

Universidad de Huánuco

Facultad de Ciencias Empresariales
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

TESIS

**NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN LA PRÁCTICA
DEL TURISMO DE AVENTURA (MODALIDAD ESCALADA)
EN LA CASCADA VELO DE LAS NINFAS TINGO MARÍA - 2019.**

**Para Optar el Título Profesional de :
LICENCIADA EN TURISMO HOTELERÍA
Y GASTRONOMÍA**

TESISTA

Bach. RAMÍREZ VILLASIS, Pilar Leonor

ASESORA

Mg. ORTEGA BULEJE, Vicky Evelyn

**Huánuco - Perú
2019**

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 8:00 horas del día 13 del mes de Diciembre del año 2019, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 202-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtro. Simeón Soto Espejo	(Presidente)
Mtra. Yossary Daril Bravo Taboada	(Secretaria)
Mtra. Diana Huerto Orizano	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N° 1871-2019-D-FCOMP-EAPTHG-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "**NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE EN LA PRÁCTICA DEL TURISMO DE AVENTURA (MODALIDAD ESCALADA) EN LA CASCADA VELO DE LAS NINFAS TINGO MARÍA - 2019**", presentada por el (la) Bachiller **RAMÍREZ VILLASIS, Pilar Leonor**; para optar el **título Profesional de Lic. Turismo, Hotelería y Gastronomía**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) Aprobada con el calificativo cuantitativo de 15 (Quince) y cualitativo de Bueno (Art. 45 y 47 - Reglamento de Grados y Títulos).

Siendo las 9:00 horas del día 13 del mes de Diciembre del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mtro. Simeón Soto Espejo
PRESIDENTE


Mtra. Yossary Daril Bravo Taboada
SECRETARIA


Mtra. Diana Huerto Orizano
VOCAL

DEDICATORIA:

Con mucho cariño a mis padres Yolanda Villasis y José Ramirez por su apoyo incondicional a lo largo de todo el tiempo que duró la presente investigación

A mi hija Ximei Antonella por ser quién me inspira y da fuerzas para poder seguir superándome.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, sobre todas las cosas porque con tu bendición todo es posible, permitiéndome alcanzar mis objetivos y metas propuestas en cada etapa de mi vida.

A mis Padres, por su apoyo constante e incondicional a lo largo de mi formación profesional y personal.

A mi asesora la Mg. Vicky Evelyn Ortega Buleje por su apoyo, orientación y guía a lo largo de todo el desarrollo de la presente investigación.

A los señores guías de turismo por permitirme las facilidades para recolectar información a los grupos del cual dirigían.

A los docentes del programa de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad de Huánuco por brindarnos sus conocimientos y enseñanzas durante el tiempo de mi formación profesional.

ÍNDICE

DEDICATORIA:	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE CUADROS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPÍTULO I.....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Descripción del problema.....	15
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema General:.....	18
1.2.2. Problemas Específicos:	19
1.3. Objetivo General:.....	19
1.4. Objetivos Específicos:	19
1.5. Justificación de la investigación	20
1.5.1. Justificación Teórica	20
1.5.2. Justificación Metodológica	20
1.5.3. Justificación Práctica	20
1.6. Limitaciones de la investigación	20
1.6.1. Espacial.....	20
1.6.2. Temporal.....	21
1.6.3. Acceso a la información	21
1.7. Viabilidad de la investigación	21
1.7.1. Científica	21
1.7.2. Técnica.....	21
1.7.3. Económica.....	21
CAPÍTULO II	22
MARCO TEÓRICO.....	22

2.1	ANTECEDENTES INMEDIATOS.....	22
2.1.1.	Investigaciones en el extranjero:	22
2.1.2.	Investigaciones en el Perú.....	23
2.2.	Bases Teóricas.....	30
2.2.1.	Turismo	30
2.2.2.	Clasificación del Turismo.....	31
2.2.3.	Turismo de Aventura:	32
2.2.4.	Modalidades de Turismo de Aventura:	35
2.2.5.	Recursos y Atractivos Turístico	42
2.2.6.	El Guía De Turismo.....	44
2.2.7.	Servucción:.....	47
2.2.8.	Satisfacción del Cliente.....	49
2.3.	Definiciones Conceptuales.....	57
2.3.1.	Turismo	57
2.3.2.	Turismo de aventura	58
2.3.3.	Visitante	58
2.3.4.	Atractivo Turístico.....	58
2.3.5.	Escalada	58
2.3.6.	Cascada.....	59
2.4.	Sistema de Hipótesis	59
2.4.1.	Hipótesis general:.....	59
2.4.2.	Hipótesis Específicos:.....	59
2.5.	Sistema de Variable (univariable)	60
2.5.1.	Variable	60
2.6.	Operacionalización De Variable.....	60
CAPÍTULO III		61
MARCO METODOLOGÍCO.....		61
3.1	Tipo de investigación.....	61
3.1.1.	Enfoque.....	61
3.1.2.	Nivel de investigación	61
3.1.3.	Diseño de la Investigación	61
3.2.	Población y muestra	62
3.2.1.	Población	62
3.2.2.	Muestra.....	63
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	63
3.4.	Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.	64

CAPITULO IV.....	65
RESULTADOS.....	65
4.1. Procesamiento de datos.....	65
4. 2. Contratación de hipótesis y prueba de hipótesis.....	88
4.2.1. Contrastación y prueba de hipótesis general.....	88
4.2.2. Contrastación y prueba de hipótesis Específicos.....	91
CAPÍTULO V.....	95
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	95
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES.....	102
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ANEXOS.....	106

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	16
Cuadro 2.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	65
Tabla 2	66
Tabla 3	67
Tabla 4	68
Tabla 5	69
Tabla 6	70
Tabla 7	71
Tabla 8	72
Tabla 9	73
Tabla 10	74
Tabla 11	75
Tabla 12	76
Tabla 13	77
Tabla 14	78
Tabla 15	79
Tabla 16	80
Tabla 17	81
Tabla 18	82
Tabla 19	83
Tabla 20	84
Tabla 21	85
Tabla 22	86
Tabla 23	87
Tabla 24	88
Tabla 25	89
Tabla 26	90
Tabla 27	90
Tabla 28	91
Tabla 29	92
Tabla 30	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	65
Gráfico 2	66
Gráfico 3	67
Gráfico 4	68
Gráfico 5	69
Gráfico 6	70
Gráfico 7	71
Gráfico 8	72
Gráfico 9	73
Gráfico 10	74
Gráfico 11	75
Gráfico 12	76
Gráfico 13	77
Gráfico 14	78
Gráfico 15	79
Gráfico 16	80
Gráfico 17	81
Gráfico 18	82
Gráfico 19	83
Gráfico 20	84
Gráfico 21	85
Gráfico 22	86
Gráfico 23	87
Gráfico 24	89

RESUMEN

La presente investigación intitulada: “Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019”, tuvo como objetivo principal: Determinar el nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019, para lo cual se formuló la siguiente interrogante ¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019?, como hipótesis se plantea: El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 está en un nivel Satisfactorio.

La investigación que se desarrolló es de tipo Descriptivo; la muestra se obtuvo a través muestreo de tipo probabilístico que determinó 266 visitantes que acuden a la cascada Velo de las Ninfas para la práctica de la Escalada; se utilizó el cuestionario de preguntas como instrumentos para la recolección de datos y el método estadístico para el procesamiento y presentación de resultados.

En los resultados de la presente investigación nos muestran que el nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel Satisfactorio, siendo los indicadores más influyentes el tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.), la orientación y la asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante y las vías de acceso dentro del atractivo; en tanto la valoración respecto al atractivo muestra una escala valorativa de indistinto; respecto al servicio de guiado y el gasto muestran escalas de valoración satisfactoria.

Palabras Clave: Nivel de Satisfacción, Turismo de aventura, Turismo

ABSTRACT

The present research entitled: "Satisfaction level of the visitor in the practice of adventure tourism (climbing mode) in the Velo de las Ninfas Tingo María waterfall - 2019", had as main objective: Determine the level of satisfaction of the visitor in practice of adventure tourism (climbing mode) at the Velo de las Ninfas waterfall in the city of Tingo María - 2019, for which the following question was asked: What is the level of satisfaction of the visitor in the practice of adventure tourism (modality climbing) at the Velo de las Ninfas waterfall in the city of Tingo María - 2019?, as a hypothesis: The level of visitor satisfaction in the practice of adventure tourism (climbing mode) at the Velo de las Ninfas Tingo María waterfall - 2019 is at a Satisfactory level. The research that was developed is descriptive; the sample was obtained through probabilistic sampling that determined 266 visitors who come to the Velo de las Ninfas waterfall to practice climbing; The questionnaire was used as instruments for data collection and the statistical method for processing and presenting results.

In the results of the present investigation they show us that the level of satisfaction of the visitor in the practice of adventure tourism (climbing mode) in the Velo de las Ninfas waterfall in the city of Tingo María - 2019 is at a Satisfactory level, being the more influential indicators the type of information provided by the guide about attractiveness (history, fauna, etc.), guidance and advice at all times by the guide to any question and the access routes within the attraction; while the valuation with respect to the attractiveness shows a valuation scale of indistinct; Regarding the guidance service and the expense, scales of satisfactory assessment are shown.

Keywords: Satisfaction Level, Adventure Tourism, Tourism

INTRODUCCIÓN

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en 2015 arribaron al Perú 3 millones 455,709 turistas, y el 2017 cerró con 4 millones 32,339 y se espera un crecimiento del 8% para el 2019 (MINCETUR 2019); con ello el Perú recibiría 4 millones 400,000 turistas extranjeros en el presente año, proyectó hoy la Comisión de Promoción del Perú para las Exportaciones y el Turismo (PromPerú), con lo cual se generaría ingresos por 5,000 millones de dólares al país, sólo para tener una idea seis de cada diez vacacionistas extranjeros que ingresaron al Perú, practicaron actividades de aventura en el Perú en el cual destacan el trekking, el montañismo y el paseo en bote (Perfil del turista extranjero 2017. PROMPERU (2017)

El Perú cuenta con infinidad de riqueza turística, la cascada el Velo de las Ninfas es uno de los atractivos turísticos de la ciudad de Tingo María, creada por Resolución Ministerial N° 167-96-ITINCI constituye parte de la reserva nacional turística, asimismo cuenta con ficha de inventario turístico actualizado al 2017 (MINCETUR 2017), disponible en portal del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; es el más recomendado por las agencias que operan este tipo de actividad turística, siempre en cuando se ejecute con las medidas y equipos necesarios la experiencia suele ser bastante buena. Pero que tan cierto es esta afirmación hecha por los operadores, sería conveniente también indagar con los otros actores principales del servicio como son los visitantes propiamente dicho su nivel de satisfacción basado en su percepción en cuanto a la actividad desarrollada, esto para tener un panorama más certero de cómo se desarrolla la actividad de la escalada en la cascada velo de las ninfas para posteriormente poder tomar acciones que puedan servir para mejorar o corregir y de esta manera lograr que dicho atractivo logre posicionarse en el mercado

Es por ello que en la presente investigación se busca determinar el nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019, la cual nos permitirá ubicar dentro de una escala el nivel de satisfacción que tiene el visitante durante el desarrollo de la actividad mencionada, para ello la investigación se ha estructurado en cinco capítulos:

El Capítulo Primero, está orientado a enfocar el problema, metódicamente se considera: descripción de la realidad problemática, problema de investigación, así como las limitaciones, viabilidad y justificación de la investigación.

El Capítulo Segundo, se incluyen los antecedentes de investigación referidos al tema, el marco teórico que sustenta la investigación el cual contiene teorías de diversos autores referidos a la variable de estudio, las definiciones conceptuales, el planteamiento de hipótesis tanto general como específicas, el sistema de variable y la operacionalización de la misma.

El Capítulo tercero, trata sobre la metodología empleada en la investigación, metódicamente se enfoca el tipo y nivel de investigación, el método y diseño de la investigación, considera a la población y muestra de la investigación, las técnicas e instrumentos de la investigación y los instrumentos métodos y técnicas de recolección y análisis de datos.

El Capítulo Cuarto, contiene lo referido a la presentación de resultados luego de su procesamiento presentado a través de cuadros y gráficos estadísticos, así también la contrastación de hipótesis y prueba de hipótesis.

En el Capítulo Quinto, contiene las discusiones de resultados con la referencia bibliográfica de las bases teóricas y los antecedentes de investigación.

Finalmente se hacen las conclusiones, las recomendaciones, la referencia bibliográfica y los anexos concernientes a la investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

En el mundo de hoy la actividad turística se ha convertido en una de las actividades prioritarias y de gran crecimiento en diversos países del mundo, Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo, según el informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el panorama del Turismo Internacional 2017. Según la OMT, las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.235 millones en 2016. Por otra parte, el turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, tras subir un punto porcentual desde el 6% en 2015. Esto implica que el turismo ha crecido con mayor rapidez que el comercio mundial durante los últimos cinco años y como categoría mundial de exportación, ocupa el tercer puesto.

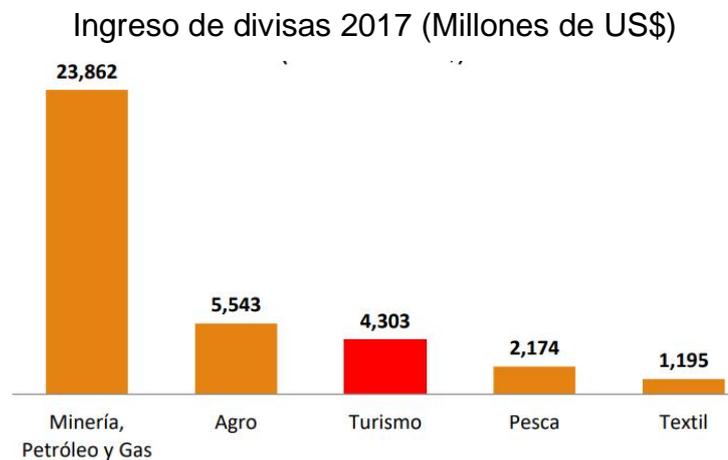
América Latina por su parte tiene mucho que ofrecer a los viajeros de todo el mundo: increíbles paisajes y playas, historia, cultura, buen clima, turismo de aventuras... por eso varios países de la región siempre tienen un buen desempeño en los listados de destinos turísticos así tenemos Argentina, Brasil, Ecuador y Galápagos, México y Perú que suelen ocupar lugares destacados en los rankings turístico.

Un dato bastante curioso que hay que tener en cuenta es que el 23% de los arribos internacionales registrados a nivel mundial en 2017 pertenecen al segmento de turistas jóvenes, lo que equivale a la cuarta parte del turismo mundial (304 millones de llegadas). Además, este flujo tiene un valor estimado de mercado de US\$ 280 000

millones. Así lo destaca la Organización Mundial del Turismo y la WYSE Travel Confederation, que en su estudio “New Horizons IV: A Global Study of the Youth and Student Traveller” explora las principales características de 57 000 viajeros menores de 30 años de 188 países. Este indicador nos muestra a tendencias de actividades no tradicionales destinados a ese segmento tal es el caso del turismo de aventura.

En nuestro país la actividad turística se constituye como la tercera actividad económica de mayor importancia detrás del agro y la minería, tal como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 1



Fuente: BCRP, SUNAT

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Nuestra fortaleza principalmente está dirigida al segmento arqueológico, pero no es el único, el Perú destaca por su creciente reconocimiento internacional como lugares para realizar actividades de turismo de aventura, según el informe “Global Adventure Tourism”, elaborado por GlobalData en enero del 2018 y difundido por Promperú, ya que nuestro país cuenta con riqueza natural que favorece el desarrollo de actividades del suf, trekking, escalada, parapente, climbing, etc. En diversas regiones de nuestro país.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en 2015 arribaron al Perú 3 millones 455,709 turistas, en 2016 se incrementó a 3 millones 744,461 y el 2017 cerró con 4 millones 32,339 y se espera un crecimiento del 8% para el 2018 (MINCETUR 2018); con ello el Perú recibiría 4 millones 400,000 turistas extranjeros en el presente año, proyectó hoy la Comisión de Promoción del Perú para las Exportaciones y el Turismo (PromPerú), con lo cual se generaría ingresos por 5,000 millones de dólares al país, sólo para tener una idea seis de cada diez vacacionistas extranjeros que ingresaron al Perú, practicaron actividades de aventura en el Perú en el cual destacan el trekking, el montañismo y el paseo en bote (Perfil del turista extranjero 2017. PROMPERU (2017)

Ante los datos expuestos anteriormente queda entendido que el turismo se ha convertido en una alternativa de desarrollo de los pueblos, muchas provincias y distritos de todo el Perú vienen haciendo los máximos esfuerzos para atraer la mayor cantidad de visitantes. Si nos centramos en la Región Huánuco dentro de la provincia de Leoncio Prado se sitúa Tingo María, situada a 120 kilómetros de la ciudad de Huánuco. Esta ciudad es la entrada a la amazonía norcentral del Perú. Hoy en día Tingo María es una ciudad comercial, la cual es una conexión entre la costa central y Pucallpa y una de las áreas turísticas de la selva alta. La ciudad presenta diversos atractivos para visitar, hay dos lugares que destaca en Tingo María: el Parque Nacional Tingo María y el Parque Nacional Cordillera Azul; también sobresalen, la Cueva de las lechuzas, la bella Durmiente, el Cerro San Cristóbal, la Cueva de las Pavas, Jardín Botánico de Tingo María, la Laguna de los Milagros, un sin número de cascadas propicias para la práctica del turismo de aventura, en especial para la práctica de la escalada como el caso de la Cascada de Honolulu y la Cascada El Velo de las Ninfas que son muy concurridas por los amantes de la escalada

Dentro del mundo de la práctica de este deporte de la escalada podemos encontrar diferentes variedades, aunque todas con el mismo fin, ascender valiéndose de la fuerza física y mental la que se práctica en el Velo de las ninfas es la de escalada recorriendo sus 12 cascadas y apreciar la maravilla de su paisaje que se complementa con la abundancia de aves de diversas variedades, mariposas multicolores, animales silvestres y otras especies que habitan el lugar, llena de vegetación. La modalidad que ofrece este atractivo es de nivel básico por lo que no es necesario tener conocimientos previos, sólo seguir las recomendaciones del guía.

La cascada el Velo de las Ninfas creada por Resolución Ministerial N° 167-96-ITINCI constituye parte de la reserva nacional turística, asimismo cuenta con ficha de inventario turístico actualizado al 2017 (MINCETUR 2017), disponible en portal del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; es el más recomendado por las agencias que operan este tipo de actividad turística, siempre en cuando se ejecute con las medidas y equipos necesarios la experiencia suele ser bastante buena. Pero que tan cierto es esta afirmación hecha por los operadores, sería conveniente también indagar con los otros actores principales del servicio como son los visitantes propiamente dicho su nivel de satisfacción basado en su percepción en cuanto a la actividad desarrollada, esto para tener un panorama más certero de cómo se desarrolla la actividad de la escalada en la cascada velo de las ninfas para posteriormente poder tomar acciones que puedan servir para mejorar o corregir y de esta manera lograr que dicho atractivo logre posicionarse en el mercado.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General:

¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019?

1.2.2. Problemas Específicos:

- ¿Cuáles es el nivel de satisfacción del visitante respecto al atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019?
- ¿Cuáles es el nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019?
- ¿Cuáles es el nivel de satisfacción del visitante respecto al gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019?

1.3. Objetivo General:

Determinar el nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019.

1.4. Objetivos Específicos:

- Determinar el nivel de satisfacción del visitante respecto al atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019.
- Determinar el nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019.
- Determinar el nivel de satisfacción del visitante respecto al gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – **2019.**

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación Teórica

La presente investigación busca mediante la aplicación de la teoría identificar los niveles de satisfacción en tres dimensiones propuestas que se dan cuando uno lleva a cabo la práctica de la escalada en cascadas, cuyos resultados permitirán contrastar teorías así también los resultados servirán de aporte a nuevos planteamientos de investigación.

1.5.2. Justificación Metodológica

El método, los procedimientos, técnicas e instrumentos que se utilizaron en la presente investigación contaron con la validez y confiabilidad suficiente para ser empleados, la metodología se alinea a la misma que propone la Universidad de Huánuco.

1.5.3. Justificación Práctica

Los niveles de satisfacción en cualquier tipo de prestación del servicio permiten a los operadores responder a las necesidades que exigen el mercado actual para ser más eficientes y eficaces, logrando que los clientes se muestren satisfechos y a la vez que los operadores, logren alcanzar posicionamiento en el mercado, los atractivos puedan ser mejorados o mantener su estándar, por ello es necesario identificar éstos niveles de satisfacción para poder tomar las acciones que consideren conveniente los actores involucrados en la prestación del servicio u entidades a cargo de su conservación y mantenimiento, considerando como referencia los resultados obtenidos en la presente investigación.

1.6. Limitaciones de la investigación

1.6.1. Espacial

La presente investigación se centra únicamente en la práctica de la escalada en la cascada de “el velo de las ninfas”,

situado en el distrito de Damaso Beraún – provincia de Leoncio Prado, por las facilidades de acceso al atractivo para el desarrollo de la presente investigación.

1.6.2. Temporal

La presente investigación se desarrollará en un único periodo de tiempo comprendido en los meses de octubre a noviembre del presente año.

1.6.3. Acceso a la información

Se considera la predisposición de los visitantes que han realizado la práctica de la escalada en la catarata velo de las Ninfas, Tingo María.

1.7. Viabilidad de la investigación

1.7.1. Científica

Se tiene a disposición los conocimientos científicos con bibliografía adecuada en materia de competencias laborales y manuales de gestión de servicio de libre distribución.

1.7.2. Técnica

Se cuenta con metodología, técnicas, métodos, procedimientos, herramientas e instrumentos y asesoramiento para enfocar la investigación a lo largo de todo el proceso de investigación.

1.7.3. Económica

La disposición de recursos materiales y económicos para el desarrollo de la presente investigación son limitados pero los suficientes para llevar a cabo la presente investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INMEDIATOS

Los trabajos de investigación antecesores a la presente el cual abordan temas que serán desarrollados en nuestra investigación son:

2.1.1. Investigaciones en el extranjero:

Aguilar Aguilar, G. E., & Banegas Silva, C. F. (2013). *Los deportes extremos en el Azuay. Elaboración de una guía turística* (Bachelor's thesis). Las conclusiones a las que llegó fueron:

- El Turismo de Aventura, es sin dudar la modalidad turística del siglo XX a nivel mundial, su crecimiento ha sido de forma acelerada, provocando que el turismo de descanso se vea desplazado. Por lo que invertir en promoción y desarrollo en el Turismo de Aventura dentro de la provincia del Azuay, es definitivamente el mejor negocio.
- Una vez realizadas las encuestas de información en cada uno de los sitios turísticos donde se practica deportes de aventura en los cantones del Azuay, se logró determinar que las principales motivaciones para practicar Turismo de Aventura en la provincia son el riesgo y la adrenalina; obteniendo también como resultado que el grado de satisfacción de los visitantes luego de haber efectuado la actividad es satisfactoriamente alto.
- Luego de efectuadas las entrevistas personales a los trabajadores de las operadoras turísticas que ofertan programas de Turismo de Aventura en la provincia del Azuay, y a los guías especializados en la práctica de deportes de aventura en general, se determinó que los

deportes de aventura más practicados en el Azuay son: el canopy, el parapente, el ciclismo de montaña y la escalada.

Patricio Nikolay Sánchez Sánchez (2015). Universidad Técnica de Ambato – Guatemala. Desarrolló una investigación a nivel licenciatura titulada: "LA METODOLOGIA EN LA ENSEÑANZA DE ESCALADA DEPORTIVA CATEGORIA INFANTIL DE FEDERACION DEPORTIVA DE BOLIVAR DE LA CIUDAD DE GUARANDA. Las conclusiones a las que llegó fueron:

- Los procesos que emplean los entrenadores en la metodología en la enseñanza de escalada deportiva categoría infantil no se sustentan en orientaciones pedagógicas didácticas pertinentes.
- La didáctica desde el punto de vista metodológico y organizativo en la labor educativa- deportiva promueve de manera efectiva los niveles de aprendizaje cognitivo, procedimental y actitudinal.
- Es importante la enseñanza de escalada deportiva considerando que la estructura metodológica es: organizada, sistematizada y amplia; el contenido científico es: muy actualizado, profundo y pertinente; el sistema de tareas y actividades es: pertinente, diseñado y factible de realizar; el sistema de evaluación es, adecuado; por lo que es muy recomendable su utilidad, y su aplicación permitirá mejorar los niveles de ejecución de la metodología en la enseñanza de escalada deportiva en gran medida.

2.1.2. Investigaciones en el Perú

Llontop Lopez Dora Cristina (2016) Universidad Nacional de Trujillo, desarrolló una investigación de licenciatura titulada Condiciones Turísticas para la práctica del turismo de aventura en la provincia de San Martín, departamento de San Martín, en

la Universidad Nacional de Trujillo - año 2016. Las conclusiones que llegó fueron:

- Los recursos naturales, la accesibilidad hacia los recursos, el apoyo de las autoridades locales y la disponibilidad de la población local se convierten en potencialidades turísticas para el desarrollo del Turismo de Aventura de la provincia de San Martín, departamento de San Martín.
- Existe una gran diversidad de empresas turísticas que el visitante puede elegir para llegar a la provincia de San Martín, desde empresas de transporte fluvial, aéreo y terrestre, todos cuentan con lo necesario para hacer que el viaje sea placentero.
- El 88% del total de la población encuestada está totalmente de acuerdo en la implementación del turismo de aventura en la provincia de San Martín.
- El 97% de la población local participa en los proyectos turísticos que se propagan para su comunidad.

Muñoz Molina, Deisy Mercedes & Quispe De La Cruz, Eduardo (2018). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Desarrollaron una investigación a nivel licenciatura titulada: "Impacto en el turismo receptivo con la puesta en valor de la catarata de Gocta en Amazonas - Perú." Las conclusiones a las que llegó fue:

- Tras la ejecución del proyecto "Mejoramiento de los servicios turísticos de acceso hacia la catarata de Gocta - distrito de Valera, provincia de Bongará, región Amazonas", el cual fue ejecutado en el año 2015 por el MINCETUR a través del Plan COPESCO con un presupuesto de S/. 3. 6 millones ; ante esto el 78% de los operadores que prestan servicios de tours a Gocta sí están de acuerdo que ha habido mejoras en la infraestructura turística en tres de los cuatro aspectos ejecutados en el proyecto (habilitación del

estacionamiento en Cocachimba, ampliación del parador turístico de Cocachimba e implementación de miradores en el camino Cocachimba - catarata de Gocta), a excepción de la implementación de zonas de descanso y habilitación de botaderos en el camino de Cocachimba - catarata de Gocta, ya que el 33% de los operadores considera que no ha habido mejoras en estos dos aspectos

- Con la información obtenida y según criterio de los operadores de turismo encuestados, el 56% considera que los servicios turísticos en la catarata de Gocta sí están creciendo en forma ordenada. Sin embargo, el 44% de estos están en desacuerdo por las siguientes razones: No se ha realizado una adecuada planificación, falta de ordenamiento territorial y también porque los guías de la asociación que lo administra adolecen de técnicas y estrategias de guiado, ya que tienen limitaciones con el dominio de otros idiomas
- Los resultados muestran que de todos los turistas extranjeros que visitan Gocta, el 77% lo hacen a través de una agencia de viajes, de estos el 80% mencionó que el servicio brindado por el operador de turismo contratado sí estuvo acorde a sus deseos y necesidades. Sin embargo, el 11% califica como pésimo a las señalizaciones de seguridad del camino a Gocta y también el trato del guía (9%).
- Los resultados demuestran que el mayor impulso de la actividad turística en la catarata de Gocta (78%) ha sido realizada por el MINCETUR y PROMPERU a través de las campañas de viaje “Y tú qué planes”; empero estas campañas están más orientadas a promover el turismo interno, ya que la mayoría de turistas extranjeros que visitan Gocta indican que la fuente por la cual se enteran

de esta catarata es el internet y específicamente a través del portal web de viajes TripAdvisor (54%).

- La mayoría de turistas extranjeros que visitan Amazonas contratan el paquete turístico que incluye la catarata de Gocta, los sarcófagos de Karajía y la fortaleza de Kuélap (89%), y el 61% de los turistas que conocieron Gocta también habrían visitado a la fortaleza de Kuélap.
- Los resultados obtenidos muestran que el grado de afluencia del turismo receptivo en la catarata de Gocta es aún bajo (30%) en comparación del turismo interno (70%); ya que en promedio por cada 10 turistas que visitan Gocta, tres son extranjeros y siete son nacionales (de estos 4 son turistas nacionales, 2 son regionales y 1 es local). Sin embargo, Gocta captó el 56 % del total de turistas extranjeros que visitó la región Amazonas en el 2016 y tuvo un crecimiento del 4% frente al 2015, y en comparación al flujo de turistas internacionales (3.7 millones) que llegaron al Perú en el 2016, Gocta captó únicamente el 0.20% de los visitantes extranjeros (20 por cada mil turistas)
- Esta investigación concluye que el aspecto más relevante a considerar consiste en que el 100% de los turistas extranjeros que visitaron la catarata de Gocta, se quedan maravillados por la magnitud de la caída de sus aguas, este atributo junto al majestuoso paisaje de la zona los hace que disfruten de la naturaleza y así el trekking se vuelva más liviano; por lo tanto, muchos de estos visitantes se mostraron motivados a volver (78%) y a su vez el 94% indicó que recomendará a sus amigos y/o familiares para que también visiten Gocta, ya que ellos también obtuvieron información sobre esta catarata a través de amigos (44%).

Vargas, Guzman F. (2016). Universidad Nacional de San Martín. Desarrolló una investigación a nivel Licenciatura titulada: Principales causas que limitan el nivel de satisfacción de Los visitantes del atractivo turístico la cascada de Ahuashiyacu-distrito banda de shilcayo, Provincia San Martín Las conclusiones a las que llegó fueron:

- Se determinó que el nivel de satisfacción de los visitantes a las cascadas de Ahuashiyacu está limitada principalmente por la falta de infraestructura de descanso y la escasa seguridad turística para el libre esparcimiento del visitante.
- El nivel de satisfacción de los visitantes respecto a la infraestructura de descanso del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu muestra una tendencia significativa a la categoría “poco satisfecho” con un 30%, comprobado a través de los cuadros comparativos y la observación directa, que los visitantes perciben que hay pocas zonas y sitios de descanso, en tal sentido los visitantes prefieren conservar la vista natural aunque estén poco satisfechos con los indicadores mencionados, sin embargo con la observación directa se puede apreciar que es necesario aumentarlos puesto que según la cantidad de visitantes diarios que varían aproximado de 300 a 350 visitas diarias y siendo solo 3 zonas de descanso con un aproximado de 9 sitios de descanso esto no sería suficiente , así se puede afirmar que la infraestructura de descanso limita el nivel de satisfacción de los visitantes a un atractivo turístico.
- En relación al nivel de satisfacción de los visitantes respecto al manejo de información que realizan los orientadores turísticos del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu se puede afirmar que el nivel de satisfacción tiene una tendencia a “satisfecho” con un 21% de los visitantes; mostrando su conformidad con el servicio prestado por los

orientadores y/o guías turísticos ligados a la información escrita, información explicada de la infografía, claridad de la información, historias y relatos. Así mismo un 30% de estos mencionan no recibir información, lo que no nos permite evaluar su nivel de satisfacción, puesto que no tiene la información y no puede emitir una opinión frente a ello, en tal sentido ello indica que en esta hipótesis fue válida como nula en la medida que no constituye una limitante en la satisfacción del visitante.

- Se concluyó que el nivel de satisfacción de los visitantes respecto a la seguridad del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu limita significativamente en el nivel de satisfacción teniendo en cuenta que se alcanzó un 41 % de la categoría “nada satisfecho” lo que nos permite afirmar que la seguridad si limita en el nivel de satisfacción de los visitantes a un atractivo turístico, puesto que estos se sienten vulnerables en caso de una emergencia en el lugar.

Bach Mesía Noriega Tatiana Grace (2013). Universidad Nacional Agraria de la Selva. Desarrolló una investigación a nivel licenciatura titulada: Valoración Económica de los Servicios Ambientales: Caso la Catarata Santa Carmen del Distrito de Mariano Dámaso Beraún - Provincia de Leoncio Prado - Huánuco. Las principales conclusiones a las que llegó fueron:

- La catarata Santa Carmen ofrece un conjunto de servicios ambientales, como son: belleza escénica, aire limpio, área verde, entre otros; pero el estilo de crecimiento del Distrito de Mariano Dámaso Beraún ha mostrado que pone en riesgo la protección, conservación y mejora de dichos servicios, tanto en cantidad como en calidad.
- Los principales factores que determinan el valor económico del recurso turístico Catarata Santa Carmen son: el precio

por el acceso y el gasto mensual por viaje de los visitantes, y mediante la metodología de valoración contingente (modelo del Anexo 01) se determinó que la disponibilidad a pagar (DAP) es S/. 3.00, el resto de variables carece de significación estadística.

- En el caso del recurso natural Catarata Santa Carmen, la mejora en el acceso al recurso es más significativa para el poblador de la zona que se dedica a la agricultura, entre otras razones, porque de esa manera las visitas traen consigo mayor demanda para los productos que los agricultores producen. Esta situación, califica a la hipótesis de la investigación desarrollada como verdadera. Puesto que, por ejemplo, para el poblador agricultor de la zona la mejora en el acceso le es favorable, en términos de su bienestar, en aproximadamente 2.39% (aumenta en 80%) más que si el individuo no fuera agricultor.

Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía – MINCETUR (2017). Ha realizado una investigación titulada: Nivel de satisfacción del turista nacional y extranjero que visita San Martín. El informe presenta las siguientes conclusiones:

- Una de las Fortalezas es la hospitalidad de las personas, la gastronomía, la naturaleza, el paisaje y la vegetación.
- Otra de las fortalezas que ofrece San Martín es la seguridad y la atención en los servicios de alojamiento, así como el servicio en las agencias de viaje y turismo.
- La única debilidad que presenta el atractivo de la catarata de Ahuashiyacu es la venta de souvenirs y recuerdos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Turismo

Según Ramos (2014) el turismo es la actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal[...]. Los desplazamientos humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes, creando en él diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico.

Por otro lado Zapata (2009) afirma que: Etimológicamente Turismo se deriva de la palabra latina tornus que significa la acción de movimiento y retorno. Su definición actual es la afición a viajar para conocer un país o una región y la organización de los medios que permiten y facilitan esos viajes para el recreo, paseo, conocimiento y diversión. (p.31)

Martin (2004) en su libro Dirección y gestión de empresas del sector turístico señala que el turismo es un tema de estudio muy amplio y difícil de resumir en un capítulo, dada su dimensión social, económica, cultural, psicológica, etc. ya que no se trata de un fenómeno no solo económico, sino sobre todo social.

Etimológicamente, el vocablo “turismo” procede de las raíces tour y turn, ambas procedentes del verbo en latín tornare, que significa “girar”. Por tanto, etimológicamente esta palabra hace referencia a la idea de giro, de viaje circular, de vuelta al punto de partida.

Por su parte la Organización Mundial del turismo como máximo ente en materia de turismo nos da el criterio oficial, donde menciona que El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios profesionales.

Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT 2016).

Por otro lado, Oscar de la Torre Padilla, da una definición muy completa la cual se considera que puede adaptarse a la interpretación y a las leyes particulares de cada país, debido a que permite comprender el concepto en su sentido más amplio, donde “el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultural o salud; se trasladan de su entorno habitual a otro lugar por un determinado tiempo, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando interrelaciones de importancia social, económica y cultura.

2.2.2. Clasificación del Turismo

Considerando que el fenómeno turístico siempre está en función del hombre podemos diferenciar los distintos tipos de turismo y, conviene tomar en cuenta las siguientes preguntas: ¿Quién viajará?, ¿Por qué lo hace?, ¿Cómo lo lleva a cabo?, ¿Qué efectos produce?. Lo expuesto anteriormente nos permite clasificar al turismo en base a los siguientes criterios:

- Por su origen: nacional o receptivo (extranjero). *f*
- Por su motivación: de recreación, descanso, cultura y salud.
- Por su permanencia: de corta y larga estancia.
- Por su forma de viajar: en excursión y autónomo.
- Por el medio de transporte: aéreo, terrestre y acuático.
- Por su posibilidad de elección: libre y dirigida (Francisco T. 2016)

Por otro lado, tomando otro criterio se puede clasificar al turismo de acuerdo al medio ambiente en el que se desarrolla, teniendo de esta manera:

- Turismo Convencional o Tradicional: Aquel que se realiza en lugares urbanos o establecimientos previamente construidos para una actividad principal, como por ejemplo el que se realiza en casinos, hoteles, centros comerciales, etc.
- Turismo No Convencional: Es aquel que surge donde la naturaleza juega un papel determinante. Este tipo de turismo se centra en la realización de actividades afines al entorno en que se desarrolla, de tal manera que genera servicios y una planta turística que se adapta a las necesidades que producen

Por su parte la ley general del turismo Ley N° 29408 contempla un tipo de clasificación del turismo acorde a su procedencia teniendo lo siguiente:

- Turismo Interno o Nacional, realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.
- Turismo Receptivo, realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior. *f*
- Turismo Emisor, realizado por los residentes de un país los cuales visitan otros países.

Otras modalidades de turismo acorde a las actividades que desarrollan tenemos: agroturismo, turismo vivencial, turismo rural, turismo de negocios, turismo deportivo, turismo de aventura, etc etc.

2.2.3. Turismo de Aventura:

Antes de proceder a determinar el significado del término turismo de aventura, hay que establecer cuál es el origen

etimológico de las dos principales palabras que lo conforman. En este sentido hay que decir que ambas emanan del latín:

- Turismo deriva del vocablo latino “tornus”, que puede traducirse como “movimiento o vuelta”.
- Aventura, por su parte, emana del latín “adventura”, que es equivalente a “las cosas que han de llegar”.

Aventura, por su parte, es un suceso extraño, una contingencia o un evento extraño o riesgosa de resultado incierto

Estos dos conceptos nos permiten acercarnos a la noción de turismo aventura, en efecto se trata de la actividad turística que implica un viaje hacia un área remota o que incluye un plan donde pueden acontecer hechos inesperado; dicho esto la forma más sencilla de comprender al turismo aventura es por oposición al turismo convencional. Si la mayoría de los viajeros tiende a visitar grandes ciudades o a descansar en la playa, los turistas de aventura apuestan por vacaciones más activas, que incluyan deportes de riesgo o exploraciones en la naturaleza. Existen una gran variedad de propuestas a la hora de practicar lo que es turismo de aventura. Sin embargo, entre las alternativas más frecuentes al respecto se encuentran el cicloturismo, el turismo rural o el senderismo. Esta última actividad es, sin lugar a dudas, una de las que más protagonismo y desarrollo está teniendo en los últimos años debido a que conjuga tres aspectos: cultura, deporte y medio ambiente Entendido que la práctica del turismo de aventura implica actividades también ligadas a la práctica de los deportes con fines de ocio Hay que destacar que, en ocasiones, suele confundirse lo que es turismo de aventura con deportes de aventura. No obstante, en ese sentido la diferencia es muy clara: para poder llevar a cabo la segunda actividad citada se hace necesario tener experiencia y formación en la misma mientras que para la primera no, es decir, es importante

tener en cuenta que el turismo aventura busca el ocio, a diferencia del deporte de aventura que tiende a la competencia y que requiere de un entrenamiento más exigente.

Otras definiciones de turismo de aventura

- “Actividades que impliquen participación en actividades que supongan una respuesta a un desafío planteado por el entorno físico natural: Olas marinas, vientos, montañas, etc.”, Progen (1979).
- “Actividades que impliquen interacción con el medio ambiente natural y que contengan elementos de riesgo aparente o real cuyo resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el perfil del participante y otras circunstancias de manera relativa”, Ewert (1989).
- “Viajar con el sólo propósito de buscar una actividad de ocio aventurera”, Johnston (1992).
- “Viajes motivados principalmente por la realización de deportes peligrosos y excitantes (rafting, escalada, buceo, travesías montañosas, etc.) en ambientes naturales sobresalientes, por mera satisfacción personal y de convivencia social a nivel de pequeños grupos de amigos y entre un público eminentemente joven”, Eagles (1995).

Por su parte, el estudio de la definición del turismo de aventura también ha sido objeto de estudio de instituciones y organismos internacionales. Es el caso de la Organización Mundial del Turismo, que define esta tipología turística como “viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico, y que suelen realizarse en zonas remotas o relativamente inexploradas”, OMT (2002). En definitiva, hablamos de una práctica de un turismo con

carácter activo que se desarrolla en el medio natural y que en ocasiones tiene cierto grado de riesgo para quienes lo practican. Aunque, según Rivera Mateos (2010), se debe ajustar y revisar las definiciones del turismo de aventura, donde se observa la búsqueda, por parte de la demanda, de viajes con experiencias relacionadas con la cultura indígena, el conocimiento de otras culturas diferentes y el ecoturismo, con la práctica de actividades en contacto con la naturaleza

2.2.4. Modalidades de Turismo de Aventura:

Mediante Resolución MINISTERIAL N° 083-2018-MINCETUR del 28 de febrero de 2018 en la cual menciona en la parte resolutive:

Artículo 1.- Aprobar las siguientes modalidades de Turismo de Aventura: Ala Delta, Barranquismo, Buceo, Cabalgata, Canopy / Zipline, Ciclismo, Esquí, Escalada, Espeleología o Exploración de cuevas, Kayak, Kite surf, Parapente, Puentismo, Rápel, Sandboard y Tabla a vela, cuyas definiciones se encuentran contenidas en el listado que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución Ministerial.

Artículo 2.- Publicar la presente Resolución y su Anexo en el Portal Institucional del Ministerio de Comercio Exterior (www.mincetur.gob.pe) el mismo día de la publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial “El Peruano”

Para efectos del Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura, son modalidades de turismo de aventura las que se mencionan a continuación:

a. **Ala Delta:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en planear y realizar vuelos en el aire mediante el uso de un mecanismo construido sin motor y en donde el despegue y

aterrizaje se efectúan a baja velocidad. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años.

- b. **Barranquismo:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en descender barrancos en el curso de un río, combinando natación y escalada para salvar los obstáculos naturales. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de diez (10) años.
- c. **Buceo:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en sumergirse en cuerpos de agua, ya sea el mar, un lago o un río, con o sin ayuda de equipos especiales. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de ocho (08) años.
- d. **Cabalgata:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en acceder a zonas preferentemente agrestes en caballo, La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de ocho (08) años.
- e. **Canopy / Zipline:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en deslizarse desde una superficie a otra a través de una polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de siete (07) años.
- f. **Ciclismo:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en recorrer circuitos al aire libre, en pista cubierta o en diversas superficies en bicicleta. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de diez (10) años.
- g. **Esquí:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en deslizarse por la nieve, por medio de dos tablas sujetas a la suela de las botas del esquiador mediante fijaciones mecánico robóticas, con múltiples botones con funciones diversas. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años.
- h. **Escalada:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en realizar ascensos sobre paredes de fuerte pendiente

valiéndose de la fuerza física y mental. Dichas paredes pueden ser de roca, hielo, mixta, entre otras. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años. En caso de palestra o escalada artificial, la edad mínima para dicha práctica es de ocho (08) años.

- i. **Espeleología** o exploración de cuevas: Modalidad de turismo de aventura que consiste en adentrarse en cavidades naturales del terreno causadas por algún tipo de erosión de corrientes de agua, hielo o lava, o una combinación de varios de estos factores. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de ocho (08) años.
- j. **Kayak**: Modalidad de turismo de aventura que consiste en desplazarse por la superficie de un río, lago, laguna u océano en una canoa, en donde el usuario va sentado mirando hacia el frente, con un remo de dos palas que lo impulsa. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de ocho (08) años.
- k. **Kite surf**: Modalidad de turismo de aventura que consiste en deslizarse en el agua sobre una tabla mediante el uso de una cometa de tracción que tira del usuario por líneas. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años.
- l. **Parapente**: Modalidad de turismo de aventura que consiste en utilizar un equipo aerodinámico, ultra liviano y flexible que utiliza la fuerza de tracción humana para despegar y aterrizar. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años.
- m. **Puentismo**: Modalidad de turismo de aventura que consiste en lanzarse desde un puente u otro lugar situado a gran altura, sujetándose a este mediante una cuerda atada al cuerpo de la persona. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años.

- n. **Rápel:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en descender desde un punto fijo - saliente de roca, pitón, árbol – por medio de una doblada de cuerda y, a continuación, recuperarla desde abajo estirando uno de los extremos. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de doce (12) años.
- o. **Sandboard:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en descender dunas o cerros de arena con tablas especiales. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de ocho (08) años.
- p. **Tabla a vela:** Modalidad de turismo de aventura que consiste en desplazarse en el agua sobre una tabla, provista de una vela articulada que permite su rotación libre alrededor de un sólo punto de unión con la tabla. La edad mínima para la práctica de esta modalidad es de ocho (08) años.

Hay que hacer referencia que para la práctica de deportes de aventura hay que contar con los equipos de seguridad. La escalada deportiva, largamente desarrollada los últimos años, nació a principios de los años ochenta con una filosofía muy clara: intentar alcanzar un nivel superior de dificultad sobre la roca, a base de reducir los peligros que de una forma natural, la escalada comporta. De esta manera, el escalador es liberado en buena parte de la carga emocional que suponen los peligros de la escalada, olvida sus temores y puede concentrarse en el rendimiento físico, acercándose a su máximo y disfrutando de esta nueva experiencia, muy distinta en su planteo a la de la escalada tradicional.

Pero este control del riesgo nunca es total. La escalada deportiva y la de ocio tiene un cierto nivel de peligro, En escalada deportiva hay, efectivamente muchas situaciones peligrosas, algunas de las cuales acaban desgraciadamente en accidentes. Éstos a menudo son de poca importancia, pero a

veces son graves o incluso mortales. Lo que se busca en el turismo con esta práctica como reiteramos no es la acción de competir por ello los circuitos de escalada son en muchas veces circuitos pequeños o de nivel básico a medio para que los visitantes que no tengan ningún tipo de preparación puedan tener la experiencia de practicar este deporte sólo con el ánimo de querer hacerlo. Al practicarlo podemos mencionar algunos equipos que en muchos manuales de escalada deportiva hacen referencia, para el caso del presente estudio se ha tenido en cuenta lo propuesto por Winter, S. (2000).

EI CASCO

Es quizás la pieza más crucial en cuanto a la seguridad, y su uso responde únicamente a nuestra protección. Nos protege de la caída de piedras y de posibles impactos en la cabeza durante una caída. En cuanto los peligros objetivos se hacen más grandes su uso podríamos considerarlo más necesario. En escalada deportiva relativamente poca gente lo usa hoy en día, aunque su uso va en aumento. Está claro que es un buen hábito llevarlo, tanto el escalador, como las personas que puedan estar a pie de vía. El casco es fundamental que nos venga muy cómodo y ajustado: esto hará que nos dé menos pereza llevarlo

LA CUERDA

Es el elemento básico de la cadena de seguridad. En escalada deportiva utilizamos cuerdas dinámicas simples, fabricadas en poliamida. Están compuestas por un alma de hilos trenzados, con función resistente, y una funda exterior que la protege. Son cuerdas marcadas con un 1 en las etiquetas de los extremos. Su diámetro es variable desde 9 a 11 mm según el fabricante y el modelo. De cara a la seguridad, un diámetro menor no

significa una cuerda menos segura, a condición de utilizar un aparato de freno automático adecuado. Por el contrario, normalmente un diámetro menor conlleva una elasticidad mayor de la cuerda, lo que favorece la seguridad. Las cuerdas más finas, son sin embargo menos durables.

EI ARNÉS

El arnés es el elemento que conecta la cuerda con nuestro cuerpo, repartiendo la energía en caso de caída. En la elección del arnés deberíamos primar la comodidad, y el buen ajuste al cuerpo. De cara a la seguridad es importante elegir la talla adecuada, y que en ningún caso nos venga sobrante. Todos los arneses homologados son igualmente seguros desde el punto de vista de la resistencia.

CINTAS EXPRESS

Las cintas express forman parte también de la cadena de seguridad, pues tienen la misión de conectar la cuerda a los anclajes de la pared. En las cintas express diferenciamos claramente dos partes, la cinta en sí y los mosquetones. En cuanto a la cinta, deberíamos utilizar siempre cintas cosidas.

LOS MOSQUETONES

los mosquetones, es quizás el parámetro más crítico desde el punto de vista de la seguridad, pues con el gatillo cerrado y trabajando correctamente, será casi imposible que un mosquetón falle bajo carga. Deberíamos pues preferir modelos más robustos, con una resistencia con el gatillo abierto relativamente alta, alrededor de 9kn o más. Las vibraciones que se transmiten por la cuerda durante una caída pueden ocasionar la apertura accidental del gatillo, que provoca una

bajada drástica de la resistencia del mosquetón. Los mosquetones con cierre de alambre tienden a abrirse menos con las vibraciones, pero pueden hacerlo igualmente

EL APARATO ASEGURADOR

Forma igualmente parte de la cadena, pues conecta la cuerda con el arnés del asegurador. Su función es detener la caída, y además controlar el paso de la cuerda a voluntad del asegurador. Básicamente hay dos tipos de aparatos, los llamados manuales y automáticos.

EL MOSQUETÓN DE CONEXIÓN.

El mosquetón que utilicemos para conectar el aparato al arnés debe disponer de cierre de seguridad, preferiblemente automático. El automatismo de la rosca le hará cerrar siempre correctamente, liberándonos de otra cosa en la que no podremos fallar. Esta conexión debe hacerse siempre en el anillo ventral, y no atrapando los bucles de las perneras y la cintura del arnés con el mosquetón. Esta manera errónea de colocarlo, tiende a hacer trabajar el mosquetón triaxialmente bajo carga, con lo cual baja mucho su resistencia. Durante la escalada, el mosquetón puede girarse y quedar atravesado, en posición horizontal sobre el anillo ventral. Esta posición es peligrosa ya que baja mucho la resistencia del mosquetón. Deberíamos estar atentos a corregir esta situación, mirando regularmente el aparato. Hay mosquetones que han sido específicamente diseñados para asegurar e incorporan sistemas muy efectivos para evitar este problema

OTROS EQUIPOS

Guantes, calzado antideslizante, coderas y rodilleras.

2.2.5. Recursos y Atractivos Turístico

Recurso Turístico. - Son los recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes (MINCETUR 2018).

La Clasificación.- Para un mejor manejo del inventario, se establece la agrupación de cinco categorías de recursos turísticos, teniendo en cuenta las características propias del potencial turístico peruano.

1. Sitios Naturales; esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.
2. Manifestaciones Culturales; se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.
3. Folclore (*); es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado.
4. Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.
5. Acontecimientos Programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

El Folclore es una Manifestación Cultural

Los recursos turísticos son atractivos en potencia, a futuro, en el caso de no estar catalogados aún dentro de programas turísticos, y no generan, por tanto, corrientes turísticas.

Atractivos Turísticos

Boullón (1997) señala que los atractivos turísticos conforman la «materia prima» que permite que la planta turística (equipamiento e instalaciones) opere.

MINCETUR (2017) en su definición de terminologías nos dice que los atractivos son los elementos del Producto Turístico que lo determinan la selección por el turista en el destino y también son los elementos que generan una corriente turística hacia la localización del atractivo. Otra definición tenemos: Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica

Pueden ser:

a) De sitio:

- Naturales
- Histórico - Culturales
- Humanos

b) De evento: acontecimientos programados

Atractivos de Sitio:

Aquí, el propio lugar constituye la mayor atracción, ya sea por sus condiciones naturales o por los factores de vida y actividad humana existentes en el lugar. A su vez, estos pueden ser: naturales, histórico - culturales y humanos. Aquellos que se valoran por sí mismos, generan una

corriente turística hacia lugares predeterminados y geográficamente fijos a los que el turista, para acceder a ellos, necesariamente, debe desplazarse, y cuyo disfrute puede ser tangible o material, e intangible o espiritual.

Goeldener y Ritchie (2011) mencionan que un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares

Atractivos de Evento:

Generados por algún acontecimiento programado que llega a constituir el atractivo principal del viaje turístico, hacia un destino geográfico predeterminado. En algunos casos, se da simultáneamente los atractivos de sitio y de evento, complementándose ambos, en otros se trata de destacar el evento con la finalidad de promocionar los de sitio y generar una corriente turística hacia ellos.

2.2.6. El Guía De Turismo

El Guía de Turismo desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma estaría incompleta (MINCETUR 2015).

Al ser el profesional que brinda el servicio más directo y personal al turista, humaniza la actividad turística, combinando

el “calor humano” con la transmisión de información, la que brinda en forma clara e interesante, con explicaciones de interés, sin intención política ni discriminación, pero sí con contenido, con veracidad, con interés y motivación. Este intercambio permite el buen entendimiento y valorización de la cultura o recurso turístico del lugar visitado, de forma tal que el visitante puede convertirse en un entusiasta difusor, que redundará en un efecto multiplicador de posibles nuevos visitantes. De su gestión, entonces también depende el porvenir de la actividad turística. Los Guías de Turismo son los responsables de enseñar e interpretar la cultura de un país y de mostrar las riquezas culturales y naturales del mismo. Transmiten el amor y respeto hacia el patrimonio y crean conciencia nacional en sus habitantes. El Guía de Turismo se puede desempeñar en una gran variedad de actividades de las diferentes gestiones de la operación turística, tanto dentro como fuera de la oficina o de la agencia operadora.

Debemos recordar que estas funciones también pueden ser desarrolladas por otros profesionales, siempre y cuando tengan la capacitación necesaria y cuenten con los conocimientos requeridos para el buen cumplimiento de dichas funciones a los que se les llama guías prácticos. Será responsabilidad del tour operador la evaluación previa antes de la contratación e inicio de sus servicios. Por el ámbito de su competencia, los Guías de Turismo pueden desempeñarse en las formas siguientes:

- **Guías Fijos o de sitio:** Se limitan a guiar en determinados atractivos turísticos o lugares de interés del visitante, tales como: museos, iglesias, monasterios, conventos, fortalezas, parques, sitios arqueológicos, centros turísticos, edificios gubernamentales (por ejemplo: Palacio de Gobierno, Congreso de la República, etc.).

- **Guías Locales:** Se encargan de guiar en una zona local del territorio, en donde pueden desempeñarse en las diferentes actividades de las operaciones turísticas ya vistas anteriormente.
- **Guías Nacionales:** Cuentan con amplios y probados conocimientos del patrimonio turístico nacional (cultural y natural), las rutas y los circuitos turísticos por el territorio nacional, por lo que están capacitados para ejercer su labor.

En el Código N° 13809 de Estandarizaciones del Comité Europeo (CEN) y adoptado por la WFTGA, Federación Mundial de Asociaciones de Guías Turísticos, en su Convención de Dunblane, Scotland en el año 2003, resume al Guía Turístico como: “Una persona quien guía o lidera en el idioma elegible de los visitantes e interpreta la cultura y herencia natural de un lugar, las cuales normalmente poseen en una área específica de calificación, usualmente emitida y/o reconocida por la autoridad competente.” En el ejercicio de su trabajo, el Guía de Turismo realiza las siguientes funciones:

- **Guiar y Conducir la visita turística:** Es la capacidad de liderazgo ejercida por el Guía de Turismo hacia el turista o turistas en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, durante el desplazamiento hacia el destino y el guiado propiamente del atractivo.
- **Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo:** En esta función el Guía de Turismo imparte al turista la información necesaria y requerida, tanto de los atractivos turísticos como de cualquier otra información de interés, teniendo en cuenta el tipo de turista, el interés del turista y la disponibilidad de tiempo.

- **Acompañamiento en almuerzos y/o cenas:** En esta función el Guía de Turismo se encarga de hacer las coordinaciones y asistencia de los turistas en los almuerzos y/o cenas que tengan incluido dentro del programa del tour.
- **Asistencia al turistas:** Es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente que el Guía de Turismo presta al turista en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante su viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles y tomando las decisiones que le puedan afectar durante el recorrido, así como ocuparse de los primeros auxilios en caso de necesitarlos
- **Orientación y asesoría al turista:** Se refiere a la función por medio del cual el Guía de Turismo suministra al turista información o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con su viaje, de forma básica, precisa, breve y específica.

2.2.7. Servucción:

La satisfacción del cliente es uno de los temas de gran importancia cuando se habla de bienes y servicios ofrecidos a un determinado número de clientes o usuarios, porque de este grado de satisfacción depende el éxito del negocio o actividad alguna.

Para comprender mejor que es el nivel de satisfacción en el desarrollo de la actividad turística es necesario comprender primero sobre qué es el proceso de servucción.

Para Gómez, M. Y. B., & de Berrios, O. G. (2008). El concepto de servucción está relacionado con una visión particular de la gestión de las empresas u organismos prestadores de servicio, que se fundamenta en la aplicación de un modelo gerencial que equipara la “producción” como fabricación del producto, con la

“servucción” como la fabricación del servicio. En este modelo se involucra todo un sistema que muestra un servicio como la parte visible de la organización, en que un estilo de gerencia basado en un conjunto de procesos, procedimientos y actividades, orienta las acciones para la fabricación, distribución y consumo un determinado servicio.

Según Rodríguez, E., (1997). Menciona que alrededor de la palabra “servicio”, únicamente giran dos conceptos claves: “servir”, como acción, y “servicio”, el resultado de la acción de servir, quedando un vacío para la “producción de servicios”. Ante este vacío conceptual, los teóricos Pierre Eiglier y Eric Langeard propusieron un neologismo, la Servucción, para designar el proceso de creación de un servicio.

En Resumen la servucción debe ser entendida como el proceso de elaboración de un servicio y no puede hablarse de un procedimiento de producción ya que las variables son diferentes, motivo por el cual al no existir en español una palabra que permita designar el proceso creativo de un servicio, algunos autores han optado por el término “Servucción”.

Es importante recordar que el cliente no ve la Servucción sino su resultado y él es el protagonista principal. Pero para que exista esta elaboración del servicio se deberá tener entre una interacción con otras actividades y en cada actividad la participación de actores, debidamente sistematizados para lograr obtener resultados esperados acorde a lo que uno pueda ofrecer o lo que uno pueda esperar, e allí la importancia de este concepto ya que la servucción es la búsqueda de la satisfacción del cliente.

Si bien la calidad del servicio puede ser medida, el servicio en sí tiene la particularidad de ser intangible; y es el cliente el único que establece la medida de la satisfacción, él es el que

determina el nivel de excelencia en los servicios ofrecidos. Por lo tanto, las expectativas del cliente deben constituirse como el objetivo principal a alcanzar, tratando de reducir en lo posible la diferencia entre la calidad programada, la calidad realmente prestada y la calidad esperada. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas del público. En el caso de nuestro sector, donde lo “único” que le queda al turista es el recuerdo de lo percibido, es importante recordar que “un cliente satisfecho transmitirá su experiencia positiva a un máximo de cinco personas. mientras que uno insatisfecho puede llegar a comunicárselo a dieciséis. Las expectativas deben ser entendidas como lo que el cliente espera de un producto o servicio. El valor diferencial que otorgará un carácter de competitividad en nuestro desempeño para lograr la calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente, será justamente alcanzar y si es posible, superar estas expectativas.

2.2.8. Satisfacción del Cliente

Hoffman y Bateson (2012) en su libro Marketing de Servicios sostienen que la definición más común de satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones respecto del contacto real del servicio, en pocas palabras, si las percepciones de un cliente satisfacen sus expectativas, se dice que el cliente está satisfecho y si es todo lo contrario el cliente está insatisfecho. No se puede exagerar la importancia de la satisfacción del cliente, sin clientes, la empresa de servicios no tiene motivos para existir.

Con respecto al turismo en su modalidad turismo de naturaleza ha ido en aumento y la diversificación de esta es cada vez más importante así lo menciona Oscar Perelli (2014), afirma mando que “la diversificación provocada por el crecimiento del turismo,

tanto de los productos como de los destinos turísticos, ha repercutido entre otros, en un gran incremento de la demanda del turismo de naturaleza en todas sus vertientes (actividades de ecoturismo, visitas a parques nacionales y naturales, turismo rural, etc.), aumentando considerablemente, a medida que pasa el tiempo, tanto el número de personas que demanda el turismo a lugares y espacios naturales. Así mismo para reforzar lo referido a el crecimiento y la importancia de atractivos turísticos naturales; Gustavo L. (2011), asevera que “el turismo de naturaleza, ha ido desarrollándose de forma considerable a lo largo de los últimos años lo que ha puesto de manifiesto el determinante papel que desempeña la gestión del uso público de estos espacios en la satisfacción de los visitantes, debido principalmente al aumento del número de turistas a que generalmente, éstos son cada vez más exigentes (en gran parte porque desean que su viaje se convierta en una experiencia significativa, buscando la autenticidad cultural, el contacto con las comunidades locales y el aprendizaje sobre la flora, la fauna, los ecosistemas singulares así como la naturaleza en general y su conservación), y a la elevada concentración existente en determinados destinos turísticos. De esta forma podemos concluir que el aumento de los visitantes a los atractivos turísticos de naturaleza ha ido en aumento y esto ha mejorado la economía del lugar, por otro lado es importante saber el nivel de satisfacción de los visitantes que ya han visitado los atractivos.

Así mismo de acuerdo con el estudio del Perfil del Turista Extranjero 2008 y otros estudios en adelante, menciona que los cambios en los hábitos y estilos de vida de los turistas han originado crecientes exigencias referentes a los productos y servicios turísticos, con lo cual se ha logrado que la oferta sea variada y diferenciada. En tal sentido, surgió la necesidad de

que las empresas prestadoras de servicios turísticos desarrollen estrategias innovadoras que contemplen las nuevas prioridades y necesidades de la demanda, la cual está compuesta, principalmente, por vacacionistas extranjeros, sin dejar de lado la presencia de turistas que llegan al Perú por motivo de negocios.

Diversos autores han tratado de concebir modelos generales que agrupen factores y variables relevantes para la competitividad turística de una localidad. Pero se debe considerar que, aunque muchos factores puedan influir sobre el éxito turístico de un destino, el foco de las estrategias y las acciones debe ser aquel que más se relaciona con la satisfacción del turista ya que priorizarlos puede optimizar los recursos empleados y consecuentemente generar nuevos recursos para emplear tanto en la oferta turística como en las demandas sociales existentes, por ejemplo, con huéspedes de un resort, cuyo objetivo fue relacionar la importancia y la performance de los atributos turísticos, la motivación del viaje y la satisfacción reveló que la cordialidad y la calidad de los servicios son determinantes para la satisfacción general, y que la alimentación y la ubicación son importantes para la evaluación de la satisfacción .

Así también la importancia de la satisfacción es un factor clave que afecta directamente la imagen de un destino, el regreso del turista y la recomendación a otros turistas potenciales. La repetición de las visitas genera cierta estabilidad en el destino y contribuye a que surjan impresiones positivas sobre la localidad, reduciendo la necesidad de inversiones en la atracción de turistas. Asimismo, es de suma importancia para las empresas y destinos que quieren obtener los beneficios provenientes de un turismo desarrollado y, sobre el comportamiento pos-compra, siendo un importante elemento

para el desarrollo de relaciones a largo plazo y para la formación de una imagen atractiva.

Según Rolando A. (2006), se debe realizar un estudio de campo en dos etapas: la primera, de carácter exploratorio, por medio de un debate en grupo foco, para relevar los elementos (variables) de la oferta turística que influyen en la satisfacción del turista; y la segunda, de carácter descriptivo, a mediante entrevistas a los turistas para determinar el grado de importancia de cada variable surgida en la etapa exploratoria para determinar la satisfacción del turista. La satisfacción ha sido intensamente estudiado por el marketing, asociado al término "cliente", se buscaron referencias en esa disciplina que permitieran un adecuado desarrollo de este trabajo; y se optó por utilizar indistintamente los términos "cliente" y "turista", procurando guardar relación con la originalidad de los trabajos Así podemos decir que la orientación del consumidor dependerá de su necesidad así lo menciona (Cobb D. 2002); este es el concepto central del marketing, y es por ello que surge la necesidad de entender a los clientes y de construir las organizaciones en torno a ellos. Esta característica es fundamental en el caso de los servicios, que en muchas ocasiones tienden a estar dominados por las operaciones en vez de estar enfocados en el cliente. Debido a ello, es muy importante entender cómo eligen los consumidores entre las diferentes alternativas de servicios que se les ofrece, además de evaluar el grado de satisfacción una vez recibido el servicio. Por otro lado, las etapas por las que atraviesa el consumidor son:

- (a) la elección previa a la compra,
- (b) consumo
- (c) evaluación posterior a la compra.

En todo este proceso, el consumidor emplea un modelo o proceso para su decisión de compra; sin embargo, no todas las compras se ajustan a un modelo predeterminado, dado que el impulso, estímulo o deseo varía de acuerdo con el grado de necesidad y no muestra, necesariamente, un patrón determinado.

De acuerdo a esta información, es importante saber las necesidades y el grado de satisfacción obtenida por el servicio brindado al cliente.

Coincidiendo con Larrea (2001) "El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministro con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo".

La satisfacción del cliente es un término que hace referencia a la cumplir con las expectativas que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas. La satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas.

Existen cuatro formas de entender la calidad del servicio:

- **Como Excelencia:** la calidad desde este punto de vista sería lo mejor en un sentido absoluto, por ello hay que hacer cualquier esfuerzo para conseguirlo. El punto débil de este planteamiento es establecer el punto de excelencia para saber qué es lo excelente.
- **Como Valor:** desde esta perspectiva es imposible que pueda encontrarse el mejor bien o servicio en sentido absoluto, pues ello depende de la calidad y del precio. Según esta perspectiva la calidad ejerce cierta presión sobre las

empresas para alcanzar un cierto nivel de eficiencia interna y una determinada efectividad externa, sin embargo es preciso que las organizaciones se detengan en analizar los costes que conllevaría adoptar estos criterios de calidad y satisfacer las expectativas de los consumidores.

- **Como Ajuste a las especificaciones:** considera la calidad de forma que sirva para observar si la calidad en un periodo difiere de la conseguida en otro momento tomado como base, y para comparar la calidad conseguida en dos momentos para conocer si la diferencia se debe o no al azar. La deficiencia de esta perspectiva es que no evalúa la calidad desde el punto de vista del consumidor.
- **Como Satisfacción de las expectativas de los consumidores:** de este modo hay que considerar las expectativas de los consumidores o usuarios lo que supone incluir aspectos subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. (Langeard, 1993)

El servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del atractivo turístico; donde haya alguna interacción con el cliente o desde las instalaciones donde este se encuentra y por supuesto la seguridad que se brinda en el lugar. En la cual Cambridge I. (1990) menciona que una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

Así mismo Lucio L. (2011) hace una referencia sobre la infraestructura turística, afirmando que esa constituida por el conjunto de obras y servicios generales de acción estatal o particular que sirven de base para promover el desarrollo de la actividad turística y que son aprovechados o utilizados para impulsar dicha actividad. Con esta información podemos

deducir cuán importante es la infraestructura turística en los atractivos de naturaleza, así mismo resaltamos la importancia de los estudios relacionados con el nivel de satisfacción de los visitantes que asisten a los atractivos por tal motivo es de suma importancia conocer toda la información relacionada a esta así Chiavenato I. (2005) afirmaba que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos.

En tanto podemos concluir que la información en el ámbito turístico es de suma importancia para que los visitantes puedan informarse, determinar y tomar una decisión acertada así lo menciona Iván T. (2011) que refiere sobre la información turística que: “es el conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como Internet o la telefonía móvil.”

Así mismo también es importante resaltar la seguridad de los lugares turísticos para un esparcimiento seguro de los visitantes dentro del lugar, como indica Diego R. (2012), el catálogo de riesgos potenciales que afecta al turismo es variado y numeroso; así lo confirman diferentes sucesos ocurridos a lo largo de la historia. Guerras, catástrofes naturales, crisis económicas, terrorismo, delincuencia o conflictos sociales han afectado a distintos destinos turísticos, demostrando que el turismo, a pesar de todo, posee una capacidad de recuperación mayor a la de otras actividades. Toda esta serie de acontecimientos, constituyen la base para la aparición del concepto “seguridad turística”.

Diversos estudios en especial los que elabora la Unidad de Investigación del MINCETUR buscan medir el nivel de satisfacción del visitante que visita determinado destino, tomando diferentes criterios que como ya vimos en el proceso de servucción esta no se compone únicamente de uno sino de varios que es necesarios apreciarlos o valorarlos de acuerdo a la experiencia que haya tenido el visitante lo que llamamos satisfacción del cliente.

La satisfacción del consumidor de servicios Turísticos

Para poder efectuar la medición del nivel de satisfacción se deben de identificar cuáles son elementos y componentes clave de la experiencia en la visita que intervienen de manera decisiva en la decisión de satisfacción, es decir cuáles son los atributos de los servicios ofrecidos en la cascada de Velo de las Ninfas, desde la perspectiva del visitante que mayor impacto tienen en su opinión final al momento de valorar el servicio. Para efectos del presente estudio se tomaran en cuenta tres elementos: el servicio de guiado, el atractivo en sí y los precios, esto basándonos en las investigaciones elaboradas por MINCETUR donde más hacen énfasis en dichos elementos.

Gasto Turístico

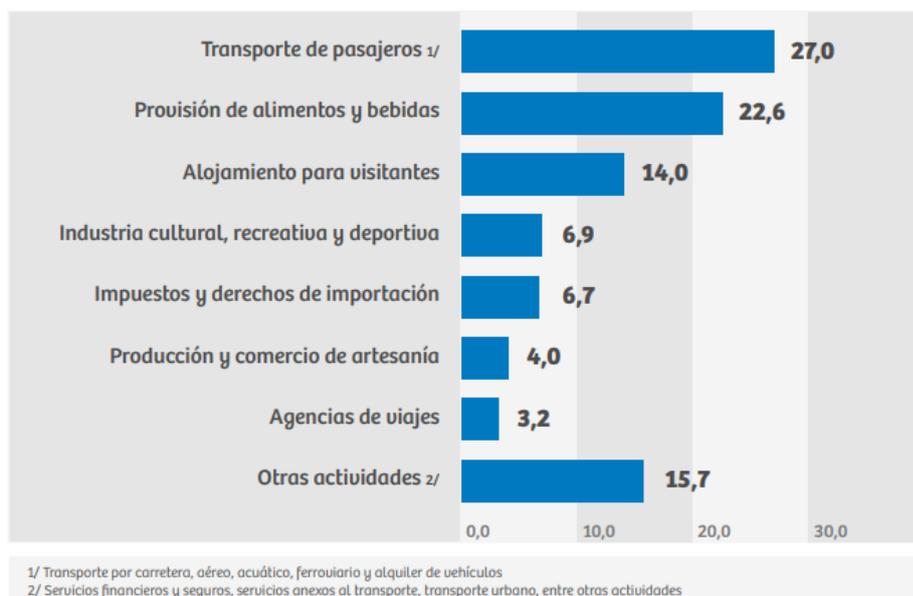
Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) presenta información documentaria sobre la evolución económica del turismo en el Perú el último informe comprende los años 2011-2015, cuyos resultados están basados en los resultados de la Cuenta Satélite de Turismo.

Para tener referencia el gasto turístico interno ascendió a S/. 26 mil millones en el 2015, mientras que el ingreso de divisas por turismo asciende a US\$ 4 151 millones, significando un incremento de 47,5% entre el 2011 y el 2015.

En el año 2015 tres grandes actividades económicas contribuyeron con el 63,6% a la generación de este indicador: el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos), la provisión de alimentos y bebidas y el alojamiento para visitantes. Adicionalmente, los servicios culturales, recreativos y deportivos participaron con 6,9%, la producción y comercio de artesanía, las agencias de viaje y otras actividades contribuyeron con el 23%, y finalmente, el 6,7% restante correspondió a los impuestos y derechos de importación.

PBI Turístico por actividad económica, 2015
(Estructura porcentual)



Fuente: MINCETUR Fuente: MINCETUR 2015

2.3. Definiciones Conceptuales

2.3.1. Turismo

Conjunto de actividades generadas por el desplazamiento de personas fuera de su entorno habitual con motivos de ocio, en

el que no ejercen actividad lucrativa alguno, por el periodo máximo de un año y mínimo de 24 horas.

2.3.2. Turismo de aventura

Son actividades que realizan las personas fuera de su entorno habitual y que impliquen interacción con el medio ambiente natural y que contengan elementos de riesgo aparente o real cuyo resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el perfil del participante y otras circunstancias de manera relativa.

2.3.3. Visitante

Aquella persona que se desplaza a un lugar distinto al de su lugar habitual de residencia por un período inferior a 12 meses. Es importante que el motivo de viaje sea cualquiera pero se exceptúan de esta definición los viajes motivados para realizar alguna actividad remunerada en el lugar que será visitado.

2.3.4. Atractivo Turístico

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.

2.3.5. Escalada

La escalada es una práctica de deporte que, en su modalidad clásica, consiste en subir o recorrer paredes de roca, laderas escarpadas u otros relieves naturales caracterizados por su verticalidad, empleando medios de aseguramiento recuperables en casi su totalidad y la posibilidad en su progresión de utilizar medios artificiales. Dependiendo de cada uno de los medios en que se escale variarán las técnicas y el equipo a utilizar.

2.3.6. Cascada

Son un sub tipo de recursos naturales que perteneces a la categoría de caídas de agua, se forma cuando el agua desciende una serie de pasos de roca (caída desde cierta altura del agua de un río u otra corriente por brusco desnivel del cauce) y se habla de catarata cuando se trata de una cascada muy grande o caudalosa

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general:

- H₀: El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 está en un nivel Satisfactorio.
- H₁: El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 no está en un nivel satisfactorio.

2.4.2. Hipótesis Específicos:

- H_{E1} El nivel de satisfacción del visitante respecto al atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio.
- H_{E2} El nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio.
- H_{E3} El nivel de satisfacción del visitante respecto al gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio.

2.5. Sistema de Variable (univariable)

2.5.1. Variable

Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada).

DIMENSIONES:

- Atractivo
- Servicio de guiado
- Gasto

2.6. Operacionalización De Variable.

VARIABLE	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES
Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada).	Atractivo	Infraestructura básica	Items del 01 al 03
		Infraestructura soporte	Items del 04 al 07
		Estado de conservación	Ítems del 08 al 09
		Seguridad	Item 10
		Servicios complementarios	Item 11
	Servicio de guiado	Guía y conducción	Items del 12 al 14
		Información	Items del 15 al 16
		Acompañamiento	Item 17
		Asistencia al visitante	Items del 18 al 19
	Tarifa	Orientación y asesoría	Items del 20 al 21
		Tarifa de ingreso	Items 22
	Relación servicio/ precio	Item 23	

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.

3.1 Tipo de investigación

3.1.1. Enfoque

Según Hernández (2010), este método se utiliza en la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Al final, con los estudios cuantitativos se intenta explicar y predecir los fenómenos investigados buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Por lo tanto la presente investigación presenta un enfoque cuantitativo por el tratamiento estadístico que se le dará a la información.

3.1.2. Nivel de investigación

Según Hernández (2010) menciona que los estudios descriptivos por lo general fundamentan las investigaciones correlacionales, las cuales a su vez proporcionan información para llevar a cabo estudios explicativos que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. Añade que, los estudios descriptivos sirven para analizar cómo es y cómo se manifiestan un fenómeno y sus componentes. Por lo tanto la presente investigación presenta un nivel descriptivo, puesto que se describirán los niveles de satisfacción tanto en el atractivo mismo, en el servicio de guiado y en la tarifa en la cascada Velo de las Ninfas.

3.1.3. Diseño de la Investigación

La presente investigación presentará el diseño no experimental de corte transversal con las siguientes características:



Donde:

M: Muestra de estudio

O: Observación

No experimental

Como señala Kerlinger (1979, p. 116). “La investigación no experimental es una investigación en la que no se permite la manipulación ni intencionada ni deliberada de las variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. Las unidades de estudio son observados en su ambiente natural, en su realidad, por lo tanto teniendo en cuenta las características de la presente investigación ésta muestra un diseño no experimental.

De corte transversal:

Las Investigaciones que recopilan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (o describir comunidades, eventos, fenómenos o contextos), es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández y otros (2003), por lo tanto teniendo en cuenta las características de la presente investigación ésta será de corte transversal.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población para la presente investigación, corresponderá a los visitantes que acuden a la cascada Velo de las Ninfas entre nacionales y extranjeros para practicar la escalada, teniendo en cuenta los registros de ingreso al atractivo durante un mes en temporada alta (setiembre del 2017, entonces la población quedará constituida de la siguiente manera:

Cuadro 2

Visitantes a la cascada Velo de las Ninfas		
Nº	Atractivo	Nº Visitantes (mes)
1	Cascada Velo de las Ninfas	864

Fuente : Municipalidad Mariano Dámaso Beraún – Area Turismo
 Elaboración: propia

3.2.2. Muestra.

Para hallar la muestra de estudio, se utilizó el muestreo probabilístico y la selección de los elementos de la muestra por el criterio muestreo aleatorio simple. Para ello se ha determinado aplicar la fórmula para la población finita.

Muestra A

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

N: Población	= 864
P: Probabilidad de éxito	= 50%
Q: Probabilidad de fracaso	= 50%
e: Nivel de significancia	= 5 %
z: Nivel de confianza	= 95% =(1.96)
n: muestra	= 266

La muestra estará constituida por 266 visitantes que acuden a la cascada Velo de las Ninfas para la práctica de la Escalada.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas usadas en la presente investigación para la etapa de recolección de datos será la técnica de la encuesta, el instrumento a usarse será el cuestionario, previamente validados por la técnica del juicio de expertos; dirigido a los visitantes que acuden hacia la

Cascada Velo de las Ninfas en busca de la práctica del deporte de la escalada.

3.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.

- Método estadístico: Para poder procesar la información se hará uso de los procedimientos de la estadística descriptiva a través del cual ordenamos, clasificamos y presentamos los resultados de la investigación en cuadros estadísticos y gráficos elaborados y sistematizados con el propósito de hacerlos comprensibles, Para el procesamiento eficiente de la información recolectada esta se realizará usando el programa Microsoft Excel 2013 y SPSS V24.
- Método Analítico: Para interpretar gráficos que resultan como producto de los cuadros estadísticos obtenidos de la presente investigación se utilizará el programa Microsoft Excel 2013, a través de la estadística descriptiva (cuadros estadísticos y gráficos) nos permitirán poder hacer el análisis respectivo.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. Procesamiento de datos.

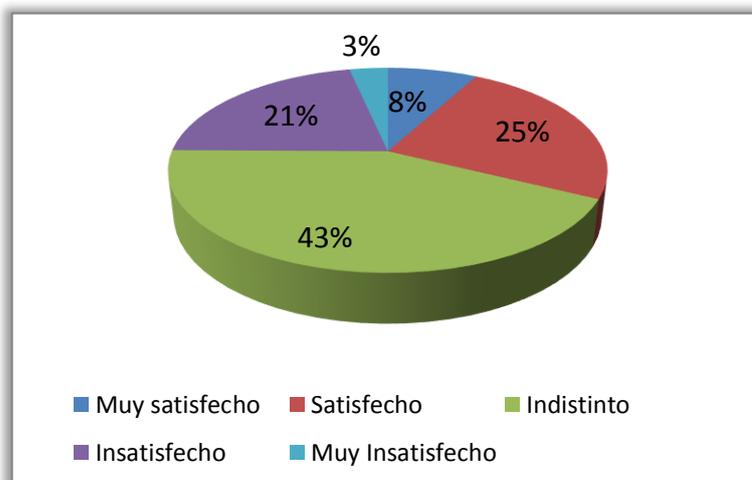
Tabla 1

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los depósitos para desechos sólidos dentro del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	21	8%
Satisfecho	65	24%
Indistinto	114	43%
Insatisfecho	57	21%
Muy Insatisfecho	9	3%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción

Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción

Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los depósitos para desechos sólidos dentro del atractivo?

Gráfico 1

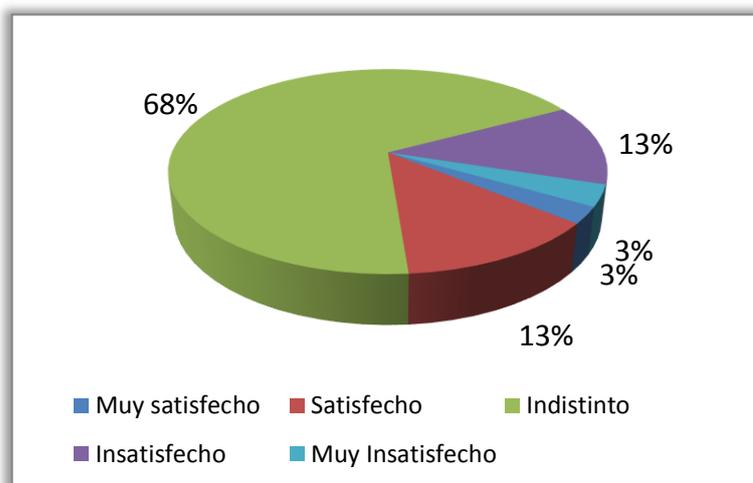
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 01 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los depósitos para desechos sólidos dentro del atractivo?*, los resultados nos muestran que un 21% dice estar insatisfecho, un 43% indistinto, un 25% satisfecho, un 8% muy satisfecho y un 3% muy insatisfecho; se muestra que existe una tendencia hacia la elección indistinto por lo que no estarían adecuados de manera correcta a lo largo del camino hacia el atractivo.

Tabla 2
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los servicios higiénicos dentro del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	7	3%
Satisfecho	34	13%
Indistinto	182	68%
Insatisfecho	34	13%
Muy Insatisfecho	9	3%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los servicios higiénicos dentro del atractivo?

Gráfico 2

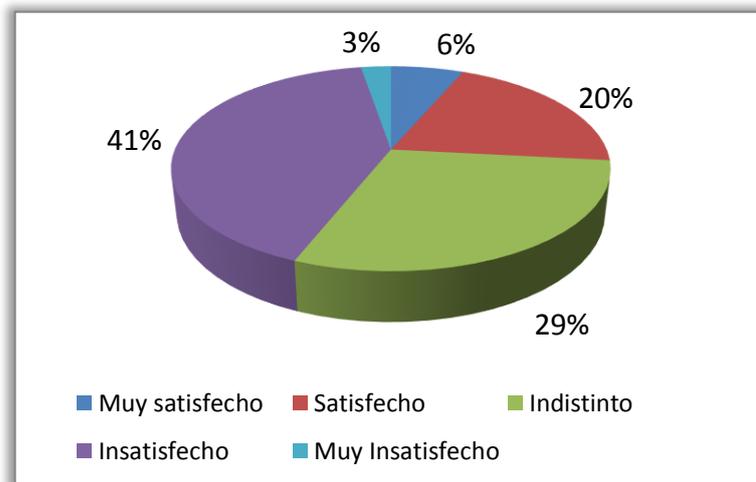
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 02 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los servicios higiénicos dentro del atractivo?, los resultados nos muestran que un 3% se encuentra muy satisfecho, un 13% satisfecho, un 68% se muestra indistinto, un 13% menciona estar insatisfecho y un 3% muy insatisfecho; se muestra que en más del 50% los encuestados se muestran ni satisfechos ni insatisfechos, con lo que la implementación de servicios higiénicos necesitaría mejorar.

Tabla 3
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al agua potable dentro del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	17	6%
Satisfecho	54	20%
Indistinto	78	29%
Insatisfecho	110	41%
Muy Insatisfecho	7	3%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al agua potable dentro del atractivo?

Gráfico 3

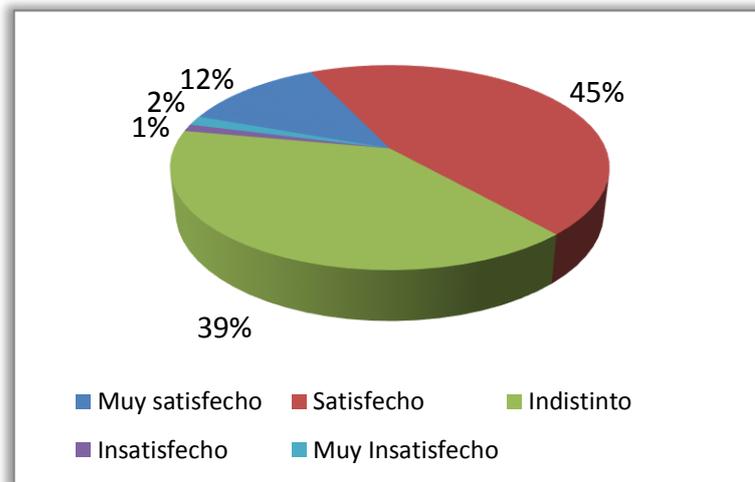
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 03 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al agua potable dentro del atractivo?, los resultados nos muestran que un 6% se encuentra muy satisfecho, un 20 % satisfecho, un 29% indistinto otro 41% se muestra insatisfecho y un 3% menciona estar muy satisfecho; se muestra una tendencia por debajo del nivel de insatisfacción. Esto a que los servicios de agua potable no son los suficientes a lo largo del camino hacia el atractivo.

Tabla 4
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la señalización turística dentro del atractivo (rutas, infografías, mapas, etc.)?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	33	12%
Satisfecho	121	45%
Indistinto	105	39%
Insatisfecho	3	1%
Muy Insatisfecho	4	2%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la señalización turística dentro del atractivo (rutas, infografías, mapas, etc.)?

Gráfico 4

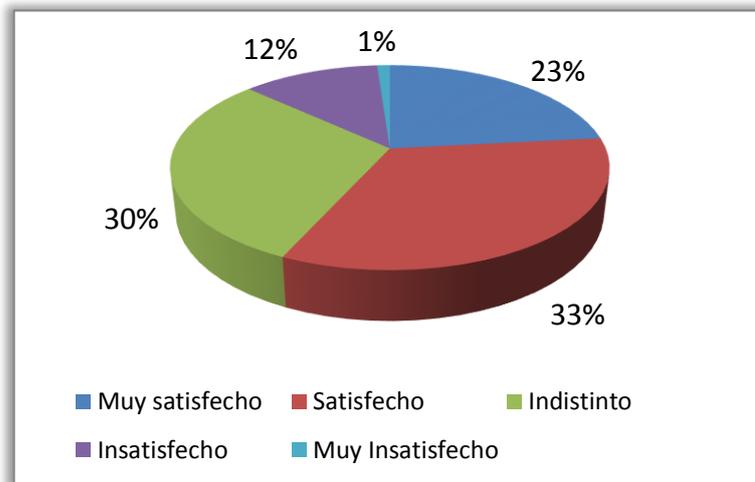
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 04 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la señalización turística dentro del atractivo (rutas, infografías, mapas, etc.)?, los resultados nos muestran que un 12% se encuentra muy satisfecho, un 45% satisfecho, un 39% se muestra indistinto, un 1% insatisfecho y un 2% muy insatisfecho. Se muestra que existe una tendencia hacia la satisfacción en cuanto a la señalización por lo que sería necesario mantener o mejorar mucho más la señalizaciones a lo largo del camino hacia el atractivo.

Tabla 5
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al área de parqueo vehicular en la entrada del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	62	23%
Satisfecho	89	33%
Indistinto	80	30%
Insatisfecho	32	12%
Muy Insatisfecho	3	1%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al área de parqueo vehicular en la entrada del atractivo?

Gráfico 5

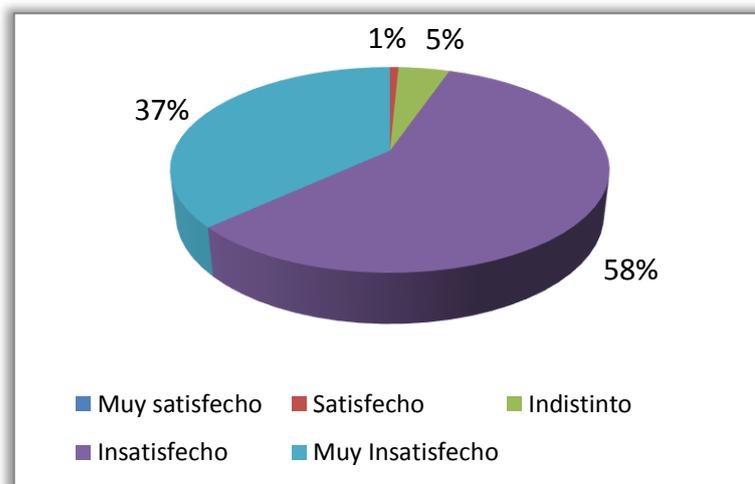
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 05 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al área de parqueo vehicular en la entrada del atractivo?, un 23% se muestra muy satisfecho un 33% satisfecho, un 30% se muestra indistinto un 12% dice estar insatisfecho y un 1% se muestra muy insatisfecho; El área de parqueo a la entrada del atractivo se muestra sin infraestructura solo acondicionamiento que sería necesario mejorar para los índices de satisfacción con referente al parqueo vehicular.

Tabla 6
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las casetas de información a la entrada del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	0	0%
Satisfecho	2	1%
Indistinto	12	5%
Insatisfecho	154	58%
Muy Insatisfecho	98	37%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las casetas de información a la entrada del atractivo?

Gráfico 6

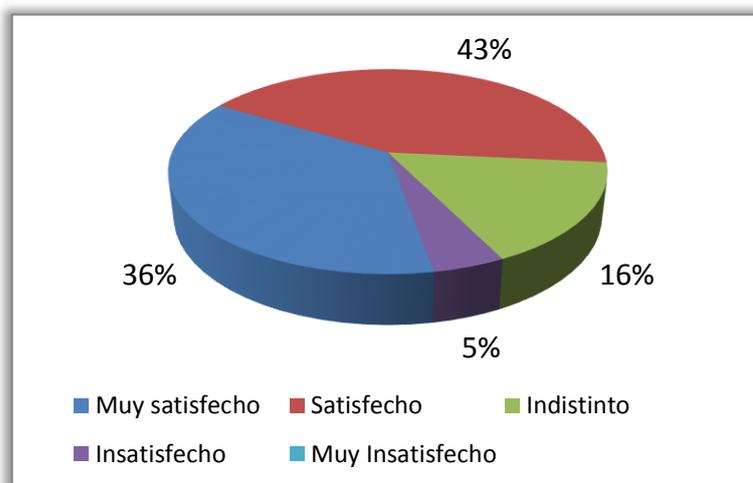
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 06 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las casetas de información a la entrada del atractivo?, nadie menciona estar muy satisfecho 0%, un 1% satisfecho, un 5% indistinto, un 58% insatisfecho y un 37% muy insatisfecho; se muestra que existe una tendencia hacia la insatisfacción esto ya que no existe caseta informativa a la entrada del atractivo únicamente la información se obtiene de uno de módulos de expendio de alimento.

Tabla 7
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las vías de acceso dentro del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	97	36%
Satisfecho	114	43%
Indistinto	43	16%
Insatisfecho	12	5%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las vías de acceso dentro del atractivo?

Gráfico 7

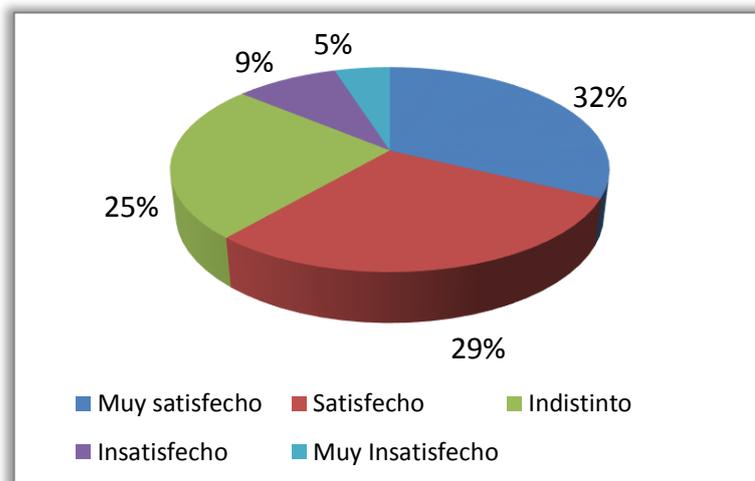
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 07 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las vías de acceso dentro del atractivo?, los resultados nos muestran que nadie afirmó estar muy insatisfecho, un 5% dice estar insatisfecho, un 16% menciona estar indistinto, un 43% menciona estar satisfecho y un 36% está muy satisfecho; los caminos que conducen al atractivo no están en tan malas condiciones ya que son caminos hechos sin adherir cemento por conservar lo natural del atractivo.

Tabla 8
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la limpieza e higiene dentro del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	86	32%
Satisfecho	77	29%
Indistinto	66	25%
Insatisfecho	24	9%
Muy Insatisfecho	13	5%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la limpieza e higiene dentro del atractivo?

Gráfico 8

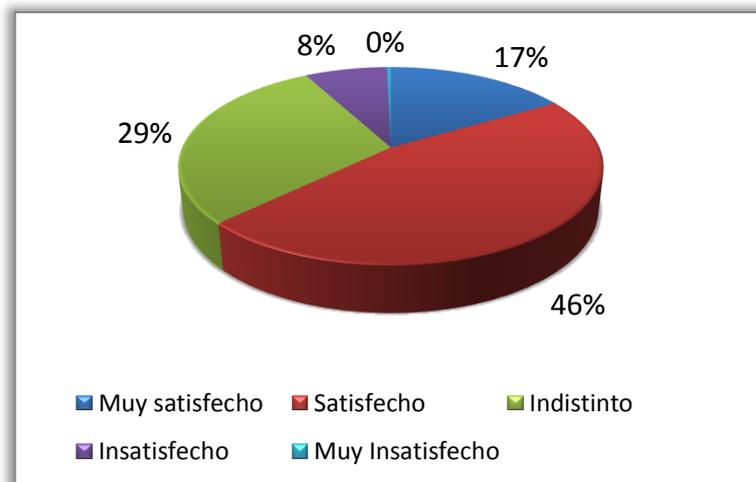
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 08 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la limpieza e higiene dentro del atractivo?*, los resultados nos muestran que un 5% menciona estar muy insatisfecho, un 9% insatisfecho, un 25% se muestra indistinto, un 29% satisfecho y un 32% menciona estar muy satisfecho; existe una tendencia hacia la satisfacción la limpieza e higiene a lo largo del recorrido del atractivo, la poca contaminación que existe no es referente para dar valoraciones negativas.

Tabla 9
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a singularidad (diferente a otros) del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	44	17%
Satisfecho	123	46%
Indistinto	78	29%
Insatisfecho	20	8%
Muy Insatisfecho	1	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a singularidad (diferente a otros) del atractivo?

Gráfico 9

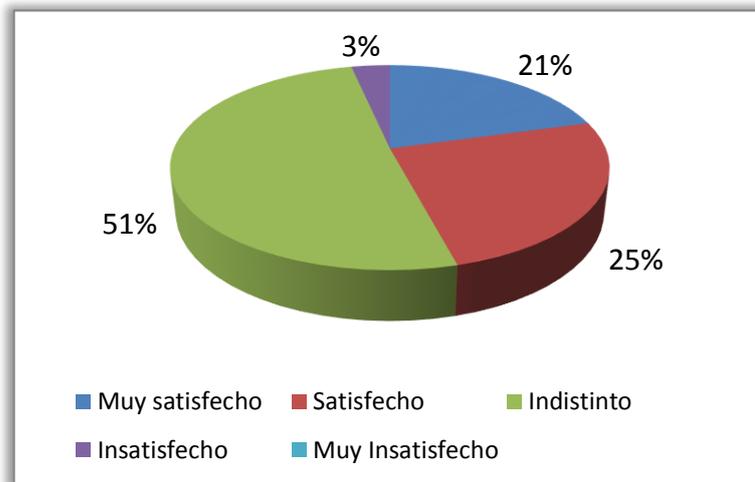
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 09 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a singularidad (diferente a otros) del atractivo?, los resultados nos muestran que un 0% se muestra muy insatisfecho, un 8% insatisfecho, otro 29% indistinto, un 46% satisfecho y un 17% muy satisfecho; existe una tendencia positiva respecto al nivel de satisfacción, esto a que el atractivo no es en sí único a comparación de otros, pero que cuenta con formaciones y caídas distintas a otras.

Tabla 10
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los servicios de seguridad dentro del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	55	21%
Satisfecho	67	25%
Indistinto	135	51%
Insatisfecho	9	3%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los servicios de seguridad dentro del atractivo?

Gráfico 10

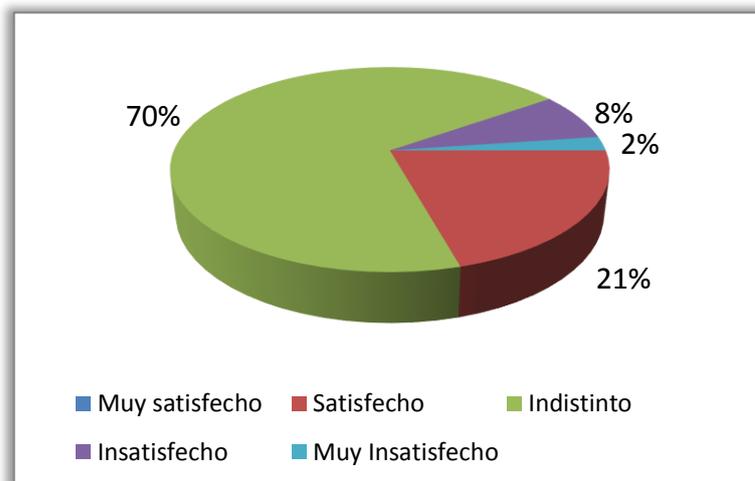
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 10 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los servicios de seguridad dentro del atractivo?*, los resultados nos muestran que un 21% menciona estar muy satisfecho, un 25% satisfecho, un 51% indistinto, un 3% insatisfecho y nadie dijo estar muy insatisfecho 0%; esto a que el lugar es bastante tranquilo a pesar que no existe casetas de vigilancia cerca, los visitantes por información del guía mencionan que en el lugar no han sucedido eventos que atenten contra la seguridad de los visitantes como robos por ejemplo.

Tabla 11
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las casetas de venta de souvenir a la salida del atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	0	0%
Satisfecho	55	21%
Indistinto	185	70%
Insatisfecho	20	8%
Muy Insatisfecho	6	2%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las casetas de venta de souvenir a la salida del atractivo?

Gráfico 11

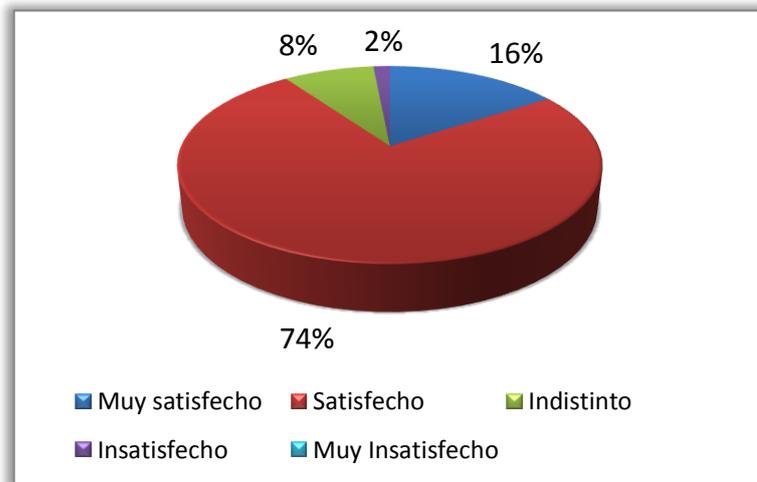
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 11 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las casetas de venta de souvenir a la salida del atractivo?*, los resultados nos muestran que un 2% menciona estar muy satisfecho, un 21% satisfecho, un 70% indistinto, un 8% insatisfecho y nadie mencionó estar muy insatisfecho 0%, a lo largo del recorrido no existen mucha venta de souvenirs y si los hay son más que suficientes para el visitante que se muestra en más del 50% indistinto, de la misma manera debido a que su visita no responde a comprar souvenirs en el atractivo.

Tabla 12
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la organización de la excursión realizado por el guía?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	42	16%
Satisfecho	198	74%
Indistinto	22	8%
Insatisfecho	4	2%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la organización de la excursión realizado por el guía?

Gráfico 12

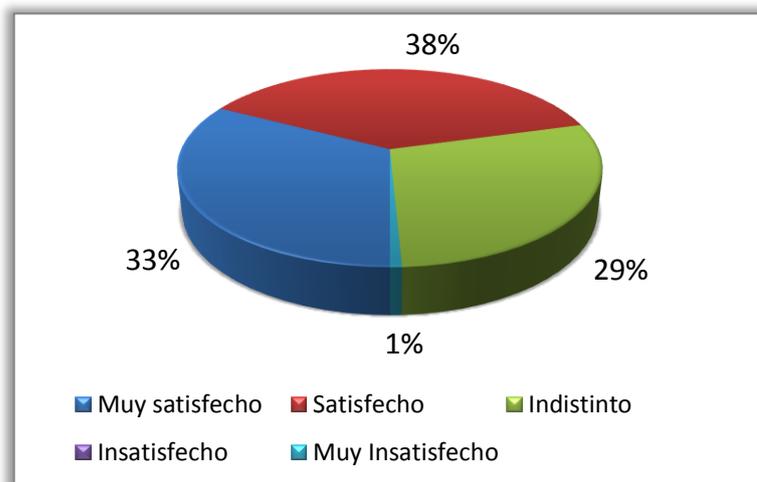
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 12 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la organización de la excursión realizado por el guía?*, los resultados nos muestran que un 16% menciona estar muy satisfecho, un 74% satisfecho, un 8% indistinto un 2% insatisfecho y ninguno mencionó estar muy insatisfecho. Se muestra que en más del 50% los visitantes se encuentran satisfechos con la labor de los guías durante la excursión.

Tabla 13
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los horarios establecidos por el guía antes y durante el recorrido?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	87	33%
Satisfecho	101	38%
Indistinto	76	29%
Insatisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	2	1%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los horarios establecidos por el guía antes y durante el recorrido?

Gráfico 13

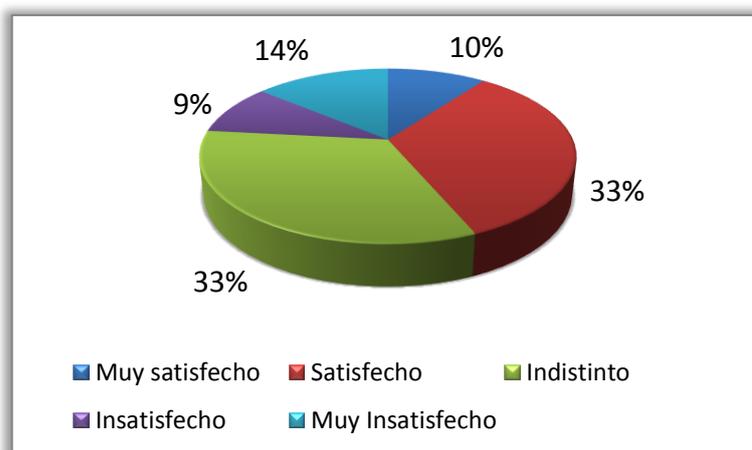
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 13 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a los horarios establecidos por el guía antes y durante el recorrido?*, los resultados nos muestran que un 33% menciona estar muy satisfecho, un 38% satisfecho, un 29% indistinto y sólo un 1% mencionaron estar muy insatisfechos; se muestra que existe una tendencia hacia la satisfacción con referencia a los horarios que en su mayoría se realizan por las mañanas.

Tabla 14
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la información de las actividades a desarrollar durante su recorrido?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	27	10%
Satisfecho	89	33%
Indistinto	88	33%
Insatisfecho	25	9%
Muy Insatisfecho	37	14%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la información de las actividades a desarrollar durante su recorrido?

Gráfico 14

Análisis e interpretación:

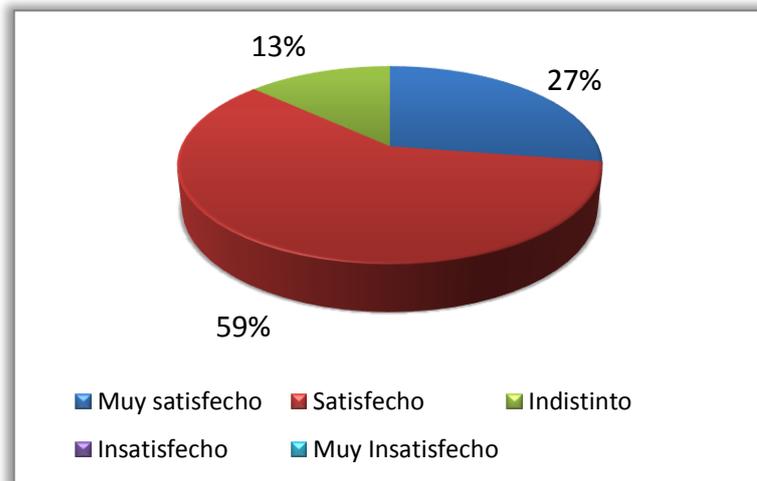
La tabla y el gráfico N° 14 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la información de las actividades a desarrollar durante su recorrido?, los resultados nos muestran que un 10% se encuentra muy satisfecho, un 33% satisfecho, otro 33% indistinto, un 9% insatisfecho y un 14% muy insatisfecho; la información resulta ser poco atractiva para los visitantes por parte de los guías durante el recorrido del atractivo.

Tabla 15

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.)?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	73	27%
Satisfecho	158	59%
Indistinto	35	13%
Insatisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.)?

Gráfico 15

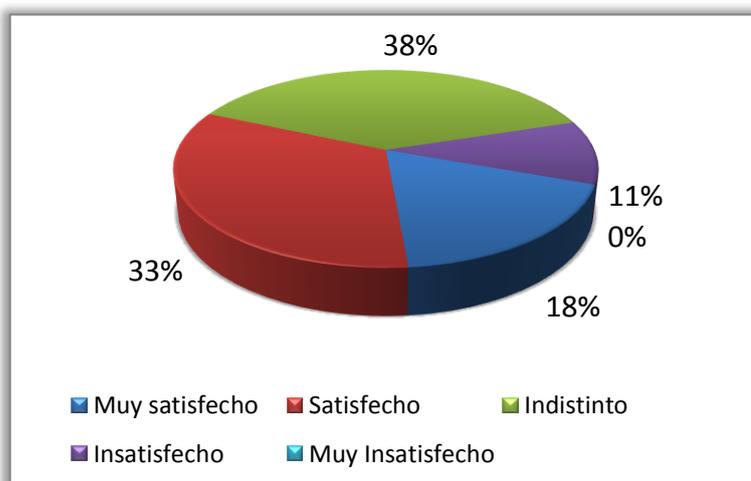
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 15 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto al tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.)?*, los resultados nos muestran que un 73% se encuentra muy satisfecho, un 59% satisfecho y un 13% indistinto, existe una tendencia en más del 50% a estar satisfecho con la información que brinda el guía respecto a la flora, fauna, historia, etc del atractivo a lo largo del recorrido.

Tabla 16
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las respuestas que le dio el guía a las preguntas formuladas por usted?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	48	18%
Satisfecho	88	33%
Indistinto	102	38%
Insatisfecho	28	11%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las respuestas que le dio el guía a las preguntas formuladas por usted?

Gráfico 16

Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 16 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las respuestas que le dio el guía a las preguntas formuladas por usted?*, los resultados nos muestran que un 18% mencionó estar muy satisfecho, un 33% satisfecho, un 38% indistinto y un 11% menciona estar insatisfecho; se muestra que es necesario mejorar las respuestas del guía ante las preguntas del visitante, no sólo referidos a la actividad deportiva sino a la información en general.

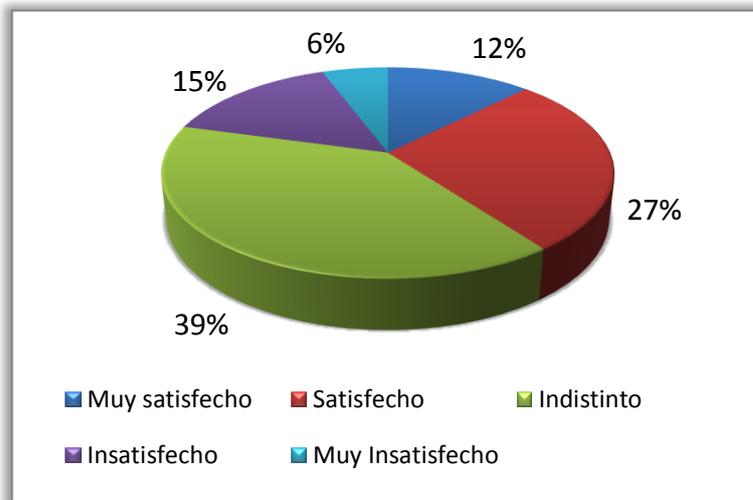
Tabla 17

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la coordinación echo por el guía para adquirir otros servicio (alimentación, alquiler quipos, etc.?)

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	33	12%
Satisfecho	73	27%
Indistinto	105	39%
Insatisfecho	40	15%
Muy Insatisfecho	15	6%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción

Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción

Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la coordinación echo por el guía para adquirir otros servicio (alimentación, alquiler quipos, etc.?)

Gráfico 17

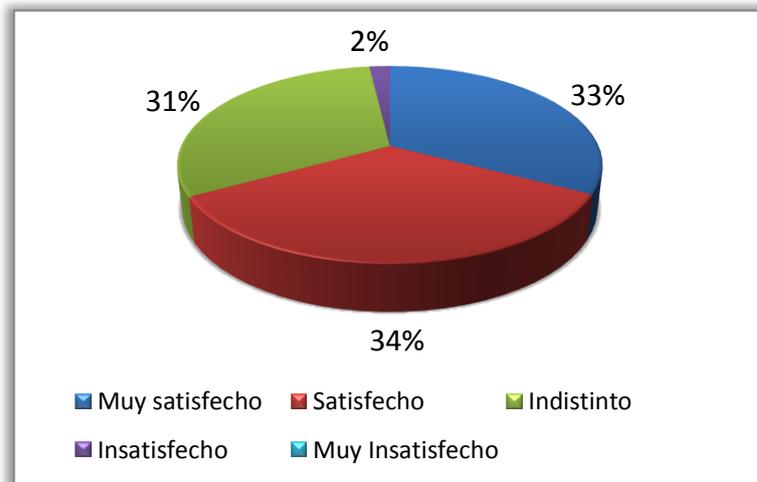
Análisis e interpretación:

La tabla y el grafico N° 17 nos muestran los resultados a la pregunta ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la coordinación echo por el guía para adquirir otros servicio (alimentación, alquiler quipos, etc), los resultados nos muestran que un 6% se encuentra muy insatisfecho, un 15% insatisfecho, un 39% indistinto, un 27% satisfecho y sólo un 12% muy satisfecho. Se muestra que existe una tendencia satisfactoria con respecto a las coordinaciones hechas por el guía con restaurantes por ejemplo.

Tabla 18
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las instrucciones demostrativas para la práctica de la escalada?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	87	33%
Satisfecho	91	34%
Indistinto	83	31%
Insatisfecho	5	2%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las instrucciones demostrativas para la práctica de la escalada?

Gráfico 18

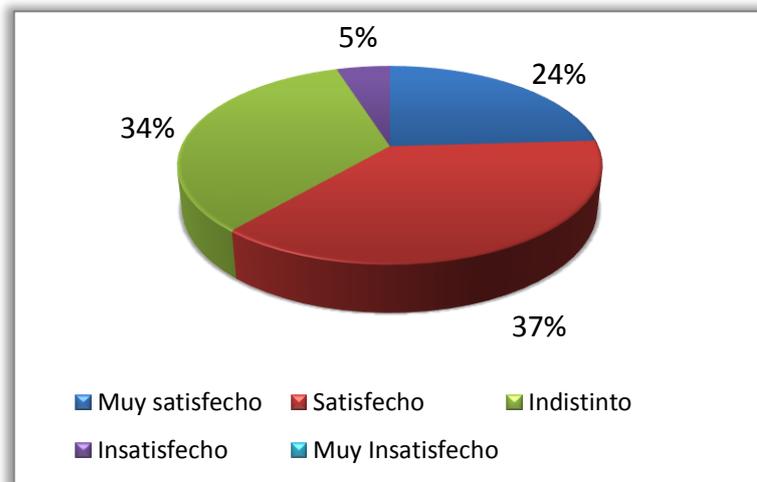
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 18 nos muestran los resultados a la pregunta ¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las instrucciones demostrativas para la práctica de la escalada?, los resultados nos muestran que un 33% mencionaron estar muy satisfechos, un 34% satisfechos, un 31% indistinto y sólo un 2% insatisfecho. Se muestra que existe una tendencia hacia la satisfacción, es necesario si mejorar las sesiones demostrativas antes de realizar la práctica de la escalada.

Tabla 19
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las recomendaciones de seguridad antes de la práctica de la escalada?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	64	24%
Satisfecho	99	37%
Indistinto	90	34%
Insatisfecho	13	5%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las recomendaciones de seguridad antes de la práctica de la escalada?

Gráfico 19

Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 19 nos muestran los resultados a la pregunta *¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a las recomendaciones de seguridad antes de la práctica de la escalada?*, los resultados nos muestran que un 24% mencionaban estar muy satisfechos, un 37% satisfechos, un 34% indistintos, y un 5% insatisfechos. Se muestra que existe una tendencia hacia un nivel satisfactorio con las recomendaciones dadas por el guía para la seguridad en la práctica de la escalada.

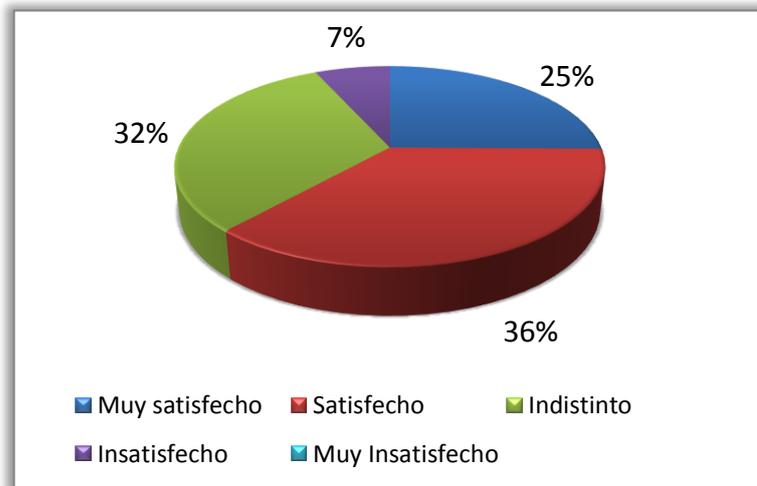
Tabla 20

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la atención prestada en todo momento por parte del guía, ante cualquier situación?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	67	25%
Satisfecho	97	36%
Indistinto	84	32%
Insatisfecho	18	7%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción

Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción

Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la atención prestada en todo momento por parte del guía, ante cualquier situación?

Gráfico 20

Análisis e interpretación:

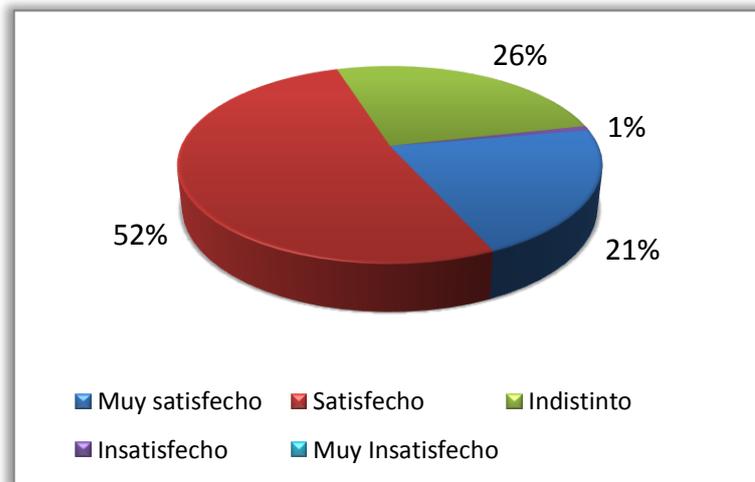
La tabla y el gráfico N° 20 nos muestran los resultados a la pregunta *¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la atención prestada en todo momento por parte del guía, ante cualquier situación?*, los resultados nos muestran que un 25% mencionaron estar muy satisfechos, un 36% satisfechos, un 32% indistinto y sólo un 7% insatisfecho; en más del 50% de encuestados muestran un nivel de satisfacción a las atenciones del guía, aún es necesario mejorar en este sentido para revertir un 7% de insatisfacción.

Tabla 21

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la orientación y asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	56	21%
Satisfecho	138	52%
Indistinto	70	26%
Insatisfecho	2	1%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la orientación y asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante?

Gráfico 21

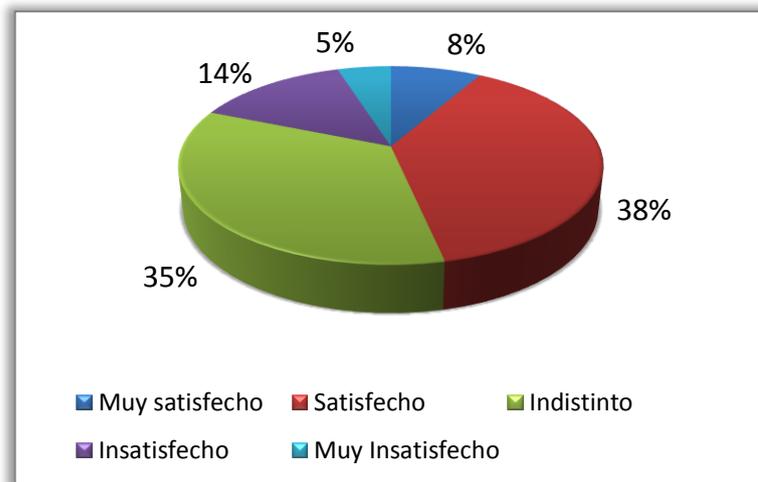
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 21 nos muestran los resultados a la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la orientación y asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante?*, los resultados nos muestran que un 21% menciona estar muy satisfecho, un 52% satisfecho, un 26% indistinto y sólo un 1% dijo estar insatisfecho. En más de un 50% el nivel de satisfacción es superior al indistinto, es un buen indicador para los guías que están actuando correctamente en la asistencia al visitante.

Tabla 22
 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la tarifa de ingreso al atractivo?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	22	8%
Satisfecho	102	38%
Indistinto	92	35%
Insatisfecho	37	14%
Muy Insatisfecho	13	5%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la tarifa de ingreso al atractivo?

Gráfico 22

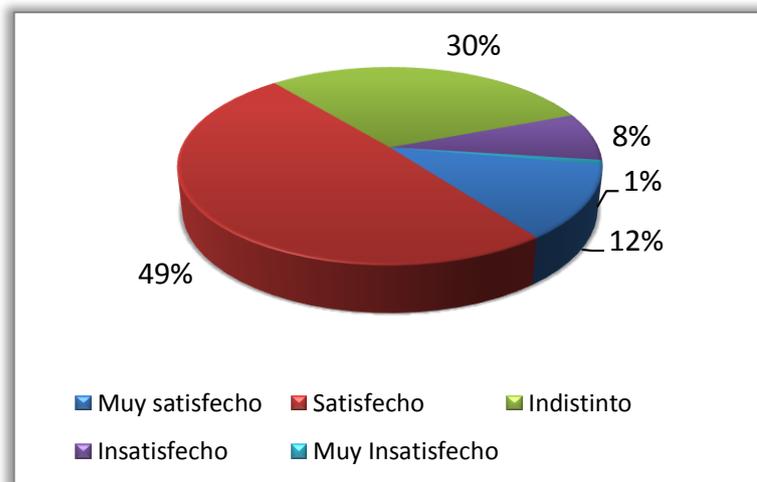
Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 22 nos muestran los resultados a la pregunta ¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la tarifa de ingreso al atractivo?, los resultados nos muestran que un 5% dijeron estar muy insatisfechos, un 14% insatisfechos, un 35% indistinto, un 38% menciono estar satisfecho y un 8% completamente satisfecho existe una tendencia a la conformidad en el pago por entradas al atractivo que actualmente está en tres nuevos soles la entrada general.

Tabla 23
¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la relación precio/servicio por la actividad realizada?

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	32	12%
Satisfecho	131	49%
Indistinto	80	30%
Insatisfecho	21	8%
Muy Insatisfecho	2	1%
Total	266	100%

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista



Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
 Elaboración: Tesista

¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la relación precio/servicio por la actividad realizada?

Gráfico 23

Análisis e interpretación:

La tabla y el gráfico N° 23 nos muestran los resultados a la pregunta ¿cuál es su nivel de satisfacción con respecto a la relación precio/servicio por la actividad realizada?, los resultados nos muestran que un 1% menciona estar muy insatisfecho, un 8% insatisfecho, un 30% indistinto, un 49% satisfecho, y un 12% muy satisfecho, existe una tendencia a estar satisfecho por el precio pagado en relación al servicio.

4. 2. Contratación de hipótesis y prueba de hipótesis

4.2.1. Contratación y prueba de hipótesis general

H₀: El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio

H₁: El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 no está en un nivel satisfactorio.

Resultados descriptivos generales

Para el análisis descriptivo se ha tomado en cuenta la escala valorativa que se muestra en la tabla N° 24, asignándole valores numéricos a cada criterio de valoración siendo “1” para el criterio muy insatisfecho, “2” para el criterio Insatisfecho, “3” para el criterio indistinto, “4” para el criterio satisfecho y “5” para el criterio Muy satisfecho

Tabla 24

Puntaje	Criterio Valorativo
5	Muy satisfecho
4	Satisfecho
3	Indistinto
2	Insatisfecho
1	Muy insatisfecho

Fuente: Propia
Elaboración: Tesista

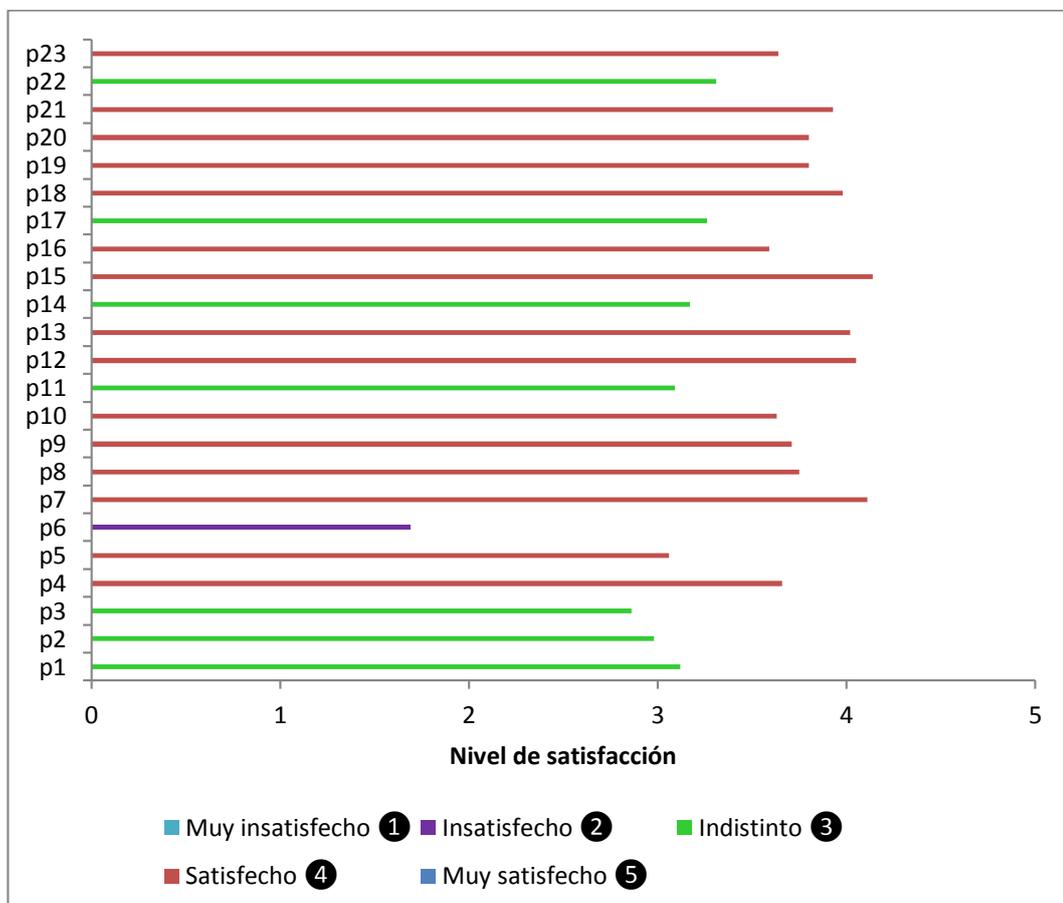
La tabla que se muestra a continuación nos detalla el resumen del procesamiento del total de encuestas por pregunta con los criterios de valoración asignados, el estadístico que se aplicó es la media aritmética, cada pregunta muestra la valoración promedio del total de encuestados, los resultados se muestran en la tabla N° 26

Tabla 25
Valoración por Número de Pregunta

Preguntas	Valoración	Preguntas	Valoración	Preguntas	Valoración
P1	Indistinto	P9	Satisfecho	P17	Indistinto
P2	Indistinto	P10	Satisfecho	P18	Satisfecho
P3	Indistinto	P11	Indistinto	P19	Satisfecho
P4	Satisfecho	P12	Satisfecho	P20	Satisfecho
P5	Satisfecho	P13	Satisfecho	P21	Satisfecho
P6	Insatisfecho	P14	Indistinto	P22	Indistinto
P7	Satisfecho	P15	Satisfecho	P23	Satisfecho
P8	Satisfecho	P16	Satisfecho		
Promedio (P1 – P23) = Satisfecho					

Fuente: Encuesta dirigida Nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

Gráfico 24
RESULTADOS POR ITEM



Fuente: Encuesta dirigida Nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

Estadístico de prueba:

Aplicación de la prueba, para hallar la prueba de hipótesis se realizará la prueba comparativa para la media de una muestra única, siendo el criterio valorativo el siguiente:

Tabla 26
Valoración por la media

Rango	Valoración
[1 – 1,5>	Totalmente insatisfecho
[1,5 – 2,5>	Insatisfecho
[2,5 – 3,5>	Indistinto
[3,5 – 4,5>	Satisfecho
[4,5 – 5>	Totalmente satisfecho

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

Tabla 27
Estadísticas de una muestra

Items	Estadísticos	Sesgo	Desv. Error	Intervalo de confianza al 95%	
				Inferior	Superior
N	23				
Media	3,5196	,0061	,1112	3,2798	3,7277
Desviación estándar	,54833	-,03483	,13214	,29657	,77268
Media de error estándar	,11434				

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

La tabla N°26 y N°27 nos muestran los resultados del contraste de prueba de hipótesis General en la que se puede observar que en los estadísticos de la muestra la media tiene un valor de 3,5196, nivel que se encuentra en la escala valorativa de satisfecho, con lo que en promedio, el nivel de satisfacción de los visitantes en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 muestra una escala valorativa de satisfactorio, de esta manera aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis alterna con la que se comprueba que el nivel de satisfacción de los visitantes en la práctica del turismo de

aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 se muestra en una escala valorativa de satisfactorio dentro de las 5 escalas propuestas, con un valor numérico en promedio de 3.596.

4.2.2. Contratación y prueba de hipótesis Específicos

Hipótesis específico N° 1

H_{E0} El nivel de satisfacción del visitante respecto al atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio.

H_{E1} El nivel de satisfacción del visitante respecto al atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 no está en un nivel satisfactorio.

Tabla 28
Estadísticas dimensión servicio de guiado

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
DIMENSION 1	11	1,69	4,11	3,2964	,66025
N válido (por lista)	11				

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

La tabla N°28 nos muestran los resultados del contraste de prueba de hipótesis específico N° 01 en la que se puede observar que en los estadísticos de la muestra la media equivale a 3,2964, con lo que en promedio acorde con la tabla N°17, el nivel de satisfacción de los visitantes en el atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 muestra una escala valorativa de indistinto, de esta manera rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna con la que se comprueba que el nivel de satisfacción de los visitantes con el atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la ciudad de Tingo María –

2019 no se muestra en una escala valorativa de satisfecho sino en una escala valorativa de indistinto dentro de las 5 escalas propuestas, con un valor numérico en promedio de 3.2964.

Hipótesis específico N° 2

H_{E1} El nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 no está en un nivel satisfactorio.

H_{E0} El nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio.

Tabla 29
Estadísticas dimensión servicio de guiado

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
DIMENSION 2	10	3,17	4,14	3,7740	,33361
N válido (por lista)	10				

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

La tabla N°29 nos muestran los resultados del contraste de prueba de hipótesis específico N° 02 en la que se puede observar que en los estadísticos de la muestra la media es 3,7740 que, de acuerdo con la tabla N°17, el nivel de satisfacción del visitante en el servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 muestra una escala valorativa de satisfecho, de esta manera aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis alterna con la que se comprueba que el nivel de satisfacción del visitante en el servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 si se muestra en una escala

valorativa de satisfecho dentro de las 5 escalas propuestas, con un valor numérico en promedio de 3.7740.

Hipótesis específico N° 3

H_{E1} El nivel de satisfacción del visitante respecto al gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 no está en un nivel satisfactorio.

H_{E0} El nivel de satisfacción del visitante respecto al gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel satisfactorio.

Tabla 30

Estadísticas dimensión Gasto

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
DIMENSION 3	2	3,31	3,64	3,4750	,23335
N válido (por lista)	2				

Fuente: Encuesta dirigida nivel de satisfacción
Elaboración: Tesista

La tabla N° 30 nos muestran los resultados del contraste de prueba de hipótesis específico N° 03 en la que se puede observar que en los estadísticos de la muestra la media 3,4750 que de acuerdo con la tabla N°17, el nivel de satisfacción de los visitantes en el gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 muestra una escala valorativa de satisfecho, de esta manera aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis alterna con la que se comprueba que el nivel de satisfacción de los visitantes con el gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019, si se muestra en una escala

valorativa de satisfecho dentro de las 5 escalas propuestas, con un valor numérico en promedio de 3.4750.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir de los hallazgos encontrados aceptamos la hipótesis nula general que establece que el nivel de satisfacción de los visitantes en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María muestra un nivel de satisfacción, por las condiciones con las que cuenta el atractivo en sí, por los servicios de guiado en la práctica de la escalada y por los gastos que uno asume.

Analizando las definiciones de los autores antes expuestos, sus criterios se alinean considerando a que la promoción y comercialización de actividades de aventura deben ser debidamente atendidas por el gobierno así como lo refiere Aguilar, G., & Banegas, C. (2013). En su investigación Los deportes extremos en el Azuay. Concluye que invertir en promoción y desarrollo en el Turismo de Aventura dentro de la provincia del Azuay, es definitivamente el mejor negocio, concordamos con la autora puesto que las estadísticas de arribos hacia la región Huánuco se han incrementado siendo la ciudad de Tingo María el destino más visitado; asimismo la autora que el grado de satisfacción de los visitantes luego de haber efectuado la actividad es satisfactoriamente alto, similares resultados también se han encontrado en la presente investigación pues a modo general las actividades de aventura como escalar, ciclismo, etc resultan ser bastante satisfactorios, tal como refieren las autoras mencionadas anteriormente la escalada es una de ellas; por esto por su propia naturaleza de ser no monótonas o poco usuales que las modalidades de turismo convencional las hacen ser bastante satisfactorias e interesantes.

Llontop López, D. C. (2016) resalta que los recursos naturales, la accesibilidad hacia los recursos, el apoyo de las autoridades locales y la disponibilidad de la población local se convierten en potencialidades turísticas para el desarrollo del Turismo de Aventura en efecto con referencia a ello en la presente investigación se han encontrado resultados que se muestran en escalas valorativas de insatisfechas e indistintas como

es el caso de las casetas de información, los depósitos de basura, entre otros por eso reiteramos también lo dicho por la autora que es necesario que tanto la población misma como las autoridades contribuyan a mejorar estas deficiencias que se tienen en el atractivo, si bien es cierto que en espacios naturales se debe de no alterar el paisaje natural es necesario si adecuar el paisaje con infraestructura de acceso y de servicios básicos como agua potable por ejemplo y los servicios sanitarios que muy bien por obras de ingeniería están y pueden ir con entorno natural, esto para darle más valor al atractivo. La población del entorno del atractivo debe también involucrarse para aportar en mejora del atractivo para poder ellos ser beneficiarios indirectos de las actividades que allí se realizan, y no solo la población sino también las agencias de viajes que por cierto son en promedio trece agencias que actualmente operan el segmento de aventura y todos ellos ofrecen la actividad de la escalada en el recurso mencionado. Muñoz Molina, Deisy Mercedes & Quispe De La Cruz, Eduardo (2018) mencionan que cuando se ejecutó un proyecto turístico llamado "Mejoramiento de los servicios turísticos de acceso hacia la catarata de Gocta - distrito de Valera, provincia de Bongará, región Amazonas", el cual fue ejecutado en el año 2015 por el MINCETUR a través del Plan COPESCO con un presupuesto de S/. 3. 6 millones ; ante esto el 78% de los operadores que prestan servicios de tours a Gocta sí están de acuerdo que ha habido mejoras en la infraestructura turística en tres de los cuatro aspectos ejecutados en el proyecto (habilitación del estacionamiento en Cocachimba, ampliación del parador turístico de Cocachimba e implementación de miradores en el camino Cocachimba - catarata de Gocta), a excepción de la implementación de zonas de descanso y habilitación de botaderos en el camino de Cocachimba - catarata de Gocta. Concordamos en las investigaciones pues la cascada el Velo de las Ninfas debe ser dotado de infraestructura para poder ofrecer un mejor servicio a los visitantes, así como mencionan los autores las casetas y paradores turísticos para los visitantes no existen en el atractivo, los botaderos a lo

largo del camino son también los proyectos que urgen implementar a lo largo del atractivo.

Para optar por hacer turismo de aventura los visitantes suelen hacerlo a través de una agencia esto por las comodidades de evitar reducir tiempo en búsqueda de equipos u otros servicios complementarios. Resultados encontrados en cuanto a los servicios por parte de los operadores muestran niveles de satisfacción neutrales, con tendencias a ser satisfechos y plenamente satisfechos; los resultados de Muñoz Molina, Deisy Mercedes & Quispe De La Cruz, Eduardo (2018) muestran que de todos los turistas extranjeros que visitan Gocta, el 77% lo hacen a través de una agencia de viajes, de estos el 80% mencionó que el servicio brindado por el operador de turismo contratado sí estuvo acorde a sus deseos y necesidades. Sin embargo, el 11% califica como pésimo a las señalizaciones de seguridad del camino a Gocta y también el trato del guía (9%), las deficiencias no son exclusividad de la cascada Velo de las ninfas ni de los operadores ni los guías en muchos lugares Vargas, Guzman F. (2016) también concluye que el nivel de satisfacción de los visitantes a las cascadas de Ahuashiyacu está limitada principalmente por la falta de infraestructura de descanso y la escasa seguridad turística para el libre esparcimiento del visitante; Bach Mesía Noriega Tatiana Grace (2013) tiene hallazgos similares concluyendo que la mejora en el acceso tiene un valor significativo no sólo para los visitantes sino para el mismo poblador. Muchos otros hallazgos de satisfacción en recursos donde se practica turismo de aventura necesitan mejoras, lo que se busca en fin es pues que estos atractivos estén en capacidad de competir con otros de similar características, quizás no tanto en singularidad pues las cascadas el Velo de las Ninfas no es único como el Gocta o Santa Carmen tal como menciona Mesía Noriega, T. G. (2013) la catarata Santa Carmen ofrece un conjunto de servicios ambientales, como son: belleza escénica, aire limpio, área verde, entre otros; pero que por su tipo de formación no es la más adecuada para la práctica de la escalada como sí lo es el Velo de las Ninfas con sus distintos niveles de

caída de agua, sus formaciones rocosas hacen posible prácticas deportivas en dicho atractivo.

Otro de los aspectos clave para lograr la plena satisfacción en la práctica de la escalada es que el guía sea el quién haga el papel principal como un director dirigiendo, controlando, enseñando de una manera tal que el grupo sienta confianza y se sienta motivado en todo momento, en la presente investigación los resultados con referencia al servicio de guiado muestran niveles de satisfacción entre indistinto y satisfecho resultados similares se obtuvieron en otras investigaciones como la de Vargas, Guzman F. (2016) que concluye que el nivel de satisfacción de los visitantes respecto al manejo de información que realizan los orientadores turísticos del atractivo turístico Cascadas de Ahuashiyacu se puede afirmar que el nivel de satisfacción tiene una tendencia a “satisfecho” los visitantes; mostraron su conformidad con el servicio prestado por los orientadores y/o guías turísticos ligados al información escrita, información explicada de la infografía, claridad de la información, historias y relatos. Es importante el papel del guía pues al término de las actividades los visitantes valoraran el servicio que hará efecto cadena a los demás potenciales visitantes tal como menciona Muñoz Molina, Deisy Mercedes & Quispe De La Cruz, Eduardo (2018) la mayoría de turistas extranjeros que visitan Amazonas contratan el paquete turístico que incluye la catarata de Gocta, el cual un 80% mencionó que el servicio brindado por el operador de turismo contratado sí estuvo acorde a sus deseos y necesidades por lo tanto, muchos de estos visitantes se mostraron motivados a volver (78%) y a su vez el 94% indicó que recomendará a sus amigos y/o familiares para que también visiten Gocta; todos estos factores naturaleza, atractivo, servicios de guiado, la relación precio/beneficio influyen en la valoración final del visitante, si nos enfocamos en los servicios de guiado en efecto mencionábamos que la mayoría que realiza turismo de aventura lo hace contratando un paquete turístico y es pues el guía el encargado de llevar a cabo el servicio de la mejor manera posible para que sus servicios prestados estén acorde a lo

que los visitantes hayan pagado, pues éstos esperan con altas expectativa un buen servicio.

Para Sánchez Sánchez, P. N. (2015). Menciona que es importante la metodología que uno debe seguir para la enseñanza de la escalada deportiva, los procesos que emplean los entrenadores en la metodología en la enseñanza de escalada deportiva no se sustentan en orientaciones pedagógicas didácticas pertinentes es por ello que los guías deben estar en capacitación constante pues bien es sabido que pueden saber mucho del tema porque ostentan un grado o por los años de experiencia pero la parte de enseñanza la pedagogía juega un papel importante al momento de transmitir nuestros conocimiento.

En términos generales y por los hallazgos encontrados en la presente investigación mostramos diferencias poco significativas con otras investigaciones, el contexto el cual se desarrollen las actividades hace que sean distintas en términos valorativos, que por cierto todos apuntan a mejorar continuamente para lograr plena satisfacción de los visitantes.

CONCLUSIONES

1. El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 está en un nivel Satisfactorio, dicha valoración ha sido tomando tres dimensiones: el atractivo en sí, los servicios de guiado y las tarifas. (Ver prueba hipótesis); siendo los indicadores más influyentes el tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.) 59% de satisfacción, la orientación y la asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante 52% de satisfacción y las vías de acceso dentro del atractivo 43% de satisfacción.
2. El nivel de satisfacción de los visitantes respecto al atractivo Velo de las Ninfas en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la ciudad de Tingo María – 2019 se muestra en una escala valorativa de indistinto dentro de las 5 escalas propuestas (Ver prueba hipótesis específico N° 01); siendo los más influyentes las vías de acceso dentro del atractivo 43% se muestra satisfecho, la limpieza e higiene dentro del atractivo 32% se muestra muy satisfecho y la singularidad del atractivo (diferente a otros) 46% se muestra satisfecho, el menos influyente son las casetas de información a la entrada del atractivo que se muestra en un nivel de insatisfecho 58%
3. El nivel de satisfacción del visitante respecto al servicio de guiado en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 se muestra en una escala valorativa de satisfecho dentro de las 5 escalas propuestas (Ver prueba hipótesis específico N° 02); siendo los más influyentes el tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.) 59%, las instrucciones demostrativas para la práctica de la escalada 34% y la orientación y asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante 52%, todos ellos se muestran en un nivel satisfactorio.

4. El nivel de satisfacción de los visitantes respecto al gasto en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 se muestra una escala valorativa de satisfecho dentro de las 5 escalas propuestas (Ver prueba hipótesis específico N° 03); siendo las más influyentes la relación precio/servicio por la actividad realizada que se muestra en un nivel satisfactorio (49% de encuestados).

RECOMENDACIONES

1. A la población, operadores de turismo y autoridades, hacer los máximos esfuerzos para mantener en constante mejora los atractivos para su conservación y mantenimiento, pues éstos tienden a ser parte importante en la práctica de la escalada y otros deportes de aventura.
2. Instalar Casetas de información a la entrada del atractivo, mejorar la disposición de los servicios Higiénicos dentro del atractivo y los servicios de agua potable dentro del atractivo.
3. A los operadores de turismo y guías de turismo ante la complejidad de brindar un servicio 100% se recomienda tomar las acciones que estimen por conveniente para obtener niveles de satisfacción aceptables en cuanto a: el tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.); las instrucciones demostrativas para la práctica de la escalada y las orientaciones y asesorías que brinda el guía ante cualquier interrogante.
4. El precio tanto de las entradas como el pago por los servicios de guía u otros están accesibles a los visitantes, por ello se recomienda que los ingresos captados en cuanto a las entradas al atractivo se reviertan en las mejoras del atractivo, a los operadores según los resultados están acorde con el servicio prestado, se recomienda mantener los aspectos positivos como limpieza vías de acceso dentro del atractivo, etc, un alza en las tarifas implicaría también mejoras en el servicio, asimismo las tarifas deben no tener grandes variaciones producto de la estacionalidad.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguilar Aguilar, G. E., & Banegas Silva, C. F. (2013). *Los deportes extremos en el Azuay. Elaboración de una guía turística* (Bachelor's thesis).
2. Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación* (No. 001.42 B4564m Ej. 1 022619). Pearson,.
3. Boullón, R. C. (1997). *Planificación del espacio turístico* (No. 379.85). Trillas.
4. Boullón, R. C. (2009). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista..* Trillas.
5. Dachary, A., & Arnaiz, S. (2004). Globalización y Turismo. *Revista estudios y perspectivas en turismo*, 13, 303-314.
6. Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2007). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
7. Goeldner, C. R., Ritchie, J. B., & Palacios, J. M. S. (2011). *Turismo: planeación, administración y perspectivas*. Limusa.
8. Gómez, M. Y. B., & de Berrios, O. G. (2008). La servucción y la calidad en la fabricación del servicio. *Visión gerencial*, (1), 21-32.
9. Granero Gallegos, A. (2007). Las actividades físico-deportivas en la naturaleza y la industria turística.
10. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5.ª ed.) México, DF: McGraw-Hill.
11. Jurado, E. N., Olivares, D. L., del Amo, Ó. P., Albertí, F. S., & Clavé, S. A. (2005). Cambios y transformaciones en el actual modelo turístico de España. *Annals of Tourism Research en español*, 7(2), 423-446
12. Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. Ediciones Díaz de Santos.
13. Lescano, C. V. (2006). *Introducción al turismo: teoría y realidad Peruana;[publicación de aniversario 1987-2006]*. Asociación Peruana de Profesionales en Turismo.

14. Llontop López, D. C. (2016). Condiciones turísticas para la práctica del turismo de aventura en la provincia de San Martín, departamento de San Martín.
15. López Pardo, G., & Palomino Villavicencio, B. (2001). El turismo sustentable como estrategia de desarrollo.
16. Medina Velásquez, G. D. P. (2016). Principales causas que limitan el nivel de satisfacción de Los visitantes del atractivo turístico la cascada de Ahuashiyacu-distrito banda de shilcayo, Provincia San Martín.
17. Mesía Noriega, T. G. (2013). Valoración económica de los servicios ambientales: Caso la Catarata Santa Carmen del distrito de Mariano Dámaso Beraún-Provincia de Leoncio Prado-Huánuco.
18. MINCETUR (2015) PA, S. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SERVICIO DE GUIADO.
19. Mincetur (2016). "Nivelel de satsfacción del turista que visita San Martin" Revista Electrónica. Perú. Recuperado el 10 de setiembre de 2018. Disponible en: <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/ConociendoAITuristaQueVisita?region=San%20Mart%C3%ADn>
20. Muñoz Molina, D. & Quispe De La Cruz, E. (2018). "Impacto en el turismo receptivo con la puesta en valor de la catarata de Gocta en Amazonas - Perú", Tesis de Licenciatura. Universidad Pero Ruiz Gallo, Lambayeque, Peru.
21. Padilla, T. (1997). *El turismo: fenómeno social*.
22. Progen, J. (1979). Man, nature and sport. In *Sport and the body. A Philosophical Symposium* (pp. 237-242).
23. Rodríguez, E., (1997). Sistema de aseguramiento de la calidad ISO 9000. ISPJAE
24. Sànchez Sànchez, P. N. (2015). *La metodología en la enseñanza de escalada deportiva categoría infantil de federación deportiva de Bolívar de la ciudad de Guaranda* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación Carrera de

- Cultura Física).Alfaro, R. et al. (2012). Satisfacción Laboral y su Relación con Algunas Variables.
25. Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización mundial del turismo.
 26. Soto, C. Á. (2007). Las actividades físicas de aventura en la naturaleza:¿ un fenómeno moderno o posmoderno?. *Apunts. Educación física y deportes*, 3(89), 81-87.
 27. Velasco Pérez, M. Y. (2014). ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INFORMATIVA DE TURISMO PARA LA CIUDAD DE BAÑOS “TURISMO Y DEPORTES EXTREMOS” (Bachelor's thesis).
 28. Villena Lescano, C. (1993). *Introducción al Turismo: Teoría y Realidad Peruana*.
 29. Winter, S. (2000). *Escalada deportiva: con niños y adolescentes: ejercicios y entrenamiento para el ocio, el deporte escolar y la práctica deportiva en las asociaciones*.
 30. <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/> visitado el 17/10/18.
 31. <https://www.promperu.gob.pe/> visitado el 12/11/18

ANEXOS

CUESTIONARIO

(Dirigido a visitantes en la cascada Velo de las Ninfas que realizará la práctica del deporte de escalada)

INTRODUCCION: Por favor tenga la gentileza de marcar (x) y/o completar según el criterio que usted crea conveniente, el cuestionario es anónimo y confidencial, los resultados que nos permitirán tomar acciones y propuestas para optimizar el servicio en la práctica de este deporte.

INSTRUCCIONES: Marque con un aspa la alternativa que considere conveniente teniendo en cuenta la siguiente escala:

Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Indistinto	Satisfecho	Muy satisfecho

Ciudad de procedencia: _____

Edad: _____

Sexo: Masculino () Femenino ()

Viene: Por su propia cuenta () Con una Agencia de viaje ()

	¿Cuál es su nivel de satisfacción con respecto a?	Nivel de satisfacción				
		Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Indistinto	Satisfecho	Muy Satisfecho
1	Los depósitos para desechos sólidos dentro del atractivo					
2	Los servicios Higiénicos dentro del atractivo					
3	Agua potable dentro del atractivo					
4	Señalización turística dentro del atractivo (rutas, infografías, mapas, etc.)					
5	Área de parqueo vehicular en la entrada del atractivo					
6	Casetas de información a la entrada del atractivo					
7	Vías de acceso dentro del atractivo					

8	Limpieza e higiene dentro del atractivo					
9	Singularidad (diferente a otros) del atractivo					
10	Servicios de seguridad dentro del atractivo					
11	Casetas de venta de suvenir a la salida del atractivo.					
12	Organización de la excursión realizado por el guía					
13	Los horarios establecidos por el guía antes y durante el recorrido.					
14	Información de las actividades a desarrollar durante su recorrido.					
15	Tipo de información brindada por el guía acerca del atractivo (historia, fauna, etc.,)					
16	Las respuestas que le dio el guía a las preguntas formuladas por usted.					
17	Coordinación echo por el guía para adquirir otros servicio (alimentación, alquiler quipos, etc.					
18	Instrucciones demostrativas para la práctica de la escalada					
19	Recomendaciones de seguridad antes de la práctica de la escalada					
20	La atención prestada en todo momento por parte del guía, ante cualquier situación					
21	Orientación y asesoría en todo momento por parte del guía ante cualquier interrogante					
22	Tarifa de ingreso al atractivo					
23	Relación precio/servicio por la actividad realizada					

Gracias por su colaboración

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019”

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES & INDICADORES	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICA E INSTRUMENTO	POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es el nivel de satisfacción del visitante en la práctica de la escalada en la cascada velo de las ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles es el nivel de satisfacción del visitante en el atractivo Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María - 2019? • ¿Cuáles es el nivel de satisfacción del visitante en el servicio de guiado en la práctica de la escalada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María - 2019? • ¿Cuáles es el nivel de satisfacción del visitante en el precio en la práctica de la escalada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María - 2019? 	<p>OBJETIVO GENERAL: Determinar el nivel de satisfacción del visitante en la práctica de la escalada en la cascada velo de las ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de satisfacción del visitante en el atractivo Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019. • Determinar el nivel de satisfacción del visitante en el servicio de guiado en la práctica de la escalada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019. • Determinar el nivel de satisfacción del visitante en el gasto en la práctica de la escalada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María - 2019 	<p>HIPÓTESIS GENERAL: El Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada) en la cascada Velo de las Ninfas Tingo María – 2019 está en un nivel aceptable (regular – bueno).</p> <p>HIPÓTESIS ESPECIFICOS:</p> <p>HE1 El nivel de satisfacción del visitante en el atractivo Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 no está en un nivel aceptable (regular – bueno).</p> <p>HE2 El nivel de satisfacción del visitante en servicio de guiado en la práctica de la escalada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 no está en un nivel aceptable (regular – bueno).</p> <p>HE3 El nivel de satisfacción del visitante en el gasto en la práctica de la escalada en el Velo de las Ninfas en la ciudad de Tingo María – 2019 no está en un nivel aceptable (regular – bueno).</p>	<p>Variable Nivel de satisfacción del visitante en la práctica del turismo de aventura (modalidad escalada)</p>	<p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atractivo • Servicio de guiado • Gasto 	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: No experimental de corte transversal</p> <p>M → OX</p> <p>Donde: M: Muestra de estudio O: Observación X: variable</p>	<p>VARIABLE</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionario de Satisfacción</p>	<p>La población de nuestra investigación estará conformada por los Visitantes que acuden a la cascada Velo de las Ninfas, cuyo registro del mes de setiembre asciende a 864.</p> <p>Para determinar el tamaño de muestra se aplicará la técnica del muestreo probabilístico;, para determinar el tamaño se aplicó la siguiente fórmula:</p> $n = \frac{z^2 \times P \times Q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times P \times Q}$ <p>quedando constituido de la siguiente manera</p> <p>n = 266</p>

GALERÍA FOTOGRÁFICA

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (VELO DE LAS NINFAS)

