad peruana, creencias, costumbres y modos de vida de los pobladores de las localidades que visiten.

Los prestadores de servicios deben comunicar, difundir y publicar la existencia de normas sobre la prevención y sanción de la explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes; así como la prohibición del uso de estupefacientes, de acuerdo a lo estipulado en el Código Penal y normas complementarias.

Artículo 44°.- Prevención de la explotación sexual comercial de los niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo tiene competencia para coordinar, formular y proponer la expedición de normas que se requieran para prevenir y combatir la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo. Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo elabora y ejecuta, en coordinación con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social y los sectores involucrados, los programas y proyectos de alcance nacional vinculados a esta problemática.

Los gobiernos regionales y locales tienen la obligación de adoptar medidas de prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del turismo, en sus respectivas circunscripciones territoriales.

TÍTULO X

TURISMO SOCIAL

Artículo 45°.- Turismo social

El turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios a través de los cuales se facilita la participación en el turismo de trabajadores, niños, jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad, adultos mayores, comunidades campesinas y nativas y otros grupos humanos que por razones físicas, económicas, sociales o culturales tienen acceso limitado a disfrutar de los atractivos y servicios turísticos.

Artículo 46°.- Programa de Turismo Social

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo coordina el diseño e implementación del Programa de Turismo Social con los organismos públicos y privados, el cual incluye la facilitación y creación de oportunidades para el disfrute de actividades turísticas a favor de los grupos poblacionales a los que se refiere el artículo 45°. Dicho Programa y su implementación se aprueban por resolución del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

TÍTULO XI

DE LOS RECURSOS HUMANOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Artículo 47°.- Política de recursos humanos para la actividad turística

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo formula los lineamientos de política que propicien el desarrollo y la mejora de las capacidades de los recursos humanos de mando básico (técnico-productivo), medio (técnico y profesional técnico) y superior (universitario y no universitario), con la finalidad de ofrecer una mejor calidad del servicio al turista en el país.

Artículo 48°.- Calificación de los recursos humanos

De acuerdo con los lineamientos de política referidos en el artículo 47°, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con el sector privado y las instituciones públicas vinculadas a la actividad turística, define los estándares de competencia laboral idóneos para satisfacer adecuadamente la demanda de los servicios turísticos del país.

Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo realiza las coordinaciones respectivas con el Ministerio de Educación y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, así como los colegios profesionales para integrar e implementar los estándares mencionados en la estructura de los programas de formación, de capacitación

y de especialización de los profesionales de mando medio y superior, así como en la certificación de competencias laborales de los recursos humanos de mando básico para la actividad turística, en concordancia con la política sectorial y los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) y el Plan de Calidad Turística (CALTUR).

Artículo 49º.- Facilidades para los viajes de estudio e investigación de estudiantes

Las instituciones y organizaciones privadas promueven el otorgamiento de facilidades a los estudiantes de turismo, hotelería, gastronomía y afines para cumplir con sus objetivos formativos cuando desarrollen viajes de estudio e investigación debidamente acreditados, de manera que puedan tener acceso libre a los atractivos turísticos, facilidades de desplazamiento, tarifas preferenciales en alojamientos y otros servicios que puedan necesitar, previa suscripción de convenios institucionales.

Las instituciones y organizaciones públicas otorgan facilidades a los estudiantes de las carreras relacionadas al turismo para el acceso a los atractivos y servicios turísticos de su competencia.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA

DISPOSICIÓN TRANSITORIA ÚNICA.- En tanto no se expidan los reglamentos a que se refiere el artículo 27º de la presente Ley, se mantienen vigentes aquellos que regulan los requisitos, obligaciones y responsabilidades que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA DISPOSICIÓN FINAL.- Modifíquese el artículo 30º de la Ley de Áreas Naturales Protegidas – Ley N° 26834, el mismo que queda redactado como sigue:

“Artículo 30º.- El desarrollo de actividades turísticas y recreativas deberá realizarse sobre la base de los correspondientes planes y reglamentos de uso turístico y recreativo, así como del Plan Maestro del Área Natural Protegida de administración nacional. En el caso de los planes y reglamentos de uso turístico éstos deberán contar con la opinión técnica vinculante del ministerio de Comercio Exterior y Turismo, como requisito para su posterior aprobación por parte del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).

SEGUNDA DISPOSICIÓN FINAL.- Modifíquese el artículo 181º-A del Código Penal, el mismo que queda redactado como sigue:

“Artículo 181º-A.- Explotación sexual comercial infantil y adolescente en ámbito del turismo
El que promueve, publicita, favorece o facilita la explotación sexual comercial en el ámbito del turismo, a través de cualquier medio escrito, folleto, impreso, visual, audible, electrónico, magnético o a través de Internet, con el objeto de ofrecer relaciones sexuales de carácter comercial de personas de catorce (14) y menos de dieciocho (18) años de edad será reprimido con pena privativa de libertad no menor de cuatro (4) ni mayor de ocho (8) años.

Si la víctima es menor de catorce años, el agente, será reprimido con pena privativa de la libertad no menor de seis (6) ni mayor de ocho (8) años.

El agente también será sancionado con inhabilitación conforme al artículo 36º incisos 1, 2, 4 y 5.

Será no menor de ocho (8) ni mayor de diez (10) años de pena privativa de la libertad cuando ha sido cometido por autoridad pública, sus ascendientes, maestro o persona que ha tenido a su cuidado por cualquier título a la víctima.”

TERCERA DISPOSICIÓN FINAL.- Modifíquense los artículos 6º y 7º de la Ley N° 28529, Ley del Guía de Turismo, en los siguientes términos:

“Artículo 6º.- Requisitos para el ejercicio profesional

Es requisito para el ejercicio profesional del guidismo tener título profesional de guía de turismo o

licenciatura en turismo y estar inscrito en el Registro de Prestadores de Servicios de Turismo del órgano regional competente, conforme al Reglamento de la presente Ley.

El carné que identifica al guía de turismo es el único documento válido para ser acreditado como tal y ejercer el guidismo. Ningún organismo público o privado exigirá documentos adicionales o solicitará evaluaciones al derecho del ejercicio profesional. En el caso de los licenciados en turismo, se rigen por su propia ley.

Artículo 7º.- Actividades especializadas

Son actividades especializadas de guiado las de alta montaña, caminata, observación de aves, ecoturismo u otras análogas o no tradicionales y serán reglamentadas mediante Decreto Supremo refrendado por los Ministerios de Comercio Exterior y Turismo y de Educación.

En el caso de no contar con guías oficiales o licenciados en turismo, en determinado ámbito circunscrito, estas actividades podrán ser ejercidas por el orientador turístico en su ámbito de competencia. En los demás casos éstos podrán prestar servicios de manera conjunta.”

CUARTA DISPOSICIÓN FINAL.- Deróguese la Ley N° 26961 – Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, el artículo 3º, y la Disposición Complementaria y Final Única de la Ley N° 28982, Ley que regula la protección y defensa del Turista, Ley N° 28952 que modifica la composición del Comité Consultivo de Turismo y las demás normas que se opongan a lo dispuesto en la presente Ley.

QUINTA DISPOSICIÓN FINAL.- El Plan de Protección al Turista a que se refiere el artículo 30º de la presente Ley deberá aprobarse dentro de los cuarenta y cinco (45) días de publicado el reglamento de la presente Ley, bajo responsabilidad del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

SEXTA DISPOSICIÓN FINAL.- La potestad sancionadora del Ministerio de Comercio Exterior – MINCETUR se regirá por lo dispuesto en la Ley N° 28868, respecto de los prestadores de servicios turísticos a que se refiere la presente Ley.

SÉPTIMA DISPOSICIÓN FINAL.- La presente Ley será reglamentada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) en un plazo máximo de ciento veinte (120) días, contados a partir de la fecha de su publicación.

Comunicase al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciséis días del mes de setiembre de dos mil nueve.

LUIS ALVA CASTRO
Presidente del Congreso de la República

MICHAEL URTECHO MEDINA
Segundo Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL
DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los diecisiete días del mes de setiembre del año dos mil nueve.

ALAN GARCÍA PÉREZ
Presidente Constitucional de la República

JAVIER VELASQUEZ QUESQUÉN
Presidente del Consejo de Ministros

MARTIN PÉREZ MONTEVERDE
Ministro de Comercio Exterior y Turismo

ANEXO N° 1**RELACIÓN DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Son prestadores turísticos los que realizan las actividades que se mencionan a continuación:

- a) Servicios de hospedaje,
- b) Servicios de agencias de viajes y turismo,
- c) Servicios de agencias operadoras de viajes y turismo,
- d) Servicios de transporte turístico,
- e) Servicios de guías de turismo,
- f) Servicios de organización de congresos, convenciones y eventos,
- g) Servicios de orientadores turísticos,
- h) Servicios de restaurantes, y
- i) Servicios de centros de turismo termal y/o similares,
- j) Servicios de turismo aventura, ecoturismo o similares,
- k) Servicios de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

ANEXO N° 2**GLOSARIO**

Para efectos del desarrollo de la actividad turística, entiéndase por:

- 1. Actividad turística**
La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.
- 2. Atractivo turístico**
Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.
- 3. Circuitos turísticos**
Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan dentro de éstos: recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista teniendo como punto final de destino el de origen.
- 4. Corredor turístico**
Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos, debiendo estar dotadas de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo.
- 5. Órgano regional competente**
La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), de los gobiernos regionales o la que haga sus veces.
- 6. Producto turístico**
Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.
- 7. Recurso turístico**
Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.
- 8. Turismo**
Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.

9. Turista

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.

399138-2

Anexo 09: Reglamento de Agencia de Viajes y Turismo

Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°.- Objeto.

El presente Reglamento establece las disposiciones administrativas para la autorización, clasificación y supervisión de las Agencias de Viajes y Turismo que operan en el país; asimismo, establece los órganos competentes en dicha materia.

Artículo 2°.- Ámbito de Aplicación.

Están sujetos a las normas del presente Reglamento las Agencias de Viajes y Turismo que presten sus servicios en el territorio nacional. Asimismo, es aplicable a los servicios que las Agencias de Viajes y Turismo ofrecen en el país y son prestados en el exterior.

Las Agencias de Viajes y Turismo se clasifican en la siguiente forma:

- a) Agencia de Viajes y Turismo Minorista.
- b) Operador de Turismo.
- c) Agencia de Viajes y Turismo Mayorista.

Esta clasificación no es excluyente.

Artículo 3°.- Definiciones.

Para los efectos del presente Reglamento se entiende por:

- a) **Agencia de Viajes y Turismo:** Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.
- b) **Clase:** Modalidad bajo la cual la Agencia de Viajes y Turismo presta sus servicios, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 2° del presente Reglamento.
- c) **Agencia de Viajes y Turismo Minorista:** Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. La Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo.
- d) **Agencia de Viajes y Turismo Mayorista:** Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.
- e) **Operador de Turismo:** Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a

través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

- f) **Personal calificado:** Persona que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia demostrada para atender, asesorar y orientar a los turistas que soliciten la prestación de servicios de la Agencia de Viajes y Turismo.
- g) **Turismo emisor:** El realizado por nacionales en el exterior.
- h) **Turismo interno:** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.
- i) **Turismo receptor:** El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.
- j) **Inspector:** Funcionario o servidor público autorizado por el Órgano Regional Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento.

CAPÍTULO II

DE LA COMPETENCIA Y FUNCIONES

Artículo 4°.- Competencia.

Los Órganos Regionales Competentes para la aplicación del presente Reglamento son las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo de los Gobiernos Regionales, dentro del ámbito de su competencia administrativa; y en el caso de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Órgano que ésta designe para tal efecto.

Artículo 5°.- Funciones del Órgano Regional Competente.

Corresponden al Órgano Regional Competente, las siguientes funciones:

- a) Clasificar a las Agencias de Viajes y Turismo;
- b) Supervisar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento, de acuerdo al Plan Anual de Inspección y Supervisión, y en coordinación con los sectores involucrados, en los casos que resulte pertinente;
- c) Promover la capacitación destinada a mejorar la prestación del servicio que realizan las Agencias de Viajes y Turismo;
- d) Llevar y mantener actualizado el Directorio de Agencias de Viajes y Turismo;
- e) Ejecutar las operaciones de estadística sectorial necesarias de alcance regional, autorizadas por el ente rector del sistema estadístico nacional;
- f) Elaborar y difundir las estadísticas regionales oficiales sobre agencias de viajes y turismo, observando las disposiciones del ente rector del sistema estadístico nacional;
- g) Facilitar a la Oficina de Estadística del MINCETUR, los resultados estadísticos sobre agencias de viajes y turismo;
- h) Remitir mensualmente, copia actualizada del Directorio de Agencias de Viajes y Turismo a la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico;
- i) Coordinar con otras instituciones públicas o privadas las acciones necesarias para el cumplimiento del presente Reglamento;
- j) Ejercer las demás atribuciones que establezca el presente Reglamento y demás disposiciones legales vigentes.

El Órgano Regional Competente podrá delegar sus funciones a otras entidades, cuyo personal esté previamente capacitado y evaluado para tal efecto. La delegación se regirá por las disposiciones establecidas por la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, sus normas modificatorias y complementarias.

CAPÍTULO III

DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

Artículo 6°.- Actividades de las Agencias de Viajes y Turismo.

Son actividades de las Agencias de Viajes y Turismo, independientemente de la clase bajo la cual presten sus servicios, las siguientes:

- a) La promoción del turismo en los ámbitos nacional e internacional;
- b) La representación de empresas intermediarias u Agencias de Viajes y Turismo no domiciliadas en el país;
- c) La representación de líneas aéreas;
- d) La representación de otros prestadores de servicios turísticos;
- e) El alquiler de vehículos con y sin conductor;
- f) El fletamento de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte;
- g) La organización y promoción de congresos, convenciones y otros eventos similares;
- h) La contratación de Guías de Turismo;
- i) Otras vinculadas a los viajes de Turismo.

6.1 De las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas:

La proyección, elaboración, organización y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional.

6.2 De los Operadores de Turismo:

- a) La proyección, elaboración, producción, organización, operación, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional;
- b) La intermediación en la reserva y venta de boletos y pasajes en cualquier medio de transporte;
- c) La intermediación en la reserva y contratación de hospedaje;
- d) Recepción y traslado de turistas;
- e) Brindar orientación e información al turista;
- f) Cambio de divisas, venta y cambio de cheques de viajeros;
- g) Transporte de equipaje a través de terceros utilizando cualquier medio de transporte;
- h) Tramitar pólizas de seguros de viaje, de pérdidas o deterioro de equipajes y otras que cubran los riesgos del viaje;
- i) Alquiler de útiles y equipos para la práctica de diversas modalidades de turismo;
- j) Representación de los turistas en los procedimientos necesarios para concretar los viajes, cumpliendo con las disposiciones legales vigentes;
- k) Recuperación de impuestos que el turista paga en el exterior.

6.3 De las Agencias de Viajes y Turismo Minoristas:

- a) La elaboración, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, a nivel nacional e internacional;
- b) Las indicadas en el punto 6.2, con excepción de la señalada en su literal a).

Artículo 7º.- Ejercicio de las actividades de las Agencias de Viajes y Turismo.

Las actividades señaladas en el artículo 6º del presente Reglamento serán prestadas en el territorio nacional por las Agencias de Viajes y Turismo, sin perjuicio de la contratación directa de tales servicios, por parte de los turistas, con las empresas de transporte, establecimientos de hospedaje y otros prestadores de servicios turísticos.

CAPÍTULO IV**DE LA AUTORIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO****Artículo 8º.- Requisitos para el inicio de actividades.**

Las Agencias de Viajes y Turismo para el inicio de sus actividades deberán estar inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a que se refiere la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el inicio de Actividades de las Empresas, normas complementarias y modificatorias.

Asimismo, deberán contar con la Licencia Municipal de Funcionamiento y cumplir con las demás disposiciones municipales correspondientes.

Artículo 9º.- Requisitos mínimos para la prestación del servicio

Las Agencias de Viajes y Turismo para el desarrollo de sus actividades deberán cumplir con lo siguiente:

- a) Contar con un local de libre acceso al público, apropiado para atender al cliente y dedicado a prestar el servicio de Agencia de Viajes y Turismo. Excepcionalmente, la actividad podrá ser desarrollada en centros comerciales, recepción de establecimientos de hospedaje, o en terminales de servicios públicos de transporte terrestre o aéreo, siempre que se diferencie el área dedicada a la prestación del servicio;
- b) Contar con personal calificado para la atención al público;
- c) Tener el equipamiento mínimo para la prestación de sus servicios, como equipo completo de cómputo, teléfono y fax.

Artículo 10º.- Presentación de Declaración Jurada de cumplimiento de requisitos mínimos.

Las Agencias de Viajes y Turismo, dentro de un plazo de treinta (30) días de iniciadas sus actividades, presentarán al Órgano Regional Competente, sin costo alguno, una Declaración Jurada de acuerdo al formato contenido en el Anexo N° 1 de cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo 9º, así como de las clases bajo las cuales prestarán sus servicios.

Artículo 11º.- Actualización de información contenida en la Declaración Jurada.

Ante cualquier modificación de los datos contenidos en la Declaración Jurada referida en el artículo precedente, las Agencias de Viajes y Turismo se encuentran obligadas a comunicarla al Órgano Regional Competente.

El plazo para informar al Órgano Regional Competente, no será mayor a quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de su ocurrencia.

Artículo 12°.- Directorio de Agencias de Viajes y Turismo.

El Órgano Regional Competente llevará el Directorio actualizado de las Agencias de Viajes y Turismo de acuerdo a las clases bajo las cuales prestan sus servicios en el ámbito de su competencia administrativa, el mismo que constará de lo siguiente:

- a) Razón o denominación social;
- b) Nombre comercial;
- c) Dirección;
- d) Nombre del representante legal;
- e) Número del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- f) Teléfono;
- g) Fax
- ;
- h) Correo electrónico (de ser el caso);
- i) Página web (de ser el caso);
- j) Clasificación.

Artículo 13°.- Difusión del Directorio de Agencias de Viajes y Turismo.

El Directorio de Agencias de Viajes y Turismo será difundido por el Órgano Regional Competente y por el MINCETUR a nivel nacional e internacional, a través de medios adecuados tales como páginas web, boletines, publicaciones u otros similares.

CAPÍTULO V

DE LA SUPERVISIÓN

Artículo 14°.- Visitas de supervisión.

El Órgano Regional Competente tendrá la facultad de efectuar de oficio, ha pedido de parte interesada o de tercero, las visitas de supervisión que sean necesarias para verificar el cumplimiento permanente de las condiciones, requisitos y servicios mínimos exigidos en el presente Reglamento.

Artículo 15°.- Apoyo de instituciones.

Para llevar a cabo las visitas de supervisión, el Órgano Regional Competente podrá solicitar el apoyo de la Policía Nacional, así como de la autoridad municipal y autoridad de defensa civil, según el caso lo requiera.

Artículo 16°.- Facultades del Inspector.

Las acciones de supervisión se ejecutan a través de los funcionarios y servidores públicos del Órgano Regional Competente, debidamente acreditados, quienes están facultados para:

1. Verificar que se preste el servicio de agencia de viajes y turismo;
2. Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos de infraestructura, equipamiento y servicio exigidos en el presente Reglamento;
3. Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el presente Reglamento, vinculados con la actividad materia de supervisión;
4. Citar al titular o a sus representantes, como a los trabajadores de la Agencia de Viajes y Turismo, e indagar sobre los hechos que tengan relación con los asuntos materia de supervisión de acuerdo a lo previsto en el presente Reglamento;
5. Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión;
6. Recomendar las acciones correctivas que correspondan, las que podrán ser incluidas en el Acta;

7. Otras que se deriven de las normas legales vigentes.

Artículo 17º.- Obligaciones del Titular de la Agencia de Viajes y Turismo.

El titular de la Agencia de Viajes y Turismo objeto de supervisión, se encuentra obligado a:

1. Designar a un representante o encargado para apoyar las acciones desarrolladas durante la supervisión. La negativa a realizar la designación o la ausencia del titular o del encargado, no será obstáculo para realizar la diligencia de supervisión;
2. Permitir el acceso inmediato al establecimiento de los inspectores debidamente acreditados por el Órgano Regional Competente;
3. Proporcionar toda la información y documentación solicitada para verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el presente Reglamento, dentro de los plazos y formas que establezca el Órgano Regional Competente;
4. Brindar a los inspectores todas las facilidades necesarias para el desempeño de sus funciones.

Artículo 18º.- Credencial del Inspector.

Para iniciar las labores de supervisión, el inspector deberá presentar al titular de la Agencia de Viajes y Turismo o a su representante, la Credencial otorgada por el Órgano Regional Competente. La Credencial deberá consignar los nombres, apellidos, documento de identidad, cargo que desempeña, entidad a la que representa, número de credencial, fotografía, así como firma y sello del funcionario que expide la credencial.

Artículo 19º.- Desarrollo de la supervisión.

Las labores de supervisión serán realizadas con la participación mínima de dos inspectores.

Al finalizar la supervisión se procederá a levantar un acta en original y dos copias, en la cual se consignará la información prevista en el artículo 156º de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. El titular o representante de la Agencia de Viajes y Turismo podrá dejar constancia en el acta en forma sucinta de sus comentarios y observaciones a la acción de supervisión.

El acta deberá ser firmada por el titular, representante de la Agencia de Viajes y Turismo, o la persona designada para tal fin, en caso de negativa a firmar, el inspector deberá dejar constancia de tal hecho.

Una copia del acta deberá ser entregada al titular de la Agencia de Viajes y Turismo o a su representante.

Artículo 20º.- Valor probatorio de las Actas de supervisión.

Las actas levantadas y suscritas durante las acciones de supervisión realizadas a las agencias de viajes y turismo, describirán el establecimiento en el que se practica la supervisión señalando su clasificación, así como los hechos, objetos o circunstancias relevantes y un resumen de las observaciones de la supervisión.

El Órgano Regional Competente, basándose en los resultados de las actas, podrá encausar los procedimientos para que se realicen las acciones correctivas y, en su caso, se apliquen las sanciones que corresponda.

El Órgano Regional Competente deberá cumplir con los Principios de la Potestad Sancionadora Administrativa contenidos en el artículo 230º de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

CAPÍTULO VI

DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

Artículo 21º.- De la contratación de servicios.

Los contratos que celebren las Agencias de Viajes y Turismo con los turistas se rigen por las normas de derecho común.

Artículo 22º.- Instalación de puntos de venta en empresas.

Las Agencias de Viajes y Turismo podrán instalar puntos de venta dentro de las oficinas de otras empresas, con la finalidad de atender exclusivamente la demanda de servicios turísticos de los trabajadores de estas últimas.

Artículo 23º.- Desarrollo de funciones por Agencias de Viajes y Turismo del exterior.

Las Agencias de Viajes y Turismo del exterior para prestar sus servicios en el país, deben previamente:

- a) Obtener su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), y obtener la Licencia Municipal de Funcionamiento;
- b) Asociarse con Agencias de Viajes y Turismo nacionales, hecho que deberá comunicar y acreditar ante el Órgano Regional Competente.

Asimismo, darán cumplimiento a la disposición contenida en el artículo 10º del presente Reglamento.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS, COMPLEMENTARIAS Y FINALES

Primera.- Las funciones establecidas en el artículo 5º del presente Reglamento, serán ejercidas por la DNDT en el Departamento de Lima y la Provincia Constitucional del Callao, hasta que la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Gobierno Regional Lima y el Gobierno Regional Callao, respectivamente, cumplan con las disposiciones establecidas en la Ley N° 28273, Ley del Sistema de Acreditación de los Gobiernos Regionales y Locales, su Reglamento y normas complementarias. Las funciones que han venido siendo ejercidas por delegación del MINCETUR, por parte de las Direcciones Regionales Sectoriales, continuarán a cargo de las mismas.

Segunda.- Cuando las Agencias de Viajes y Turismo presten servicios que se desarrollen en Áreas Naturales Protegidas, deberán cumplir además de los requisitos señalados en el presente Reglamento, con los requisitos y procedimientos establecidos en la normativa específica sobre la materia.

Tercera.- Las Agencias de Viajes y Turismo que se encuentren operando deberán adecuarse a las disposiciones de este Reglamento y presentar la Declaración Jurada a que se refiere el artículo 10º del mismo, en un plazo que no excederá del 31 de diciembre de 2005; con excepción de las Agencias de Viajes y Turismo que cuenten con el Certificado de Acreditación, expedido por la DNDT o por el Órgano Regional Competente, en el marco del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo aprobado por Decreto Supremo N° 037-2000-ITINCI, las que solo deberán cumplir con presentar la Declaración Jurada según el formato contenido en el Anexo N°1 del presente Reglamento, ante cualquier modificación de los datos declarados.

Cuarta.- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR en su calidad de ente rector competente en materia de turismo, tiene la facultad de realizar acciones de supervisión a nivel nacional respecto del cumplimiento del presente Reglamento. Los resultados de estas acciones serán comunicados al Presidente del Gobierno Regional.

Quinta.- Las infracciones y sanciones relacionadas con las normas de protección al consumidor conforme a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 716, Ley de Protección al Consumidor, serán atendidas y resueltas por la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

De igual forma, las infracciones y sanciones relacionadas con las Normas de Publicidad, conforme a lo dispuesto en el Decreto Legislativo N° 691, Normas de la Publicidad en Defensa del Consumidor, serán atendidas y resueltas por la Comisión de Represión de la Competencia Desleal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

Sexta.- Las Agencias de Viajes de Turismo que operen en el país están obligadas a presentar la Encuesta Económica Anual de acuerdo a los formatos y procedimientos que establezca el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Sétima.- El MINCETUR mediante Resolución Ministerial podrá dictar las normas complementarias que fueran necesarias para la mejor aplicación del presente Reglamento.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO

- INSCRIPCION
- MODIFICACION

ANEXO N° 1

1.- INFORMACION DEL ESTABLECIMIENTO

1	Razón Social	<input style="width: 95%;" type="text"/>							
2	Nombre Comercial	<input style="width: 95%;" type="text"/>							
3	Dirección	<input style="width: 95%;" type="text"/>							
4	Número	5	Interior	6	Localidad	<input style="width: 40%;" type="text"/>			
7	Distrito	<input style="width: 95%;" type="text"/>			8	Ubicac. Geográfica	<input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/> <input style="width: 20px;" type="text"/>		
9	N° de RUC	<input style="width: 60%;" type="text"/>		10	Teléfono	<input style="width: 40%;" type="text"/>	11	E-mail	<input style="width: 60%;" type="text"/>
12	Página Web	<input style="width: 95%;" type="text"/>			13	Capital Social	<input style="width: 95%;" type="text"/>		
14	Representante Legal	<input style="width: 95%;" type="text"/>			15	Docum. Identidad	<input style="width: 95%;" type="text"/>		

2.- MIEMBROS DEL DIRECTORIO (De ser el caso)

1-	<input style="width: 95%;" type="text"/>
2-	<input style="width: 95%;" type="text"/>
3-	<input style="width: 95%;" type="text"/>

3.- CLASIFICACION

16	Mayorista	17	Minorista	18	Operador de Turismo
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

4.- TIPO DE TURISMO

		SI	NO
19	Turismo Receptivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Turismo Emisor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Turismo Interno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.- MODALIDAD DE TURISMO

		SI	NO
22	Turismo de Aventura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Ecoturismo Ecológico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Turismo Rural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Turismo Histórico Cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Otros (Especificar) _____		

6.-SERVICIOS

		SI	NO
27	Información Turística y difusión de material de promoción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Venta de Pasajes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Venta de Paquetes Turísticos propios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Venta de Paquetes Turísticos elaborados por otras empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	Operación Directa de Paquetes Turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Alquiler de Vehículos con y sin conductor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Alquiler de equipos para la práctica de turismo de aventura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Representación de empresas del extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Guías de Turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Otros (Especificar) _____		

7.- REQUISITOS PARA BRINDAR EL SERVICIO E INICIAR LA ACTIVIDAD

		SI	NO
37	Local exclusivo para labores de Agencia de Viajes y Turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	Servicios higiénicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	Caja de Seguridad para custodia de valores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	Equipo: N° de Computadoras <input style="width: 20px;" type="text"/> Teléfono/ Fax <input style="width: 20px;" type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8.- OTROS

41	Vehículo de Transporte Turístico propio	SI	NO
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	Otros Equipos	<input style="width: 95%;" type="text"/>	
43	N° de Trabajadores	<input style="width: 40%;" type="text"/>	
44	Total personal calificado	<input style="width: 40%;" type="text"/>	
45	Equipo de Seguridad	SI	NO
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....
Firma del Representante Legal

Anexo 10: Ley de Protección y Defensa al Consumidor - INDECOPI

LEY N° 29571

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA POR CUANTO:

El Congreso de la República Ha

dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR TÍTULO

PRELIMINAR

TÍTULO I

Derechos de los consumidores y relación consumidor-proveedor

Capítulo I

Derechos de los consumidores

Capítulo II Información a los consumidores

Subcapítulo I Información en general

Subcapítulo II

Protección del consumidor frente a la publicidad

Capítulo III

Idoneidad de los productos y servicios

Capítulo IV

Salud y seguridad de los consumidores

Subcapítulo I

Protección a la salud y seguridad de los consumidores

Subcapítulo II

Protección de los consumidores en los alimentos

Capítulo V

Protección de los intereses sociales y económicos

TÍTULO II

Contratos Capítulo I

Disposiciones generales

Capítulo II Cláusulas abusivas

Capítulo III Aprobación administrativa

TÍTULO III

Métodos comerciales abusivos

Capítulo I

Métodos comerciales coercitivos

Capítulo II

Métodos comerciales agresivos o engañosos

Capítulo III

Métodos abusivos en el cobro

TÍTULO IV

La protección del consumidor en productos o servicios específicos

Capítulo I Servicios públicos regulados

Capítulo II Productos o servicios de salud

Capítulo III

Productos o servicios educativos

Capítulo IV

Productos o servicios inmobiliarios

Capítulo V

Productos o servicios financieros

Capítulo VI

Servicios de crédito prestados por empresas no supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones

TÍTULO V

Responsabilidad y sanciones

Capítulo I

Responsabilidad del proveedor y derechos del consumidor

Capítulo II Responsabilidad civil

Capítulo III Responsabilidad administrativa

Subcapítulo I Disposiciones generales

Subcapítulo II

Procedimiento sancionador en materia de protección al consumidor

Subcapítulo III

Procedimiento sumarísimo en materia de protección al consumidor

TÍTULO VI
Defensa colectiva de los consumidores

TÍTULO VII
Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

Capítulo I
Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor

Capítulo II Justicia de consumo

Subcapítulo I
Sistema de Arbitraje de Consumo

Subcapítulo II
Mecanismos alternativos de solución de conflictos

Subcapítulo III
El libro de reclamaciones

Capítulo III Asociaciones de consumidores

Capítulo IV
Calidad y normalización en la producción de productos y servicios

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES DISPOSICIONES
COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA
TRANSITORIA DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS DEROGATORIAS**

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR TÍTULO PRELIMINAR

Artículo I.- Contenido

El presente Código establece las normas de protección y defensa de los consumidores, instituyendo como un principio rector de la política social y económica del Estado la protección de los derechos de los consumidores, dentro del marco del artículo 65 de la Constitución Política del Perú y en un régimen de economía social de mercado, establecido en el Capítulo I del Título III, Del Régimen Económico, de la Constitución Política del Perú.

Artículo II.- Finalidad

El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código.

Artículo III.- Ámbito de aplicación

1. El presente Código protege al consumidor, se encuentre directa o indirectamente expuesto o comprendido por una relación de consumo o en una etapa preliminar a ésta.
2. Las disposiciones del presente Código se aplican a las relaciones de consumo que se celebran en el territorio nacional o cuando sus efectos se producen en éste.
3. Están también comprendidas en el presente Código las operaciones a título gratuito cuando tengan un propósito comercial dirigido a motivar o fomentar el consumo.

Artículo IV. - Definiciones

Para los efectos del presente Código, se entiende por:

1. Consumidores o usuarios

- 1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.
- 1.2 Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio.
- 1.3 En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta.

2. Proveedores.- Las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado, que de manera habitual fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza a los consumidores. En forma enunciativa y no limitativa se considera proveedores a:

1. Distribuidores o comerciantes.- Las personas naturales o jurídicas que venden o proveen de otra forma al por mayor, al por menor, productos o servicios destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.
2. Productores o fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que producen, extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.
3. Importadores.- Las personas naturales o jurídicas que importan productos para su venta o provisión en otra forma en el territorio nacional.
4. Prestadores.- Las personas naturales o jurídicas que prestan servicios a los consumidores.

3. Producto.- Es cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.

4. Servicio.- Es cualquier actividad de prestación de servicios que se ofrece en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito, de seguros, previsionales y los servicios técnicos y profesionales. No están incluidos los servicios que prestan las personas bajo relación de dependencia.

5. Relación de consumo.- Es la relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III.

6. Asociaciones de consumidores.- Son organizaciones que se constituyen de conformidad con las normas establecidas para tal efecto en el Código Civil. Su finalidad es proteger, defender, informar y representar a los consumidores y usuarios, pudiendo interponer ante las autoridades competentes reclamos y denuncias a nombre de sus asociados y de las personas que hayan otorgado poder a su favor, así como en defensa de intereses difusos o colectivos de los consumidores, con sujeción a lo previsto en el presente Código.

7. Asimetría informativa.- Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor, suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores.

8. Habitualidad.- Se considera habitual aquella actividad que se realiza de manera común y reiterada de tal forma que pueda presumirse que se desarrolla para continuar en el mercado. Este concepto no está ligado a un número predeterminado de transacciones que deban realizarse. Las actividades de venta de productos o contratación de servicios que se realicen en locales abiertos son consideradas habituales por ese simple hecho.

Artículo V.- Principios

El presente Código se sujeta a los siguientes principios:

1. Principio de Soberanía del Consumidor.- Las normas de protección al consumidor fomentan las decisiones libres e informadas de los consumidores, a fin de que con sus decisiones orienten el mercado en la mejora de las condiciones de los productos o servicios ofrecidos.

2. Principio Pro Consumidor.- En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor.

3. Principio de Transparencia.- En la actuación en el mercado, los proveedores generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen. La información brindada debe ser veraz y apropiada conforme al presente Código.

4. Principio de Corrección de la Asimetría.- Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores y consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado.

5. Principio de Buena Fe.- En la actuación en el mercado y en el ámbito de vigencia del presente Código, los consumidores, los proveedores, las asociaciones de consumidores, y sus representantes, deben guiar su conducta acorde con el principio de la buena fe de confianza y lealtad entre las partes. Al evaluar la conducta del consumidor se analizan las circunstancias relevantes del caso, como la información brindada, las características de la contratación y otros elementos sobre el particular.

6. Principio de Protección Mínima.- El presente Código contiene las normas de mínima protección a los consumidores y no impide que las normas sectoriales puedan dispensar un nivel de protección mayor.

7. Principio Pro Asociativo.- El Estado facilita la actuación de las asociaciones de consumidores o usuarios en un marco de actuación responsable y con sujeción a lo previsto en el presente Código.

8. Principio de Primacía de la Realidad. - En la determinación de la verdadera naturaleza de las conductas, se consideran las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan. La forma de los actos jurídicos utilizados en la relación de consumo no enerva el análisis que la autoridad efectúe sobre los verdaderos propósitos de la conducta que subyacen al acto jurídico que la expresa.

Artículo VI. - Políticas públicas

1. El Estado protege la salud y seguridad de los consumidores a través de una normativa apropiada y Actualizada, fomentando la participación de todos los estamentos públicos o privados. Para tal efecto, promueve el establecimiento de las normas reglamentarias para la producción y comercialización de productos y servicios y fiscaliza su cumplimiento a través de los organismos competentes.
2. El Estado garantiza el derecho a la información de los consumidores promoviendo que el sector público respectivo y el sector privado faciliten mayores y mejores espacios e instrumentos de información a los consumidores a fin de hacer más transparente el mercado; y vela por que la información sea veraz y apropiada para que los consumidores tomen decisiones de consumo de acuerdo con sus expectativas.
3. El Estado orienta sus acciones a defender los intereses de los consumidores contra aquellas prácticas que afectan sus legítimos intereses y que en su perjuicio distorsionan el mercado; y busca que ellos tengan un rol activo en el desarrollo del mercado, informándose, comparando y premiando con su elección al proveedor leal y honesto, haciendo valer sus derechos directamente ante los proveedores o ante las entidades correspondientes.
4. El Estado reconoce la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado y en las relaciones de consumo, orientando su labor de protección y defensa del consumidor con especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza.
5. El Estado formula programas de educación escolar y capacitación para los consumidores, a fin de que conozcan sus derechos y puedan discernir sobre los efectos de sus decisiones de consumo, debiendo formar ello parte del currículo escolar. Para tal efecto, brinda asesoría al consumidor y capacita a los docentes, implementando los sistemas que sean necesarios. Asimismo, puede realizar convenios con instituciones públicas o privadas con el fin de coordinar actividades a favor del desarrollo de los derechos de los consumidores.
6. El Estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores. Para tal efecto, promueve que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces para la resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos.
7. El Estado promueve la participación ciudadana y la organización de los consumidores en la protección y defensa de sus derechos. En tal sentido, estimula la labor que desarrollan las asociaciones de consumidores, a fin de que contribuyan al mejor funcionamiento y a la conformación de relaciones equilibradas de consumo.
8. El Estado procura y promueve una cultura de protección al consumidor y comportamiento acorde con la buena fe de los proveedores, consumidores, asociaciones de consumidores, sus representantes, y la función protectora de los poderes públicos, para asegurar el respeto y pleno ejercicio de los derechos reconocidos en el presente Código, privilegiando el acceso a la educación, la divulgación de los derechos del consumidor y las medidas en defensa del consumidor.

9. El Estado promueve el consumo libre y sostenible de productos y servicios, mediante el incentivo de la utilización de las mejores prácticas de comercialización y la adecuación de la normativa que favorezca su diseño, producción y distribución, con sujeción a la normativa ambiental.
10. El Estado promueve la calidad en la producción de bienes y en la prestación de servicios a fin de que éstos sean idóneos y competitivos. Con esta finalidad, impulsa y apoya el desarrollo de la normalización, a efectos de obtener los mejores estándares en beneficio y bienestar del consumidor.
11. El Estado orienta sus acciones para que la protección al consumidor sea una política transversal que involucre a todos los poderes públicos, así como a la sociedad, y tenga una cobertura nacional que asegure a toda persona el acceso a los mecanismos de protección de sus derechos, en el marco del Sistema Nacional Integrado de Protección al Consumidor.
12. En materia de productos de salud, el Estado promueve el acceso universal a los productos de salud como política pública de atención integral de la salud pública, con especial incidencia en las poblaciones menos favorecidas económicamente. Dicta y adopta medidas que garanticen el acceso a los medicamentos y dispositivos médicos esenciales.

TÍTULO I

DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES Y RELACIÓN CONSUMIDOR -PROVEEDOR

Capítulo I

Derechos de los consumidores

Artículo 1. - Derechos de los consumidores

1.1 En los términos establecidos por el presente Código, los consumidores tienen los siguientes derechos:

- a. Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física.
- b. Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.
- c. Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equívoca sobre los productos o servicios.
- d. Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole.
- e. Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el presente Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias.
- f. Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad, conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta.
- g. A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o denuncias ante las autoridades competentes.
- h. Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de entidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico permita.
- i. Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente Código y a la normativa civil sobre la materia.
- j. Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo.
- k. Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la consiguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.