



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**Estudio de mercado
de deporte de aventura y entretenimiento en agua,
año 2017**

Autor:

**Falen Zumaeta, Claudia Patricia
Tello Arteaga, Karla Victoria**

Asesor:

**Lic. Adm. Víctor Raúl Reátegui Paredes
01966**

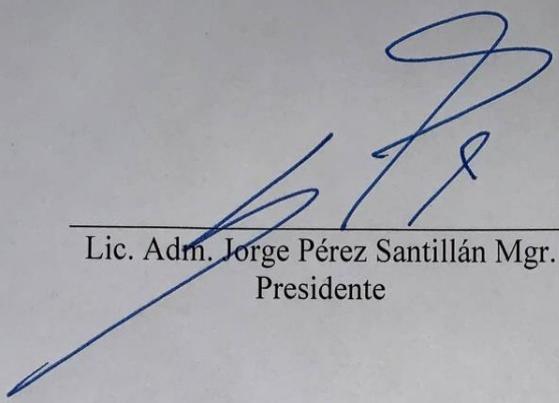
**Para optar el título profesional
de Licenciada en Turismo y Hotelería**

**Líneas de Investigación: Prospectiva de
Mercados y Territorios**

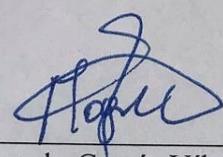
Iquitos – Perú

2018

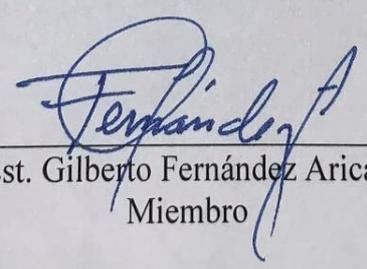
APROBACIÓN
TESIS SUSTENTADA EN ACTO PÚBLICO EL 31 DE ENERO DE 2019



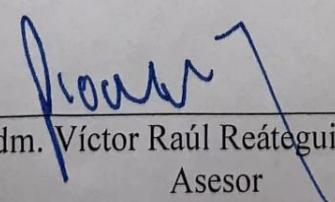
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán Mgr.
Presidente



Lic. Tur. Magaly García Vélchez Mgr.
Miembro



Lic. Est. Gilberto Fernández Arica Mgr.
Miembro



Lic. Adm. Víctor Raúl Reátegui Paredes Mgr.
Asesor



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO: Turismo y Hotelería

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Con Resolución Decanal N° 330-2018-UCP-FAC.NEGOCIOS del 20 de agosto de 2018, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación de Tesis a los señores:

- Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán Mgr. **Presidente**
- Lic. T y H. Magaly García Vilchez Mgr. **Miembro**
- Lic. Est. Gilberto Fernández Arica Mgr. **Miembro**

En la ciudad de Iquitos, siendo las..... horas del día 31 de Agosto del 2019 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa de la Tesis: "ESTUDIO DE DEPORTE DE AVENTURA Y ENTRETENIMIENTO EN AGUA, AÑO 2017".

Presentado por:

CLAUDIA PATRICIA FALEN ZUMAETA
KARLA VICTORIA TELLO ARTEAGA

Como requisito para optar el título profesional de **Licenciada en Turismo y Hotelería**. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntadas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llevo a la siguiente conclusión:

La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán Mgr.
Presidente


Lic. Tur. Magaly García Vilchez Mgr.
Miembro


Lic. Est. Gilberto Fernández Arica Mgr.
Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Resumen.....	01
Abstract.....	02
1. INTRODUCCIÓN	
1.1. El problema	03
1.1.1. Planteamiento del problema	02
1.1.2. Formulación del problema.....	09
1.2. Objetivos	
1.2.1. Objetivo general	09
1.3.2. Objetivos específicos.....	10
2. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL	
2.1. Antecedentes.....	11
2.2. Marco teórico.....	14
2.2.1. El deporte como necesidad humana.....	14
2.2.2. El deporte como producto turístico.....	16
2.2.3. Análisis de la cuenta contable en la formación.....	12
2.2.4. Marco conceptual.....	18
3. MÉTODO	
3.1. Hipótesis.....	21
4.1.1. Hipótesis general.....	21
4.2.2. Hipótesis específicas.....	21
3.2. Variable, indicadores e índices.....	22
3.3. Tipo de investigación.....	23
3.4. Población y muestra.....	23
3.4.1. Población.....	23
3.4.2. Muestra.....	23
3.5. Técnicas de recolección de datos.....	24
3.6. Instrumento de recolección de datos.....	24
3.7. Ética.....	24

4. RESULTADOS	
4.1. Las necesidades de los turistas.....	24
4.2. Los riesgos en la biodiversidad al practicar el deporte.....	28
4.3 La oferta de productos turísticos para la práctica del deporte.....	31
CONCLUSIONES.....	34
RECOMENDACIONES.....	36
BIBLIOGRAFÍA.....	37
ANEXOS	38
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos.....	38
Anexo 2. Matriz de estudio.....	39
Anexo 3. Imágenes de los deportes.....	40

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1 Movimiento de llegadas de turistas a las regiones del mundo, años 1990, 1995, 2000, 2005, 2010 y 2015.....	03
Cuadro 2 Mercados regionales a los cuales llegan los turistas, años 1990, 1995, 2000, 2005,2010 y 2015.....	04
Cuadro 3 Matriz de validez de constructo del instrumento de recolección de datos.....	23

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 1 Participación de los mercados de llegada de turistas, comparativo año 1990 y 2015.....	04
Gráfico 2 Necesidades del turista que busca satisfacer en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos.....	24
Gráfico 3 Práctica del deporte en el agua tenida por el turista en anteriores oportunidades.....	25
Gráfico 4 Deporte en el agua que ha practicado el turista en anteriores oportunidades.....	26
Gráfico 5 Actitud que tiene el turista para practicar deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.....	27
Gráfico 6 Riesgos percibidos por el turista que podrían ocurrir al practicar deportes en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos	28
Gráfico 7 Riesgos percibidos por el turista con los recursos naturales que podrían ocurrir al practicar el deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.....	29
Gráfico 8 Recomendaciones que brinda el turista a las personas que practican deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.....	30
Gráfico 9 Grado de preferencia que le gustaría observar al turista en los deportes en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.....	31
Gráfico 10 Grado de participación que tendría el turista en los deportes en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.....	32
Gráfico 11 Grado de Interés del turista de visitar un negocio que ofrecería la práctica del deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.....	33

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1 Interrelaciones entre turismo, conservación de la biodiversidad y mitigación de la pobreza	03
Figura 2 Representaciones de diversos deportes sustentados en el agua.....	07
Figura 3 Representaciones de entretenimientos sustentados en el agua.....	08

RESUMEN

Estudio de mercado de deporte de aventura y entretenimiento en agua, año 2017

Autoras Claudia Patricia, Falen Zumaeta; Karla Victoria,
Tello Arteaga

La presente investigación tiene como problema general ¿cuáles son los deportes vinculados al agua y que conserven la biodiversidad, posibles de realizar en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017? Los objetivos específicos: a) determinar las necesidades que buscan satisfacer los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos; b) describir los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos; c) determinar los productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos.

La metodología se basó en conocer el mercado potencial y los riesgos están constituidas por las expresiones de los turistas extranjeros y nacionales, igual a 386 personas.

Los resultados señalan que hay interés en los turistas de interactuar con la naturaleza, como son los ríos. Los turistas muestran experiencia con productos vinculados a los deportes que están relacionados al agua, como la natación. Tienen y tendrían interés en realizar las prácticas de deportes en las aguas de los ríos de la Amazonía. Hay una alta preferencia hacia la natación, sustentado en la experiencia anterior tenida. Hay significativas preferencias hacia los otros deportes. Tendría interés o le apasiona visitar un negocio que le permita practicar el deporte vinculada al agua en los ríos de la Amazonía.

Palabras claves: deporte, aguas de ríos de la Amazonía, negocios turísticos.

SUMMARY

Market research of adventure sports and entertainment in water, year 2017

Authors Claudia Patricia, Falen Zumaeta; Karla Victoria,

Tello Arteaga

The present research has as a general problem, what are the sports linked to water and at the same time which conserve biodiversity, as a possibility to carry out in the rivers nearby the city of Iquitos, year 2017?. Specific objectives: a) to determine the needs that tourists would like to satisfy when practicing sports linked to water in rivers; b) describe the risks in biodiversity that can be generated by the practice of sports linked to water in rivers; c) determine the tourism products linked to the practice of sports in water.

The methodology was based in having information about the potential market as well as knowing the risks which are constituted by the expressions of foreign and national tourists, equal to 386 people.

The results indicated there is interest in tourists to interact with nature, such as in water sports. Some tourists show experience with products linked to sports that are related to water, such as swimming. They have interest in carrying out sports practices in the waters of the Amazonian rivers. There is a high preference for swimming, based on previous experience. There are significant preferences towards other sports. Tourists would be interested or are passionate about visiting a business that allows them to practice sports linked to water in the rivers of the Amazon.

Keywords: sport, river waters of the Amazon, tourism businesses.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 El problema.

1.1.1 Planteamiento del problema.

Es interesante conocer el comportamiento de una de las actividades con gran potencial, como es el turismo. Mueve diversos sectores económicos: transporte en todas sus modalidades, servicios portuarios, hoteles, restaurantes, diversión, entretenimiento, seguridad, salud, entre otros.

Para determinar la tendencia del turismo mundial en el largo plazo se observa un amplio periodo de tiempo, 25 años, desde el año 1990 hasta el año 2015, y por periodos de cada cinco años.

La llegada de turistas muestra una tendencia creciente en el tiempo, ha pasado de 434.6 millones de personas que se movilizaron en 1990, a 1,189.5 millones de personas en el 2015, con una tasa de crecimiento del 173.7% en este periodo de tiempo.

La tasa de crecimiento promedio anual es de 4.1%, superior a la tasa de crecimiento poblacional.

Observando cada periodo de 5 años estudiado, el mayor crecimiento ocurrió en el periodo 2000/1995, con 5.1%. También, en el periodo 2015/2010 se observa un alto promedio anual de movilización de turistas, de 4.5%.

Cuadro 1. Movimiento de llegadas de turistas a las regiones del mundo, años 1990, 1995, 2000, 2005, 2010 y 2015.

Región	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Total de turistas (millones de personas)	434.6	526.0	673.7	809.1	953.1	1,189.5
Tasa crecimiento promedio anual						4.1%
Tasa crecimiento promedio anual en cada periodo de 5 años		3.9%	5.1%	3.7%	3.3%	4.5%

Fuente: Organización Mundial de Turismo, estadísticas 2017

Otra información importante es saber los principales mercados hacia los cuales se dirigen los turistas.

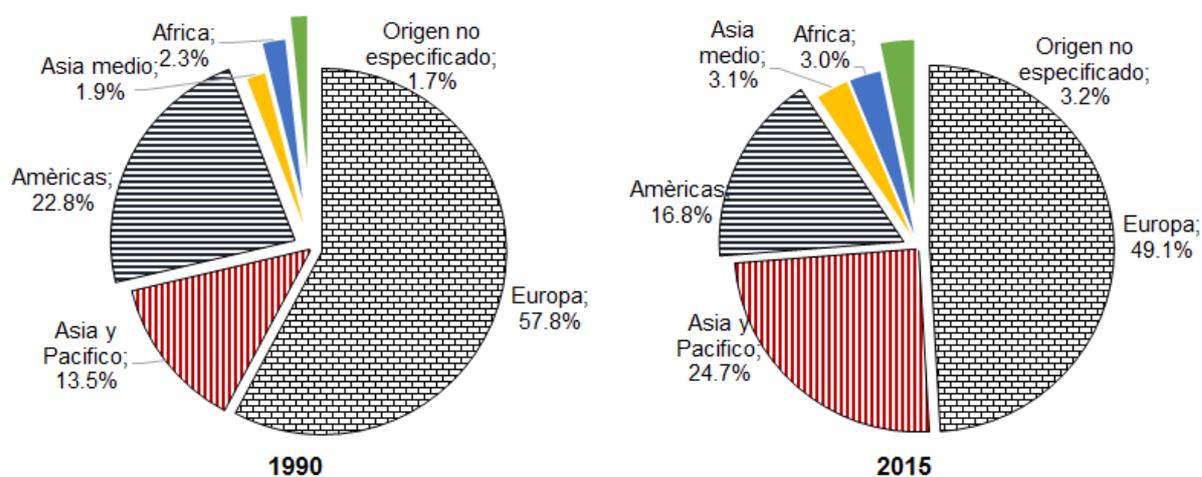
El mercado de mayor crecimiento es el Asia y Pacífico, quien recibió el 13.5% de los turistas en 1990; 24.7% en el 2015. Este mercado casi se ha duplicado en el tiempo. Los mercados que han visto reducir su participación son Europa y las Américas.

Cuadro 2. Mercados regionales a los cuales llegan los turistas, años 1990, 1995, 2000, 2005, 2010 y 2015.

Región	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Europa	57.8%	57.7%	57.9%	55.9%	52.1%	49.1%
Asia y Pacífico	13.5%	16.4%	16.9%	18.9%	21.6%	24.7%
Américas	22.8%	20.6%	19.4%	16.9%	16.3%	16.8%
Asia medio	1.9%	1.6%	1.9%	2.6%	3.5%	3.1%
África	2.3%	2.2%	2.2%	2.4%	3.0%	3.0%
Origen no especificado	1.7%	1.5%	1.6%	3.3%	3.5%	3.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Organización Mundial de Turismo, estadísticas 2017

Gráfico 1. Participación de los mercados de llegada de turistas, comparativo año 1990 y 2015.



Fuente: Organización Mundial de Turismo, estadísticas 2017

Los turistas se movilizan por diversas necesidades y estas son atendidas por grandes, medianos y pequeños negocios que se ubican en los lugares de cada destino turístico.

Los lugares comprenden los recursos naturales que en ella existen o en otros casos se tienen recursos construidos por el hombre gracias a la tecnología.

Referente a los negocios que se forman aprovechando los recursos naturales - como la tierra, el agua, el aire, los animales, la flora- estos agregan una infraestructura de logística y servicios que debe ser compatible con la biodiversidad del destino turístico.

La infraestructura de logística para apoyar el turismo comprende aeropuertos, puertos fluviales de atraque de naves y embarque de pasajeros, terminales terrestres, carretera de acceso, etc.

Todo turista espera encontrar servicios eficientes y seguros, hechos que influirán en su decisión de volver al mismo lugar o recomendar a otros. Un destino que encuentran contaminado o deteriorado será determinante en su decisión.

El turismo brinda esa oportunidad porque los negocios que pueden crearse requieren de poco capital, pues tiene como principal insumo la biodiversidad en el cual se encuentran, y en contraprestación no debe destruir ese entorno.

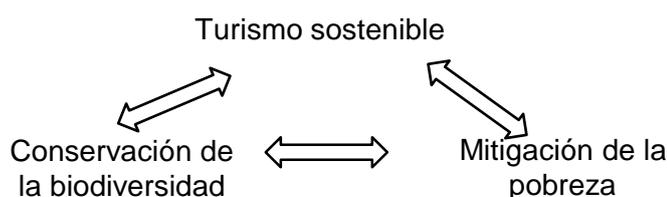
Ahmed **Djoghla**f (2009), Secretario Ejecutivo del Convenio sobre la Diversidad Biológica, señala que “la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica y la erradicación de la pobreza extrema constituyen dos de los principales desafíos mundiales de nuestra era. [...] La protección de la biodiversidad es un factor esencial en la lucha por reducir la pobreza y lograr un desarrollo sostenible. El 70% de los pobres del mundo viven en zonas rurales y dependen directamente de la biodiversidad para su supervivencia y bienestar. Quienes viven en la pobreza sufren más el impacto de la degradación ambiental porque tienen escasas alternativas de medios de vida a las que pueden recurrir”.

El Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) es un tratado internacional que aborda la temática de la biodiversidad. Fue suscrito en 1992, y tiene tres objetivos principales:

- a. Conservar la diversidad biológica;
- b. Utilizar de modo sostenible sus componentes; y
- c. Participar con acciones justas y equitativas en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos.

Construir negocio de turismo sostenible requiere de actividades que conserven la biodiversidad y generen empleos que busquen mitigar la pobreza, especialmente en zonas de muchos problemas sociales. La siguiente figura muestra la interrelación positiva que debe considerarse en todo emprendimiento empresarial basado en el uso de la biodiversidad.

Figura 1. Interrelaciones entre turismo, conservación de la biodiversidad y mitigación de la pobreza.



Fuente: Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica. 2009.

Los emprendimientos turísticos que pueden crearse bajo el enfoque de turismo sostenible son diversos. A nivel mundial se tiene las experiencias siguientes.

En Tanzania, país de África, se tiene las actividades de montañismo en el Monte Kilimanjaro y de observación de animales salvajes como parte de un circuito de safaris en la zona de Serengeti-Ngorongoro-Lago Manyara-Tarangire. Estos dos hechos brindan importantes beneficios para las poblaciones que viven en las zonas que forman la cadena de valor.

La Organización Holandesa de Cooperación para el Desarrollo (SNV) y el Instituto Británico de Desarrollo de Ultramar (ODI) analizaron la cadena de valor de estas dos principales atracciones turísticas y encontraron oportunidades.

35.000 montañistas escalan el Monte Kilimanjaro y dejan un total de US\$ 50 millones al año por concepto de gastos. Por otro lado, 300.000 turistas, aproximadamente, visitan el circuito de safaris del norte de Tanzania y contribuyen

con un total de US\$ 550 millones al año por concepto de gastos en el país (**Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica**. 2009).

Otra experiencia ocurre en Jamaica y Barbados, ambas islas del Caribe, con el buceo turístico en los arrecifes de coral. Se ha dado valor económico a los ecosistemas costeros como destinos turísticos fuertemente sustentados en las condiciones ambientales y con la participación de la población local.

Se estima en US\$ 30.000 millones al año los ingresos generados en este recurso natural; pero, en los últimos años se han presentado problemas como es la degradación de estos ecosistemas. Los arrecifes de coral tienen un valor estimado entre US\$ 100.000 y US\$ 600.000 por kilómetro cuadrado por año; en cambio se estima que las actividades de protección de estas áreas marinas requieren de solo US\$ 775 por kilómetro cuadrado (**Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Centro Mundial de Vigilancia de la Conservación -PNUMA-CMVC**, 2006).

Otra experiencia está en Brasil, con la práctica de *surf*, *windsurf*, *kitesurf*, *stand-up paddle* y vela en el litoral del Estado de Santa Catarina. Se realizan en las playas que van desde las de alta afluencia de público hasta las casi desérticas, con sus buenas olas y excelentes vientos. También, en esta área geográfica, ocurre la práctica de *rafting*, o canotaje, en la Lagoa da Conceição, en Florianópolis, y en la Lagoa de Ibiraquera, en Imbituba. Emprendimientos acreditados ofrecen paseos con diferentes niveles de dificultad, agregado a la emoción, en los ríos de Santo Amaro de Imperatriz -cerca de Florianópolis-; así como en el Río Itajaí-Açu y sus afluentes.

Figura 2. Representaciones de diversos deportes sustentados en el agua.



Fuente: <http://www.istockphoto.com/vector/water-sports-icons-and-symbols>.

Perú es un país que tiene una gran oferta de recursos naturales con los cuales se pueden generar oportunidades de empleo para reducir el alto nivel pobreza en las diversas regiones.

Una de las oportunidades aprovechadas está en los productos que se generan con la práctica de deportes insertados en la biodiversidad.

En el norte, en la Panamericana Norte - altura del kilómetro 146-, a solo diez minutos del centro de Huacho, se ubica la laguna La Encantada, lugar rodeado de una extensa vegetación ideal para sumergirse en sus aguas y practicar disciplinas como el flyboard y el airhead slide.

Para el flyboard, el deportista requiere colocarse unas botas que estarán conectadas a una moto acuática a través de una manguera, de donde emergerá un gran chorro que lo elevará; los emprendedores cobran el precio de S/. 100.00, por media hora. Con el airhead slide, el deportista se sujetará de un flotador triangular, que lo deslizará sobre el agua con la ayuda de una moto acuática; por el precio de S/. 65.00.

Otra disciplina que ofrecen los emprendedores es el esquí acuático, expresado en competencias: saltos, eslalon y figuras. En la competencia de saltos, los deportistas alcanzan velocidades de 120 kilómetros por hora y realizan un salto desde una rampa localizada en el agua; quien logra mayor distancia gana. El esquí de eslalon requiere de un solo esquí y los competidores navegan por una serie de seis boyas ubicadas en un circuito de 259 metros de largo (850 pies); cada boya pasada genera puntos. En el evento de figuras, los esquiadores realizan de 12 a 18 figuras tanto en el agua como en la estela; cada una de las figuras llevadas a cabo con éxito genera puntos.

El wakeboard se practica sobre una tabla parecida al snowboard, con dimensiones más corta y ligeramente más ancha. Requiere del arrastre de una embarcación, y luego de la realización de diversas figuras; se premia su ejecución, intensidad y composición.

Figura 3. Representaciones de entretenimientos sustentados en el agua.



Fuente: <http://www.istockphoto.com/vector/water-sports-icons-and-symbols>

La práctica del esquí acuático ha creado la Federación Peruana de Esquí acuático. A nivel mundial, la Federación Internacional del Esquí del Agua ha definido las Reglas del Torneo de Esquí 2014 (Water Ski Tournament Rules 2014)

La Amazonia, con su red amplia de ríos caudalosos, tiene ambientes propicios para la práctica de deportes y entretenimientos en la biodiversidad del agua.

Se busca estudiar el mercado potencial de una balsa en medio del río, con servicios de práctica deportiva o entretenimiento.

1.1.2 Formulación del problema.

El problema general identificado es el siguiente:

¿Cuáles son los deportes vinculados al agua y que conserven la biodiversidad, posibles de realizar en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cuáles son las necesidades que buscan los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?

¿Cuáles son los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?

¿Qué productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua se puede ofrecer en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?

1.2 Objetivos de la investigación.

1.2.1 Objetivo general.

Estudiar los deportes vinculados al agua, y que conserven la biodiversidad, posibles de realizar en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.

1.2.2 Objetivos específicos.

- a. Determinar las necesidades que buscan satisfacer los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.
- b. Describir los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.
- c. Determinar los productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua que se puede ofrecer en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes.

Suarez Acosta et al. (2013) en su investigación *Motivación del turista hacia la práctica de deportes náuticos: un estudio en el destino turístico de Gran Canaria*, tiene como objetivo comprobar los (a) factores de empuje relacionados con atributos o estilo de vida del turista que pudieran influir en su intención de practicar deportes náuticos; (b) los factores de atracción, como las actitudes hacia determinados atributos del deporte náutico, también pudieran influir en las intenciones del turista de practicar deportes náuticos; (c) aquellos turistas que en mayor medida muestran intenciones de practicar deportes náuticos acaban tomando más decisiones tanto en destinos actuales como en previos; y, (d) las decisiones de practicar deportes náuticos en destinos previos que pudieran favorecer, posteriormente, repeticiones en otros destinos.

Trabajaron con 270 turistas en estancia de ocio en Gran Canaria, de ambos sexos, mayores de 18 años y menores de 65 años, que según datos del Patronato de Turismo de Gran Canaria ascendieron a un total de 2,906,000 de turistas en el año 2010. La muestra estaba compuesta por un 49.3% de varones y un 50.7% de mujeres, y mientras que el 19% tenía 24 años o menos, el 22% tenía entre 35 y 44 años, y el 33.5% era mayor de 45 años. En lo que respecta a la nacionalidad, el 18.1% de los encuestados eran españoles, el 32.1% alemanes, el 16,7% nórdicos, el 17,0% británicos e irlandeses, y el resto de otras nacionalidades.

Concluyen que, parecen existir factores motivadores de empuje y atracción que influyen significativamente sobre las intenciones de practicar deportes náuticos entre los turistas. A su vez, las intenciones parecen predecir significativamente las decisiones de practicar deportes náuticos en el destino turístico actual, así como estar relacionadas, aunque más levemente, con las ya tomadas en destinos previos.

También concluyen que, los factores de empuje “enérgico” y “práctico” predicen significativamente las intenciones de practicar deporte náutico, en tanto que el factor “individualista” no. Por tanto, el modelo responde afirmativamente a la a los atributos “enérgico”, “práctico”, pero negativamente en el caso del atributo ‘individualista’.

Además, los factores de atracción “descansar”, “visitar”, “sentir” y “salud y afecto”, también presentan efectos significativos sobre las intenciones de practicar deporte náutico.

Rodríguez Moreno (2016), en su tesis *La motivación del turismo deportivo en espacios naturales*, tiene como objetivo a) conocer el porcentaje de practicantes de actividades físico-deportivas en la naturaleza en las diferentes modalidades de práctica; b) comprobar la modalidad de alojamiento de los que han utilizado el mismo durante la práctica de turismo deportivo en espacios naturales; c) analizar por grupos de edad los practicantes de actividades físico-deportivas en la naturaleza; d) comprobar la correlación y la valoración de las necesidades psicológicas básicas, motivación, motivos de práctica, experiencia autotélica, intencionalidad para ser físicamente activo, florecimiento humano y nivel de actividad física; e) analizar los perfiles motivacionales de los practicantes de actividades físico-deportivas en el medio natural; f) conocer las posibles diferencias de los perfiles motivacionales respecto a los motivos de práctica, intención, experiencia autotélica, florecimiento humano y ejercicio físico en el medio natural; g) conocer la relación entre los grupos de edad y la práctica físico-deportiva en la naturaleza con las diferentes modalidades y variables contempladas en este estudio y con las necesidades psicológicas básicas, motivación, motivos, intención, experiencia autotélica, florecimiento humano y ejercicio físico.

Su metodología de estudio comprendió una muestra compuesta por 396 practicantes de actividades físico-deportivas en espacios naturales (193 mujeres y 203 hombres). De clase social media, de la comarca bajo y medio Vinalopó (Alicante). Las edades de los participantes oscilaban entre los 18 y 77 años.

Concluye que, las principales actividades deportivas que se desarrollan en los espacios naturales son el ciclismo, senderismo y carrera; en la modalidad de contacto con el medio en la especialidad de senderismo son las mujeres las que presentan un mayor valor en la especialidad de senderismo mientras que los hombres lo hacen en la de cicloturismo; los más jóvenes elijen el camping como alojamiento preferido mientras que las cabañas son el alojamiento preferido por los hombres.

Asimismo, concluye que, por grupos de edad, son los más jóvenes los que valoran más los mediadores psicológicos, los motivos disfrute, apariencia, social, salud y competencia, la intención de práctica, la experiencia autotélica, la tasa de ejercicio físico y el florecimiento humano. También, existe una correlación positiva entre las necesidades psicológicas básicas, motivación intrínseca e integrada, motivos de práctica, experiencia autotélica (actividades que se hacen sin esperar nada a cambio), intencionalidad para ser físicamente activo, florecimiento humano y nivel de actividad física.

Finalmente, señala que se han obtenido dos perfiles motivacionales. Un perfil autodeterminado con puntuaciones altas en competencia, autonomía relación con los demás, motivación intrínseca y motivación integrada; y otro perfil no autodeterminado, con puntuaciones menores en las variables descritas. Existe un patrón de pensamiento positivo hacia la práctica físico-deportiva en la naturaleza (motivos de práctica, intención, experiencia autotélica, florecimiento humano y ejercicio físico en el medio natural) que se relaciona positivamente con un perfil de motivación autodeterminado.

2.2 Marco teórico.

A continuación, se presentan las teorías que explican el funcionamiento del deporte y los productos turísticos que pueden crearse en ese ámbito.

2.2.1 El deporte como necesidad humana.

El deporte es visto desde distintos enfoques. Como política pública del gobierno; como actividad educativa; como factor de competencia entre instituciones, clubes o países; o como factor para alcanzar una buena salud.

Un principio fundamental del deporte es que la promoción de la práctica del deporte es un factor inherente de la salud física y mental de la persona (inc. 5, art. 1, Ley 28036, 2004, **Ley de promoción y desarrollo del deporte**).

El deporte está fuertemente ligado a la educación, en sus diferentes niveles. Cuando ello ocurre hablamos de la educación física.

La educación física es una materia escolar obligatoria que se ocupa del desarrollo de las capacidades físicas y de la confianza de los alumnos, así como de su capacidad de utilizar éstas para llevar a cabo una serie de actividades. La educación física tiene que ver con el aprendizaje de las capacidades, el desarrollo de las condiciones mentales adecuadas y el entendimiento necesario para participar en actividades físicas, el conocimiento del propio cuerpo y de su alcance y su capacidad de movimiento y de practicar actividades físicas beneficiosas para la salud a lo largo de toda la vida (Resolución del **Parlamento Europeo**, de 13 de noviembre de 2007).

La educación promueve el conocimiento, el aprendizaje y la práctica de las humanidades, la ciencia, la técnica, las artes, la educación física y el deporte. Prepara para la vida y el trabajo y fomenta la solidaridad (art. 14, **Constitución Política del Perú**, 1993).

Además de la contribución al bienestar físico y el equilibrio mental, también contribuye al intercambio social cuando su práctica es entre varias personas.

Su práctica puede ser organizada, bajo determinadas reglas de comportamiento, o no. Entonces las leyes señalan normas de la organización que lo realiza.

Las organizaciones deportivas son asociaciones civiles sin fines de lucro, y tienen por finalidad desarrollar la práctica de una o más disciplinas deportivas (art. 37; Ley 28036, 2004, **Ley de promoción y desarrollo del deporte**).

El deporte puede acompañarse con el juego para responder a las necesidades humanas en la sociedad, y su modo de práctica puede crear cultura.

Por su carácter lúdico, el deporte, y la educación física permiten transmitir valores en la persona como el respeto por el adversario, la observación de reglas, el juego limpio y el trabajo en equipo.

También, el deporte moviliza y reúne a la gente más allá de las barreras culturales, lingüísticas, profesionales y generacionales. En los meses de setiembre y octubre del 2017 se ha constituido en un elemento motivador del país.

El deporte es visto como un elemento motivador en las últimas etapas de la vida de las personas.

“Toda actividad cultural, recreativa y deportiva, que desarrollen las instituciones públicas y privadas dirigidas a las personas adultas mayores tendrá por objeto mantener su bienestar físico, afectivo y mental; y procurarles un mejor entorno social y a la vez propiciar su participación activa. Para el desarrollo de estas actividades, la Dirección de las Personas Adultas mayores del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MINDES) y las municipalidades, suscriben convenios a nivel nacional con los clubes privados a fin de que cuando menos una vez al mes presten sus instalaciones para el libre esparcimiento de las personas adultas mayores”. (art. 11, Ley 28803, 2006, **Ley de las Personas Adultas Mayores**).

La práctica del deporte no debe perjudicar el entorno natural en el cual se desenvuelve.

Se han establecido los principios y normas básicas para asegurar el efectivo ejercicio del derecho a un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, así como el cumplimiento del deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, con el

objetivo de mejorar la calidad de vida de la población y lograr el desarrollo sostenible del país (**art. 1, Ley 28611, 2005, Ley Nacional del Ambiente**).

El trabajo del Estado es importante en el desarrollo del deporte. Es función de los gobiernos locales normar, coordinar y fomentar el deporte y la recreación de la niñez y del vecindario en general, mediante la construcción de campos deportivos y recreacionales o el empleo temporal de zonas urbanas apropiadas, para los fines antes indicados (inc. 18, art. 2.3, Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades).

Los gobiernos regionales tienen por finalidad esencial fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública y privada y el empleo y garantizar el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidades de sus habitantes, de acuerdo con los planes y programas nacionales, regionales y locales de desarrollo (art. 4, Ley 27867, 2002, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales).

2.2.2 El deporte como producto turístico.

Raúl Rosales (2016), director de la carrera de Administración y Negocios del Deporte de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicada – UPC, señala que “el marketing deportivo y los negocios del deporte es una disciplina que no es muy explorada en el país; pero, existen diferentes instituciones educativas que han comenzado a creer en esta herramienta”.

Añade que, “el profesional de esta disciplina debe evaluar cómo generar engagement¹ entre la marca y el deportista o el club, qué hacer para explotar un recinto deportivo, generar los ingresos necesarios para que todos los actores puedan crecer, además de gestionar patrocinios y auspicios, derechos de televisación, marcas deportivas, gestionar club deportivos, entre otros”.

También comenta sobre las nuevas corrientes en temas de marketing deportivo que se están dando en el mundo: “el Sportainment es una tendencia que se maneja a nivel mundial y que es algo que todo profesional de la gestión deportiva debe enfocarse, cómo hacemos del deporte un espectáculo”.

¹ El *engagement* es el compromiso que la persona debe tener con la actividad que se realiza.

El diseño de productos turísticos basados en el deporte debe considerar el desarrollo psicomotor que genera el deporte cuando incorpora bailes, danzas típicas y juegos tradicionales de la comunidad.

El desarrollo se manifiesta en los siguientes aspectos:

- a. Psicológico: el ritmo, equilibrio, reacción, acrobacia.
- b. Físico: la fuerza, rapidez, resistencia.
- c. Técnico: ejecución de movimientos con precisión y estética.
- d. Táctico: el trabajo en parejas, control del tiempo y espacio.

Además del factor de la persona, la práctica del deporte incorporó tecnologías diversas.

Medios de comunicación modernos, como el Internet y las computadoras, se han multiplicado en la mayoría de los pueblos del país, y ello ha tenido impacto positivo como observar los eventos deportivos, estar enterado en el acto de los resultados de las competencias entre clubes o países.

Hoy en día, en los países desarrollados un deportista de alto rendimiento ha incorporado alta tecnología de medición en su práctica física o mental. Utiliza métodos científicos de avanzada para medir sus condiciones físicas y mentales, buscando la excelencia a la hora de competir.

Las tecnologías de información permiten conocer temas como las dietas.

También es importante mencionar la agreste geografía del territorio nacional con multiplicidad de climas y pisos ecológicos y variada característica topográfica. Estos aspectos deben ser tomados en cuenta para el desarrollo de actividades deportivas, condicionadas a la estacionalidad, y la construcción de infraestructura deportiva adecuada a las características de las regiones del país (espacios deportivos techados, piscinas temperadas, etc.).

Incorporando todos estos factores, se pueden definir los productos.

Laia **Gilibets** (2013) divide el marketing deportivo en cuatro subdisciplinas:

- a. Marketing de eventos deportivos. Los eventos deportivos son cada vez más numerosos y más dependientes de patrocinadores, sponsors y del propio

soporte publicitario que rodea a un acontecimiento de este tipo. Hay dos objetivos: por un lado, comunicar y promocionar el evento deportivo; por otro, dar visibilidad y retorno a los patrocinadores y marcas que han invertido y apostado por el evento.

- b. Marketing de deporte en general. Hoy en día, el deporte constituye un pilar fundamental de nuestra sociedad y, por eso, tanto entidades públicas como asociaciones particulares dedican tiempo y esfuerzo a la promoción de los hábitos saludables asociados a la práctica deportiva. Lógicamente, esta tipología se fundamenta en la emisión de mensajes genéricos que suelen apelar a los beneficios asociados a su práctica, así como también suele ir de la mano de la difusión de los buenos hábitos alimentarios.
- c. Marketing de productos o servicios deportivos: se trata de promover la venta de otros productos a través del deporte. De esta manera, dichos productos o servicios se asocian a los valores intrínsecos de un deporte o deportista para conseguir atraer a su mismo público objetivo y mejorar el engagement. En este sentido, merece una especial atención el uso de celebrities por parte de las marcas, que constituye una estrategia fundamental para mejorar el nivel de fidelidad. De hecho, está comprobado que los fans de los grandes deportistas permanecen fieles a la marca que los patrocina. De aquí los contratos multimillonarios que reciben muchos deportistas por el hecho de llevar el logo de una marca o vestir sus piezas mientras compiten. Sin lugar a dudas, se convierten en prescriptores que condicionan las decisiones de compra de sus fans, y les generan una gran fidelidad hacia esa marca.
- d. Marketing de entidades o deportistas. En este último caso, son las entidades o los equipos de marketing de los deportistas los responsables de promover sus actividades y extender su conocimiento entre el público.

2.3 Marco conceptual.

- a. Necesidades. Las empresas deben invertir el tiempo y esfuerzo en efectuar "mediciones de la satisfacción de sus clientes", analizar e interpretar adecuadamente la información recolectada y tomar acciones pertinentes para acentuar lo que se está haciendo bien y corregir lo que está generando insatisfacción en los clientes. La "medición de la satisfacción de los clientes", conlleva a utilizar un enfoque metodológico para no caer en subjetividades y tomar acciones no adecuadas. La empresa, para implantar las mediciones, debiera seguir todo un proceso metodológico. (**Servat**, 2011).

- b. Riesgos. Es tarea del administrador financiero entender y medir la exposición a las fuentes de riesgo. Para ello, podemos hacernos las siguientes preguntas: ¿cuánto de tus resultados depende del viento a favor en dos o tres variables absolutamente exógenas a la empresa?; ¿qué posibilidades tienes en el corto plazo de transferir potenciales efectos negativos al precio que pagan tus clientes o consumidores?; ¿qué decisiones estás tomando respecto a estos riesgos? No olvidemos que no hacer nada también es una decisión. (**Pastor**, 2013).

- c. Oferta de productos. Quizá esta sea la pregunta que más empresas se hacen, sean grandes o pequeñas: ¿cómo diferenciar mi oferta en un estante colmado de competidores y sustitutos? Aquí lo primordial no es el tamaño de la empresa, sino qué tan bien llega a sus clientes. Y esto no es solo un tema de producto, también implica conocer y entender el mercado, así como sus necesidades, motivaciones y hábitos de compra. (**Urbina Rivera**, 2017)

CAPÍTULO III: MÉTODO.

3.1 Hipótesis.

3.1.1 Hipótesis general.

Se observaría alta posibilidad de realizar los deportes vinculados al agua y que conserven la biodiversidad en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.

3.1.2 Hipótesis específicas.

Se observaría muchas necesidades que buscan satisfacer los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.

Se observaría bajos riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.

Se observaría alta posibilidad de ofrecer productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.

3.1.3 Variables, indicadores e índices.

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Posibilidad de realizar deportes vinculados al agua	1. Necesidades de los turistas	1.1 Tipos de necesidades que siente el turista. 1.2 Experiencias en práctica del deporte acuático. 1.3 Actitud de ingresar al agua en ríos amazónicos.
	2. Riesgos de la práctica del deporte en la biodiversidad.	2.1 Percepciones de riesgo hacia el deporte como practicante. 2.2 Experiencia en riesgos con el recurso natural. 2.3 Recomendaciones que sugiere.
	3. Oferta de productos turísticos de práctica del deporte.	3.1 Tipo de producto. 3.2 Grado de importancia de la práctica del deporte. 3.3 Decisión de tomar la experiencia.

3.2 Tipo de investigación.

La presente investigación es de tipo descriptiva.

El estudio es de característica descriptiva, pues se describirán las características del mercado potencial del producto turístico deporte en agua.

3.3 Marco poblacional y muestra.

3.3.1 Población.

La población para conocer el mercado potencial y los riesgos está constituida por las expresiones de los turistas extranjeros y nacionales que llegan a la ciudad de Iquitos.

3.3.2 Muestra.

La muestra de estudio de la presente investigación se constituyó tomando una parte de la población de turistas que llegaron en el primer trimestre del 2018.

$$n^1 = \frac{(Z)^2 (p) \cdot (q)}{E^2} \quad n = 386$$

Donde:

Z : Coeficiente de confiabilidad. En un nivel de confianza del 95 %, es 1.96.

P : Proporción estimada. Asumiendo P = 50 %

E : Error o precisión. Asumiendo E = 5 %

3.4 Técnica.

La técnica es la observación de datos.

El trabajo de investigación seguirá el procedimiento siguiente:

- a. Se identificaron las estadísticas de las llegadas de turistas a la ciudad de Iquitos.
- b. Se determinó como unidad de análisis el aeropuerto.

- c. Se determinó como unidad de observación el turista.
- d. La recolección de datos siguió los siguientes pasos:
 - Observación de los reportes estadísticos de Mincetur.
 - Diseño de un cuestionario.

3.5 Instrumento de recolección de datos.

El instrumento de recolección de datos se señala en el Anexo 1, hoja de cuestionario.

Cuadro 3. Matriz de validez de constructo del instrumento de recolección de datos

Indicadores	Índices	Preguntas
1. Necesidades de los turistas	1.1 Tipos de necesidades que siente el turista.	1
	1.2 Experiencias en práctica del deporte acuático.	2 y 3
	1.3 Actitud de ingresar al agua en ríos amazónicos.	4
2. Riesgos de la práctica del deporte en la biodiversidad.	2.1 Percepciones de riesgo hacia el deporte como practicante.	5
	2.1 Experiencia en riesgos con el recurso natural.	6
	2.2 Recomendaciones que sugiere.	7
3. Oferta de productos turísticos de práctica del deporte.	3.1 Tipo de producto.	8
	3.2 Grado de importancia de la práctica del deporte.	9
	3.3 Decisión de tomar la experiencia.	10

3.6 Ética.

La aplicación del instrumento de recolección de datos en los micro empresarios fue anónima, para lograr la mayor confianza y que su opinión no será utilizada para otros fines sino los académicos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Las necesidades de los turistas.

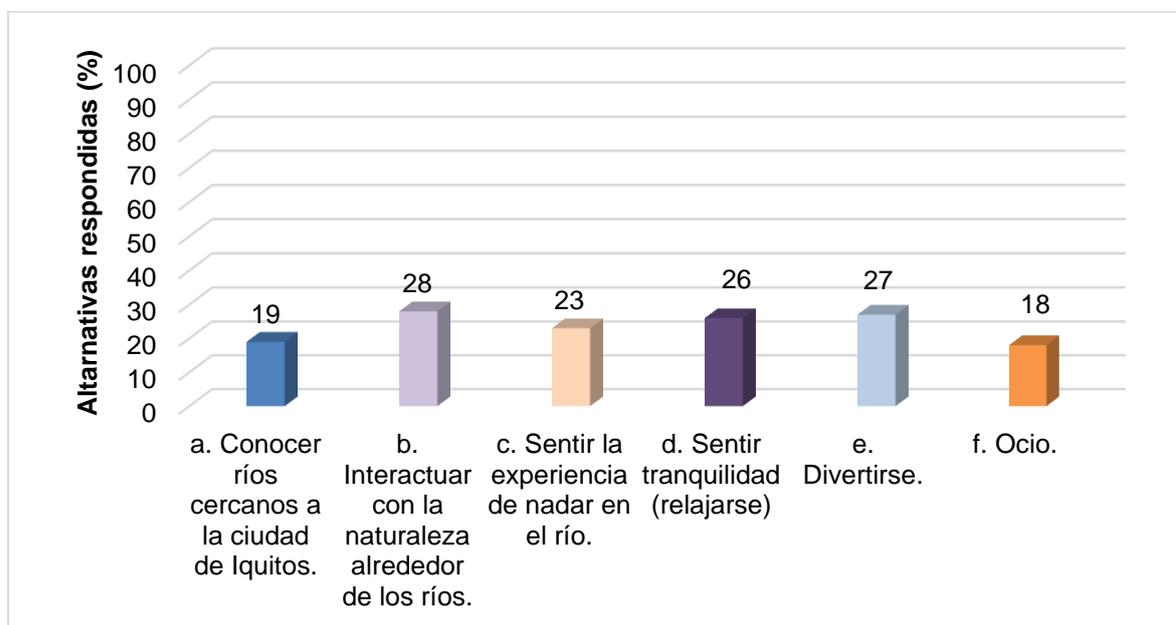
Hay dos necesidades importantes vinculadas con los recursos de la biodiversidad que buscan satisfacer los turistas, interactuar con la naturaleza alrededor de los ríos, con el 28%, y sentir la experiencia de nadar en el río, con el 23%.

Hay una necesidad que busca satisfacer el turista y está relacionado con el aspecto emocional, sentir tranquilidad (relajarse) con el 26%.

Un grupo importante de turistas, el 27%, busca satisfacer la necesidad de diversión en los ríos.

Gráfico 2. Necesidades del turista que busca satisfacer en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos.

(Puede responder varias alternativas)



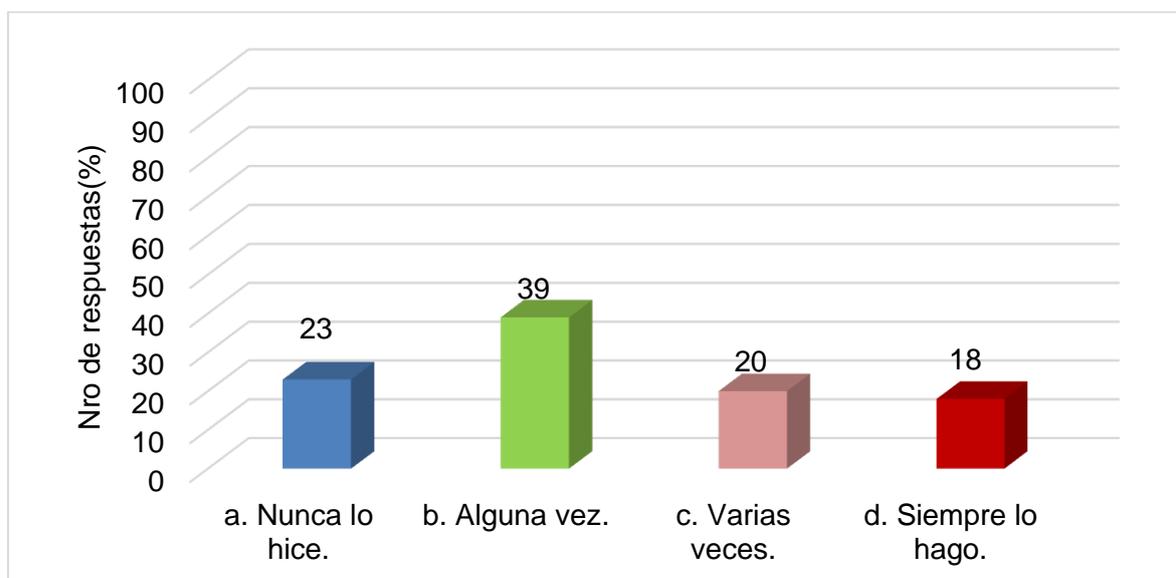
Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

La experiencia que hayan tenidos los clientes sobre un producto es un factor que contribuye al consumo de productos similares, especialmente cuando llega a un destino turístico.

Los turistas que llegaron a Iquitos consideran que si han tenido alguna o mucha experiencia en prácticas anteriores vinculadas a los deportes que están relacionados al agua.

Algo menor de la mitad de ellos, el 39%, expresa que alguna vez han tenido esta experiencia. A ellos se suman quienes manifiestan que varias veces han realizado práctica de estos deportes, el 20%; y quienes lo hacen en forma permanente en los lugares que visitan o en sus lugares de orígenes, el 18%.

Gráfico 3. Práctica del deporte en el agua tenida por el turista en anteriores oportunidades.



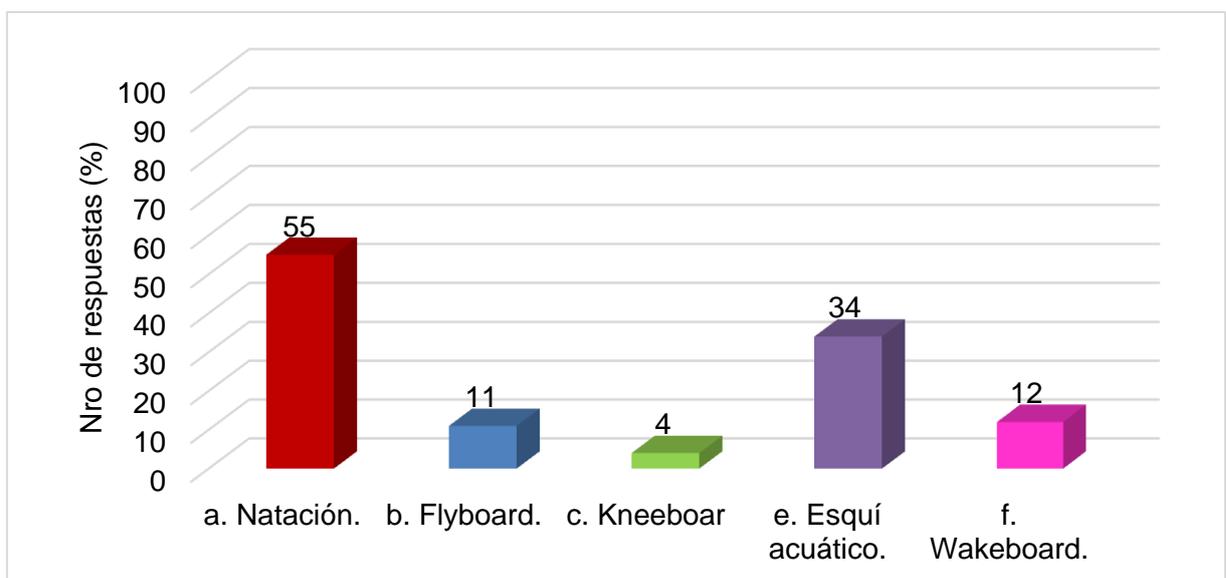
Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

Las personas que han respondido que han tenido alguna, varias o muchas veces manifiestan que el principal deporte que ellos practican es la natación, el 55% así lo señala. Este es un deporte que puede hacer en infraestructuras construidas para ese propósito como son las piscinas, o en lagos, ríos o cerca de las playas marítimas, donde se comparte el deporte con el entretenimiento musical o social,

Otro deporte que practican los turistas es el esquí acuático, el 34% así lo señala, el cual si requiere espacios grandes como son los lagos, ríos o mares. Además, requiere de una embarcación veloz y su respectivo motor, representando esto una inversión importante.

Otros deportes, como el flyboard y el wakeboard, son todavía deportes de grupos reducidos de practicantes. Aun no se han masificado, constituyendo elites que lo practican.

Gráfico 4. Deporte en el agua que ha practicado el turista en anteriores oportunidades.



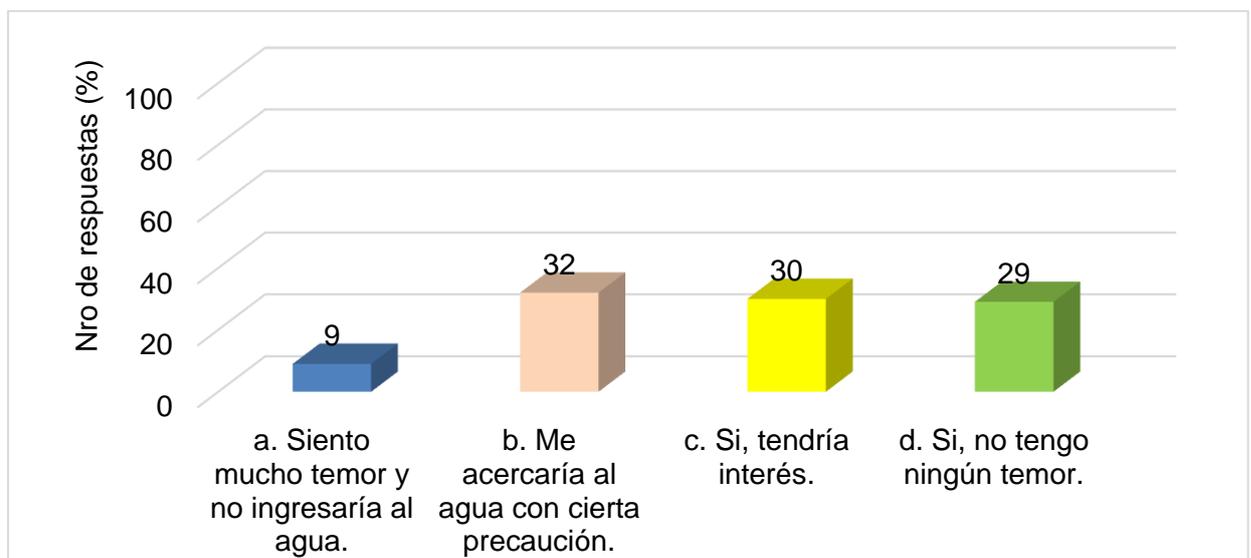
Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

Para calcular el tamaño de la demanda de todo producto o servicio que se lanzará al mercado, se requiere conocer el interés que ellos sobre el producto y los factores colaterales que lo acompañan.

Dos importantes segmentos de los turistas señalan que, si tienen o tendrían interés en realizar las prácticas de deportes en las aguas de los ríos de la Amazonía, el 29% y el 30% así lo expresan, sustentados en su experiencia que han tenido en situaciones anteriores.

Cabe señalar que ciertos medios de comunicación hablan de muchos riesgos que hay en el interior de las aguas como animales, o corrientes fuertes del río que han hecho naufragar embarcaciones. Estos pensamientos impactan en restringir su decisión de ingresar al agua para practicar el deporte, el 32% así lo manifiesta.

Gráfico 5. Actitud que tiene el turista para practicar deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.



Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

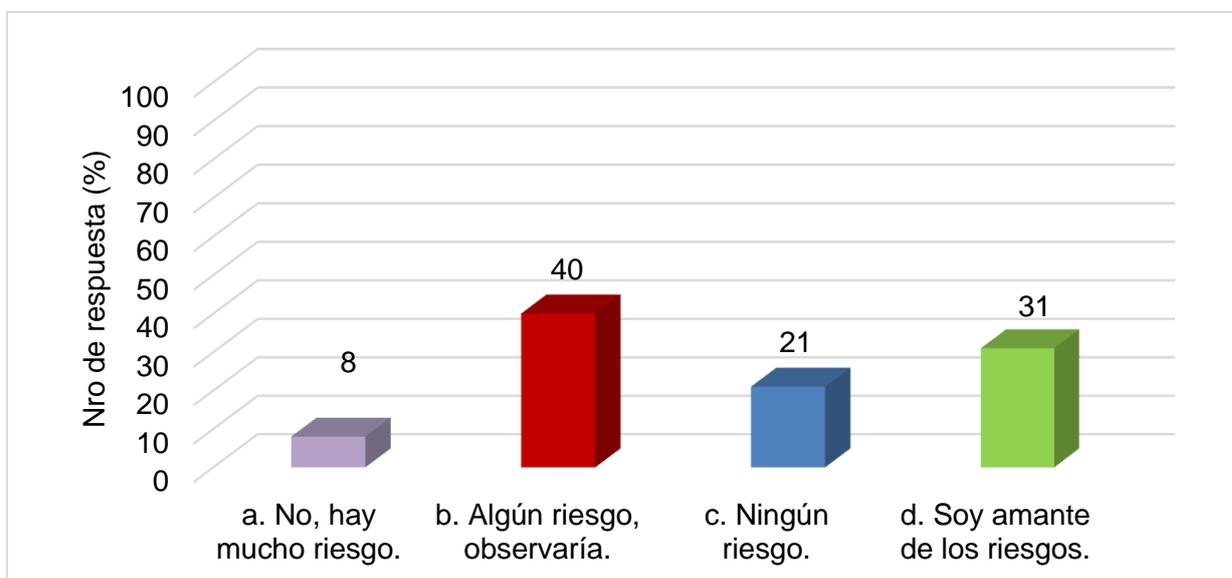
4.2. Los riesgos en la biodiversidad al practicar el deporte.

Similar a las respuestas de la pregunta anterior, y por lo tanto se diría que hay alta correlación, se requiere conocer la percepción acerca de los riesgos que conlleva la práctica de un deporte. Por ejemplo, el paracaidismo es un deporte de alto riesgo, pero la percepción de la persona que lo practica es de aceptar el riesgo.

En los deportes vinculadas a las aguas de los ríos de la Amazonía, más de la mitad de los turistas, el 52%, considera que no hay riesgos y que es amante de los riesgos.

Un alto porcentaje de ellos, el 40%, indica que observaría en algún riesgo en la práctica, y ese pensamiento estaría restringiendo su decisión de realizar la práctica del deporte referido.

Gráfico 6. Riesgos percibidos por el turista que podrían ocurrir al practicar deportes en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.



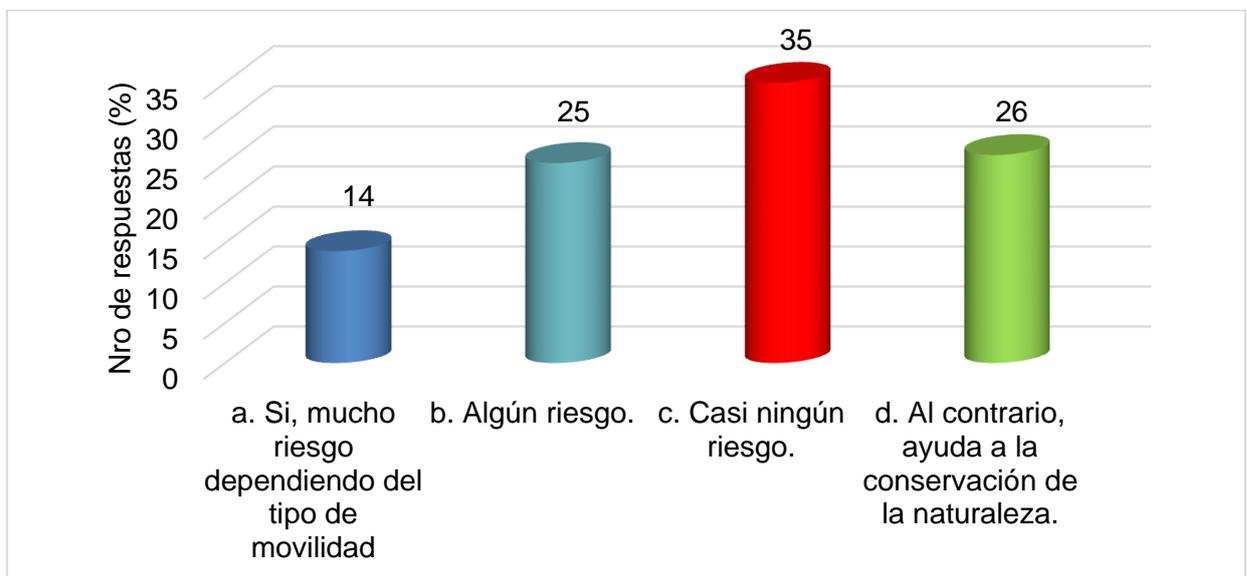
Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

En el mundo actual, se está creando conciencia de que, los actos de los seres humanos no deben generar daño en los recursos naturales. Por ello se habla del turismo sostenible, de hacer negocios turísticos que perduren en el tiempo, teniendo como soporte los recursos de la biodiversidad.

Similar a respuestas anteriores, más de la mitad de los turistas, el 61%, señala que la práctica de estos deportes vinculados al agua, no generan ningún riesgo, el 35%, y ayudan a la conservación de la naturaleza, el 26%. Este último aspecto sustentado en que las personas quieren que su negocio crezca y por lo tanto no pueden destruir su materia prima que es el medio que lo rodea.

Un pequeño sector de los turistas, el 14%, señala que si hay riesgo y ello depende del tipo de movilidad (nave y motor) que acompañaran a la práctica del deporte.

Gráfico 7. Riesgos percibidos por el turista con los recursos naturales que podrían ocurrir al practicar deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.



Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

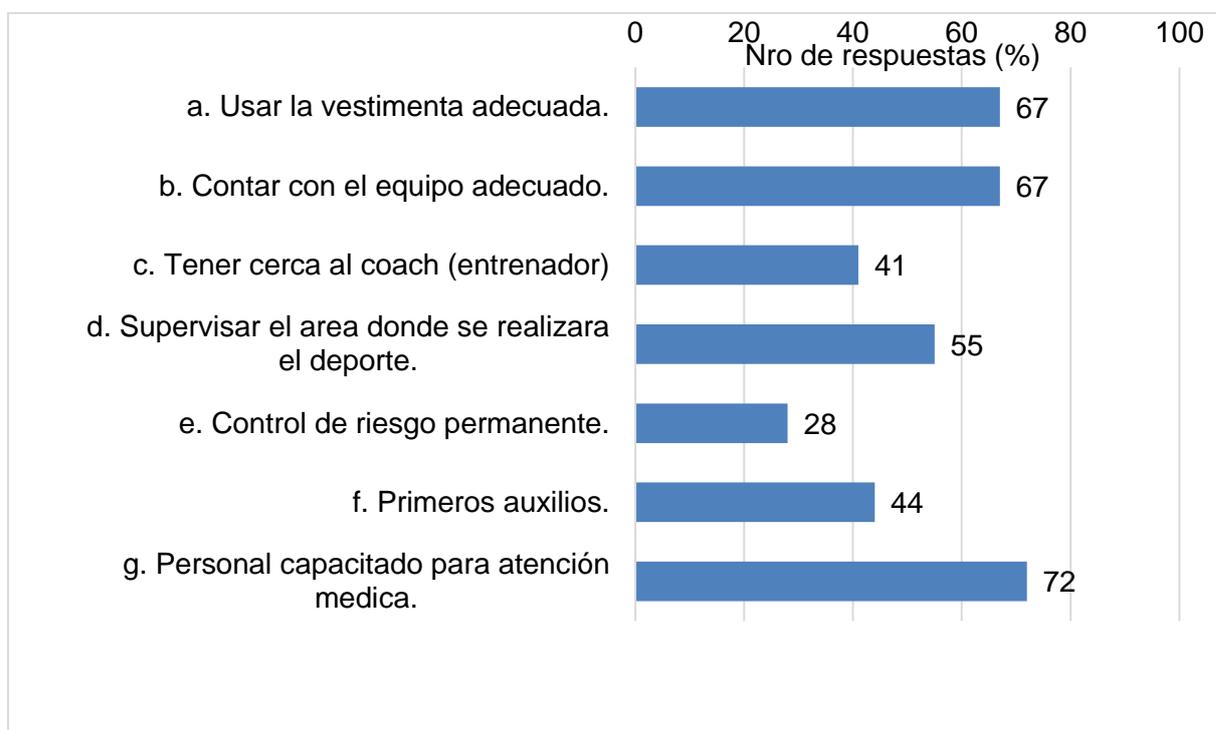
Quienes han realizado práctica del deporte en agua en anteriores oportunidades conocen las condiciones que deben estar alrededor o deben ser parte de los actos de los deportistas.

La eficiencia del cuidado de la persona está en tener personal capacitado para la atención medica cuando se presente cualquier percance, el 72% así lo manifiesta. Si ocurre el hecho el personal debe estar listo a actuar y contar los equipos y medicinas respectivas.

Otro elemento importante está en la vestimenta que debe utilizar para la practicas del deporte, el 67% así lo señalan. Por ejemplo, para la práctica de esquí en el mar, con aguas frías, deberá de tenerse vestimenta que proteja de este hecho.

Gráfico 8. Recomendaciones que brinda el turista a las personas que practican deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.

(Puede responder varias alternativas)



Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

4.3 La oferta de productos turísticos para la práctica del deporte.

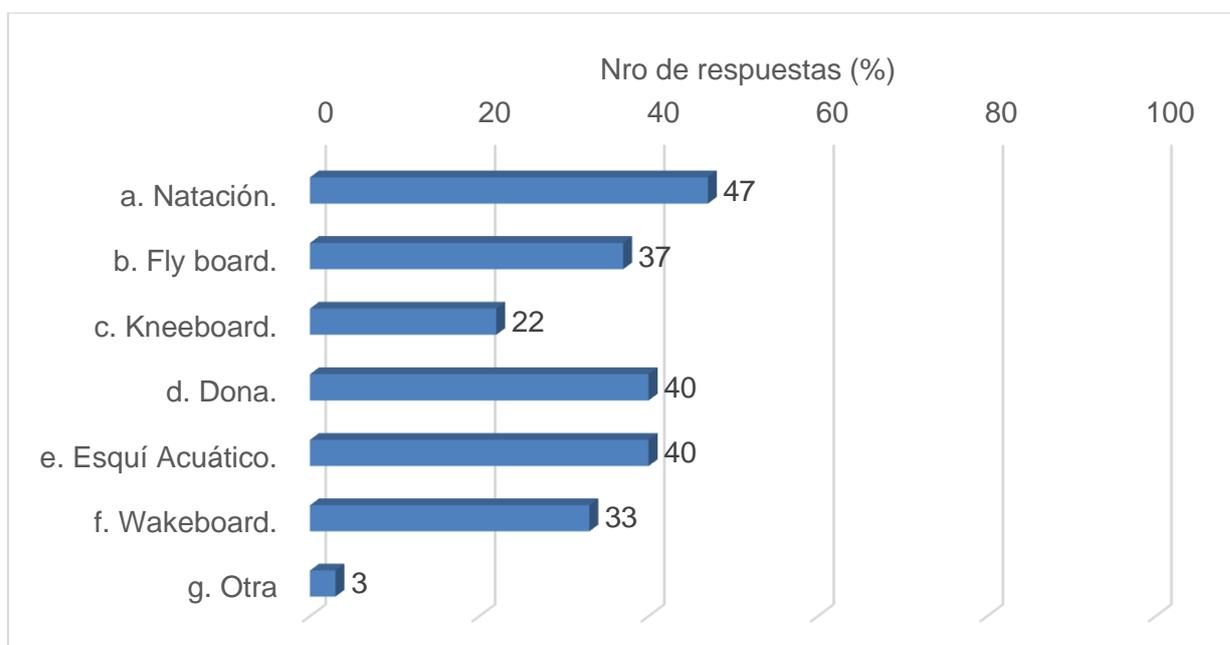
Definido los elementos de la demanda y los factores que restringen su práctica, se estudia la preferencia hacia determinado tipo de deporte que se hacen en las aguas de los ríos de la Amazonía.

Hay una alta preferencia hacia la natación, el 47% así lo señala, y este hecho se sustenta en la experiencia anterior tenida en este tipo de deporte.

Hay significativas preferencias hacia los otros deportes, Dona, con el 40%, esquí acuático también con un porcentaje similar.

Gráfico 9. Grado de preferencia que le gustaría observar al turista en los deportes en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.

(Puede responder varias alternativas)



Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

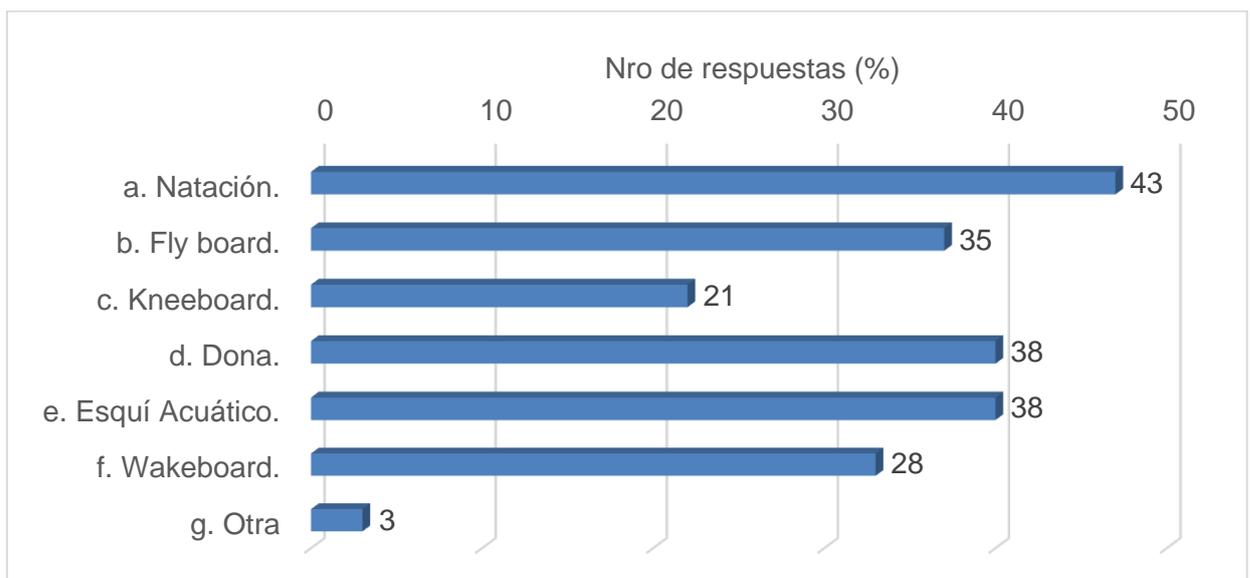
Del pensamiento de preferencia hacia un producto e ir a la acción de comprar es un paso que todo comprador tiene que hacerlo. Esto significa que se ha convertido en una demanda potencia a una demanda real.

En el deporte natación se observa que el 47% tiene preferencia y el 43% considera que si lo practicaría.

En todos los demás deportes hay una alta correlación entre preferencia y el acto de practicarlo.

Gráfico 10. Grado de participación que tendría el turista en los deportes en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.

(Puede responder varias alternativas)

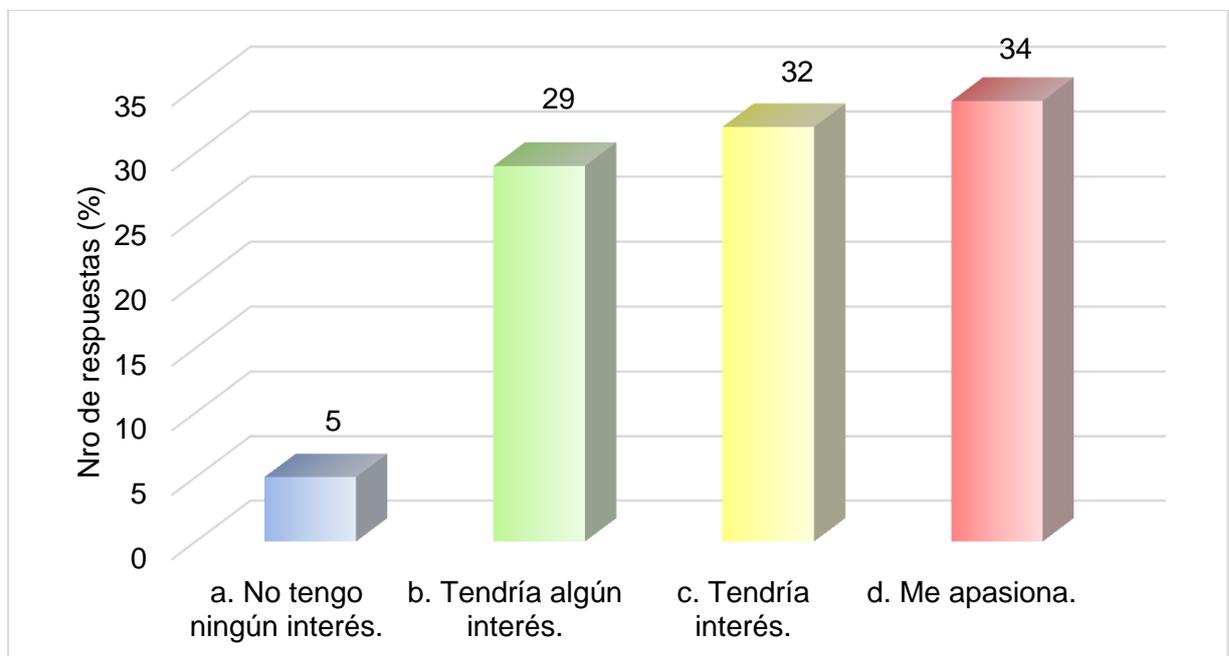


Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

Todo producto que se ofrece al mercado requiere de un negocio que lo elabore o lo ofrezca a los clientes, y ello también sucede con los productos turísticos en los cuales se requiere dotar de cierta infraestructura (embarcación, motor, vestimenta y otros aparejos).

Un porcentaje sumamente importante, cerca de las dos terceras partes, el 66% señala que tendría interés o le apasiona visitar un negocio que le permita practicar el deporte vinculada al agua en los ríos de la Amazonía.

Gráfico 11. Grado de interés del turista de visitar un negocio que ofrecería la práctica del deporte en las aguas de los ríos cerca de la ciudad de Iquitos.



Fuente: Encuesta aplicada ciudad de Iquitos, enero 2018

CONCLUSIONES

- a. Referente a las necesidades de los clientes, se considera que hay interés en los turistas de interactuar con la naturaleza que forma parte del lugar, especialmente los ríos. Hay una necesidad emocional que busca satisfacer el turista, y está relacionado con la tranquilidad que le brinda la naturaleza alejada del ruido de la ciudad. Los turistas muestran experiencia con productos vinculados a los deportes que están relacionados al agua. Referente a la investigación de Rodríguez Moreno, ambos concluyen que existe una significativa actitud a desarrollar las actividades deportivas considerando los beneficios que brindan la naturaleza.

Quienes han tenido alguna, varias o muchas veces esta experiencia lo han hecho con la natación, en infraestructuras construidas en su lugar de residencia o en lagos, ríos o playas marítimas, en el lugar de destino que visita. Dos importantes segmentos de turistas señalan que tienen o tendrían interés en realizar las prácticas de deportes en las aguas de los ríos de la Amazonía, sustentados en su experiencia. Varios de ellos consideran que tienen restricciones para ingresar al agua para practicar el deporte.

- b. Referente a los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de un deporte se tienen que hay alta correlación de percibir riesgos que conlleva la práctica de un deporte con su experiencia. Más de la mitad de los turistas, el 52%, considera que no hay riesgos de perjudicar la naturaleza y que es amante de los riesgos. La conciencia de que no deben dañarse los recursos naturales, y que los negocios deben perdurar en el tiempo, teniendo como soporte los recursos de la biodiversidad. El 61% señala que las prácticas de estos deportes vinculados al agua no generan ningún riesgo.

La experiencia en el deporte en agua señala mecanismos para tener eficiencia de la práctica del deporte, como cuidado de la persona con personal capacitado y contar los equipos y medicinas respectivas. Otro elemento importante está en la vestimenta que debe utilizar para la práctica del deporte. Contrastando el trabajo de Rodríguez Moreno, existe relación positiva de hacer la práctica físico-deportiva en un entorno de naturaleza.

- c. En relación a los productos turísticos relacionados al deporte en agua en los ríos de la Amazonia, se tiene que hay una alta preferencia hacia la natación, sustentado en la experiencia anterior tenida. Hay significativas preferencias hacia los otros deportes. Se observa que el 47% tiene preferencia y el 43% considera que si lo practicaría. Todo producto que se ofrece al mercado requiere de un negocio, el 66% señala que tendría interés o le apasiona visitar un negocio que le permita practicar el deporte vinculada al agua en los ríos de la Amazonía.

RECOMENDACIONES

- a. Conocido las necesidades de los clientes, debe trabajarse en despertar el interés de las personas, la interacción con la naturaleza. Hay muchas formas de hacerlo, uno de ellos es el avistamiento de pájaros y otro es la práctica de deportes. También mostrar la paz de la selva que forma parte del lugar, especialmente los afluentes de los ríos. Si bien, hay deportes de mucho bullicio, otros son de paz como el canotaje.
- b. Referente a los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de un deporte se tiene que promover las buenas prácticas en la gestión de empresas turísticas, en sus diferentes aspectos operativos, comerciales, humanos y financieros.
- c. La demanda determinada de la práctica de deportes en el agua de los ríos de la Amazonia estimula la realización de pequeños negocios con infraestructura y utilizando la biodiversidad.
- d. A continuación, se presenta la descripción de los deportes que se ofrecerían:
 - Esquí acuático: El usuario va unido por una cuerda a una lancha motora que lo arrastra a gran velocidad, se desliza sobre el agua con uno o dos esquís. Como accesorios tenemos el cabo especial denominado palonier, una tabla elaborada a base de carbono recubierta por fibra de vidrio de medidas de 65´ a 68´ para el peso promedio de turistas, guantes de neopreno para un agarre seguro del mango y chaleco de neopreno. Asimismo, la lancha motora no debe tener estelas altas, ya que el tipo de tabla que se utiliza son muy delgadas otorgando cierta dificultad en la estabilidad al deslizarse.
 - Wakeboard: Al igual que en el esquí acuático, el usuario va unido por una cuerda a una lancha motora que lo deslizará a gran velocidad. Los accesorios que se utilizaran son los mismos que en el esquí de acuático, con la excepción de la tabla, que es una especial elaborada a base de

espuma y resina, recubierta por fibra de vidrio, de medidas de 1.27m a 1.34m (tabla a).

- Kneeboard, este deporte se practica de rodillas sobre la tabla, colocándose el punto de gravedad más bajo y presentando menos resistencia; al igual que los anteriores deportes descritos, se necesitará los mismos accesorios, a diferencia de la tabla, será similar a las del surf pero más ancha y corta.
- Flyboard, este deporte acuático combina la propulsión del agua y del aire para impulsar al nadador hacia la superficie, para ello una moto de agua o una lancha, que normalmente recoge agua por la proa y, a través de una turbina, la expulsa a gran presión por la popa, dividiendo el flujo de agua entre dos codos de menor sección que lanzan el agua hacia abajo. Se necesitará como accesorios una tabla bajo los pies con dos potentes chorros hacia abajo permite la potencia necesaria para impulsarse, dar giros, volar hasta 15 metros de altura sobre el agua, o bucear hasta 2,5 metros, o realizar todo tipo de acrobacias, chaleco de neopreno y moto de agua o bote a motor.
- Dona inflable, actividad acuática que consiste deslizar por el agua un objeto inflable en forma de una dona redonda, esta es arrastrada por un bote a motor y sobre el inflable van aproximadamente tres (3) a cuatro (4) personas que trataran de no caerse. Los accesorios a utilizar son chaleco de neopreno.

BIBLIOGRAFÍA.

- Djoghla, Ahmed. 2009. *Turismo para la naturaleza y el desarrollo: Guía de buenas prácticas*. Montreal. Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica, Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- Font, X. y B. Carey. 2005. *Marketing Sustainable Tourism Products*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Disponible en: www.unep.fr/shared/publications/pdf/WEBx0010xPA-MarketingTourism.pdf.
- GSTC. Criterios mundiales de turismo sostenible. s/f. Disponible en: http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=249&Itemid=453.
- Gilibets, L. 2013. *Marketing deportivo: el marketing al servicio del deporte*. Blog Marketing deportivo. En: <https://blogmarketingdeportivo.com/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda*. Lima, Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *IV Censo Nacional Económico por departamento*. Lima, Perú.
- Organización Mundial de Turismo. 2017. *UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition*. UNWTO publications.
- Pastor, Marco. 2013. *La importancia de la gestión de riesgos en los negocios*. Conexiones, del 21 de enero del 2013. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/conexion>
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Centro Mundial de Vigilancia de la Conservación - PNUMA-CMVC 2006. *In the front line: shoreline protection and other ecosystem services from mangroves and coral reefs*. UNEP-WCMC, Cambridge, UK 33 pp. Disponible en: [www.unep-wcmc.org/resources/PDFs/In the front line.pdf](http://www.unep-wcmc.org/resources/PDFs/In_the_front_line.pdf).
- Rodríguez Moreno, J. 2016. *La motivación del turismo deportivo en espacios naturales*. Tesis para optar el grado de doctor, Universidad Miguel Hernández de Elche, España.

- Rosales, R. 2016. *La importancia del Marketing Deportivo y la industria del deporte en el Perú*. En diario La República, 13 de julio de 2016, Lima, Perú.
- Servat, Alberto Alexander. 2011. *Medir la satisfacción del cliente*. Conexionesan, del 06 de setiembre del 2011. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/conexion>
- Suarez Acosta, M. A.; Manrique de Lara, P. Z.; Aguiar Quintana, T. 2013. *Investigación Motivación del turista hacia la práctica de deportes náuticos: un estudio en el destino turístico de Gran Canaria*. *Revista de Análisis Turístico*, 13 primer semestre 2013, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. ISSN electrónico: 2254-0644.
- Urbina Rivera Carlos. 2017. *Estrategias de marketing para diferenciar nuestra oferta en un estante colmado de competidores y sustitutos*. Conexionesan, del 25 de abril 2017. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/conexion>

ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuestionario:

Cuestionario: Estudio de Mercado de Deporte de Aventura y entretenimiento en agua

1. Señale usted las necesidades que buscaría satisfacer al realizar el turismo en los ríos cercanos a la ciudad (*puede responder varias alternativas*).
 - a) Conocer ríos cercanos a la ciudad de Iquitos. 01
 - b) Interactuar con la naturaleza alrededor de los ríos. 02
 - c) Sentir experiencia de nadar en el río. 03
 - d) Sentir tranquilidad (relajarse). 04
 - e) Divertirse. 05
 - f) Ocio. 06

2. ¿Alguna vez ha practicado deporte en el agua?
 - a) Nunca lo hice. 01
 - b) Alguna vez. 02
 - c) Varias veces. 03
 - d) Siempre lo hago. 04
 - Si la respuesta fue *Nunca* lo hice pasar a la pregunta. (4)

3. Señale usted que deporte ha practicado. (*Puede responder varias alternativas*)
 - a) Natación 01
 - b) Flyboard 02
 - c) Kneeboard 03
 - d) Esquí acuático 04
 - e) Wakeboard 05

4. Exprese usted su actitud de practicar deportes en las aguas de los ríos en la ciudad de Iquitos.
 - a) Siento mucho temor y no ingresaría al agua. 01
 - b) Me acercaría al agua con cierta precaución. 02
 - c) Sí, tendría interés. 03
 - d) Sí, no tengo ningún temor. 04

5. Exprese usted que riesgos podrían ocurrir al practicar el deporte en agua de los ríos en la ciudad de Iquitos.
 - a) No, hay mucho riesgo. 01
 - b) Algún riesgo observaría. 02
 - c) Ningún riesgo. 03

- d) Soy amante de los riesgos. 04
6. ¿Practicar un deporte en el agua podría generar algún riesgo con los recursos naturales?
- a) Sí, mucho riesgo dependiendo del tipo de movilidad. 01
b) Algún riesgo. 02
c) Casi ningún riesgo. 03
d) Al contrario ayuda a la conservación de la naturaleza. 04
7. ¿Qué recomendaciones daría usted para las personas que practican deporte en el agua de los ríos? *(puede responder varias alternativas)*
- a) Usar la vestimenta adecuada. 01
b) Contar con el equipo adecuado. 02
c) Tener cerca el coach (entrenador). 03
d) Supervisar el área donde se realizará el deporte. 04
e) Control de riesgo permanente. 05
f) Primeros auxilios. 06
g) Personal capacitado para atención médica. 07
8. Señale usted el grado de preferencia que le gustaría observar de los siguientes deportes. *(puede responder varias alternativas)*
- a) Natación. 01
b) Fly board. 02
c) Kneeboard. 03
d) Dona. 04
e) Esquí acuático. 05
f) Wakeboard. 06
g) Otros. Señalar _____
9. Señale el grado de participación de usted en los siguientes deportes.
- a) Natación 01
b) Flyboard 02
c) Kneeboar 03
d) Esquí acuático 04
e) Wakeboard 05
10. Señale usted el interés de visitar un negocio que ofrecería deportes acuáticos. (balsa ubicada en Santo Tomás)
- a) No tengo ningún interés. 01
b) Tendría algún interés. 02
c) Tendría interés. 03
d) Me apasiona 04

ANEXO 02 Matriz de estudio

TESIS: “Estudio del mercado de deporte de aventura y entretenimiento en agua año 2017”.

PROPÓSITO	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	INDICADORES	ÍNDICES
<p>El problema se resume en la siguiente interrogante general:</p> <p>¿Cuáles son los deportes vinculados al agua y que conserven la biodiversidad, posibles de realizar en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?</p> <p>Las interrogantes específicas son las siguientes:</p> <p>¿Cuáles son las necesidades que buscan los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?</p> <p>¿Cuáles son los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?</p> <p>¿Qué productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua se puede ofrecer en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Estudiar los deportes vinculados al agua, y que conserven la biodiversidad, posibles de realizar en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>Determinar las necesidades que buscan satisfacer los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p> <p>Describir los riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p> <p>Determinar los productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua que se puede ofrecer en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Se observaría alta posibilidad de realizar los deportes vinculados al agua y que conserven la biodiversidad en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p> <p>ESPECÍFICAS:</p> <p>Se observaría muchas necesidades que buscan satisfacer los turistas al practicar deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p> <p>Se observaría bajos riesgos en la biodiversidad que puede generar la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p> <p>Se observaría alta posibilidad de ofrecer productos turísticos vinculados a la práctica de deportes vinculados al agua en los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos, año 2017.</p>	<p>Posibilidad de realizar deportes vinculados al agua</p>	<p>Necesidades de los turistas</p> <p>Riesgos de la práctica del deporte en la biodiversidad</p> <p>Oferta de productos turísticos de práctica del deporte</p>	<p>1. Tipos de necesidades que siente el turista.</p> <p>2. Experiencias en práctica del deporte acuático.</p> <p>3. Actitud de ingresar al agua en ríos amazónicos.</p> <p>1. Percepciones de riesgo hacia el deporte como practicante.</p> <p>2. Experiencia en riesgos con el recurso natural.</p> <p>3. Recomendaciones que sugiere.</p> <p>1. Tipo de producto.</p> <p>2. Grado de importancia de la práctica del deporte.</p> <p>3. Decisión de tomar la experiencia.</p>

ANEXO 3: INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS



**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ
FACULTAD DE NEGOCIOS**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO
DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

1. Datos generales.

1.1 Apellidos y nombres del investigador:

Claudia Patricia Falen Zumaeta
Karla Victoria Tello Arteaga

1.2 Título de la investigación:

Estudio de mercado de deporte de aventura y entretenimiento en agua,
año 2017.

2. Aspectos de evaluación.

Indicador	Criterio	Calificación			
		Deficiente	Regular	Buena	Excelente
1. Lenguaje	Entendible				✓
2. Objetividad	Mide opinión sin restricciones				✓
3. Construcción	Secuencia lógica				✓
4. Respuestas	Va del peor escenario al mejor escenario				✓
5. Consistencia	Se sustenta en teorías				✓
6. Tiempo	No agota				✓

Calificación promedio: excelente
(Deficiente, regular, buena, excelente)

Comentarios:

Lugar y fecha: Iquitos-24 de setiembre de 2018

Elgo Jorge A. Ayarza Rengifo
C.B.P. 6445

Nombre y apellidos del experto



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ
FACULTAD DE NEGOCIOS

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO
DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. Datos generales.

1.1 Apellidos y nombres del investigador:

Claudia Patricia Falen Zumaeta

Karla Victoria Tello Arteaga

1.2 Título de la investigación:

Estudio de mercado de deporte de aventura y entretenimiento en agua,
año 2017.

2. Aspectos de evaluación.

Indicador	Criterio	Calificación			
		Deficiente	Regular	Buena	Excelente
1. Lenguaje	Entendible				✓
2. Objetividad	Mide opinión sin restricciones				✓
3. Construcción	Secuencia lógica				✓
4. Respuestas	Va del peor escenario al mejor escenario				✓
5. Consistencia	Se sustenta en teorías				✓
6. Tiempo	No agota				✓

Calificación promedio: excelente
(Deficiente, regular, buena, excelente)

Comentarios:

Lugar y fecha: Iquitos 24 de setiembre de 2018



Jorge A. Ayarza Rengifo
C.B.P. 6445

Nombre y apellidos del experto



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ
FACULTAD DE NEGOCIOS

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO
DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. Datos generales.

1.1 Apellidos y nombres del investigador:

Claudia Patricia Falen Zumaeta

Karla Victoria Tello Arteaga

1.2 Título de la investigación:

Estudio de mercado de deporte de aventura y entretenimiento en agua,
año 2017.

2. Aspectos de evaluación.

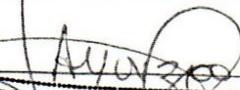
Indicador	Criterio	Calificación			
		Deficiente	Regular	Buena	Excelente
1. Lenguaje	Entendible				✓
2. Objetividad	Mide opinión sin restricciones				✓
3. Construcción	Secuencia lógica				✓
4. Respuestas	Va del peor escenario al mejor escenario				✓
5. Consistencia	Se sustenta en teorías				✓
6. Tiempo	No agota				✓

Calificación promedio: ___excelente___
(Deficiente, regular, buena, excelente)

Comentarios:

Lugar y fecha: Iquitos 24 de setiembre de 2018




Elgo Jorge A. Ayarra Rengifo

C.B.P. 6445

Nombre y apellidos del experto

ANEXO 4: IMÁGENES DE LAS ACTIVIDADES ACUÁTICAS A REALIZAR

1. Esquí acuático:

Modalidad: Monoesquí / Eslalom



Fuente: <http://www.nauticexpo.es>



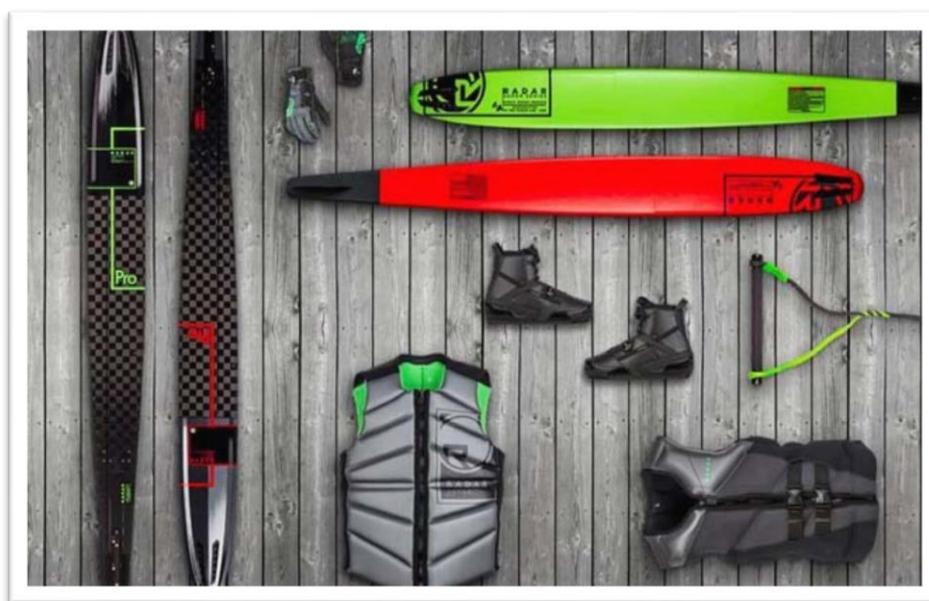
Fuente: <http://actualidadcanetana.blogspot.com>

Modalidad: Dúo o combo



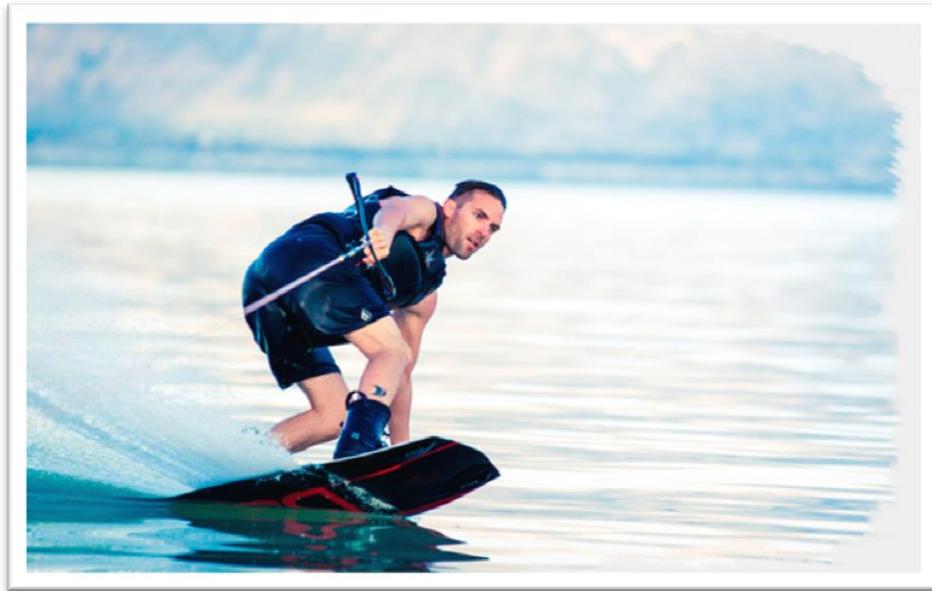
Fuente: <https://www.jobesports.com>

Accesorios para el esquí acuático:



Fuente: <http://www.planfindesemana.es/deportes/esqui-nautico-pantano-entrepenas.php>

2. Wakeboard



Fuente: <https://www.jetscoot.com/eswakeboard.html>

3. Kneeboard



Fuente: <https://www.boats.com/on-the-water/how-to-kneeboard>

4. Flyboard



Fuente: <http://www.poerani-moorea.com>