



**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE INGENIERÍA, SISTEMAS E INFORMÁTICA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**TESIS**

**LOS INVENTARIOS DE RECURSOS TURÍSTICOS Y OFERTA  
TURÍSTICA EN LA SUB GERENCIA DE PROMOCIÓN  
EMPRESARIAL Y TURISMO DE LA MUNICIPALIDAD  
PROVINCIAL DE SATIPO, 2020.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO INDUSTRIAL**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER:**

**GONZALO JOSE VARGAS VERCELLI**

**ASESOR:**

**VICTOR FREDY ESPEZUA SERRANO**



**VICTOR FREDY ESPEZUA SERRANO**  
INGENIERO MECÁNICO ELÉCTRICO  
REG. CIP. 27076

**Huacho – Perú**

**2021**

-----

## MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR

-----

IING. ALDO FELIPE LAOS BERNAL

Presidente

-----

JOSE GERMAN SOTO LA ROSA

Secretario

-----

ERLO WILFREDO LINO ESCOBAR

Vocal



VICTOR FREDY ESPEZUA SERRANO  
INGENIERO MECÁNICO ELÉCTRICO  
REG. CIP. 27076

ING. VICTOR FREDY ESPEZUA SERRANO

Asesor

**Titulo:**

**LOS INVENTARIOS DE RECURSOS TURISTICOS Y LA  
OFERTA TURÍSTICA EN LA SUB GERENCIA DE  
PROMOCIÓN EMPRESARIAL Y TURISMO DE LA  
MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SATIPO, 2020**

**DEDICATORIA**

Dedico mis años de estudio a mis padres y hermanos.

## **AGRADECIMIENTO**

Primero, agradecer a Dios por darme fuerzas para seguir avanzando a pesar de la pandemia que vivimos.

A mi familia, por estar siempre en las buenas y sobre todo en las difíciles situaciones para tomar siempre el mejor camino.

A todos mis profesores desde primer hasta el último ciclo, por compartir sus conocimientos y experiencias conmigo.

## ÍNDICE GENERAL

<b>TITULO</b>	i
<b>DEDICATORIA</b>	ii
<b>AGRADECIMIENTO</b>	iii
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	iv
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	vi
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	vii
<b>RESUMEN</b>	viii
<b>ABSTRACT</b>	ix
<b>INTRODUCCIÓN</b>	x

### CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	01
1.2. Formulación del Problema	03
1.2.1. Problema General	03
1.2.2. Problemas Específicos	03
1.3. Objetivos de la Investigación	03
1.3.1. Objetivo General	03
1.3.2. Objetivos Específicos	04
1.4. Justificación de la investigación	04
1.5. Delimitación del estudio	04
1.6. Viabilidad del estudio	05

### CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	06
2.1.1. Investigaciones internacionales	06
2.1.2. Investigaciones nacionales	08
2.2. Bases Teóricas	11
2.3. Definiciones de términos básicos	31
2.4. Hipótesis de investigación	32

2.4.1. Hipótesis General	32
2.4.2. Hipótesis Específicas	32
2.5. Operacionalización de las variables	33

### **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

3.1. Diseño metodológico	34
3.2. Población y muestra	34
3.2.1. Población	34
3.2.2. Muestra	34
3.3. Técnicas de recolección de datos	34
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	35

### **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

4.1. Análisis de resultados	36
4.2. Contratación de hipótesis	46

### **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

5.1. Discusión de resultados	49
------------------------------	----

### **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1. Conclusiones	51
6.2. Recomendaciones	52

### **REFERENCIAS**

7.1. Fuentes bibliográficas	53
7.2. Fuentes electrónicas	53

### **ANEXO**

A. Cuestionario	57
-----------------	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género de los trabajadores	36
Tabla 2.	Edad de los trabajadores	37
Tabla 3.	Grado académico de los trabajadores	38
Tabla 4.	Categorización	39
Tabla 5.	Jerarquización	41
Tabla 6.	Componentes primarios o directos	43
Tabla 7.	Componentes secundarios o indirectos	44
Tabla 8.	Pruebas de normalidad	45
Tabla 9.	Correlación de Rho de Spearman de los inventarios de recursos turísticos y la oferta turística	46
Tabla 10.	Correlación de Rho de Spearman de la categorización y la oferta turística	47
Tabla 11.	Correlación de Rho de Spearman de la jerarquización y la oferta turística	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los trabajadores	36
Figura 2.	Edad de los trabajadores	37
Figura 3.	Grado académico de los trabajadores	38
Figura 4.	Categorización	40
Figura 5.	Jerarquización	42
Figura 6.	Componentes primarios o directos	43
Figura 7.	Componentes secundarios o indirectos	44

## RESUMEN

**Objetivo:** Establecer de que manera los inventarios de recursos turísticos influyen en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020. **Métodos:** La presente investigación es de tipo básica, nivel es explicativo, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La población es de 18 trabajadores. La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (0,886). **Resultados:** Respecto a Inventarios de recursos turísticos, el 22,2% mencionó estar en desacuerdo que aplican los inventarios de recurso turístico, el 11,1% determinaron estar más o menos de acuerdo y el 66,9% determinó estar de acuerdo. Así mismo, respecto a la Oferta turística, el 27,8% mencionaron estar en desacuerdo con la oferta turística que presentan, en el caso del 22,2% determinaron que más o menos están de acuerdo, en el caso del 44,4% mencionaron que están de acuerdo y el 5,5% mencionaron que están totalmente de acuerdo. **Conclusión:** existe una correlación positiva moderado y muy significativa ( $p = 0,00 < 0,05$ ;  $r = 0,855$ ), por lo que se concluye que el inventario de recursos turísticos influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

*Palabras clave:* Categorización, jerarquización, componentes primarios y componentes secundarios.

## ABSTRACT

**Objective:** To establish how the inventories of tourist resources influence the tourist offer in the Sub-Management of Business Promotion and Tourism of the Provincial Municipality of Satipo, 2020. **Methods:** This research is basic, level is explanatory, design is not experimental, quantitative approach. The population is 18 workers. The reliability of the instrument was performed using Cronbach's alpha coefficient (0.886). **Results:** Regarding Inventories of tourist resources, 22.2% mentioned disagreeing that tourist resource inventories apply, 11.1% determined to be more or less in agreement and 66.9% determined to agree. Likewise, regarding the tourist offer, 27.8% mentioned disagreeing with the tourist offer that they present, in the case of 22.2% they determined that they more or less agree, in the case of 44.4% they mentioned that they agree and 5.5% mentioned that they fully agree. **Conclusion:** there is a moderate and very significant positive correlation ( $p = 0.00 < 0.05$ ;  $r = 0.855$ ), which is why it is concluded that the inventory of tourism resources significantly influences the tourism offer in the Business Promotion Sub-Management and Tourism of the Provincial Municipality of Satipo, 2020.

*Keywords: Categorization, hierarchy, primary components and secondary components.*

## INTRODUCCIÓN

El inventario turístico constituye un registro y un estado total de cada recurso turístico en términos de características naturales, culturales y humanas, debido a lo cual es posible que represente una herramienta de gran valor para la planificación turística, ya que es un punto de parte para la evaluación y establecimiento de prioridades vitales para el desarrollo del turismo.

El inventario turístico tiene como meta tener conocimiento verdadero, organizado y metódico de los medios del turismo nacional, para que sea un sustento de normas y proyectos de diversos sectores, previo a comenzar las actividades del inventario, es relevante determinar la jurisdicción. No siempre es suficiente contar con un solo atractivo. Los visitantes requieren alternativas para que los impulsen a seguir ese lugar por más tiempo. Es importante considerar que la oferta de actividades debe ser coherente con las principales atracciones, y con los medios culturales y naturales del área.

Es necesario que la oferta turística tenga una variedad de productos novedosos, y de esta manera tener variedad para la demanda, pues de esta forma podrá satisfacer las carencias de diversos visitantes. También es importante considerar el lugar turístico ya que puede recibir todo tipo de demanda, mejor dicho, diversos segmentos, por ende, se debe tomar decisiones si el destino se centra en un único segmento y sobre ello trabajar para lograr la satisfacción, o si será de una sola oferta para una variedad de segmentos y de esta manera considerar los prestadores de servicios para cubrir cada carencia de estos segmentos.

Es por ello que tiene como objetivo general establecer de que manera los inventarios de recursos turísticos influyen en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

La Municipalidad Provincial de Satipo, entidad edil establecida, que lleva consolidando la comunicación entre los pobladores de la ciudad y sus dirigentes. Cuenta con trabajadores comprometidos y solidario al servicio de la ciudadanía. La entidad edil viene realizando una labor clara, ofreciendo buenas prestaciones públicas con el fin de dar satisfacción a la comunidad autóctona y citadina. Impulsando el crecimiento integro sustentable y gestionando eficientemente los medios que dispone de su ámbito.

En años recientes es visible que el turismo ha sido y es, una de las mayores actividades que produce altos niveles de desarrollo socio económico en el mundo, porque no solamente activa diferentes agentes, genera fuentes de empleo permitiendo el desarrollo local, regional y nacional. El turismo en nuestro país es una de las tres potencias económicas. Por consiguiente, nuestro país no ha sido ajeno en involucrarse en este tipo de actividad. Produciéndose un cambio rápido por la enorme variedad de medios turísticos y a la enorme demanda que exige tener conocimiento nuestros atractivos turísticos.

Satipo es una provincia donde abundan predominantemente los atractivos naturales, con un enorme potencial turístico siendo este capital de las cataratas del Perú, la cual recibe gran afluencia de turistas. El inventario es una lista y una condición completa de cada elemento turístico que por sus diferentes características viene siendo un medio para el visitante. Este inventario tiene por finalidad tener conocimiento de forma verdadera, metódica y organizada de los medios turísticos de la nación, con el objeto que sea de utilidad en ayuda del desarrollo de normas y proyectos del sector.

Conocer la existencia, variedad y tipologías son necesarios para incrementar la oferta y rentabilidad del producto turístico.

La oferta turística permite al turista adquiera los beneficios que un destino entrega a aquellos que llegan al lugar dando un beneficio mutuo entre quien ofrece el producto y quien lo adquiere. La oferta de un servicio turístico va de la mano de un conjunto de elementos lo que un destino debe ofrecer, ello incrementa el número de actividades que los turistas pueden realizar.

Con la entrada de turistas a los diversos sitios que ofertan en nuestro país, se dinamizan diversas prestaciones necesarias como, por ejemplo, el sector hotelero, sector transporte, entre otros. Para ser un potencial foco de atracción turístico, solamente no basta con tener los circuitos y/o sitios, sino que es necesario ofrecer una prestación eficaz; en otras palabras, brindar la seguridad y principalmente llevar a cabo un servicio de calidad que satisfaga las expectativas del turista. Con una adecuada oferta turística que implique desarrollar un buen servicio o implementación de más actividades a realizar generará un incremento en el flujo turístico y por ende mejorará los niveles de rentabilidad social.

En la Municipalidad Provincial de Satipo no se está llevando una adecuada gestión en los inventarios de los recursos turísticos que poseen esto debido a que no se ha realizado un registro adecuado en las categorías correspondientes sobre los atractivos turísticos del área; la planificación turística no va de la mano con los planes de desarrollo lo que ha generado una mala toma de decisiones; el personal la institución edil no cuenta con los conocimientos necesarios sobre el tema; no se realiza un proceso de seguimiento de permanente, como tampoco una modernización y conservación de la bases de datos de los productos que ofrecen; no tiene a disposición la tecnología moderna y necesaria para llevar un control efectivo de sus productos.

En relación a la diversificación de la oferta turística en la Municipalidad Provincial de Satipo también se ha podido evidenciar ciertas dificultades tales como la carencia de creatividad e innovación de paquetes turísticos novedosos que hagan posible al turista tener actividades y vivencias novedosas; no se ha realizado un estudio de los gustos y preferencias del turista imposibilitando sacar provecho de las potencialidades que cuenta sus productos; falta de capacitación al personal ha ocasionado insatisfacción en el turista; falta impulsar nuevas alternativas de atractivos

turísticos lo que ha generado que el turista pierda interés por conocerlos; falta de un buen servicio ha generado que disminuya la afluencia de turistas.

Si las autoridades Municipalidad Provincial de Satipo encargadas de gestionar el inventario de recursos turísticos como la diversificación de oferta turística continúan dejando de lado estos importantes temas reducirá considerablemente la demanda de sus atractivos lo cual disminuirá la rentabilidad social de la localidad.

Por ello es importante que la Municipalidad Provincial de Satipo desarrolle proyectos turísticos que potencien sus recursos, asimismo de desarrollo planes y gestión de su propio turismo, con el objetivo de incrementar la demanda de turistas.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera los inventarios de recursos turísticos influyen en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- a. ¿De qué manera la categorización influye en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020?
- b. ¿De qué manera la jerarquización influye en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020?

## **1.3. Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1. Objetivo General**

Establecer de que manera los inventarios de recursos turísticos influyen en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

### 1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Establecer de que manera la categorización influye en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.
- b. Establecer de que manera la jerarquización influye en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

### 1.4. Justificación de la investigación

*Justificación teórica:* El presente estudio será de ayuda con datos en relación a la influencia que hay entre los temas propuestos, datos que serán puestos en los resultados, conclusiones, recomendaciones; que serán útiles para estudios posteriores.

*Justificación práctica:* El estudio tiene por finalidad plantear recomendaciones para resolver las deficiencias detalladas en la realidad problemática.

### 1.5. Delimitación del estudio

- Delimitación geográfica: Municipalidad Provincial de Satipo, departamento de Junín.
- Delimitación temporal: febrero del año 2020 a junio del año 2021.
- Delimitación social: personal de la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo.
- Delimitación semántica: Inventario de recursos turísticos y Diversificación de la oferta turística.

El Inventario de recursos turísticos es " un instrumento técnico cuyo contenido ofrece modelos esenciales con la finalidad de reconocer, clasificar y categorizar los medios que impulsan la actividad del turismo " (MINCETUR., 2018, p. 32).

“La diversificación es la oferta turística como número completo de las zonas que puede visitar el turista unido a bienes y prestaciones, puestos a disposición del consumo del turista” (Cajo y Zuloeta, 2018, p. 34).

## **1.6. Viabilidad del estudio**

El estudio es factible debido a la disponibilidad de medios que contiene (humanos, monetarios y materiales), que aseguran la realización del estudio. Asimismo, se dispone del tiempo y permiso de la institución.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1. Investigaciones internacionales**

Morales (2019) realizó la investigación titulada “La oferta de actividades turísticas y el desarrollo del turismo rural en la parroquia de Tufiño”. La cual fue aprobada por Universidad Politécnica del Carchi. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo analizar la oferta de actividades turísticas en la parroquia de Tufiño que contribuyen con el desarrollo del turismo rural (p.19) Es una investigación de tipo descriptivo (p.34) La investigación tuvo una población de 430 turistas así mismo la muestra fue 353 pobladores (p.41). La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario (p.40) En los resultados se halló que, aunque la parroquia ofrece actividades para que los visitantes accedan a realizarlas la población no se siente beneficiada económicamente de esta actividad (p.92). La investigación concluyó que la parroquia de Tufiño cuenta con la posibilidad de entregar al visitante actividades turísticas. En esta parroquia se ofertan actividades como la visita a sitios naturales, la visita a balnearios, ciclismo, ascenso al volcán Chiles, degustación de comida típica, pesca recreativa, asistir a eventos festivos, los cuales están a disposición de quienes quieran realizar estas actividades. La presencia de los balnearios en el sector colombiano denominado Chiles genera que gran cantidad de visitantes abandonen la parroquia, produciendo una competencia directa en el sector (p. 92).

Vega (2019) realizó la investigación titulada “La oferta turística y la comercialización de las artesanías tradicionales en la ciudad de Riobamba”. La cual fue aprobada por Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador. La

investigación tuvo como objetivo diagnosticar la oferta turística y la comercialización de las artesanías tradicionales en la ciudad de Riobamba (p.3) Es una investigación de enfoque cuali-cuantitativo (p.25) La investigación tuvo una población de 104 artesanos así mismo la muestra fue 82 artesanos (p.25). La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la entrevista y como instrumentos la guía de entrevista y la ficha para el inventario de atractivos (p.27). Los resultados de la investigación establecieron que los artesanos no disponen de las tácticas que mejoren el comercio de sus bienes (p.28). La investigación concluyó que es importante llevar a cabo una táctica de marketing para mejore las ventas de artesanía en la ciudad; por ello se llevó a cabo una táctica de marketing sustentado en cuatro pilares como precio, producto, plaza y promoción para las ventas de sus artesanías típicas de Riobamba (p. 74).

Ricachi (2018) realizó la investigación titulada “Las rutas temáticas en la diversificación de la oferta turística del Cantón Cevallos provincia de Tungurahua”, la cual fue aprobada por la Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo investigar las rutas temáticas en la diversificación de la oferta turística en el cantón Cevallos provincia Tungurahua (p.9) La investigación es de tipo exploratoria experimental (p.53) La población fue 100 visitantes (p.55) La investigación utilizo como técnica de recolección de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario (p.55) La investigación concluyó que “las rutas temáticas del cantón son poco conocimos y explotadas turísticamente, puesto a falta de promoción y oferta adecuada lo cual no permite que el turista pueda desenvolverse y conocer todos los atractivos turísticos con los que cuenta Cevallo” (p.77).

Carrión (2017) realizó la investigación titulada “Elaboración del inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial de la parroquia Nambacola, Cantón Gonzanamá, provincia de Loja”, la cual fue aprobada por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo elaborar el inventario de recursos turísticos de la parroquia Nambacola, cantón Gonzanamá, provincia de Loja como aporte a la planificación territorial (p.4) Los resultados obtenidos en esta investigación indican que la información turística acerca de cada uno de los atractivos del

cantón Cevallos es nula debido a que ningún encuestado supo manifestar que si conoce acerca de la información turística de debería ofertar el cantón (p.49) La investigación concluyó que “la parroquia no es catalogado como lugar de turismo, actualmente la Junta Parroquial no cuenta con planes, programas y tácticas que tomen en cuenta al turismo como sus prioridades. La ciudad de Nambacola es un lugar que resalta mucho en su agricultura y ganadería” (p.84).

Gómez (2014) realizó la investigación titulada “Los recursos turísticos naturales y su incidencia en el desarrollo de la actividad turística de la Parroquia Los Andes, Cantón Patate, provincia de Tungurahua”, la cual fue aprobada por la Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. La investigación tuvo como objetivo diseñar una revista sobre los atractivos turísticos de la parroquia Los Andes, con el fin de promocionar los atractivos turísticos naturales de la parroquia Los Andes (p.22) La investigación es de tipo exploratoria de enfoque cualitativo (p.52). La población fue 3200 personas así mismo la muestra fue 355 personas (p.54). La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario (p.56) Los resultados obtenidos en este estudio señalan que no hay o carece de datos de atractivos turísticos la parroquia y que la poca información dado se ha hecho a través de radio y prensa escrita (p.65). La investigación concluyó que en su mayoría los turistas no cuentan con la información necesario de los atractivos turísticos de las parroquias, ya que no existen promociones para difundir la comunicación en su gran mayoría sobre estos (p.106).

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

Llanos y Medina (2019) realizaron la investigación titulada “Estudio de la oferta turística del distrito de Sabandía - Arequipa, 2019”, la cual fue aprobada por la Universidad Nacional de San Agustín. Perú. La investigación tuvo como objetivo determinar la oferta turística del distrito de Sabandía, Arequipa en el 2019 (p.6). Es una investigación de tipo mixto y de diseño descriptivo (p.9). La población estuvo conformada por 33 de recursos turísticos (p.16). La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la entrevista y como instrumento en la guía de entrevista (p.16). En los resultados

logro encontrar del lugar se encuentran conformadas por un solo atractivo turístico y treinta y tres recursos turísticos que están dentro de las categorías de lugares naturales, expresiones culturales, danza y hechos programados; de esta manera se reconocieron 24 actividades turísticas como medio natural, entretenimiento, deportes extremos y demás (p.70). La investigación concluyó que la oferta turística del distrito de Sabandía, cuenta con un atractivo turístico y 33 recursos turísticos que, según la clasificación establecida por el MINCETUR, están dentro de las categorías de lugares naturales, expresiones culturales, danza y hechos programados (p.251).

Cajo y Zuloeta (2018) realizaron la investigación titulada “Caracterización de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la provincia de Ferreñafe”, la cual fue aprobada por la Universidad Señor de Sipán. Perú. La investigación tuvo como objetivo elaborar una propuesta en base a la caracterización de la demanda turística para la diversificación de la oferta turística de la provincia de Ferreñafe. (p.16). Es una investigación de tipo cuantitativa y de diseño descriptivo casual simple (p.38) La población estuvo conformada por 240 visitantes así mismo la muestra fue 120 visitantes (p.39) La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario (p.44) Los resultados obtenidos en esta investigación indican que un 47% de los visitantes su acuerdo, que la provincia cuenta con recursos para ser integrados en circuitos turísticos, un 44% manifestó le gustaría realizar un turismo cultural (p.48). La investigación concluyó que en el área de investigación se identificó que sus potenciales turísticos con los que cuenta tales como recursos naturales entre ellos una gran diversidad de flora y fauna silvestre identificada mediante el desarrollo de un inventario de recursos turísticos obteniendo resultados favorables para el ACP fundo refugio K arrenda Hornet, y todo ello ayudará al desarrollo de diversas actividades turísticas, y de tal manera permitirá la diversificación de la oferta turística (p.108).

Pesantes (2018) realizó la investigación titulada “Diagnóstico de la Oferta Turística en el Distrito de Antioquía en la Provincia de Huarochirí en el 2018”, la cual fue aprobada por la Universidad César Vallejo. Perú. La investigación tuvo como objetivo determinar la situación actual de la oferta

turística en el Distrito de Antioquía de la Provincia de Huarochirí del 2018 (p. 34). Es una investigación de enfoque cualitativo, tiene un diseño fenomenológico (p. 36). La población estuvo conformada por 1265 personas (p.32). La investigación utilizó como técnicas de recolección de datos la entrevista y la observación y como instrumentos la guía de entrevista y fichas de observación (p.36). Los resultados obtenidos señalan que situación actual del distrito es limitada pues los visitantes en la actualidad no sienten deseos por conocer el arte geográfico, mejor dicho, pinturas de las casas. A causa de lo poco que brinda los hoteles, restaurantes y transporte, como también la caída de valor cultural de los elementos naturales y atractivos del lugar (p.39) La investigación concluyó que dispone de medios turísticos propios del lugar, como hoteles y restaurantes que se encuentran localizados en la ciudad de Antioquía, aunque no disponen de servicios de internet, cable y comidas típicas del lugar (p.55).

Vilela (2018) elaboró la investigación titulada “Inventario turístico como base para la evaluación de los recursos turísticos del distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio, Cajamarca - 2017”, la cual fue aprobada por Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. Perú. La investigación tuvo como objetivo elaborar el inventario turístico como base para la evaluación los recursos turísticos en el Distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio - Cajamarca – 2017 (p.5). Es una investigación de tipo aplicada y descriptiva y de diseño no experimental (p.21). La población fue recursos turísticos del distrito de Chirinos, así mismo la muestra fue 25 recursos turísticos (p.21). El trabajo de investigación utilizó como técnica de recolección de datos, la observación y la recolección directa y como instrumento se utilizó las fichas de recopilación de datos para información del inventario (p.21). La investigación concluyó que “se reconoció veinticinco recursos turísticos de las diversas categorías puestas en el manual de diseño de inventario” (p. 81).

Porras y Sullca (2017) elaboraron la investigación titulada “Inventario de los recursos turísticos del área de conservación privada refugio k'erendia homet para la diversificación de la oferta turística - corredor turístico Isuyama”, la cual fue aprobada por la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios.

Perú. La investigación tuvo como objetivo determinar el potencial turístico del área de conservación Privada Refugio K'erenda Hornet en la margen derecha para diversificar sus actividades turísticas (p.10). Es una investigación de tipo descriptivo correlacional y diseño de corte transversal (p.29). La población fue el área de Conservación Privada Refugio K'erenda Hornet km.3 (p.30). La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta, observación directa y registro de fecha de inventario y como instrumento toma de fotografías, fichas de inventario turístico según metodología válida por MINCETUR y lista de preguntas (p.30). Los resultados obtenidos en esta investigación señalan que el 93 % de los turistas afirma que si se implementa el ACP K'erenda Hornet con nuevas alternativas de actividad turística generara muy buenos resultados, en cuanto a la necesidad y la expectativa del turista (p.33). La investigación concluyó que el área de investigación se puede identificar sus potenciales turísticos con los que cuenta tales como recursos naturales entre ellos una enorme variedad de animales y plantas silvestres identificada mediante el desarrollo de un inventario de recursos turísticos; obteniendo resultados favorables para el ACP fondo refugio K'erenda Hornet (p.72).

## 2.2. Bases teóricas

### **Variable independiente: Barreras a la exportación**

#### ***A. Definiciones de exportación***

Huamán y Morante (2018) definen al inventario de recursos turísticos como un grupo de estímulos y medios esenciales que permiten el disfrute de la zona a visitar, cuya capacidad atrae a visitantes, impulsando y determinando su selección.

Vilela (2018) lo define como aquella lista y condiciones completas de cada elemento turístico que cuenta con características de carácter natural, cultural y humana que posiblemente sean un medio para el visitante, de manera que es una herramienta muy útil en la proyección del visitante, y al mismo tiempo es un medio que permite evaluar y determinar puntos prioritarios para el desarrollo turístico del país.

López y Jorge (2012) definen que el inventario de recursos turísticos como el listado clasificado de sitios, productos u hechos de importante turístico para cierto lugar.

Becerra (2010) define que el inventario de recursos turísticos son aquellos medios de carácter cultural, tradicional, herencias y hechos proyectados cuyo contenido se sitúa en un lugar atractivo que posiblemente llame la atención del visitante.

## ***B. Dimensiones***

MINCETUR (2018) menciona que para el alzamiento de datos del inventario de recursos turísticos comprende dos etapas:

### **a. Categorización**

Se trata de la recolección de datos, curso que organiza la información y divide los sitios, productos, hechos y demás de importancia de medios turísticas de la nación, región o sitio determinado (p. 16).

### **b. Jerarquización**

Consiste en evaluar y jerarquizar los medios del turismo, cuyo curso comprende la atención de estos, para establecer su nivel de importancia en términos de desarrollo (p. 16).

## ***C. Categorías de los recursos turísticos***

MINCETUR (2018) considera que, si se desea realizar una adecuada gestión del inventario, se determina cinco categorías para los medios del turismo, considerando cualidades mismas de su potencial turístico.

- Lugares autóctonos: Contiene los diferentes elementos autóctonos (naturales) que, por cualidades mismas, son de interés para el potencial turístico.
- Expresiones culturales: Contiene las diversas manifestaciones culturales de la nación, comunidad, que a partir de tiempos ancestrales (tiene un crecimiento considerable en un cierto sitio) como, por ejemplo, sitios

arqueológicos, lugares con historia, etcétera. Se refiere particularmente a los elementos hechos por el hombre.

- Folclore: Se conoce como el grupo que contiene tradición, hábitos, mitos, poesías, artes culinarias, entre otros. Se refiere a los bienes culturales que a pesar de los años siguen hasta nuestros días.
- Hechos técnicos, científicos o artísticas actuales: Cuyo contenido son obras vigentes, muebles o inmuebles, que reflejan el desarrollo cultura, tecnológico y civil, con cualidades sumamente atractivas para el visitante.
- Hechos planificados: Consiste en reunir cada acontecimiento realizado, vigentes o de costumbre, públicos o privados, con cualidades sumamente atractivas para el visitante (p.21).

#### ***D. Los recursos turísticos***

López y Jorge (2012), el inventario turístico constituye el listado clasificado de sitios, productos u hechos de importancia turística para cierto lugar.

Este contenido cuenta con cualidades sumamente atractivas para el turismo, para fines de diversión y entretenimiento, histórico – cultural.

Son recursos útiles que son cimiento para las prácticas de las acciones del turismo.

Es todo medio con potencialidades propias o combinados con otros, que sirven de atracción para un lugar o sitio determinado. Por ende, no solo comprende los medios naturales, sino los realizados por las personas.

Grupos de atractivo del lugar: su patrimonio natural y cultural, su ambiente y los individuos que forman parte de este (p.25).

#### ***E. Inventario turístico***

López y Jorge (2012) el inventario turístico es una lista y condiciones completas de cada elemento turístico que cuenta con características de carácter natural, cultural y humana que posiblemente sean un medio para el visitante, de

manera que es una herramienta muy útil en la proyección del visitante, y al mismo tiempo es un medio que permite evaluar y determinar puntos prioritarios para el desarrollo turístico del país. Cuya meta, es difundir auténticamente, organizada y metódicamente para mejorar las políticas y proyectos de cada sector.

#### ***F. Características del inventario turístico***

Calla y Campos (2018) mencionan que, es necesario para cualquier inventario contar con dos principales características:

En primer lugar, es necesario que muestre los verdaderos hechos de los medios del turismo, dando a conocer los datos técnicos y sus condiciones actuales, ya que desde este instrumento es posible brindar preparación indispensable para mejorar el turismo, generados determinados beneficios para el determinado sitio.

Es segundo lugar, debe ser libre y activo; haciendo posible una modernización integral de los cambios que vivencian los medios del turismo, y su condición actual; como también su propia incorporación (pp. 18 – 19).

#### ***G. Clasificación***

Contreras y Huachaca (2016) citando a Vásquez Solís y Propin Frejomili tomando en consideración el ámbito, clasifica:

- Zonas de turismo, son sitios geográficos con gran dimensión ubicados en provincias de enorme atracción turística afianzada, aunque limitados.
- Zonas de turismo más atractivos, son entornos sobranes de la proporción provincial donde los medios del turismo ascendentes o de valor emergente.
- Áreas, zonas especificadas en un área turística; no cuentan por necesidad con reglas del turismo, sino que a menudo tienden a ser genéricos (subregiones, autóctonas, funcionales, entre otros.).
- Sitios, ubicados en áreas, que están bajo disposición de normas del turismo, consiste en ejes poblacionales, que comprende sus medios cercanos, o

quizás recursos autóctonos o ficticios separados, en cada caso del medio municipal; además zonas amplias (cuencas, sitios autóctonos declarados, entre otros., de enorme potencial turístico, y que, por su proporción, son de índole supramunicipal. Lo sobrante del “área”, no dividida en “sitios”, se tiene en cuenta como grupo.

De la misma manera citando a Sánchez establece una segunda clasificación, tomando como referencia los atributos con que cuentan los recursos turísticos:

- Dinámica, condición vigente y enfoques de las acciones del turismo del sitio estimado.
- Utilización, abundancia de demanda y verdadera de turistas del medio turístico del sitio estimado.
- Accesibilidad, opciones vigentes de llegar a la zona turística estimada en relación a las vías aéreas, esencialmente, pero en determinados casos se considera demás medios (trenes, aeropuerto, puerto). Aunque, no se considera, la impregnación interna del sitio, ya que se tiene en cuenta como total en muchos casos.
- Aprovechamiento turístico, grado provisional que cuenta hoy en día el sitio estimado; como, tener restaurantes, bar y demanda, mejor dicho, hace posible su sostenimiento, o también lo mencionado antes más hoteles, campamentos y demás medios de alojamiento o puede ser un complejo turístico que puede tener probabilidades de sostenimiento, alojamiento y diversas prestaciones (sitios de esparcimiento, zonas de atención de salud, arriendo de autos, entre otros)

Mientras que, para Libro blanco del Turismo Español, realizó la clasificación del recurso turístico de esta forma:

- Recursos asociados con el agua. Cuyo contenido son riberas y corrientes fluviales, en el cual se realizan diversas acciones como baños en las riberas, en las corrientes fluviales; pesquería, ejercicio, entre otros.
- Recursos vinculados con el campo. Como, por ejemplo, ambiente, foresta, panoramas, grutas, entre otros.

- Recursos vinculados con la historia. Bajo esta denominación comprenden cada uno de los recursos de importancia hechos por los hombres, restos de arqueología antigua, monumentos históricos, museos, arquitectura, asentamientos humanos, entre otros.
- Recursos vinculados con el hombre. Como, por ejemplo, las artes culinarias, fiestas tradicionales y una cantidad enormes de acciones relacionadas a las costumbres y cultura de las sociedades, que en los últimos años tiene una gran importancia (pp. 17 – 21).

#### ***H. Procesamiento de la información***

Vilela (2018), es importante enfatizar, que el inventario tiene un procesamiento de la información continuo, para su actualización. Cualquier inventario debe tener cualidades esenciales, como tener un fiel reflejo de las verdaderas condiciones de medios del turismo y tener transparencia, amplio y dinámico.

El inventario turístico tiene como meta tener conocimiento verdadero, organizado y metódico de los medios del turismo nacional, para que sea un sustento de normas y proyectos de diversos sectores, previo a comenzar las actividades del inventario, es relevante determinar la jurisdicción, el cual señalará el sitio de investigación, las que pueden ser: en el ámbito local, hace referencia a que la investigación tiene en cuenta un sitio de la jurisdicción, ciudadana o de un sitio específico, el cual es un lugar para ser investigado, a un territorio, en el ámbito local, si la investigación comprende en su totalidad la nación.

Los bocetos metodológicos del levantamiento del inventario de medios del turismo incluyen dos niveles de trabajo: la primera es organizar y tipificar los sitios, bienes, sucesos y demás de la importancia para el turismo de los medios del turismo de la nación, región o cierto lugar. Este proceso consiste a la recolección de datos, organización y tipificación de los datos. Se emplea una metodológica que incluye un sistema de fichas con información de cada medio del turismo. La primera fase comprende:

- Primera Etapa: Comprende el establecimiento clases, grupos, subgrupos y recursos de datos que incluyen cada medio del turismo: Considerando, los escritos de ejemplo y compendios que consisten en el desarrollo de los inventarios de los medios del turismo, se elabora un grupo de tablas conforme a los hechos actuales de la nación, que implique señales determinadas acerca de las clases, grupos y subgrupos, que será de ayuda al momento de procesar la información.
- Segunda Etapa: Recopilación de datos segundos: Es una labor del gobierno, el cual implica información dada por las municipalidades y gobiernos regionales, referencias bibliográficas actuales, diarios, magazines y datos de instituciones especializadas.
- Tercera Etapa: Método de investigación en el territorio: hace referencia al reconocimiento dentro de los medios del turismo, clases de recursos de accesibilidad o adecuaciones de los datos hechos en la etapa anterior. De esta manera, se realizan entrevistas indispensables con personas simbólicas de la zona, expertos de sus medios turísticos. Donde, se integra en cada caso datos que brindan entidades a cargo del cuidado y crecimiento de ciertos medios de turismo. Asimismo, es importante que en esta etapa tener como apoyo los recursos como vídeos, fotos, entre otros. Luego, se realiza el llenado de datos conforme la presentación dada. El registro de datos, se elabora por medio del llenado de fichas.
- Cuarta Etapa: Proceso de datos recolectados. Se recomienda realizar este proceso de través de base de datos dada la proporción de la información. La etapa comprende la tipificación y organización de los medios, conforme a las clases, grupos, subgrupos, para cada uno. En este contexto, existe un software, que es útil para procesar dicha información conforme a las tablas elaboradas.
- Quinta Etapa: Desarrollo de la información previa: Escrito que es el diagnóstico y una síntesis de los más importantes medios del turismo en el país. También se añadirán a este escrito los mapas respectivos.

Es importante señalar la relevancia de un programa de capacitación ya que se utilidad permitirá un adecuado empleo del Manual de Inventario de

Recursos Turísticos. Asimismo, es necesario disponer de trabajadores expertos en el diseño del inventario

La Fase II comprende el análisis y tipificación de los medios del turismo, comprende el proceso de atención de los medios, para establecer su nivel de relevancia (pp. 11 – 14).

### ***I. Evaluación de recursos turísticos***

Vilela (2018) señala que, los procesos de evaluación de los medios del turismo permiten conocer datos vigentes y futuros de los mismos. Los elementos internos consisten en las características y utilidades determinadas que tiene cada medio. Los elementos externos son aquellos que sensiblemente, tienen impacto en la afluencia turística con fin al medio, estableciendo la ubicación de este en relación a la demanda.

Elementos internos:

- Urbanización: Consiste en la evaluación conforme a la clase (urbanización turísticos o no turística y mixta), conforme al atributo de la edificación y la organización ciudadana, y conforme a la fuerza de urbanización del medio.
- Equipamiento: Tiene en cuenta las cualidades de los equipamientos en relación a las clases de transporte, clase de prestaciones dadas y el grado de dichas prestaciones en relación a las carencias de la demanda.
- Suministros y prestaciones turísticas: En este apartado se evalúan los atributos y proporción de los lugares de aposento actuales (hospedajes), y las demás ofertas en términos de turismo (restaurantes, cafeterías, diversión, entre otros), y de las prestaciones turísticas (datos, comercio y transporte).
- Atributos internos: elementos que están en el medio y que por ende tienen una diversidad conforme a que medio se trate.

Elementos externos

- Asequibilidad: realiza la evaluación de la proporción y atributo de los accesos al medio a partir de los sitios de demanda como la disposición de los medios de transporte como trenes, puertos, aeropuertos, etcétera.

- Cercanía de los sitios transmisores: Es un asunto que se genera de la asequibilidad y del principio de gravedad: si la distancia es reducida entre el medio y el sitio de transmisión será el poder atracción de este.
- Determinación del medio: consiste en la medición de la valoración del turismo en comparación con demás medios de una naturaleza misma, teniendo en cuenta su nivel de particularidad.
- Relevancia del medio: establecida por la influencia del medio en el mercado turístico y la cantidad de demanda que esta produce.

El análisis final del medio se realiza empleando una escala de valores en cada elemento mencionado. A menudo, la escala va de 0 a 3 puntos la cual señala el poder de dicho elemento. La meta más importante no es el análisis del potencial turístico de un medio en específico, sino establecer el valor de los diferentes sitios para determinar las prioridades en términos de planeación y desarrollo del turismo, en relación a sacar un mejor provecho del recurso humano y monetario limitado (pp. 11 – 14).

#### ***J. Procesamiento de la información***

Becerra (2010) inmediatamente después del procedimiento de datos conforme a la clasificación, se procede con la segunda fase jerarquización para proporcionarle su relevancia en cada recurso turístico inventariado conforme a los niveles de jerarquías dadas por MINCETUR:

Jerarquías:

- Elementos sin tanta relevancia para tenerlo en cuenta en el nivel de jerarquías antes mencionadas, aunque, de igual forma, son parte del inventario como medios que es posible sean un complemento de jerarquías de un nivel superior.
- Recursos con ciertas características llamativos e interesantes a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar sitios turísticos de la localidad.

- Elementos con cualidades determinadas, con capacidad de incentivar, por sí mismos o en grupo con otros elementos, un medio vigente o de gran envergadura de turistas locales y foráneos.
- Elementos extraordinarios y de importancia para el mercado del turismo foráneo, con capacidad autónoma, de incentivar una gran demanda de turistas (p. 31).

## **Variable dependiente: Diversificación de la oferta turística**

### ***A. Definiciones***

Blas y Gil (2018) definen a la diversificación de la oferta como una mezcla de elementos atrayentes y establecimientos que muestran diferentes medios populares y que tengan éxito, ilación de la mezcla única debe tener similares atributos. Esencialmente un destino comprende estos elementos de oferta: atractivos, hoteles, restaurantes, deportes, asequibilidad y finalizando con el soporte de prestaciones (organizaciones locales).

Cajo y Zuloeta (2018) definen a la diversificación de la oferta turística como número completo de las zonas que puede visitar el turista unido a bienes y prestaciones, puestos a disposición del consumo del turista.

Carrasco (2018) lo define como la capacidad, proposición o provisiones del mercado en el grupo de cada de los bienes, prestaciones y productos, pactadas en condiciones en relación a sus bienes turísticos (precio, sitio, proporción, medio y la cantidad de tiempo) que atraen en gran medida al turista.

Tamashiro (2018) es el grupo de elementos turísticos y prestaciones que tiene el turista en un cierto destino, para que lo consuma.

### ***B. Dimensiones***

Cajo y Zuloeta (2018) mencionan en su investigación las dimensiones de la oferta turística son:

a. Componentes primarios o directos

Hacen referencia a elementos esenciales que deciden la afluencia de la demanda a diversos destinos y que permiten reconocer y elaborar las ofertas turísticas. Siendo sus indicadores los siguientes:

- Recursos turísticos.
- Medios de transporte.
- Infraestructura (p.34).

b. Componentes secundarios o indirectos normativo

Se refiere que la oferta está compuesta por diversas empresas que, aun cuando no influyan en la demanda directamente aportan a dar acceso a la estadía de los turistas en los diversos destinos volviéndolos muy atractivos. Siendo sus indicadores los siguientes.

- Restauración.
- Zonas Comerciales.
- Servicios de información para los turistas (p.35).

***C. Análisis FODA del Perú como destino turístico***

Ministerio del Comercio Exterior y Turismo (2015), el estudio del FODA nacional a partir de intereses europeos como destino turístico se menciona a continuación:

a. Fortalezas

- Las inclinaciones de los visitantes europeos a sitios plenamente contenidos de naturaleza y cultura.
- Los visitantes de esta parte de mundo saber la oferta de sitios en nuestro país, menos de Machu Picchu.

b. Oportunidades

- Hay una enorme cantidad de afluencia de lugares turísticas en América Latina.

- Las personas jóvenes todavía se les ha sacado provecho, y es posible potenciar el turismo de aventura y viajes de luna de miel.

c. Debilidades

- Existen carencias de viajes familiares con infantes.
- Impresión que nuestro país carece de seguridad.

d. Amenazas

- La recesión económica ha reducido las ventas y turismo en el país.
- Naciones competidoras tiene una buena posición en las páginas de tour de operador (p. 49).

#### ***D. Oferta Turística***

Covarrubias (2015) menciona que de acuerdo a la NOM-08-TUR-2002, en la oferta interviene el entorno natural y diversos grupos de participantes, que se refieren a las personas que ofrecen los servicios, sociedades locales y los dirigentes de los diferentes niveles de gobernanza.

El entorno natural proporciona medios; cada una de las regiones proporciona una enorme diversidad de medios, aunque está sujeto de sus propias condiciones geográficas y naturales. Por otro lado, las personas que brindan sus prestaciones proporcionan hospedaje, restaurantes y sitios de entretenimiento; mejor dicho, brindan prestaciones turísticas esenciales y los atractivos artificiales. Los moradores de los sitios tienen dos roles: contribuyen con el capital cultural y el potencial humano para los servicios turísticos. Para finalizar, las funciones de las autoridades de los niveles de gobierno se determinan en un marco general para realizar acciones turísticas, por medio del desarrollo de equipamiento esencial de prestaciones, como también del marco legal para asegurar a los visitantes y la situación apropiada de los negocios.

Conforme NOM – 08-TUR-2002 cuatro elementos conforman la oferta turística, pues al mezclarse tiene un gran potencial para dar un elevado atractivo para la demanda. El entorno natural en su esencia no es posible ofertarlo por sí solo porque es un recurso que ha estado siempre por ende no se encuentra

explotado, si se desea que este recurso sea explotado y tenga rentabilidad es importante que participen los otros servicios que ayudan de complemento como, los hoteles, hostales, museos, y demás individuos que prestan servicios; del mismo modo es necesario considerar que la cultura representa el principal atractivo de un lugar, que las sociedades tengan una propia entidad alcanza importancia e interés para el visitante, y para proporcionar un adecuado servicio se debe además tener una cultura turística que posibilite a la sociedad a prestar servicio a los turistas con calidad. Y para finalizar, las personas a cargo son parte del modelo total pues determinan leyes para proteger a los visitantes y de los empresarios que tienen interés en realizar negocios en el sitio. La oferta turística comprende una diversidad de recursos que es necesario se gestionen integralmente.

La secretaría de turismo expone que la investigación sobre la oferta turística es necesario, en primer lugar, realizar un inventario de los recursos a, continuación:

Factores naturales:

- Ubicación del contexto geográfico y proporción del área.
- Contexto geológico y condiciones del clima.
- Recursos hídricos.
- Paisajes, animales y plantas.

Elementos socioeconómicos:

- Constitución monetaria (importancia en diversos ámbitos de actividad, entre otros.).
- Constitución socio-demográfica (comprende las edades, emigración, organización socio profesional, entre otros).
- Constitución en relación a la política y a la administración.

Infraestructuras y servicios disponibles:

- Suministros (agua, gas, energía, procesos de restantes, entre otros.).
- Transportes (conjunto de autopistas, trenes, vehículos públicos, entre otros.).

- Prestaciones (comercios, prestaciones de salud, entre otros.).

Elementos culturales:

- Historia.
- Tradiciones/ bienes de artesanía local.
- Estructuración de los sitios.
- Estatus y originalidades.
- Sitios donde ir, visitas con guías turísticas, expresiones culturales, entre otros.

Oferta: deportes y ocio

- Deportes marítimos, natación
- Aeronáutica
- Caballería
- Turismo de práctica turística
- Deportes de frío
- Polo
- Y demás actividades de entrenamiento y de tiempo libre

Oferta: Sanidad y curaciones

- Aguas termales, curaciones, curaciones de sanidad, puesta en forma, reposo
- Demás tratamientos.

Oferta: hospedaje

- Potencial total
- Repartición de ofertas de camas y de las instalaciones de hospedaje conforme a la clase de hospedaje.
- Repartición local de las instalaciones de hospedaje
- Atributos y precios
- Oportunidad de vacacionar en granjas, hogares rurales
- Transformación de la oferta de hospedaje

#### Oferta: restablecimiento

- Competencia total
- Repartición local de los restoranes
- Atribución y precios

#### Posibilidades de organizar conferencias y seminarios

- Centro(s) de congresos y exposiciones
- Hospedajes que tengan salar para talleres y estructuras técnicas respectiva.

Covarrubias (2015) menciona que es una mezcla de elementos atrayentes y establecimientos de apoyo que tienen diversos recursos generales para lograr el éxito, los elementos que las constituyen la mezcla que requiere una calidad. Esencialmente un destino tiene con estos atractivos: asequibilidad, es decir, transportes locales, terminales terrestres, es posible agrupar instalaciones de alimentos y bebidas, hospedaje, de ocio y para finalizar el apoyo de servicios en forma de organizacionales locales (p.28). Para Secretaria de Turismo (2005) que en vez de intervenir en el mercado de turismo e interesar a la gran cantidad de visitantes, las cualidades de su oferta turística y captar a más turistas, deben ser únicos los atributos de su oferta turística, especiales o muy atrayentes para distinguirse o resaltar sobre los demás destinos. De igual modo, el existo de turismo está sujeto a las cualidades de su oferta, (excelencia, capital, relevancia del precio, o mezcla de todo ello) en resumen: distinción, variedades y particularidad.

Aunado a ello la oferta turística es necesario que tenga una ventaja competitiva acerca de los otros lugares que sus competidores inmediatos para alcanzar una distinción y de dicha manera cubrir la atención del visitante. Es posible que un lugar ofrezca un atractivo similar, así como similares servicios que los demás, esto porque una ventaja competitiva puede ser captada por la competencia, pues es importante estar de la mano con la tecnología para mantenerse a la vanguardia. También es de vital importancia que el sitio tenga todos los medios que el visitante desea, como sus alimentos y bebidas hasta su asequibilidad.

“No siempre es suficiente contar con un solo atractivo. Los visitantes requieren alternativas para que los impulsen a seguir ese lugar por más tiempo. Es importante considerar que la oferta de actividades debe ser coherente con las principales atracciones, y con los medios culturales y naturales del área”

Lickorish y Jenkins (2000) citado por Covarrubias (2015) menciona que aun cuando los grados de renta real discrecional son los que establecen las más importantes demandas del turismo, además existen elementos de la oferta que “tiran” de los visitantes hacia un destino en particular. Ciertos elementos vienen dados por la oferta de hospedaje y prestaciones es posible tener en cuenta una medida del atractivo del destino. El atractivo relativo es un factor relevante para la selección del sitio, aunque no siempre tendrá un sitio, aunque a menudo está sujeto al presupuesto que dispone el visitante (p.74-75).

Otros temas de suma importancia que se deben tocar son las prestaciones que tienen los lugares ya que son elementos esenciales para el visitante preste atención al lugar ya que únicamente no consiste que tenga riqueza natural sino que este asociada con facilidades para use de estas, sino el lugar turístico no será en su esencia para el visitante, por tal motivo la evaluación del potencial turístico del lugar, por tal motivo en su evaluación se debe determinar sus frutos y con esto lograr beneficio monetario.

Es necesario que la oferta turística tenga una variedad de productos novedosos, y de esta manera tener variedad para la demanda, pues de esta forma podrá satisfacer las carencias de diversos visitantes. También es importante considerar el lugar turístico ya que puede recibir todo tipo de demanda, mejor dicho, diversos segmentos, por ende, es necesario tomar decisiones si el destino se centra en un único segmento y sobre ello trabajar para lograr la satisfacción, o si será de una sola oferta para una variedad de segmentos y de esta manera considerar los prestadores de servicios para cubrir cada carencia de estos segmentos.

El equipamiento turístico es uno de los más importantes elementos de la oferta turística pues ella posibilita el desarrollo de la acción turística brindando prestaciones y productos que sean sustento para mejorar la oferta turística (pp. 8-11).

### ***E. ¿Cómo promocionan nuestra oferta turística?***

Ministerio del Comercio Exterior y Turismo (2015) Argentina y Brasil, y las más importantes competencias en Sudamérica para nuestro país en Japón, tiene un posicionamiento superior en los portales más relevantes de operadores turísticos (con una representación de un 21% cada uno).

- Entre los operadores nipones, los programas nacionales están en la tercera posición en relación a sus más importantes webs, con una presentación de un 13% en el sitio enfocados en dichas webs (con una representación de un 8% cada uno).
- En el país nipón, es más elevado el precio de un programa para el país que demás programas comunes, como también destinos de América Latina como en el caso de México.
- En el país nipón, nuestro país tiene venta alta como destino único con más del 70%, a distinción de países como Brasil, en donde tiene programas mezclados.
- Por ejemplo, en Australia, por motivos de gran especialización de operadores entrevistados, la intervención de los destinos de América Latina es sumamente elevada en relación a sus programas.
- Nuestro país se sitúa como número uno en webs más importantes de los operadores de Australia (30%). Seguidos por Ecuador (20%), México (20%), Argentina, Brasil y Chile con un porcentaje de 10% cada uno respectivamente.
- El precio promedio de un programa para nuestro país desde Australia oscila en US\$ 240 aun cuando el precio es menor que Ecuador cuyo precio es US\$ 258, su competidor directo.
- En Australia, nuestro país es vendido mayormente como único destino en uno 43% y únicamente un 24% por medio de una combinación de programas.

*¿Cuáles son los elementos a optimizarse?*

- El país donde se perciben más carencias es Japón con un 57% de operados encuestados. Y en el caso australiano el porcentaje oscila en un 40%.
- En los mercados, la carencia de originalidad en las propuestas y los elevados precios de programas a nuestro país, en comparación a demás destinos con cercanía a Japón y Australia, puede tener ser motivos para vender su destino (p. 62).

***F. Consideraciones de la oferta turística en el Perú***

Ministerio del Comercio Exterior y Turismo (2015) menciona lo siguiente:

- El proceso de compra y venta en nuestro país en los mercados de oriente, occidente y Oceanía descendió en un 20%, lo que produce posibilidades de mejora para desarrollarse en el comercio de dichos mercados.
- El contexto monetario en los principales mercados europeos, excepto Alemania, genera pocos operadores entrevistados haya logrado aumentado sus ventas en nuestro país.
- Australia reflejó un aumento considerable en ventas en relación otras naciones.
- La variedad de oferta de nuestro país en programas de nuestros operados logísticos, inclusive solo la zona sur, y el periodo requerido para enlazar entre destinos, se necesario bastante permanencia en la nación, donde se vuelve mayor las ventas como destino único.
- En Europa, existe una mayor diversificación de los intereses en los viajes como en familia que alcanza un 43% seguido de viajes de luna de miel con un 41%, y por último viajes de deportes de aventura con un 35%, donde se atribuye a una comunidad variada y con determinados gustos.
- Destino de recomendación
  - o Conocido, técnico, con un atractivo ascendente.
  - o La mayoría de operadores logísticos no captan necesidades.
  - o Es posible optimizar las novedades de las proposiciones y en precios.

- Mejoras en el equipamiento turística.
- Competidores
  - Nuestro país como un solo destino, competencia combinada.
  - Optimizar la diversificación de la oferta que no posee hasta el momento una demanda propia.
  - El precio promedio en los mercados de interés de programas en nuestro país es más grande que los demás destinos.
- Segmentos potenciales
  - Jóvenes con un rango de edad inferior a 35 años
  - Hogares.
  - Turismo empresarial.
- Acciones a mejor
  - Luna de miel.
  - Deportes de extremo.
  - Vista de alados (pp. 68 – 69).

### ***G. Infraestructura Turística***

Covarrubias (2015), menciona que uno de los más importantes aspectos de la edificación es el equipamiento de la región, ello se trata en su totalidad y la mejora en su edificación sobre este. Como, por ejemplo, el sistema que provee los servicios básicos turísticos como luz, agua, carreteras, entre otros (p. 329).

De igual forma, señala que Blanco conceptualiza el equipamiento turístico como la provisión de productos y prestaciones que dispone un sitio para dar sostenibilidad a las estructuras sociales y eficientes y por ello condiciona a las mejores turísticas.

La conforman los siguientes:

- Los servicios esenciales tales como agua, luz, la salud, entre otros.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, transportes.

- Vías: caminos vigentes, gobierno.
- Prestaciones: Comercio, salud, enseñanza, información, entre otros.

La infraestructura total funciona como sustento para que un destino logre tener las condiciones necesarias que brinden a la población facilidades para crecer como una comunidad activa. Por otro lado, la infraestructura turística hace posible un desarrollo turístico, por tal motivo es necesario contar con planes tácticos y gestiones para que cada sitio tenga esta infraestructura del modo que el turista goce y sienta comodidad con lo ofrecido.

Conforme a la Secretaria de Turismo (2005), la infraestructura turística es necesario que tenga iniciativa de miembro de la sociedad (residentes o visitantes, para lograr dar satisfacción a las carencias de la sociedad.

Carencias: Salubridad, enseñanza, entretenimiento, asequibilidad, agua, luz, entre otros., si hablamos de infraestructura (p. 76).

Los atractivos turísticos, otro elemento esencial de la oferta turística ya que es el más importantes para el traslado de los visitantes (pp. 11-15).

#### ***H. Atractivo turístico***

Covarrubias (2015) menciona que la NOM-08-TUR-2002 muestra que los atractivos verdaderamente atrayentes son los autóctonos como la naturales o elementos de cultura local pues son únicos, no son posibles de ser copiados y son una ventaja competitiva. Lo opuesto indica que existen regiones que están sujetas a actividades hechas por el hombre como casinos o parques temáticos. Esta clase atracciones son un riesgo elevado frente a los competidores ya que no ofrecer nada que pueda ser imitador en otro sitio y deben tener constantes innovaciones para conserva su lugar competitivo (p. 30).

De igual modo, explica que los recursos sean transformados en atracciones turísticas es importantes un determinado lugar de crecimiento que los vuelva atrayentes, asequibles y visitables (p.33).

Las atracciones mantienen su poder de captar turísticas y es posible incentivar el desarrollo del turismo. Si no se cuenta con atracción no habrá turistas, por ende, quedará en el aire el sacar provecho de un destino. Es posible

que las atracciones sean diversas y que atraigan la atención de segmentos diversos de demandas, pero, las condiciones del medio donde están, como también el tipo de modelo de desarrollo turístico, tendrán un impacto en el atractivo final del destino.

Del mismo modo indica que existen dos elementos que aportan al atractivo de una zona turística, En primer lugar, surgen los climas, costumbres, infraestructura típica, y sitios naturales. En segundo lugar, los destinos son introducidos particularmente para el visitante, como hospedajes, transporte, acciones y atractivos (pp. 14- 15).

### **2.3. Definición de términos básicos**

*Variable independiente: Inventario de recursos turísticos*

Es un instrumento técnico cuyo contenido ofrece modelos esenciales con la finalidad de reconocer, clasificar y categorizar los medios que impulsan la actividad del turismo (MINCETUR, 2018, p. 32).

*Categorización*

“Se trata de la recolección de datos, curso que organiza la información y divide los sitios, productos, hechos y demás de importancia de medios turísticos de la nación, región o sitio determinado” (MINCETUR, 2018, p. 16)

*Jerarquización*

“Consiste en evaluar y jerarquizar los medios del turismo, cuyo curso comprende la atención de estos, para establecer su nivel de importancia en términos de desarrollo” (MINCETUR, 2018, p. 16).

*Variable dependiente: Diversificación de la oferta turística*

“Es el número completo de las zonas que puede visitar el turista unido a bienes y prestaciones, puestos a disposición del consumo del turista” (Cajo y Zuloeta, 2018, p. 34).

### *Componentes primarios o directos*

Hacen referencia a elementos esenciales que deciden la afluencia de la demanda a diversos destinos y que permiten reconocer y elaborar la oferta turística (Cajo y Zuloeta , 2018, p. 34).

### *Componentes secundarios o indirectos*

Se refiere que la oferta está compuesta por diversas empresas que, aun cuando no influyan en la demanda directamente aportan a dar acceso a la estadía de los turistas en los diversos destinos volviéndolos muy atractivos (Cajo y Zuloeta , 2018, p. 35).

## **2.4. Hipótesis de investigación**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Los inventarios de recursos turísticos influyen significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a. La categorización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.
- b. La jerarquización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

## 2.5. Operacionalización de las variables

Variable independiente	Dimensiones	Indicadores
<b>INVENTARIOS DE RECURSOS TURISTICOS</b> <i>Fuente: MINCETUR (2018).</i>	<i>Categorización</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de las categorías, tipos, subtipos.</li> <li>- Recopilación de información de gabinete.</li> <li>- Trabajo de campo y confirmación de datos.</li> <li>- Procesamiento de datos y Ficha de Registro Virtual.</li> </ul>
	<i>Jerarquización</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Particularidad.</li> <li>- Publicaciones.</li> <li>- Reconocimientos.</li> <li>- Estado de conservación.</li> <li>- Flujo de visitantes.</li> <li>- Facilidades.</li> <li>- Representatividad territorial.</li> <li>- Inclusión en la visita turística.</li> </ul>

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores
<b>COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA</b> <i>Fuente: Cajo &amp; Zuloeta (2015).</i>	<i>Componentes primarios o directos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos turísticos.</li> <li>- Medios de transporte.</li> <li>- Infraestructura.</li> </ul>
	<i>Componentes secundarios o indirectos</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restauración.</li> <li>- Zonas Comerciales.</li> <li>- Servicios de información para los turistas.</li> </ul>

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Diseño metodológico**

Es de tipo básico. El nivel es explicativo. Es de diseño no experimental. La tesis es de enfoque cuantitativo.

#### **3.2. Población y muestra**

##### **3.2.1. Población**

La población estuvo representada por 18 trabajadores de la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo.

##### **3.2.2. Muestra**

Por ser una población pequeña no fue necesario el cálculo de la muestra, aplicándose el instrumento al total de la población.

#### **3.3. Técnicas de recolección de datos**

Técnica: encuesta. El cuestionario ayudó a medir ambas variables, el cual evaluará las variables, Inventarios de recursos turísticos y Oferta turística. El cuestionario será respondido por los trabajadores de la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo.

*Validación del cuestionario*

<b>Prueba de KMO y Bartlett</b>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,703
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	644,384
	gl	153
	Sig.	,000

*Confiabilidad del cuestionario*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,886	18

**3.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

Se utilizó la prueba de normalidad de Shapiro Wilk. Para el estadístico de prueba se utilizó el Rho de Spearman.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de resultados

##### A. Datos generales

Tabla 1  
*Género de los trabajadores*

		f	%
Válido	M	8	44,4
	F	10	55,6
Total		18	100,0

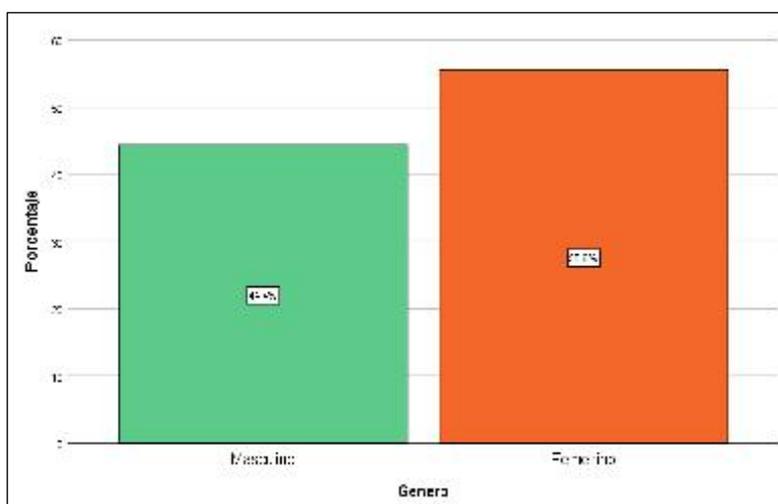


Figura 1. Género de los trabajadores.

Tabla 1, el 44,4% mencionaron pertenecer al género masculino y en el caso del 55,6% pertenecen al género femenino.

Tabla 2  
*Edad de los trabajadores*

	f	%
Válido Entre 18 años a 24 años	6	33,3
Entre 25 años a 31 años	5	27,8
Entre 32 años a 45 años	5	27,8
Más de 45 años	2	11,1
Total	18	100,0

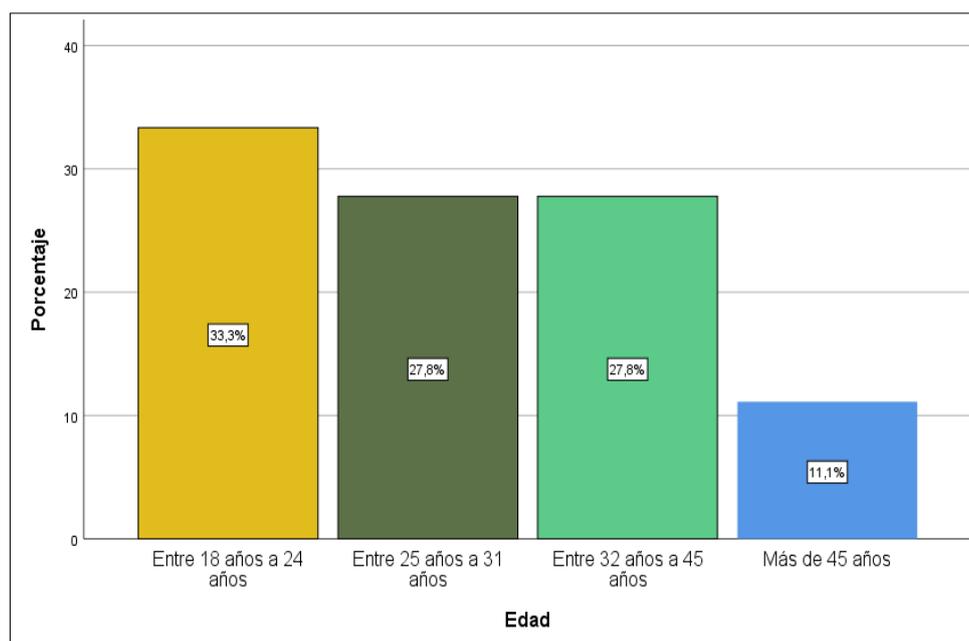


Figura 2. Edad de los trabajadores.

Tabla 2, el 33,3% tiene entre 18 años a 24 años, el 27,8% tiene entre 25 años a 31 años, en el caso del otro 27,8% tiene entre 32 años a 45 años y el 11,1% tiene más de 45 años.

Tabla 3  
*Grado académico de los trabajadores*

	f	%
Válido Grado de Bachiller	8	44,4
Título profesional	6	33,3
Grado de Magister o Maestro	3	16,7
Grado de Doctor	1	5,6
Total	18	100,0

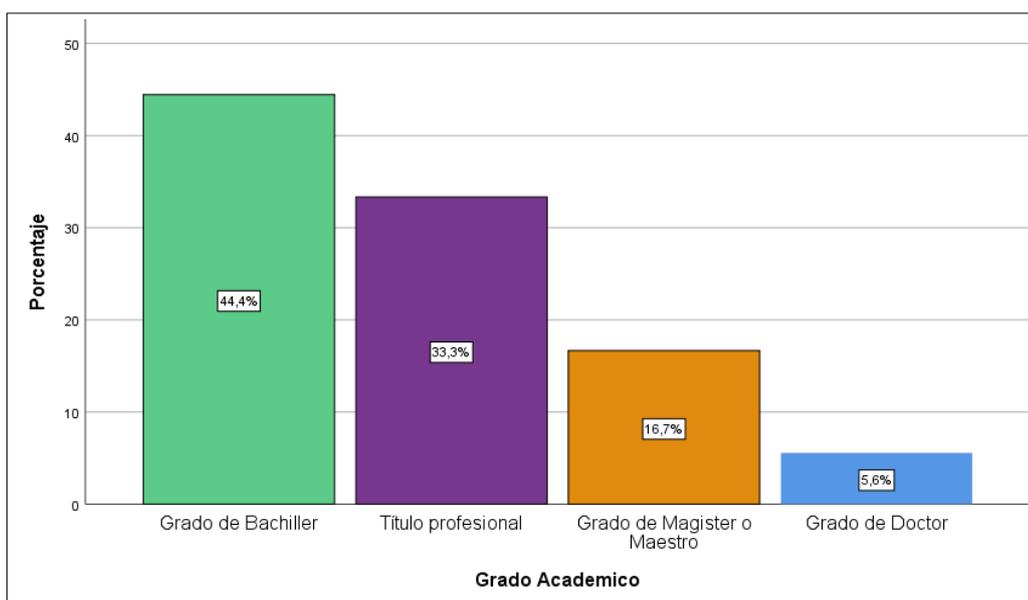


Figura 3. Grado académico de los trabajadores.

Tabla 3, el 44,4% mencionaron tener grado de bachiller, el 33,3% tiene título profesional, en el caso del 16,7% tiene grado de magister o maestría y en el caso del 5,6% tiene grado de doctor.

## B. Análisis descriptivo de la variable Inventarios de recursos turísticos

Tabla 4

### Categorización

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Más o menos de acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Considera que se ha definido adecuadamente las categorías, tipos y subtipos de los recursos turísticos de la zona?	1	5.6%	3	16.7%	0	0.0%	6	33.3%	8	44.4%
2. ¿Considera que los datos que constituyen fuentes de información han sido recopilados de fuentes fidedignas?	1	5.6%	2	11.1%	3	16.7%	8	44.4%	4	22.2%
3. ¿Considera que se ha identificado y verificado los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas de todos los medios disponibles (videos, fotografías, etc.)?	0	0.0%	2	11.1%	4	22.2%	6	33.3%	6	33.3%
4. ¿Considera que se procesan y llenan las fichas de registro virtual de acuerdo a los parámetros establecidos?	0	0.0%	2	11.1%	2	11.1%	11	61.1%	3	16.7%

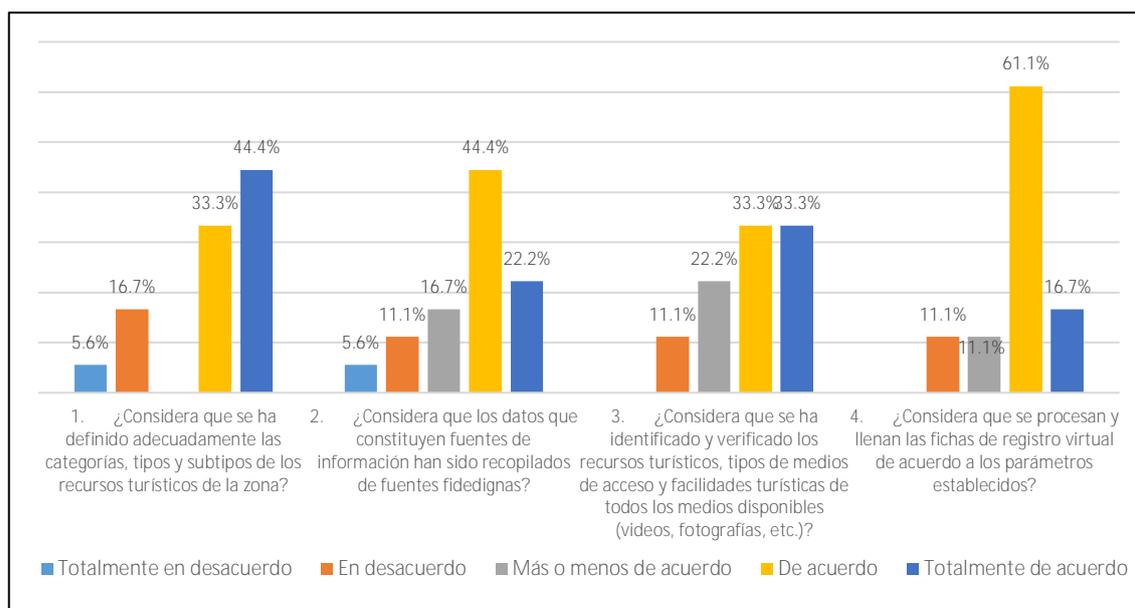


Figura 4. Categorización.

Tabla 4, el 22,3% mencionaron que no consideran que se ha definido adecuadamente las categorías, tipos y subtipos de los recursos turísticos de la zona, en el caso del 16,7% opinaron que no consideran que los datos que constituyen fuentes de información han sido recopilados de fuentes fidedignas, en el caso del 11,1% mencionaron que están en desacuerdo que se ha identificado y verificado los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas de todos los medios disponibles (videos, fotografías, etc.) y en el caso del otro 11,1% mencionaron estar en desacuerdo que se procesan y llenan las fichas de registro virtual de acuerdo a los parámetros establecidos).

Tabla 5  
Jerarquización

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Más o menos de acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5. ¿Considera que cada recurso turístico de acuerdo a su categorización cuenta con características importantes que le otorgan una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencien de los demás?	0	0.0%	4	22.2%	3	16.7%	8	44.4%	3	16.7%
6. ¿Se publican con regularidad los recursos turísticos evaluados que generen cierta trascendencia de orden internacional o nacional?	3	16.7%	6	33.3%	2	11.1%	5	27.8%	2	11.1%
7. ¿Se han reconocido los recursos turísticos sea de orden natural o cultural de la zona por organismos nacionales o internacionales?	8	44.4%	0	0.0%	4	22.2%	5	27.8%	1	5.6%
8. ¿Se realizan actividades con el objetivo de conservar adecuadamente los recursos turísticos?	2	11.1%	5	27.8%	3	16.7%	7	38.9%	1	5.6%
9. ¿Se precisa de forma efectiva de flujo de visitantes?	6	33.3%	0	0.0%	4	22.2%	6	33.3%	2	11.1%
10. ¿Se cuenta con las facilidades necesarias para llevar a cabo un registro apropiado de los recursos turísticos?	0	0.0%	7	38.9%	1	5.6%	8	44.4%	2	11.1%
11. ¿La imagen del recurso turístico e identidad del lugar han alcanzado representatividad a nivel internacional?	4	22.2%	3	16.7%	2	11.1%	8	44.4%	1	5.6%
12. ¿Se ha determinado la importancia del recurso turísticos de acuerdo a la estructuración de la visita turística?	4	22.2%	0	0.0%	1	5.6%	7	38.9%	6	33.3%

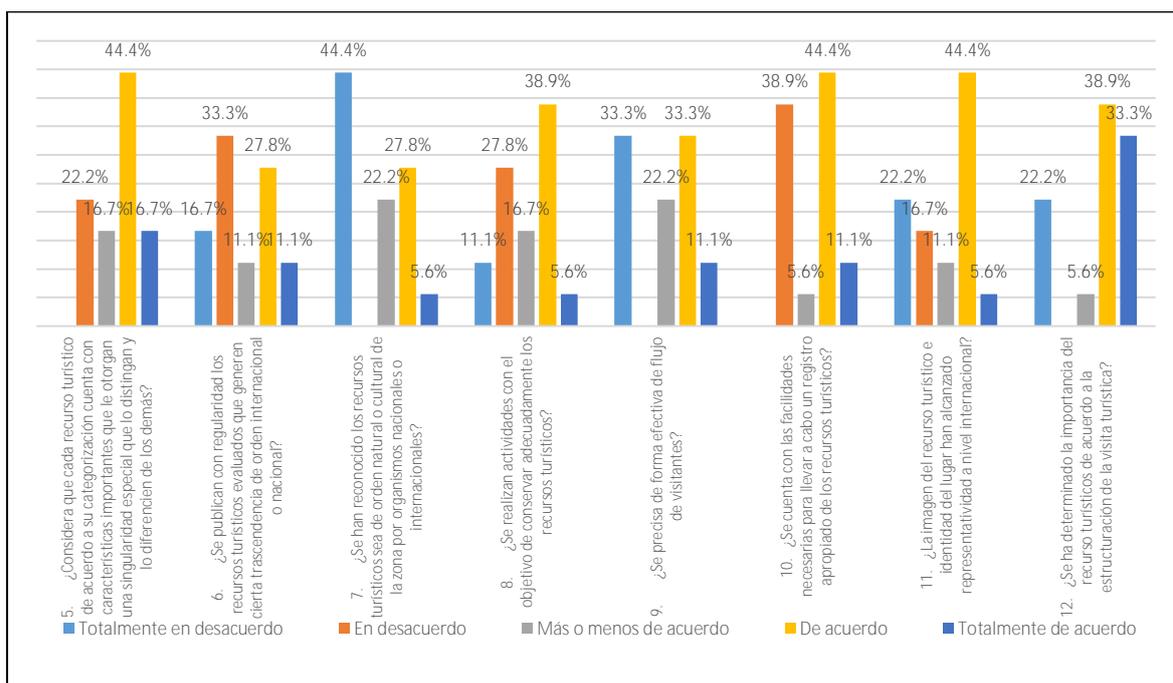


Figura 5. Jerarquización.

Tabla 5, el 22,2% mencionó que estar en desacuerdo que cada recurso turístico de acuerdo a su categorización cuenta con características importantes que le otorgan una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencien de los demás, en el caso el 50% mencionaron que no se publican con regularidad los recursos turísticos evaluados que generen cierta trascendencia de orden internacional o nacional, en el caso del 44,4% mencionaron están en desacuerdo que reconocen los recursos turísticos sea de orden natural o cultural de la zona por organismos nacionales o internacionales, en el caso del 38,9% mencionaron que no se realizan actividades con el objetivo de conservar adecuadamente los recursos turísticos, en el caso del 33,3% mencionaron estar en totalmente desacuerdo que se precise de forma efectiva de flujo de visitantes, en el caso del 38,9% mencionaron que están en desacuerdo que se cuente con las facilidades necesarias para llevar a cabo un registro apropiado de los recursos turísticos. Por otro lado, el 38,9% determinó que la imagen del recurso turístico e identidad del lugar no han alcanzado representatividad a nivel internacional y en el caso del 22,2% mencionaron que están totalmente en desacuerdo que se ha determinado la importancia del recurso turísticos de acuerdo a la estructuración de la visita turística.

### C. Análisis descriptivo de la variable Competitividad de la empresa

Tabla 6

*Componentes primarios o directos*

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Más o menos de acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
13. ¿Considera que la entidad edil promociona de forma intensa los recursos turísticos?	4	22.2%	4	22.2%	0	0.0%	2	11.1%	8	44.4%
14. ¿Considera que se tiene los medios de transporte suficientes para trasladar al visitante a su lugar de destino?	4	22.2%	4	22.2%	1	5.6%	5	27.8%	4	22.2%
15. ¿Se cuenta con la infraestructura necesaria (obras básicas, en materia de acceso, comunicaciones, abastecimiento de agua) para el desarrollo de la actividad turística?	5	27.8%	2	11.1%	1	5.6%	5	27.8%	5	27.8%

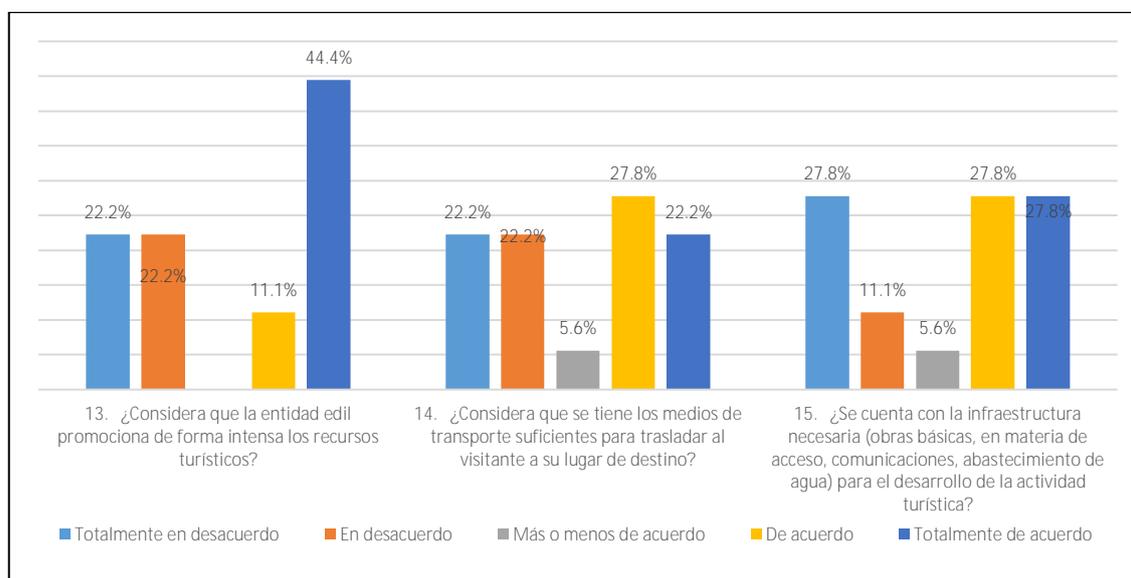


Figura 6. Componentes primarios o directos.

Tabla 6, el 44,4% mencionó que no consideran que la entidad edil promociona de forma intensa los recursos turísticos, asimismo manifestaron que no consideran que se tiene los medios de transporte suficientes para trasladar al visitante a su lugar de destino y en el caso

del 38,9% mencionaron que no se cuenta con la infraestructura necesaria (obras básicas, en materia de acceso, comunicaciones, abastecimiento de agua) para el desarrollo de la actividad turística.

Tabla 7

*Componentes secundarios o indirectos*

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Más o menos de acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
16. ¿Se cuenta con los establecimientos que prestan servicios de alimentación en todos aquellos lugares típicos de la zona?	0	0.0%	6	33.3%	6	33.3%	4	22.2%	2	11.1%
17. ¿Se cuenta con zonas comerciales (servicio a los visitantes tiendas, artesanía, mercados) necesarios para el desarrollo del turismo?	1	5.6%	7	38.9%	2	11.1%	4	22.2%	4	22.2%
18. ¿Se informa sobre una actividad en diversos folletos de información o publicidad turística que permitan al visitante conocer mejor los recursos turísticos?	4	22.2%	3	16.7%	3	16.7%	3	16.7%	5	27.8%

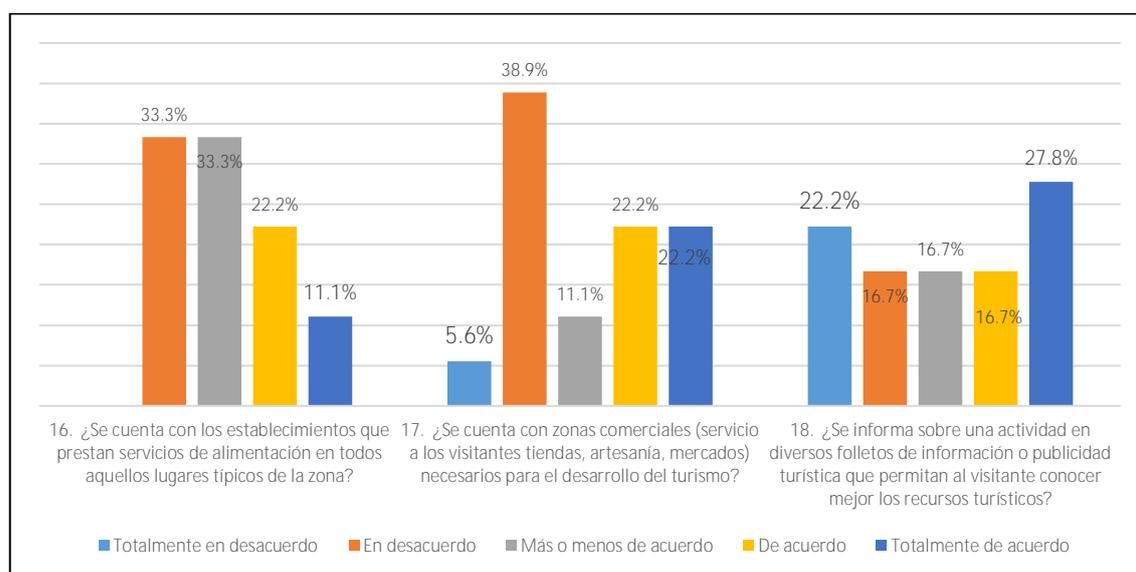


Figura 7. Componentes secundarios o indirectos.

Tabla 7, el 33,3% determinó estar en desacuerdo que se cuenta con los establecimientos que prestan servicios de alimentación en todos aquellos lugares típicos de la zona, en el caso del 44,5% mencionaron que no se cuenta con zonas comerciales (servicio a los visitantes tiendas, artesanía, mercados) necesarios para el desarrollo del turismo y en el caso del 38,9% manifestaron que no se informa sobre una actividad en diversos folletos de información o publicidad turística que permitan al visitante conocer mejor los recursos turísticos.

#### D. Prueba de normalidad

Se utilizó la prueba de normalidad Shapiro-Wilk. Por lo mostrado en la Tabla 8, se optó por utilizar la prueba de Rho Spearman.

Tabla 8

*Pruebas de normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Inventario De Recursos Turísticos	0.755	18	0.000
Categorización	0.846	18	0.007
Jerarquización	0.856	18	0.010
Diversificación de la oferta turística	0.891	18	0.040

a. Corrección de significación de Lilliefors

## 4.2. Contrastación de hipótesis

### Hipótesis General

Tabla 9

*Correlación de Rho de Spearman de los inventarios de recursos turísticos y la oferta turística*

			Inventario de recursos turísticos	Diversificación de la oferta turística
Rho de Spearman	Inventario de recursos turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,855**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	18	18
Rho de Spearman	Diversificación de la oferta turística	Coefficiente de correlación	,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	18	18

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Tabla 9 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

El inventario de recursos turísticos influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

### Hipótesis específica 1

Tabla 10

*Correlación de Rho de Spearman de la categorización y la oferta turística*

		<i>categorización</i>	Diversificación de la oferta turística
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000
	Categorización	Sig. (bilateral)	,532**
		N	18
	Diversificación de la oferta turística	Coeficiente de correlación	,532**
		Sig. (bilateral)	,023
		N	42

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Tabla 10 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

La categorización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

## Hipótesis específica 2

Tabla 11

*Correlación de Rho de Spearman de la jerarquización y la oferta turística*

			Jerarquización	Diversificación de la oferta turística
Rho de Spearman	Jerarquización	Coefficiente de correlación	1,000	,861**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	18	18
	Diversificación de la oferta turística	Coefficiente de correlación	,861**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	18	18

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

La Tabla 11 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

La jerarquización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN**

#### **5.1. Discusión de resultados**

En referencia a la hipótesis general, al tener una significancia de 0,000 indica que los inventarios de recursos turísticos influyen significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020. Siendo coherente con los resultados encontrados por Carrión (2017) en su investigación titulada “Elaboración del inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial de la parroquia Nambacola, Cantón Gonzanamá, provincia de Loja”, donde concluyó que “la parroquia no es un sitio turístico, en la actualidad la Junta Parroquial no dispone de planes, programas y estrategias que involucren al turismo entre sus prioridades. Nambacola es un sitio en donde predomina la agrícola y ganadería” (p. 84).

En referencia a la hipótesis específica 1, al tener una significancia de 0,023 indica que la categorización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020. Siendo coherente con los resultados encontrados por Morales (2019) en su investigación titulada “La oferta de actividades turísticas y el desarrollo del turismo rural en la parroquia de Tufiño”, donde concluyó que la parroquia de Tufiño cuenta con la posibilidad de entregar al visitante actividades turísticas. En esta parroquia se ofertan actividades como la visita a sitios naturales, la visita a balnearios, ciclismo, ascenso al volcán Chiles, degustación de comida típica, pesca recreativa, asistir a eventos festivos, los cuales están a disposición de quienes quieran realizar estas actividades. La presencia de los balnearios en el sector colombiano denominado Chiles genera que gran cantidad de visitantes abandonen la parroquia, produciendo una competencia directa en el sector (p. 92).

En referencia a la hipótesis específica 2, al tener una significancia de 0, 000 indica que la jerarquización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020. Siendo coherente con los resultados encontrados por Porras & Sullca (2017) en su investigación titulada “Inventario de los recursos turísticos del área de conservación privada refugio k'erendia homet para la diversificación de la oferta turística - corredor turístico Isuyama” donde concluyó que el área de investigación se pueden identificar sus potenciales turísticos con los que cuenta tales como recursos naturales entre ellos una gran diversidad de flora y fauna silvestre identificada mediante el desarrollo de un inventario de recursos turísticos; obteniendo resultados favorables para el ACP fundo refugio Kerenda Hornet (p. 72).

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

- Se concluye que la categorización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020. Es decir, a medida que se identifique y verifique los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas de todos los medios disponibles (videos, fotografías, etc.) mejorara la infraestructura necesaria (obras básicas, en materia de acceso, comunicaciones, abastecimiento de agua) para el desarrollo de la actividad turística.
- Se concluye que la jerarquización influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020. Es decir, a medida que se cuente con las facilidades necesarias para llevar a cabo un registro apropiado de los recursos turísticos mejorara la información sobre las actividades en diversos folletos de información o publicidad turística que permitan al visitante conocer mejor los recursos turísticos.

Por lo expuesto

- Existe una correlación positiva alta y muy significativa ( $\rho = ,855^{**}$ ;  $p= 0,00$ ), por lo que se concluye que el inventario de recursos turísticos influye significativamente en la oferta turística en la Sub Gerencia de Promoción Empresarial y Turismo de la Municipalidad Provincial de Satipo, 2020.

## **6.2. Recomendaciones**

- Elaborar un proceso de seguimiento permanente, así como una actualización y mantenimiento de la base de datos de los productos que ofrecen con el objetivo de desarrollar una tecnología moderna en la actividad turística.
- Realizar un registro adecuado en las categorías correspondientes sobre los atractivos turísticos del área con el objetivo reforzar la información sobre las actividades en diversos folletos de información o publicidad turística que permitan al visitante conocer mejor los recursos turísticos.

## REFERENCIAS

### 7.1. Fuentes bibliográficas

- Chiavenato, I. (2015). Comportamiento organizacional (3 ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Díaz, F., Escalona, M., Castro, D., León, A. y Ramírez, M. (2013). Metodología de la investigación. México D.F., México: Trillas.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.

### 7.2. Fuentes electrónicas

- Apaza, F. (2018). Desempeño laboral en los trabajadores administrativos de la Municipalidad Provincial de Chumbivilcas – Cusco, 2018. Tesis de maestría, Universidad Peruana Unión, Juliaca. Recuperado el 05 de abril de 2020, de [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1792/Florentina\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1792/Florentina_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Becerra, Y. (2010). Propuesta de desarrollo turístico a partir del inventario de los recursos turísticos del distrito de Iberia. Bachiller, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Puerto Maldonado - Madre de Dios. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/172/004-3-12-002.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Blas, K. y Gil, J. (2018). Diversificación de la Oferta Turística para la creación de un Producto Sostenible en la provincia de Ascope, año, 2018. Bachiller, Universidad César Vallejo, Trujillo. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26720/blas\\_ak.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26720/blas_ak.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cajo, L. y Zuloeta, E. (2018). Caracterización de la demanda para la diversificación de la oferta turística en la provincia de Ferreñafe. Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipan, Pimentel. Recuperado el 16 de marzo de 2020, de

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4390/Zuloeta%20Silva%20-%20Cajo%20Gonz%c3%a1les.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Calla, D.y Campos, H. (2018). Elaboración de un inventario turístico del distrito de Olmos para su desarrollo sostenible. Tesis de bachillerato, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4556/Calla%20Odar%20-%20Campos%20Valle.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrasco, M. (2018). Turismo vivencial para la diversificación de la oferta turística del producto bosques y pirámides. Bachiller, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4554/Carrasco%20Benites.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrión, A. (2017). Elaboración del inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial de la parroquia Nambacola, cantón Gonzanama, provincia de Loja. Tesis de maestría, Pontificia universidad Católica del Ecuador, Quito. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13782/ELABORACION%20DEL%20INVENTARIO%20DE%20RECURSOS%20TUR%C3%93NICOS%20COMO%20BASE%20PARA%20LA%20PLANIFICACION%20TERRITORIAL%20DE%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Contreras, K. y Huachafa, C. (2016). Recursos turísticos y su influencia en el crecimiento de la actividad turística de la provincia. Bachiller, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Abancay. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/544>

Covarrubias, R. (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Colima. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/index.htm>

Huamán, G. y Morante, L. (2018). Diagnóstico de los recursos territoriales turísticos para el diseño de una ruta en el distrito de San Felipe, Jaén-Cajamarca. Bachiller, Universidad Señor de Sipán, Pimentel. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4392>

- López, I. y Jorge, M. (2012). Formulación y evaluación del inventario de recursos turístico del distrito de Tapo - 2011. Bachiller, Universidad Nacional del Centro del Perú, Tarma. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2019/Lopez%20Mejia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MINCETUR. (2018). Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos. Obtenido de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual\\_para\\_la\\_Elaboaracion\\_y\\_actualizacion\\_del\\_inventario\\_de\\_recursos\\_turisticos.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf)
- Ministerio del Comercio Exterior y Turismo. (2015). El Perú como destino para la operación turística. Promperú. Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/Uploads/publicaciones/10/Peru-como-destino-para-la-operacion-turistica.pdf>
- Morales, J. (2019). La oferta de actividades turísticas y el desarrollo del turismo rural en la parroquia de Tufiño. Tesis de grado, Universidad Politécnica Estatal de Carchi, Tulcán. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/755/1/335%20La%20oferta%20de%20actividades%20turisticas%20y%20el%20desarrollo%20del%20turismo%20rural.pdf>
- Porras, B. y Sullca, J. (2017). Inventario de los recursos turísticos del área de conservación privada refugio K´erendia Homet para la diversificación de la oferta turística-corredor turístico Isuyama. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Puerto Maldonado. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.unamad.edu.pe/handle/UNAMAD/251>
- Ricachi, Á. (2018). Las rutas temáticas en la diversificación de la oferta turística del Cantón Cevallos provincia de Tungurahua. Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27867/1/1804396255%20RICACHI%20BENITES%20ALVARO%20SEBASTIAN.pdf>

Secretaria de Turismo. (2005). Informe de labores. informe de labores. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/000776Pri0000.pdf>

Tamashiro, Y. (2018). Atractividad de la literatura de César Vallejo para la diversificación de la oferta turística primordial de la provincia de Santiago de Chuco en la región de La Libertad. Bachiller, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/10460/TAMASHIRO%20CENAS%20YOSHI%20LUIS%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilela, Z. (2018). Inventario turístico como base para la evaluación de los recursos turísticos del distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio, Cajamarca-2017. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas. Recuperado el 17 de marzo de 2020, de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1439/VILELA%20CORDOVA%2c%20Zoila%20Katina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### CUESTIONARIO

**I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:**

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

c. Grado académico o título profesional

Grado de Bachiller	
Título profesional	
Grado de Magister o Maestro	
Grado de Doctor	
Otros:	

**II. Instrucciones**

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda.

ITEM	1	2	3	4	5
<b>INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS</b>					
DIMENSIÓN 01					
1. ¿Considera que se ha definido adecuadamente las categorías, tipos y subtipos de los recursos turísticos de la zona?					

2. ¿Considera que los datos que constituyen fuentes de información han sido recopilados de fuentes fidedignas?					
3. ¿Considera que se ha identificado y verificado los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas de todos los medios disponibles (videos, fotografías, etc.)?					
4. ¿Considera que se procesan y llenan las fichas de registro virtual de acuerdo a los parámetros establecidos?					
<b>DIMENSIÓN 02</b>					
5. ¿Considera que cada recurso turístico de acuerdo a su categorización cuenta con características importantes que le otorgan una singularidad especial que lo distinguen y lo diferencian de los demás?					
6. ¿Se publican con regularidad los recursos turísticos evaluados que generen cierta trascendencia de orden internacional o nacional?					
7. ¿Se han reconocido los recursos turísticos sea de orden natural o cultural de la zona por organismos nacionales o internacionales?					
8. ¿Se realizan actividades con el objetivo de conservar adecuadamente los recursos turísticos?					
9. ¿Se precisa de forma efectiva de flujo de visitantes?					
10. ¿Se cuenta con las facilidades necesarias para llevar a cabo un registro apropiado de los recursos turísticos?					
11. ¿La imagen del recurso turístico e identidad del lugar han alcanzado representatividad a nivel internacional?					
12. ¿Se ha determinado la importancia del recurso turísticos de acuerdo a la estructuración de la visita turística?					
<b>DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURISTICA</b>					
<b>DIMENSIÓN 01</b>					
13. ¿Considera que la entidad edil promociona de forma intensa los recursos turísticos?					
14. ¿Considera que se tiene los medios de transporte suficientes para trasladar al visitante a su lugar de destino?					

15. ¿Se cuenta con la infraestructura necesaria (obras básicas, en materia de acceso, comunicaciones, abastecimiento de agua) para el desarrollo de la actividad turística?					
DIMENSIÓN 02					
16. ¿Se cuenta con los establecimientos que prestan servicios de alimentación en todos aquellos lugares típicos de la zona?					
17. ¿Se cuenta con zonas comerciales (servicio a los visitantes tiendas, artesanía, mercados) necesarios para el desarrollo del turismo?					
18. ¿Se informa sobre una actividad en diversos folletos de información o publicidad turística que permitan al visitante conocer mejor los recursos turísticos?					