



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

TESIS

**“EL PATRIMONIO TURISTICO DE LA PROVINCIA DE HUARAL Y SU
RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURISTICA, REGION LIMA 2017”**

PRESENTADO POR:

NUÑEZ VELARDE ESTEFANY MARIA VICTORIA

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,
HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

LIMA, PERU

2017

**“EL PATRIMONIO TURISTICO Y SU RELACION CON LA PROMOCIÓN
TURISTICA EN LA PROVINCIA DE HUARAL – REGION LIMA, 2017”**

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación principalmente a Dios por permitir el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación personal, porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar. A mi madre, por ser el pilar más importante y demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A mis abuelos, que siempre velan por mí, sin importar el día y la hora están conmigo cada vez que los necesito, festejando mis logros y alentando en mis errores para mejorarlos. Finalmente, y lo más importante dedico estas líneas a mi hijo Tadeo, porque a pesar de tan corta edad con una sonrisa y tan solo decir “Mama” me alienta a seguir esforzándome por él.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, amigos, y demás seres queridos; que me ofrecieron su apoyo moral y económico para seguir estudiando y lograr el objetivo trazado para un futuro mejor.

A la Universidad “Alas Peruanas”, y a todos los integrantes administrativos y docentes de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza, que fueron principios básicos para mí.

INDICE

RESUMEN	v
INTRODUCCIÓN	vi
INDICE DE GRAFICOS	1
INDICE DE TABLAS	2

CAPITULO I: PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	4
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:	4
1.3. OBJETIVOS:	5
1.4. JUSTIFICACIÓN:	5
1.5. DELIMITACIÓN:	5

CAPITULO I: MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES:	8
2.2. BASES TEÓRICAS:	9
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.4. VARIABLES DE ESTUDIO:	34

CAPITULO I: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. AMBITO DE ESTUDIO:	37
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN:	37
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN:	37
3.4. METODO DE INVESTIGACION:	37
3.5. DISEÑO DE INVESTIGACION:	37
3.6. POBLACION, MUESTRA Y MUESTREO:	38
3.7. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS:	39
3.8. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCION DE DATOS:	39
3.9. TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS:	39

CAPITULO I: RESULTADOS

4.1. PRESENTACION DE RESULTADOS:	42
4.2. ANALISIS DESCRIPTIVO	48

CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	68
REFERENCIAS	69
ANEXOS	70

RESUMEN

La presente investigación llevada a cabo con el título patrimonio turístico y su relación con la promoción turística en la provincia de Huaral, es una investigación descriptiva porque se recolectara información de la población de dicha provincia

Para realizar la investigación se trabajó con una población de 182 409 habitantes y una muestra de 50 personas, se necesitó buscar información de cada uno de los atractivos con los que cuenta la provincia y así poder ver en qué situación se encuentra cada una de ellas para poder identificar como haríamos para explotarlo y así generar una ayuda económica a la provincia.

Para tener una mejor información se realizó un cuestionario para que las personas que viven en la provincia puedan responder a las preguntas referentes a los atractivos.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las industrias que ha incrementado considerablemente en los últimos años y cada departamento compite por mostrar sus mejores atractivos para aumentar su número de visitantes y por consecuencia su economía.

La presente investigación tiene como objetivo dar a conocer que en Lima también podemos encontrar cantidad de atractivos, aunque no son muy conocidas por los turistas, tienen gran cantidad de historia como otras.

Es por esto que a través de este texto se aspira a generar estrategias o herramientas que ayuden a promocionar una ciudad y a la par generar una mejor calidad de vida a la población de Huaral por medio de la explotación de sus recursos o a causa de ellos.

El presente proyecto de investigación se organiza en tres capítulos:

Capítulo I, denominado problema de investigación, consta de: La determinación del problema, la formulación del problema, los objetivos e hipótesis de la investigación, la población y muestra, la justificación, las limitaciones y alcances de la investigación.

Capítulo II, denominado marco teórico consta de: Los antecedentes del estudio, la base teórica del estudio, el marco conceptual, determinación de términos básico y las variables

Capítulo III denominado Metodología, se considera: El tipo de estudio y método, la descripción del ámbito de la investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, la validez y confiabilidad de los instrumentos y el plan de recolección y procesamiento de datos.

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: PATRIMONIO CULTURAL	46
GRAFICO 2: PATRIMONIO NATURAL	47
GRAFICO 3: FACILIDADES	48
GRAFICO 4: FLUJO TURISTICO	49
GRAFICO 5: MARKETING	50
GRAFICO 6: SERVICIOS BASICOS	51
GRAFICO 7: ATRACTIVOS HUARAL	52
GRAFICO 8: HACIENDA HUANDO.....	53
GRAFICO 9: CONCIENCIA TURISTICA	54
GRAFICO 10: CONSERVACION.....	55
GRAFICO 11: CATARATA CALLAPACCHA	56
GRAFICO 12: RESERVA NACIONAL LOMAS DE LACHAY.....	57
GRAFICO 13: CARRETERAS	58
GRAFICO 14: CARROS FORMALES.....	59
GRAFICO 15: PLATO TIPICO	60
GRAFICO 16: BUEN TRATO.....	61
GRAFICO 17: TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS	62
GRAFICO 18: DIFERENCIA ENTRE TURISTAS	63
GRAFICO 19: PAGINA WEB	64
GRAFICO 20: PORQUE VISITA HUARAL	65
GRAFICO 21: MATERIAL INFORMATIVO	66
GRAFICO 22: SERVICIOS BASICOS	67
GRAFICO 23: CENTROS DE INFORMACION TURISTICA	68
GRAFICO 24: SEGURIDAD	69

INDICE DE TABLAS

TABLA N°1: ¿Los atractivos de Huaral se encuentran en buen estado?	52
TABLA N°2: ¿La Hacienda Huando se conserva en buen estado?	53
TABLA N°3: ¿Considera que los pobladores no toman conciencia turística sobre los atractivos?	54
TABLA N°4: ¿La municipalidad ayuda a la conservación de los atractivos?	55
TABLA N°5: ¿Conoce el atractivo de la catarata Callapaccha con la que cuenta Huaral?.....	56
TABLA N°6: ¿La reserva nacional Lomas de Lachay presenta problemas de contaminación, como la quema de basura u otra?	57
TABLA N°7: ¿Hay carreteras asfaltadas para llegar a la provincia y distritos?	58
TABLA N°8: ¿Hay carros formales es decir no colectivos que trasladen de Lima a Huaral?	59
TABLA N°9: ¿Considera al chancho al palo como uno de los principales platos típicos de Huaral?	60
TABLA N°10: ¿se les da un buen trato a los turistas que arriban a Huaral?	61
TABLA N°11: ¿Huaral atrae más turistas nacionales que extranjeros?.....	62
TABLA N°12: ¿Hay diferencias entre turistas nacionales y extranjeros, es decir se les cobra masa a los extranjeros?.....	63
TABLA N°13: ¿Sabe usted si existe página web de la municipalidad que ayude a explotar los atractivos?	64
TABLA N°14: ¿Los turistas vienen más porque se enteraron de la página web que por comentarios de personas?	65
TABLA N°15: ¿Considera que se debería contar con material informativo sobre los atractivos?	66
TABLA N°16: ¿Huaral cuenta con servicios básicos (agua, desagüe) para acoger a los turistas?	67
TABLA N°17: ¿Huaral cuenta con centros de información turística?.....	68
TABLA N°18: ¿Existe seguridad en la provincia que asegure al turista visitar la provincia?	70

APITULO I
PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La provincia de Huaral sufre poco apoyo para promocionar y/o conservar sus atractivos, se puede apreciar en la página de la municipalidad de Huaral que no cuenta con un área de turismo que ayude a promocionar el gran patrimonio que posee. A si mismo podremos observar que si la municipalidad o pobladores no se preocupan por cuidar su patrimonio estos se deterioraran y perderán su valor. Para ello deberían realizar campañas de concientización turística.

A pesar que se llevó a cabo el Taller “FORMULACIÓN DEL INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS” organizado por la Dirección Regional De Comercio Exterior Y Turismo DIRCETUR la Municipalidad Provincial De Huaral no cuente con un inventario de los recursos turísticos de la provincia y que en la actualidad sólo hay 21 recursos inventariados.

Según el Especialista de Turismo de la DIRCETUR, Lic. David García Espinoza, señaló que se espera contar con información real, ordenada y sistematizada de los recursos turísticos e identificar los potenciales turísticos para propiciar su desarrollo.

Como se está viendo la falta de promoción de los atractivos de Huaral hace que los turistas utilicen a Lima como un punto de paso obligatorio para dirigirse a otras regiones a buscar atractivos que pueden encontrar en Lima, este es un problema que sufre la mayoría de provincias de lima.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

1.2.1 Problema principal:

- ¿Cuál es la relación entre el patrimonio y la promoción turística en la provincia de Huaral, Región Lima 2017?

1.2.2 Problemas secundarios:

- ¿Cuál es la relación del patrimonio turístico y el flujo turístico en la provincia de Huaral, Región Lima 2017?
- ¿Cuál es la relación del patrimonio turístico y el marketing en la provincia de Huaral, Región Lima 2017?
- ¿Cuál es la relación del patrimonio turístico y los servicios básicos en la provincia de Huaral, Región Lima 2017?

1.3. OBJETIVOS:

1.3.1. Objetivo General:

- Determinar la relación entre el patrimonio turístico y la promoción turística en la provincia de Huaral, Región Lima 2017

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Establecer la relación entre el patrimonio turístico y el flujo turístico en la Provincia De Huaral, 2017
- Establecer la relación entre el patrimonio turístico y el nivel de marketing en la Provincia De Huaral 2017
- Establecer la relación entre el patrimonio turístico y los servicios básicos en la Provincia De Huaral, 2017

1.4. JUSTIFICACIÓN:

La presente investigación tiene como objetivo dar a conocer el patrimonio turístico con el que cuenta la provincia de Huaral, ya que como vemos Lima solo se vende como Lima Colonial, los turistas no consideran viajar a las Provincias de Lima por lo mismo que no se promociona mucho, a pesar que las provincias cuentan con diversidad de atractivos que pueden cautivar a los turistas.

También se pretende crear conciencia turística en los pobladores sobre la riqueza cultural que existe en nuestro país

Con la investigación se logrará que la población tenga conocimiento sobre la problemática y así involucrarla a hacer algo al respecto.

1.5. DELIMITACIÓN:

1.1.1 Delimitación Temporal:

Se inició el plan de tesis el 8 marzo y se planea finalizar en la quincena de agosto.

1.1.2 Delimitación espacial:

La presente investigación se realiza en la Provincia de Huaral, Región Lima.

La Provincia de Huaral es una provincia de la parte centro-occidental del Perú, en el Departamento de Lima, bajo la administración del Gobierno Regional de Lima.

Limita con la provincia de Huaura por el norte, con las de Canta y Lima por el sur, con las de Pasco y Yauli por el este y con el océano Pacífico por el oeste.

Se encuentra regulada judicialmente por el Distrito Judicial De Huara y cuenta con 182.409 habitantes según la estimación del INEI del 2012.

1.1.3 Delimitación social

Nuestra investigación se realizó en la provincia de Huaral, los encuetados fueron tanto los transeúntes, comerciantes, personas encargadas de la seguridad, todos pobladores del lugar.

CAPITULO II
MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES:

Esta línea de estudio y el sujeto investigador, se enfocaron en la Provincia de Hualal y su casco antiguo abarcando su funcionalidad turística, esto dio lugar a buscar fundamentos teóricos, metodologías de investigación, análisis de experiencias, orientaciones operativas y antiguas investigaciones para que esta Provincia pueda implementar estrategias urbanas que les permitan minimizar riesgos y aprovechar las oportunidades que el turismo les brinda. La evaluación de: El Patrimonio cultural, Sitios Naturales, Manifestaciones Culturales, Lugares Históricos; como una fuente de recursos y no de gastos, así como su integración funcional para la realización de actividades turísticas dentro de la ciudad, requiere investigaciones específicas en relación con la dinámica urbana, la configuración de la ciudad turística dentro de la ciudad histórica, la capacidad de acogida, el uso turístico de los diversos recursos presentes.

2.1.1. Internacionales:

Título: PROMOCION TURISTICA DEL BALNEARIO DE BANCHAL PARROQUIA CASCOL CANTON PAJAN PROVINCIA DE MANABI.

Autor: GISELLA ANALUISA ROBALINOJULIO

País: GUAYAQUIL – ECUADOR 2012

Conclusión: La investigación se inicia con el propósito de conocer nuevos atractivos turísticos

Disfrutar de un ambiente agradable y tranquilo rodeado de la naturaleza y su clima tropical y fresco hace de Banchal su carta de presentación, debido a sus altas montañas que existe en el lugar este es un sitio ideal para las personas que les encanta realizar turismo de aventura, turismo ecológico y sobre todo para las personas que desean tomarse un descanso fuera de la ciudad.

El turista por lo general siempre desea explorar y conocer algo nuevo. Como dato curioso cabe indicar que para llegar al lugar se pasa siete veces el mismo río ya que se encuentra rodeado de rocas inmensas que hacen de un lugar único alrededor de este atractivo este atractivo encontramos árboles como ceibo, gramalote, guayacán, álamo, beldado y dentro de la fauna encontramos animales como garzas gallaretas, marías, Martín pescador, ardillas y si tienes suerte puedes observar guatusas, cuchuchos, guanta y armadillos ya que existen pocos ejemplares las hace que las personas se

sienta como en el paraíso este se encuentra a 20 minutos de la cabecera cantonal Pajan aquí se puede degustar la comida típica de Manabí entre ellas las famosas empanadas de verde , el seco de gallina criolla, las ricas humitas y el buen seco de chivo entre otras.

2.1.2. Nacionales:

No se ha encontrado antecedentes de carácter nacional.

2.2. BASES TEÓRICAS:

PATRIMONIO TURÍSTICO SEGÚN LA UNESCO:

El Patrimonio Turístico está integrado por bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute.

La presencia de atractivos en un determinado país o región es el punto de partida del sistema turístico. Según la naturaleza de tales bienes, cada país elabora y pone en práctica políticas de desarrollo y promoción turística, orientadas a captar determinados sectores de la demanda.

A la vez, las características de los componentes del patrimonio determinan acciones concretas para asegurar el equilibrio entre la explotación turística y la necesidad de su preservación.

¹El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

¿Cuáles son los tipos de Patrimonio?

¹ Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural, celebrada en México en el año 1982

- **Patrimonio Natural.** Significa formaciones físicas, biológicas y geológicas excepcionales, hábitat de especies animales y vegetales amenazados y zonas que tengan un valor científico de conservación o estético.
- **Patrimonio Cultural.** Significa monumentos, grupos de edificios y lugares que tienen valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico o antropológico.

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados. Es

- Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo.
 - Integrador
 - Representativo
 - Basado en la comunidad
- **Patrimonio cultural subacuático.** Comprende todos aquellos rastros de existencia humana que estén o hayan estado bajo el agua y tengan un carácter cultural o histórico. Reconociendo la urgente necesidad de conservar y proteger este patrimonio, la UNESCO redactar el Convenio sobre la Protección del Patrimonio Cultural Subacuático de 2001.

PATRIMONIO SEGÚN LA INAH

El escenario nacional e internacional en el que actualmente se desenvuelve el INAH, nos obliga a asumir la responsabilidad mundial de proteger y gestionar adecuadamente nuestros sitios culturales, a través de proyectos estratégicos, tales como el establecimiento de vínculos más efectivos de cooperación científica, técnica y académica con organismos involucrados con la conservación de la herencia patrimonial, así como el desarrollo de diversos talleres, simposios y coloquios con especialistas en el ámbito patrimonial, a fin de debatir nuevos conceptos y criterios para una más correcta y objetiva gestión, defensa y conservación del patrimonio cultural mundial.

Clasificación.

- **Patrimonio Cultural.** Puede estar constituido por aquellos monumentos, conjuntos o lugares con valor universal desde el punto de vista de la historia, el arte o la ciencia.

Los monumentos, son obras arquitectónicas, de escultura o de pintura, monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico e inscripciones, cavernas y grupos de elementos de valor excepcional.

Los conjuntos, son grupos de construcciones aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad o integración en el paisaje, tengan un valor excepcional.

Los lugares son las obras del hombre u obras conjuntas con la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos con valores excepcionales desde el punto de vista estético, histórico, etnológico o antropológico.

- **Patrimonio Natural.** Está representado por los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas o biológicas o por grupos de estas formaciones, que tengan un valor universal excepcional, desde el punto de vista estético o científico.
- **Patrimonio Mixto.** Responden de manera parcial o total a las definiciones de patrimonio Cultural y Natural.

PATRIMONIO SEGÚN LA OMT

El patrimonio puede significar un recurso estratégico para el desarrollo socioeconómico de las poblaciones, dado que en muchos casos representa el componente básico y fundamental del turismo, que dinamiza y sostiene medianos y pequeños emprendimientos

El término “patrimonio” contiene elementos tanto naturales como culturales que podrían resumirse de la siguiente manera: por un lado, la características del ambiente natural, los ecosistemas, la biodiversidad existente y el entorno paisajístico; por el otro, la historia, las tradiciones, las festividades, la gastronomía, las costumbres y creencias populares, arquitectura, monumentos y yacimientos arqueológicos, así como cualquier otra manifestación de la cultura propia del lugar, ya sea tanto en aspectos tangibles como intangibles.

Clasificación

– Patrimonio Cultural

Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia

Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia

Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

– Patrimonio Natural

Los monumentos naturales: constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico

Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas: que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación, o de la belleza natural.

– Patrimonio Mixto

Las propiedades se considerarán como “patrimonio mixto” si cumplen con una parte o toda la definición de patrimonio cultural y natural como ya se habían definido

Los paisajes culturales: con propiedades culturales y representan “trabajo combinado de la naturaleza y el hombre” Ilustran la evolución de la sociedad humana y los asentamientos a través del tiempo, bajo la influencia de las formaciones y oportunidades físicas, presentes por el medio ambiente natural y fuerzas sociales, económicas y culturales, internas y externas.

PATRIMONIO SEGÚN CONACULTA

El turismo es un hecho de la cultura. A través del ejercicio del turismo se puede intercambiar conocimientos y experiencias. En este sentido el turismo implica la interacción social. Por lo tanto una de las vías para ejercer el turismo es el Patrimonio Cultural Inmaterial, que posee tanto el que realiza el viaje como el grupo social que recibe al visitante.

El turismo es un medio para conocer y apreciar las costumbres, tradiciones, las lenguas, las artes escénicas, las festividades, los rituales, las creencias, las danzas, la música y en general las expresiones culturales de las comunidades, es decir el rico y variado patrimonio cultural inmaterial que crean y recrean cotidianamente.

Clasificación:

Patrimonio Cultural de un pueblo, comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores e intelectuales, así como las obras anónimas, surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas. Entonces se divide en:

- Material. Como edificaciones y objetos
- Inmaterial. Como procesos, lenguas y técnicas que dan lugar a festividades, ritos y tradiciones.

¿Qué es el patrimonio y qué es la cultura?

Todos los pueblos, grupos humanos y personas tienen cultura. La cultura la podemos definir como:

El conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico.

El patrimonio cultural de un pueblo es el conjunto de elementos materiales y simbólicos que una sociedad considera suyos, que la caracterizan y le dan identidad. El patrimonio representa la memoria colectiva de la población.

¿Sabes qué es el patrimonio cultural? Cada país posee una riqueza propia, con esto nos referimos a sus manifestaciones culturales, las cuales representan hoy en día un factor

determinante para motivar los desplazamientos turísticos, de modo que en la medida que cada región o país conozca, defienda y preserve su patrimonio cultural, tendrá más que ofrecer como destino turístico diferente. Hoy en día según la clasificación de la UNESCO, se tiene una extensa variedad de patrimonio cultural. Pueden ser tangibles, como los edificios, paisajes y objetos; e intangibles, tales como la práctica del idioma, la música y costumbres. No son sólo cosas viejas, bonitas o físicas, a menudo involucran fuertes emociones humanas. En esta sesión conoceremos los distintos tipos de patrimonio que existen.

¿Qué es el patrimonio?

Podemos definir el concepto de patrimonio como “El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda/transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.” (DeCarli, 2007). Según la OMT se denomina patrimonio al conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre. Es decir, el patrimonio es un conjunto de elementos que incluye entornos naturales y culturales; abarca paisajes, sitios históricos, entornos construidos, tradiciones pasadas y presentes; conocimientos y experiencias vitales. De tal manera el patrimonio turístico son los elementos con que cuenta un país o región en un momento determinado para su desarrollo turístico.

Tipos de patrimonio

La UNESCO plantea una sub-clasificación en diversos patrimonios con la finalidad de agrupar los distintos tipos de bienes y facilitar su estudio y tratamiento.

– Patrimonio Cultural:

Comprende todos aquellos bienes legados por sus antepasados son los que conforman el patrimonio cultural de una nación, es decir el testimonio de su paso por el tiempo, pudiendo entender con ello su forma de vida, sociedad, economía, etc. En la actualidad cobra importancia con el objeto de que las generaciones futuras lo conozcan y lo valoren. Este se divide en dos: tangible e intangible.

El patrimonio tangible comprende todas las realizaciones materiales, y éste a su vez se puede subdividir en:

- a. El patrimonio tangible mueble, comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico.
- b. El patrimonio tangible inmueble, aquí entrarían los bienes producidas por culturas anteriores, edificaciones y conjuntos arquitectónicos, monumentos, pinturas, esculturas y artes decorativas y toda producción generada por el hombre y la cual no puede trasladarse.

Patrimonio intangible: es todo aquello que representa la esencia de las culturas, es decir representan el sentimiento que los identifica como sociedad. Este patrimonio abarca las tradiciones, danza, gastronomía, artesanías, oficios, música.

– **Patrimonio Natural:**

De acuerdo al Canal Cultural MAV El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como “aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.”

PATRIMONIO SEGÚN LA ILAM

Definición De Patrimonio

²Comenzaremos con nuestra definición de “patrimonio” concebida como una nueva acepción genérica del término.

Esto, con el propósito de crear un concepto integrador de todas sus variantes (culturales, naturales, tangible/material, inmaterial/intangible), y a su vez funcional para su aplicación.

² Ver definiciones de 'Patrimonio' en DRAE

Así entenderemos por patrimonio:

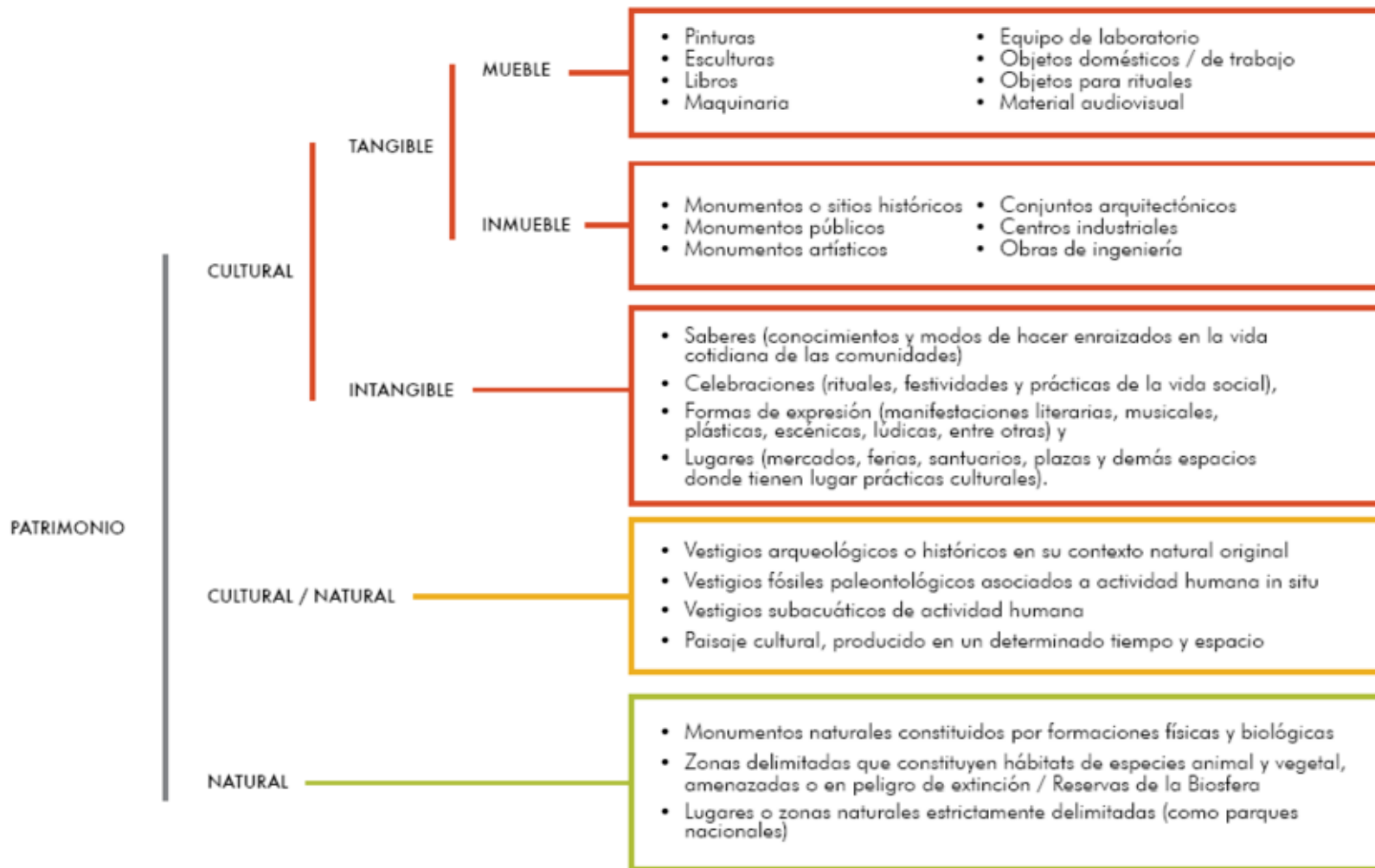
³“El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda / transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.”

Clasificación Del Patrimonio

Al Patrimonio podemos sub-clasificarlo en diversos patrimonios con la finalidad de agrupar los distintos tipos de bienes y facilitar su estudio y tratamiento. Gran parte de estos bienes son protegidos y difundidos por medio de "instituciones patrimoniales" como museos, sitios arqueológicos, parques naturales, entre otros; y por organizaciones de la sociedad civil.

Entendemos las "instituciones patrimoniales", como organizaciones sin fines de lucro (de carácter estatal o privado), abiertas al público, cuyo propósito es la preservación, investigación y principalmente la comunicación del patrimonio a un público heterogéneo por medio de estrategias diversas. Si bien las "instituciones patrimoniales" presentan variadas temáticas, las amalgama el hecho innegable que son custodias del patrimonio, trátase este del cultural o natural, en su manifestación tangible o intangible.

³ DeCarli, 2006



Patrimonio Turístico

El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda / transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.”

El Patrimonio Cultural

Es el conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano, que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos. El Patrimonio Cultural como producto de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación. Se subdivide en:

- El Patrimonio Tangible está constituido por objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención; son aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales productos de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología, la artesanía, entre otros.
 - a. Bienes muebles: son los productos materiales de la cultura, susceptibles de ser trasladados de un lugar a otro. Es decir, todos los bienes materiales móviles que son expresión o testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza que tienen un valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico. Ejemplo de ello son: pinturas, esculturas, libros, maquinaria, equipo de laboratorio, objetos domésticos, objetos de trabajo y objetos rituales, entre otros.
 - b. Bienes inmuebles: son bienes amovibles que son expresión o testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y por tanto tiene un valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico. Ejemplo de ello son: un acueducto, un molino, una catedral, un sitio arqueológico, un edificio industrial, el centro histórico de una ciudad, entre otros.
- El Patrimonio Intangible puede ser definido como el conjunto de elementos sin sustancia física, o formas de conducta que procede de una cultura tradicional, popular o indígena; y el cual se transmite oralmente o mediante gestos y se modifica con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva. Son las manifestaciones no materiales que emanan de una cultura en forma de:
 - a. Saberes (conocimientos y modos de hacer enraizados en la vida cotidiana de las comunidades)

- b. Celebraciones (rituales, festividades, y prácticas de la vida social),
- c. Formas de expresión (manifestaciones literarias, musicales, plásticas, escénicas, lúdicas, entre otras) y
- d. Lugares (mercados, ferias, santuarios, plazas y demás espacios donde tienen lugar prácticas culturales).

El Patrimonio Cultural-Natural

Parte de una visión donde la aproximación al patrimonio se redimensiona, entendiéndolo como un patrimonio integral que en América Latina es un continuo inseparable, como tal, es expresión de una intensa y permanente relación de los seres humanos y su medio.

Está constituido por elementos de la naturaleza, que se mantienen en su contexto original, intervenidos de algún modo por los seres humanos. Ejemplo de ello son:

- Vestigios arqueológicos o históricos en su contexto natural original
- Vestigios fósiles paleontológicos asociados a actividad humana in situ
- Vestigios subacuáticos de actividad humana
- El paisaje cultural, producido en un determinado tiempo y espacio, que se ha mantenido inalterable

El Patrimonio Natural

Es el conjunto de bienes y riquezas naturales, o ambientales, que la sociedad ha heredado de sus antecesores.

Está integrado por:

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal, amenazadas o en peligro de extinción, los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas (como parques nacionales, áreas de conservación, entre otros) que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

El Patrimonio Natural Intangible

Una nueva conceptualización del Patrimonio Intangible se desarrolla, sobre la dimensión del hacer natural. La noción de Patrimonio Intangible Natural, surgida muy recientemente y en plena investigación, se conceptualiza como aquellos elementos “no tocables” del entorno natural que se combinan para crear los objetos naturales. Esta noción nos ayuda a entender y definir, en nuevos términos, nuestra relación con los elementos de lo natural vivo. “Estos elementos –explica el Comité del ICOM para los Museos y Colecciones de Historia Natural- pueden ser sensoriales, como el sonido de un paisaje, o procesos como la selección natural. Como concepto, el Patrimonio Natural Intangible está surgiendo prominentemente”.

Este novedoso tema ha despertado creciente interés en los museos que coleccionan, resguardan e interpretan el patrimonio natural, dando creciente atención al medio o entorno en el que éste se desarrolla y manifiesta su physis, esto es, la naturaleza en sus procesos de manifestación y generación.

HUARAL

Este fértil y próspero valle, bañado por el río del mismo nombre, posee un conjunto de sitios de interés turístico que no puedes dejar de visitar, como el complejo arqueológico de Rúpac, la ex casa hacienda Huando o la Reserva Nacional de Lachay, ecosistema estacional que alberga singulares especies de flora y fauna.

Huaral se encuentra a 88 km al norte de Lima, a 1:20 horas, su altitud es de 188 msnm. En cuanto a su clima presenta una temperatura máxima de 30°C y una mínima de 16°C

Vías de acceso a Huaral

Debes tomar la Panamericana Norte, pasar por el desvío a Ancón (km 45) y continuar por la variante de Pasamayo (tránsito liviano) o el Serpentin (tránsito pesado). En ambos casos se pasa por un peaje. En la variante de Pasamayo no hay grifos por lo que debes tomar precauciones y llenar el tanque antes de tomar esta vía.

PROVINCIA DE HUARAL

La Provincia de Huaral llamada también "Capital de la Agricultura" se encuentra aproximadamente a 81 Km al norte de la Capital de la República, y a 11Km. de la ciudad de

Chancay. Su extensión es de 3,655.70 Km², que equivale al 11.43 % de la extensión del departamento de Lima.

Huaral tiene una población de 164.660 habitantes (censo 2007) distribuidos entre sus 12 distritos: Huaral (Capital), Chancay, Aucallama, Ihuarí, Sumbilca, Pacaraos, Lampián, Atavillos Alto, Atavillos Bajo, 27 de Noviembre, San Miguel de Acos, y Santa Cruz de Andamarca.

Los distritos abarcan diversos pisos ecológicos por ello su clima varía de acuerdo a la altura. En los distritos costeros es muy húmedo y semi cálido, en verano llega a 30°C y en invierno puede bajar a 16°C. En los distritos de altura o serranía, en épocas de heladas (junio, julio y agosto), la temperatura puede descender por debajo de los 0°C.

Huaral ha sido considerada una de las despensas de Lima, en la actualidad la mitad del total de su área están dedicadas al cultivo de algodón, maíz amarillo duro y marigol. Le siguen en importancia las hortalizas, los cereales y los tubérculos. Las frutas que cultiva permanente son el manzano, mandarina, palto, mango y naranjo. Huaral fue muy conocida por la producción de sus famosas naranjas sin pepas en la hacienda Huando, lamentablemente en la actualidad esta exquisita fruta apenas se produce en un cinco por ciento (cinco mil kilos) de las cien mil toneladas que llegaba por los años cincuenta.

ATRATIVOS TURÍSTICOS EN HUARAL

– Ex Hacienda Huando

A solo 4 kilómetros al Este de Huaral o cinco minutos en auto, encontramos los vestigios de una de las haciendas que, antes de la reforma agraria, se encontraba a la vanguardia del desarrollo agrícola. Gracias a ella tenemos la riquísima naranja Huando o sin pepa.

– Eco Truly Park

Esta finca ecológica y espiritual levantada por los Hare Krishna, se ubica a la altura del kilómetro 63 de la variante de Pasamayo, en la playa Chacra y Mar del distrito de Aucallama. Los trulys, peculiares construcciones en forma ovalada y de cono invertido o piramidal, hechos a base de barro y residuos orgánicos, forman parte de un complejo arquitectónico de singular belleza.

- Cascada de Huampón

Ubicada en el distrito de Atavillos. Para observar sus 150 metros de altura en toda su magnitud, solo debes escalar un pequeño cerro de 100 metros aproximadamente.

- Lomas de Iguanil

También conocida como Lomas de Granados, ubicada muy cerca de la hacienda Margaret, es una loma poblada básicamente por cactus aunque también se pueden encontrar taras.

- Ciudadela de Rúpac:

Es la principal ciudadela Pre-Inca de Huaral. Se ubica en el distrito huaralino de Atavillos Bajo a donde se llega luego de 3 horas de caminata de exigencia media desde Pampas, el pueblo fantasma. Rúpac (3580 msnm), posee una muralla protectora, construcciones de piedra rectangulares con triples cornisas, terrazas escalonadas y techos de loza pesada que se conservan intactos a pesar del paso del tiempo.

- Castillo de Chancay

Construido frente al mar de Chancay a base de adobe y huevo de piquero, el Castillo de Chancay tiene 250 habitaciones, además de terrazas, patios y torreones. Brinda servicio de hospedaje.

- Reserva Nacional de Lachay

Entre las provincias limeñas de Huaral y Huaura se extiende la Reserva Nacional Lomas de Lachay, en 5070 hectáreas de vida y verdor. Se ubica al noroeste de la ciudad de Huaral, a la altura del kilómetro 105 de la Panamericana Norte. La mejor época para visitarla es entre agosto y fines de octubre, pues por la cantidad de humedad que retienen las lomas se da inicio a la época de florecimiento de plantas y reproducción de animales. La Reserva cuenta con servicios higiénicos, un área para campamentos y otra para parrillas.

- Catarata de Callapaccha

Si te animas a dar un paseo, algo exigente, puedes visitar la cascada de Callapaccha. Son cuatro horas de caminata cuesta arriba desde el pueblo de Lampián hasta esta caída de

agua de aproximadamente 75 metros de altura. Muy cerca se encuentra un lugar donde se puede acampar si deseas pasar más días en contacto con la naturaleza. Además, puedes visitar los restos arqueológicos de Yaros y sus andenes semicirculares.

– Baños Termo-medicinales de Collpa

Se encuentra dentro de la jurisdicción de la Comunidad de Santa Catalina (distrito Santa Cruz de Andamarca), a 90 Km. de la ciudad de Huaral. El sabio Antonio Raymondi escribió en su libro MI PERÚ "Los baños termales de Collpa están calificados como uno de los mejores del mundo". Cuenta con ambientes privados y piscina al aire libre. Sus aguas son ricas en litio que, dicen, son buenas para curar los males del aparato digestivo.

El lugar cuenta con hospedaje y restaurante de platos típicos de la zona. Hace ya muchos años que el sabio Antonio Raimondi pasó por esta zona y la comparó con los conocidos manantiales de Elizabeth en Alemania.

– El Pueblo De Pampas

Para llegar el viaje se inicia en Huaral hacia la Florida, siendo a su vez Pampas el punto de partida para visitar la ciudadela de Rupac.

El pueblo de Pampas se encuentra totalmente abandonado, conocido por muchos como el pueblo fantasma. Las casas tal como puede observarse en la foto aún están en pie, pero en ellas no vive nadie. Lo único que recibe mantenimiento en limpieza y pintura es la iglesia del pueblo.

OTROS ATRACTIVOS TURÍSTICOS:

- Sitio arqueológico Shicras, en el distrito de Aucallama.
- Complejo Arqueológico de Pisquillo Chico, en Aucallama. Ciudadela Pre Inca.
- Sitio Arqueológico San Jacinto en Huando. Considerado el Templo en U más grande del Perú.
- Sitio Arqueológico de Añay (Atavillos Bajo). Ciudadela de piedra de la Cultura Atavillos.
- Sitio Arqueológico Chiprac (San Miguel de Acos-Atavillos Bajo). Posible capital del reino de los ATAVILLOS.
- Museo de Chancay - y el Museo del C.E. N° 21559 de Huando.
- Iglesias Coloniales de los siglos XVI, XVII y XVIII en la zona andina de la provincia.

- Humedales de Chancay
- Playa Chacra y Mary Finca Eco Truly Park
- Esperanza Alta - Ruta del Vino.

CALENDARIO DE FESTIVIDADES DE LA PROVINCIA DE HUARAL

Huaral es una de las tres provincias limeñas que conforman el famoso “Norte Chico”, la que a su vez está conformada por 12 distritos (27 de noviembre, Atavillos Alto, Atavillos Bajo, Aucallama, Chancay, Huaral, Ihuarí, Lampían, Pacaraos, Santa Cruz de Andamarca, Sumbilca y San Miguel de Acos) Los cuales tiene una diversidad de festividades religiosas, sociales, tradicionales y aniversarios. Conozcamos el completo calendario de festividades de la provincia de Huaral.

ENERO

- Al 8 de Enero Aniversario de Sumbilca – Fiesta con diversos eventos sociales y artísticos.

FEBRERO

- Del 1 y 2 de febrero aniversario de Ñaupay en Huaral – Fiesta religiosa costumbrista.
- Febrero Fiesta de la Virgen de la Candelaria en Huaral – Fiesta religiosa costumbrista.
- 19 de febrero Fiesta de los Baños en Huaral – Fiesta sociocultural con eventos programados.

MARZO

- 19 de marzo Aniversario de Santa Cruz de Andamarca – Fiesta con diversos eventos sociales y artísticos.
- Marzo y Abril Semana Santa – Varios distritos de la provincia de Barranca preparan diversas actividades socioculturales, ferias artesanales y gastronómicas, actividades musicales y tradicionales.

MAYO

- 3 de mayo Aniversario de Cormo en Huaral – Actividades socioculturales.
- 5 al de mayo Aniversario de la Provincia de Huaral – Actividades socioculturales.

JUNIO

- 24 y 25 de junio Fiesta de San Juan Bautista en Pacaraos – Fiesta religiosa costumbrista.
- 25 de junio Fiesta de San Juan Bautista en Huaral – Fiesta religiosa costumbrista.
- 27 al 29 de junio Fiesta de San Pedro en Sumbilca – Fiesta religiosa costumbrista.
- 28 y 29 de junio Fiesta de San Pedro en Atavillos Alto – Fiesta religiosa costumbrista.
- 29 de junio Fiesta de San Pedro en Chancay – Fiesta religiosa costumbrista.

JULIO

- 16 de julio Fiesta de la Virgen del Carmen en Caqui, Aucallama. Fiesta religiosa costumbrista.

AGOSTO

- 18 de agosto Fiesta del Rodeo en 27 de noviembre – Fiesta tradicional.
- 30 y 31 de agosto Fiesta de Santa Rosa y el Niño Jesús en Huaral – Fiesta religiosa costumbrista.

SETIEMBRE

- 28 y 29 de setiembre Aniversario de San Miguel de Acos en Huaral – Fiesta sociocultural que incluye diversas actividades artísticas.

OCTUBRE

- 5 al 8 de octubre Fiesta del Señor de los Milagros en Huaral – Fiesta religiosa costumbrista que incluye una tradicional procesión.
- 18 de octubre Fiesta de Huayopampa en Huaral – Fiesta tradicional.
- 22 al 31 de octubre Aniversario de Huaral – Fiesta sociocultural que incluye diversas actividades artísticas.

NOVIEMBRE

- 25 de noviembre Aniversario de Aucallama – Fiesta sociocultural que incluye diversas actividades artísticas.
- 27 y 28 de noviembre Aniversario de Ihuarí – Fiesta sociocultural que incluye diversas actividades artísticas.

DICIEMBRE

- 8 de diciembre Fiesta de la Inmaculada Concepción en Chancay – Fiesta en honor de la patrona de la ciudad.
- 7 al 14 de diciembre Aniversario de Chancay – Fiesta sociocultural.

PLANTA TURISTICA

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Estos se clasifican en:

1. Alojamiento. Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extra hoteleros. Los primeros están conformados por:
 - Hoteles que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos dependen de la categoría de cada establecimiento que se puede clasificar de 5 a 1 estrellas, según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios.
 - Hoteles-apartamento que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes. Van de 5 a 3 estrellas.
 - Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, posee entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo. En el Perú aún no se cuenta con esta clasificación.
 - Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas.

Los Extra hoteleros agrupan a:

- Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas).
- Casa de alojamiento, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.
- Casas rurales, comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.
- Apartamentos que han sido adaptados para permanencias largas.

2. Restaurante. Son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones señaladas en el reglamento de restaurantes en el Perú y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

Los restaurantes en atención a la calidad de sus instalaciones, equipamiento y servicio que proporcionan, tienen una categoría genérica, que corresponde a Primera, Segunda y Tercera categoría y dentro de éstas, categorías específicas de 5, 4, 3, 2 y 1 tenedor.

Categorización Genérica	Categorización Específica
Primera Categoría	5 Tenedores 4 Tenedores
Segunda Categoría	3 Tenedores 2 Tenedores
Tercera Categoría	1 Tenedor

Los servicios de comidas y bebidas brindadas en los comedores de los establecimientos de hospedaje tanto a sus huéspedes como al público en general, ostentan la misma categoría que tiene asignada el establecimiento de hospedaje.

INFRAESTRUCTURA

Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo.

Tipo	Sub-tipo	Ejemplos
Transporte	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
Servicios Básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

SERVICIOS TURÍSTICOS

Restaurantes en Huaral

Recomendamos la pachamanca de cerdo, la carapulcra, el pato en ají, el tamal huaralino y la sopa García.

- Rest. La Estación Av. Chancay 108 - Huaral
- Rest. Sorpresa Calle Derecha 475 - Huaral
- Rest. Sabor y Punto Calle Derecha 527 - Huaral
- Rest. Don Jorge Av. Cahuas 432 - Huaral
- El Rancho de Robertin Hda. Retes - Huaral
- Warmy de Pepe y Laura Hda. Retes - Huaral
- Warmy de Jaime y Nelly Hda. Retes - Huaral
- Rest. Nueva Estación Hda. Retes - Huaral
- Rest. La Hacienda Hda. Retes - Huaral
- Rest. Cebichería El Chavito Pje. Santa Rosa s/n - Chancay
- Rest. El Parque Av. Primavera 130 - Chancay
- Rest. Turístico El Peñón 1º de Mayo 796 - Chancay
- Chicharronería Don Ignacio Pasamayo (antiguo Km 65)
- Rest. del grifo Repsol Km. 77 de la Panamericana Norte
- Rest. del Castillo de Chancay 1º de Mayo 1224 - Chancay

HOSPEDAJES EN HUARAL

En Huaral puedes encontrar buenos hospedajes. Los precios van entre S/. 30 y S/. 90 por persona.

- Suit Residencial Las Dalias*** Las Dalias 370 - Huaral
- Hostal Milano*** Parque de los sueños 123 - Huaral
- Hospedaje Las Americas Jr. Ancash 144 - Huaral
- Hospedaje Paraiso Km. 8.5 Carretera Aucallama a Huaral
- Hostal Buenos Aires** Daniel A. Carrión Mz K Lt 130 - Huaral
- Hospedaje Clarita Av. Cahuas cuadra 37 - Huaral
- Castillo de Chancay 1° de Mayo 1224 - Chancay
- Hostal El Kaikan Benjamín Vizquerra cdra. 3 - Chancay
- Hostal Paraiso Benjamín Vizquerra 383 – Chancay

FLUJO TURISTICO

ANDINA, La Agencia Peruana de Noticias, ha publicado el día de hoy una noticia indicando que Huaral ha registrado un incremento del 20% en el flujo del turismo. Según este informe durante el reciente feriado largo por Fiestas Patrias, los alojamientos fueron copados al 100 por ciento.

En el informe destaca las declaraciones de la presidenta de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Huaral (Ahora-Huaral), Rosa Elena Balcázar quien sostiene que en dicho crecimiento influyeron las recientes competencias automovilísticas que hicieron conocer su jurisdicción y el potencial turístico que posee.

Para la presidente de Ahora “Las rutas que se utilizaron en los dos rallys fueron propicios para dar a conocer a la opinión pública una serie de pueblos o distritos del norte chico de Lima con sus diferentes atractivos turísticos y el reflejo de eso fue la masiva presencia de visitantes de Lima durante las festividades patrias”.

Balcázar agregó que definitivamente Huaral se ha consolidado como una ciudad con un gran atractivo gastronómico por su exquisita gastronomía en la que sobresale el “chancho al palo y la “sopa García”.

Este 9 de agosto se realizará una tercera prueba automovilística con 27 inscritos que pasarán por Huataya, Yunguy, Quinquena, Ñaupay, Ihuarí, Huaycho, Aracoto, Yauringa, Huaynangui,

Cuchuchín, Platanal, Vista Alegre, Sayán, Humaya, Vilcahuaura, Acaray, Huaura y Huacho. Se espera la concurrencia de alrededor de 15,000 personas entre la partida en Huaral y la llegada en Huacho.

Max Bromberg Yrigoyen, vicepresidente del Automóvil Club Peruano (ACP) sostuvo que la nueva ruta que se cumplirá en la última fecha del campeonato de rally entre Huaral y Huacho será propicia para dar a conocer la belleza natural que ofrece el norte chico de Lima.

Por último, Bromberg Yrigoyen anunció que para el próximo año, el ACP organizará el Rally de Playas del Norte Chico, a fin de que el interesado pueda conocer y admirar su belleza.

MARKETING - KOTLER

Marketing es un proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros.

En cuanto a una definición gerencial, el marketing a menudo se ha definido como "el arte de vender productos". Sin embargo, muchos se sorprenden al enterarse de que la parte más importante del marketing ¡no es vender! Vender es sólo la punta del iceberg del marketing.

Peter Drucker, un importante teórico en administración, lo expresa así:

Suponemos que siempre habrá cierta necesidad de vender, pero el objetivo del marketing es volver superflua la actividad de vender. El propósito del marketing es conocer y entender al cliente tan bien que el producto o servicio se ajuste perfectamente a él y se venda solo. En teoría, el resultado del marketing debe ser un cliente que está listo para comprar. Lo único que se necesita, entonces, es poner a su disposición el producto o servicio.

LAS 5PS DEL MARKETING

La Estrategia Comercial es el plan para llevar los productos al mercado y sobrevivir en el tiempo. Sin un plan, fácilmente podemos perder el rumbo y perder el negocio.

Esta estrategia comercial o estrategia de marketing, es una combinación de herramientas que le permitirán llegar al mercado que usted busca. Estas herramientas se resumen en las "5 P" del marketing:

Al elaborar esta estrategia, se supone que están definidos los temas más amplios y prioritarios: la razón de ser del negocio, los objetivos generales y de largo plazo que se espera alcanzar, etc.

1. PRODUCTO

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, prestigio, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no satisface una necesidad, un deseo.

Las características de un producto son:

-Núcleo: comprende aquellas propiedades físicas, químicas y técnicas del producto, que lo hacen apto para determinadas funciones y usos.

-Calidad: valoración de los elementos que componen el núcleo, realizada en base a estándares objetivos y también subjetivos.

-Precio: valor último de adquisición. Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.

-Envase: elemento de protección del que está dotado el producto y tiene un gran valor promocional y de imagen.

-Diseño: forma y tamaño que permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configura la propia personalidad del mismo.

-Marca: nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo. Hoy en día es uno de los principales activos de las empresas.

-Servicio: conjunto de valores añadidos a un producto que le permite marcar las diferencias respecto a los demás; hoy en día es lo que más se usa para diferenciarse de la competencia.

-Imagen del producto: opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto "en sí mismo", es decir, sobre su núcleo, calidad, envase, diseño, servicio adicional, etc.

-Imagen de la empresa: opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma.

2. PRECIO

Un producto vale lo que la gente está dispuesta a pagar por él. Es por eso que el precio de un producto no siempre lo determina el vendedor, en general viene dado por el mercado.

Hay diferentes formas de ponerles el precio a sus productos:

-Según la competencia: ellos fijan el precio pero no es posible posicionar por precio, aumenta la sensibilidad precio de los consumidores y requiere monitoreo constante del mercado, es decir, estar atento constantemente a los precios de la competencia.

-Según la disposición a pagar el cliente: es difícil de determinar pero es el más exacto.

-Cubrir los costos variables y agregándole una porción más para las utilidades: no considera a los consumidores ni los costos fijos

-Punto de equilibrio: referencia para saber cuándo gano y cuándo pierdo.

3. PUBLICIDAD

La publicidad permite que el público nos conozca, sepa cuáles son nuestros productos, así como sus atributos y ventajas. También nos ayuda a ser conocidos y mantenernos en el recuerdo de nuestros consumidores.

Al definir nuestra publicidad, tenemos que tener en cuenta que esta tiene tres grandes propósitos:

- Dar a conocer un producto o servicio y sus atributos
- Aumentar las ventas
- Posicionar o fijar la marca en la mente de los consumidores

Tener un mensaje que identifique su producto o empresa puede hacer una gran diferencia a la hora de publicitar. Este mensaje debe llamar la atención, ser original y fácil de recordar. Debe transmitir las ventajas o beneficios de su producto.

4. PLAZA

Buscando la "Plaza", es decir, dónde vender

Los canales de venta son el medio por el cual el producto llega desde el productor al consumidor.

Muchas veces se tiende a pensar en un solo canal de venta para comercializar los productos. Sin embargo, debemos pensar en distintos canales que nos permitan llegar al consumidor de variadas formas.

Es importante identificar quiénes y dónde están nuestros clientes o a quiénes quiero satisfacer

Para elegir los canales de venta, se deben tener en cuenta:

- Dónde se llega a más clientes
- El costo del lugar
- Las facilidades y dificultades para llegar ahí con el producto/servicio
- La conveniencia para administrar relaciones duraderas con los clientes
- Dónde obtener mayor valor en imagen

5. PERSONAL O POST-VENTA

Son las actividades que se realizan con posterioridad a la venta y cuyo objetivo inmediato es asegurarse la completa satisfacción del cliente y una posible recompra. Implica dar seguimiento a los compradores, conocer sus hábitos, gustos, expectativas, etc.

Se requiere mantener al cliente informado sobre nuevas ofertas, lanzamientos, servicios y/o garantías para conseguir su fidelidad a la marca, empresa, producto, servicio, etc.

Que sepa que ante posibles fallos del producto, dudas o sugerencias, la empresa está a su disposición

De esta forma se consigue que el cliente repita la acción de compra y motive a terceros. Todas estas áreas tienen una sola finalidad: responder oportunamente, en forma eficiente y eficaz para satisfacer las necesidades o deseos del cliente.

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. Hipótesis General

- Existe una relación de influencia significativa entre el patrimonio turístico y la promoción turística en la provincia de Huaral, 2017.

2.3.2. Hipótesis Específicas

- Existe relación significativa entre el patrimonio turístico y el flujo turístico en la provincia de Huaral, 2017.
- Existe relación significativa entre el patrimonio turístico y el marketing en la provincia de Huaral, 2017.
- Existe relación significativa entre el patrimonio turístico y los servicios básicos en la provincia de Huaral, 2017.

2.4. VARIABLES DE ESTUDIO:

VARIABLE 1: PATRIMONIO TURISTICO

El patrimonio turístico está integrado por bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute.

De tal manera el patrimonio turístico son los elementos con que cuenta un país o región en un momento determinado para su desarrollo turístico.

VARIABLE 2: PROMOCION TURISTICA

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas, es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística.

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO	ESCALA
PATRIMONIO TURISTICO	PATRIMONIO CULTURAL	Manuscritos	Cualitativa	ordinal
		Monumentos arqueológicos		
		Costumbres		
	PATRIMONIO NATURAL	Paisajes		
		Parques nacionales		
		Santuarios		
	FACILIDADES	Carreteras		
		Hospedajes		
		Restaurantes		
PROMOCION TURISTICA	FLUJO TURISTICO	Divisas	cualitativa	ordinal
		Turistas nacionales		
		Turistas extranjeros		
	MARKETING	Página web		
		Publicidad		
		Merchandising		
	SERVICIOS BASICOS	Recursos		
		atractivos		
		Servicios extras		

CAPITULO III
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. AMBITO DE ESTUDIO:

La presente investigación se realiza en la Provincia de Huaral, Región Lima. La Provincia de Huaral es una provincia de la parte centro-occidental del Perú, en el Departamento de Lima, bajo la administración del Gobierno Regional de Lima.

Se encuentra regulada judicialmente por el Distrito Judicial De Huara y cuenta con 182.409 habitantes según la estimación del INEI del 2012.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El presente trabajo es una investigación del tipo sustantivo - descriptivo porque se trata de describir el problema que se puede observar en la provincia, es decir se quiere dar a conocer la realidad tal como se presenta, en un momento y lugar determinado.

3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN:

La presente investigación se encuentra en el nivel descriptivo pues se realiza una observación a los patrimonio con lo que cuenta y la relación que existe con su promoción turística en la provincia de Huaral, región Lima, 2017

3.4. METODO DE INVESTIGACION:

El método que se observa en la investigación es correlacional porque busca algún tipo de relación entre las dos variables, es decir en este caso busca la relación del patrimonio con la promoción turística.

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACION:

La presente investigación consta de un diseño descriptivo ya que se realizan análisis y comparaciones para poder obtener una información más profunda y crítica de la localidad involucrada.

3.6. POBLACION, MUESTRA Y MUESTREO:

3.6.1. Población

La población a estudiar son los pobladores de la provincia de Huaral, región Lima, 2017. Para la siguiente investigación se ha realizado la siguiente unidad de análisis.

3.6.2. Muestra:

De acuerdo a la aplicación de la formula, se está tomando como muestra representativa aplicar el cuestionario a 202 pobladores de la localidad Huaralina.

N = Total de la población

Z = Si la seguridad es del 95%

p = Proporción esperada (en este caso 5%)

q = $1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

d = Precisión (en este caso deseamos un 5%)

Total de la población (N)	96468
(Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	95%
Precisión (d)	3%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir)	5%
(Si no tenemos dicha información p=0.5 que maximiza el tamaño muestral)	
TAMAÑO MUESTRAL (n)	202
EL TAMAÑO MUESTRAL AJUSTADO A PÉRDIDAS	
Proporción esperada de pérdidas (R)	15%
MUESTRA AJUSTADA A LAS PÉRDIDAS	238

3.7. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS:

3.7.1. Técnicas

Para realizar la presente investigación se va a utilizar el cuestionario de Likert, lo cual se aplicara a los pobladores de la provincia de Huaral para así tener más conocimientos sobre cómo está la provincia en cuanto al turismo.

3.7.2. Instrumentos

El instrumento que se aplicara es el cuestionario de Likert, el cual consta de 18 preguntas para conocer a profundidad las variables y a través de ellas la situación de la provincia, nuestro cuestionario contiene preguntas de carácter ordinal.

3.8. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCION DE DATOS:

Se realizó mediante el trabajo de campo recolectando información aplicando la técnica de la encuesta mediante el instrumento de investigación, el cuestionario, el cual consta de 18 preguntas básicas sobre las variables de investigación formuladas en interrogantes.

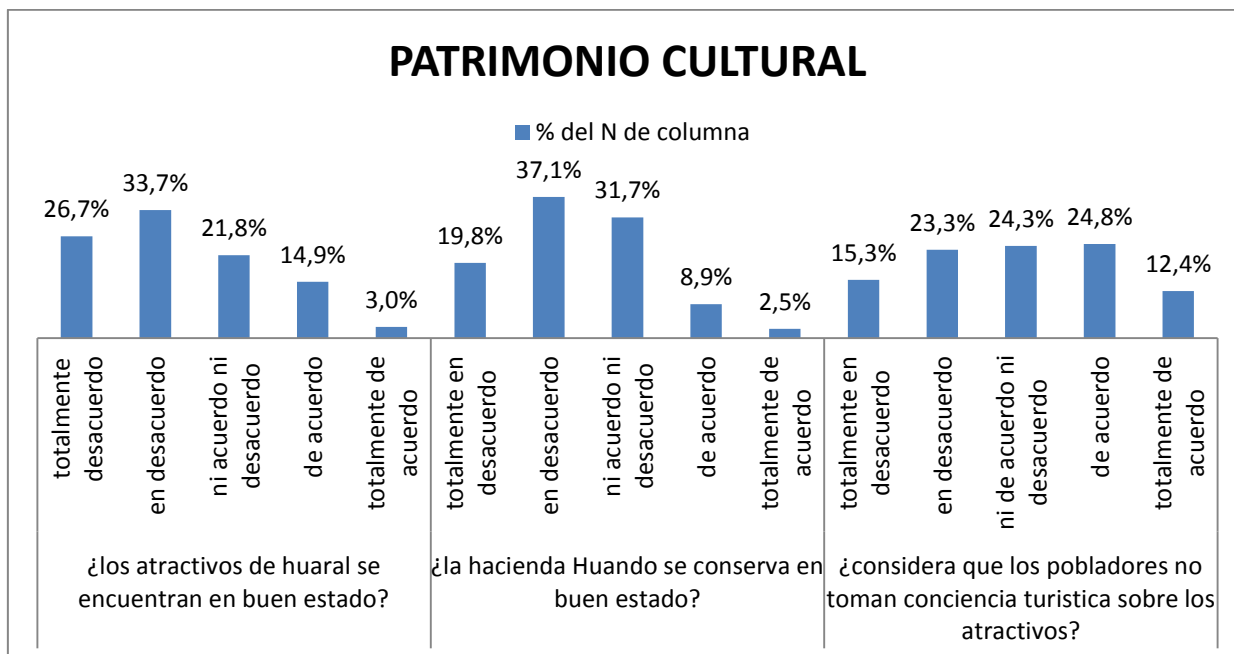
3.9. TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS:

Después de realizado el trabajo de campo se procedió a la tabulación de los resultados para obtener el conteo total en base a las respuestas, y pasar a realizar el análisis y la interpretación enfocada en dar respuestas a los problemas planteados.

CAPITULO IV
RESULTADOS

4.1. PRESENTACION DE RESULTADOS:

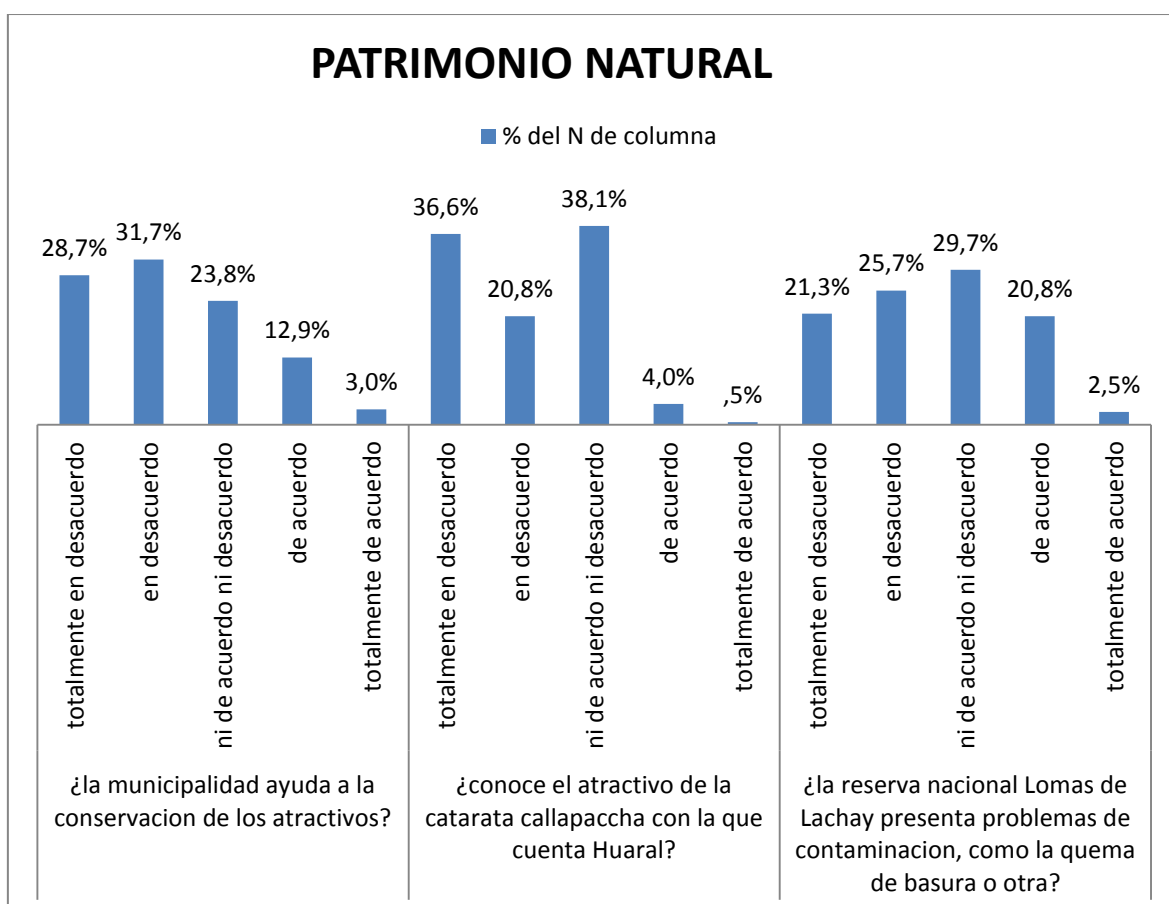
GRAFICO N° 1



ANALISIS:

De acuerdo a la encuesta realizada a la población de la provincia de Huaral vamos analizar el patrimonio cultural que viene hacer los atractivos con los que cuenta la provincia. El 33.7% considera que los atractivos no se encuentran en buen estado y explican que esto es a causa de que la municipalidad no brinda mucho apoyo para ello, ya que como vemos el 37.1% de los encuestados manifiesta que ni el atractivo cultural más conocido que es la ex hacienda Huando conocida por las naranjas ha tenido el cuidado y conservación adecuada. Por otro lado en cuanto a la conciencia turística, el 24.8 % de los encuestados está de acuerdo que los pobladores no toman conciencia de los atractivos con los que cuenta la provincia, es decir no se preocupa por cuidar o informarse sobre la historia de los atractivos, mientras que el 15.3% considera que los huaralinos si toman conciencia sobre el cuidado de su patrimonio, lo cual nos indicaría que solo una parte de Huaral se preocupa por sus atractivos.

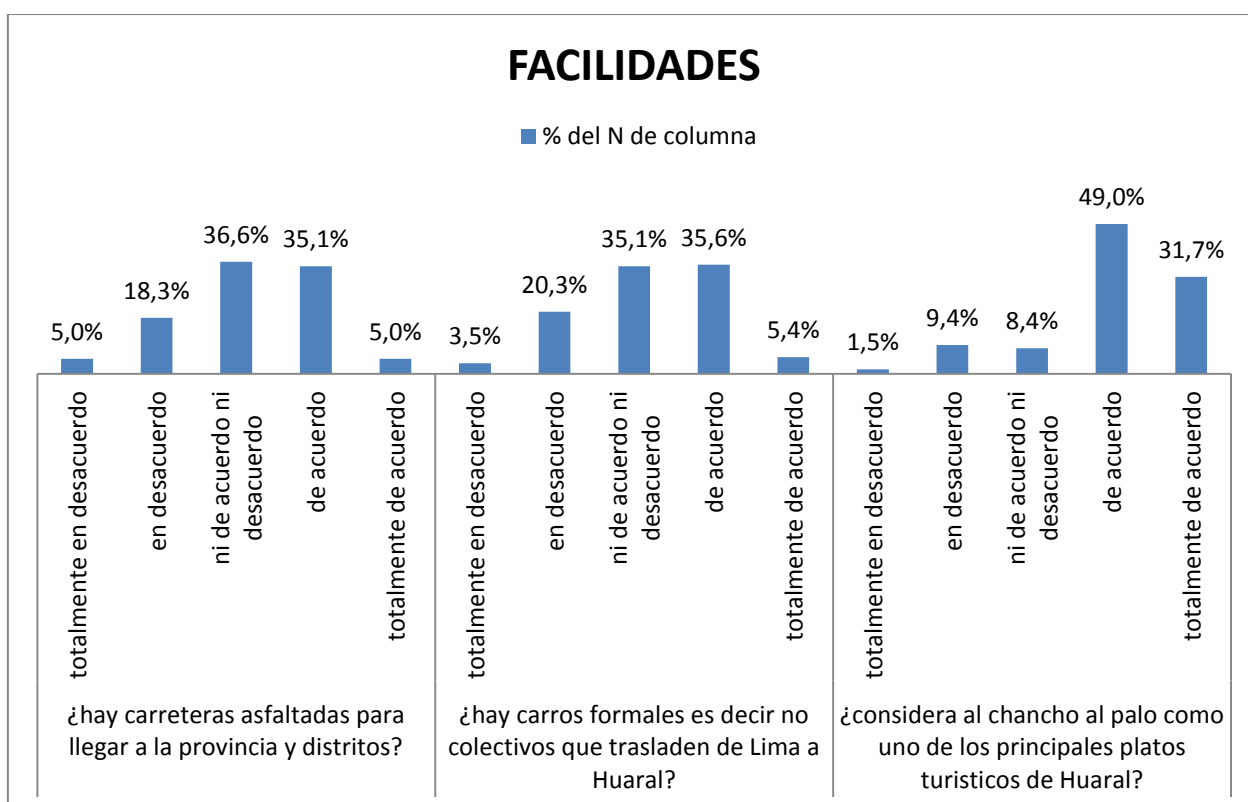
GRAFICO N° 2



ANALISIS:

En cuanto a patrimonio natural, el 31.7 % de los encuestados nos cuenta que la municipalidad no brinda apoyo para conservación de los atractivos, como se puede observar también vemos que el 36.6 % indica que no conoce ni ha escuchado sobre el atractivo de catarata callapaccha, cosa que es muy preocupante ya que si los mismos Huaralinos no lo conocen como se podría explotar a los turistas, solo el 5% si conocía la catarata, esta cifra es muy preocupante ya que si los mismos pobladores no conocen como podrían brindar información a algún turista que llega a la provincia y le pregunta por dicho atractivo. En cuanto a la reserva nacional Lomas de Lachay, nos indica que el 21.3 % considera que no ha tenido ningún problema de contaminación, ni quema de basura, mientras que el 20.8 % nos dice que si presenta problemas como cuando los turistas van y no saben cuidar el atractivo botan basura, o dejan sus marcas en el atractivo (graffitis).

GRAFICO N° 3

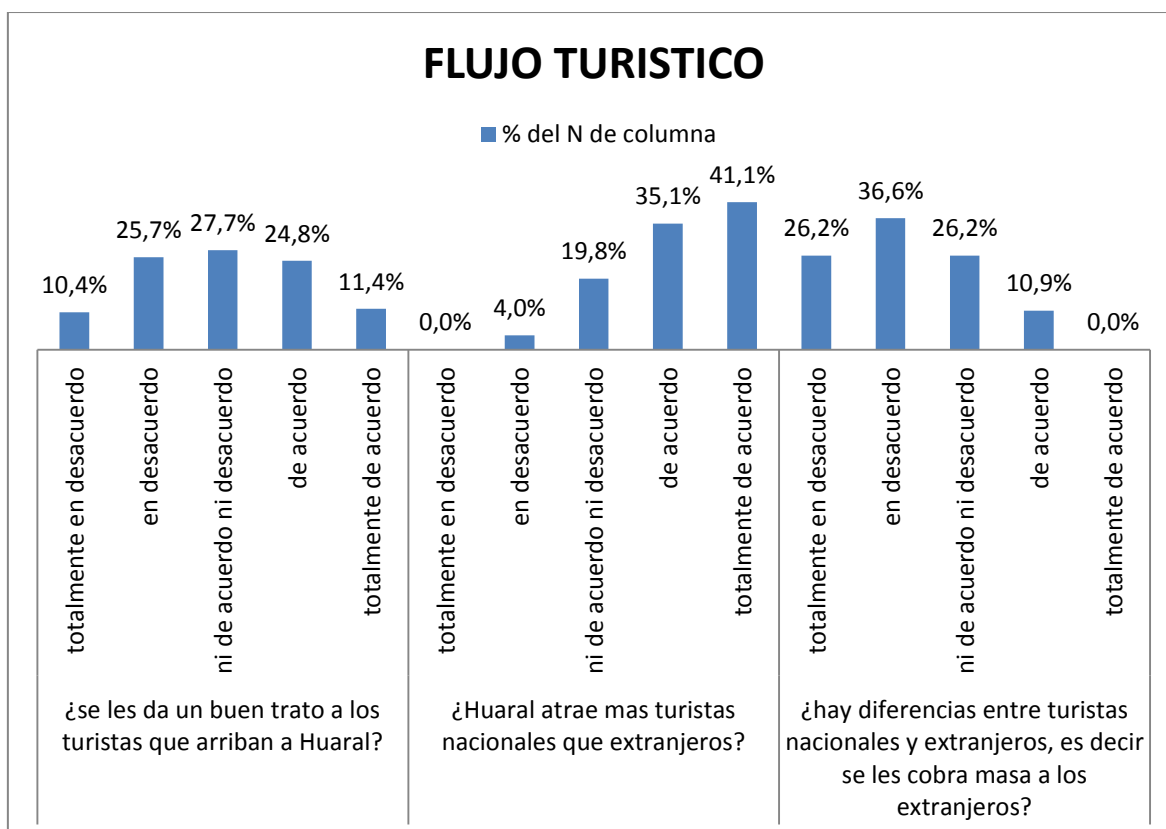


ANALISIS:

En la provincia de Huaral, el 35.1 % indica que si existe carretera asfaltada para llegar a la provincia mientras que el 36.6 % está en acuerdo ni desacuerdo porque si bien consideran que hay carretera asfaltada para llegar a la provincia, saben que aún falta arreglar las carreteras para dirigirse a los distritos alrededores del mismo Huaral. En cuanto a transporte 35.6 % nos indica que si existe carro formal que traslade de Lima - Huaral- Lima, es la empresa Z Buss, aunque nos indicaron que es un monopolio ya que es la única empresa que labora ahí, mientras que el 20.3% indicaba que la mayoría de empresas son informales.

En cuanto a gastronomía, el 49% está de acuerdo que el chancho al palo sea considerado como plato principal de la provincia, como es conocido a nivel nacional e internacional, aparte un huaralino fue el que gano el concurso del mejor chancho al palo, por el contrario el 9.4% está en desacuerdo ya que ellos consideran como plato tradicional al pato al ají.

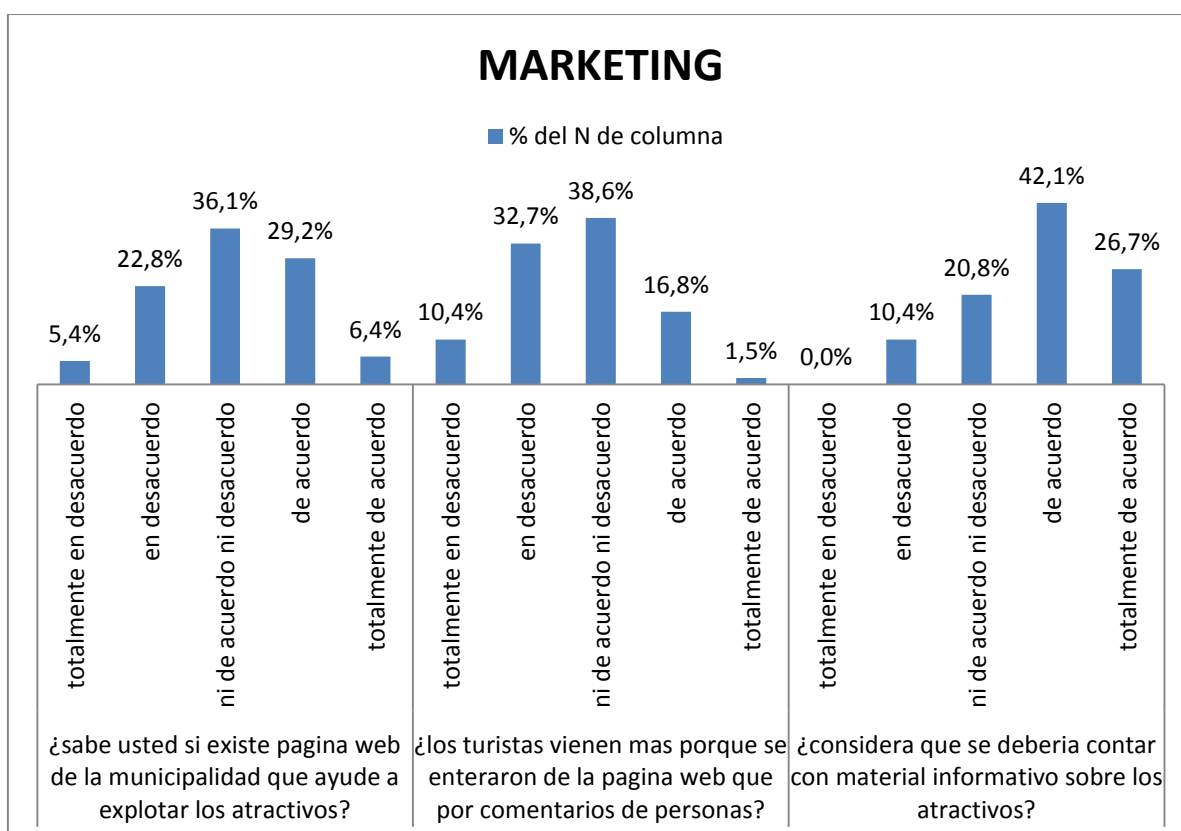
GRAFICO N° 4



ANALISIS:

De acuerdo a la encuesta realizada a la población de Huaral vamos analizar el flujo turístico con el que cuenta. Actualmente el flujo de turistas en Huaral aumento por las competencias automovilísticas. Según la encuesta el 27.7% está en ni acuerdo ni desacuerdo en cuanto que si se le da un buen trato a los turistas porque como vimos ellos no conocen todos los atractivos por falta de información entonces cuando un turista les pregunta no saben cómo ayudarlo, en este caso ellos consideran que sería bueno recibir charlas informativas, el 41.1 % considera que a la provincia llegan más los turistas nacionales y no muchos extranjeros por lo que no se promociona mucho la provincia Huaral como las regiones del Perú, en cuanto si hay alguna diferencia entre los turistas el 36.6% nos dice que para nada hay alguna diferencia, a todos se les trata por igual y se les cobra igual, aunque el 10.9% indica que si habría alguna diferencia más que todo al trato que en cuanto al precio.

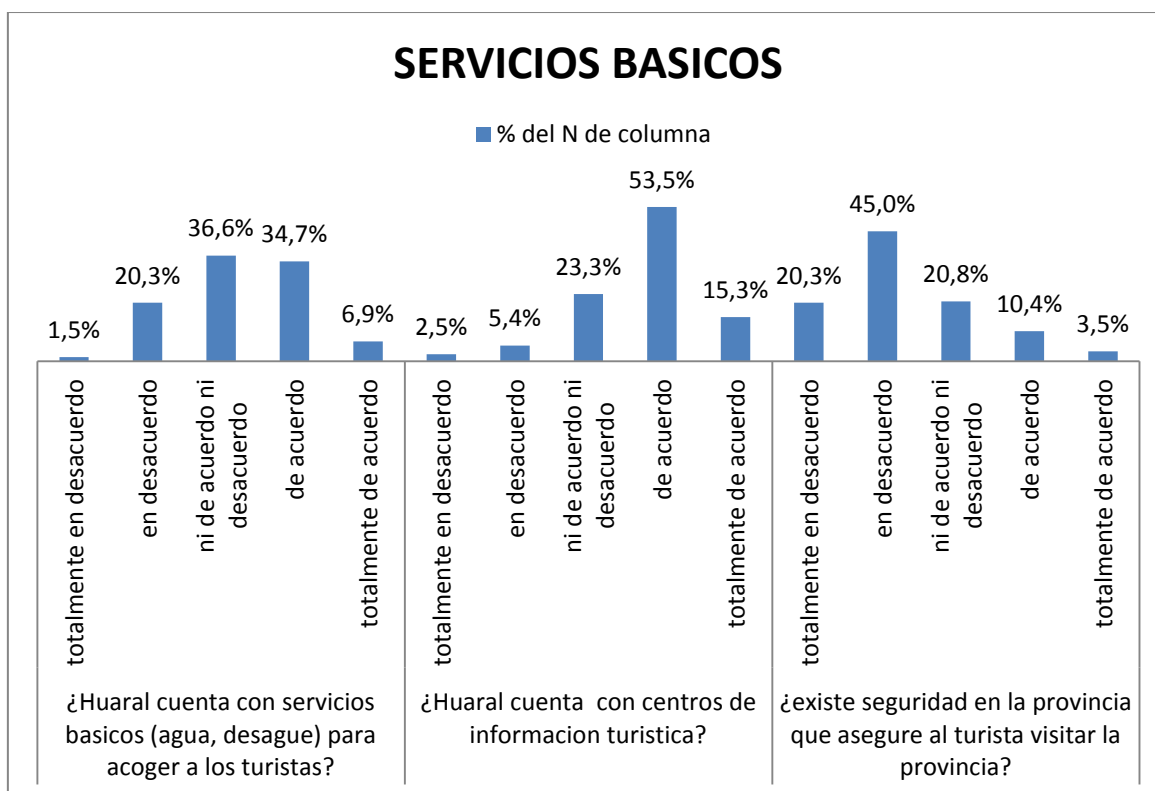
GRAFICO N° 5



ANALISIS:

Según la encuesta realizada, el 36.1% solo sabe que existe la página web de la municipalidad, mas nunca han entrado, el 29.2 % sabe que existe la página web pero informan que solo ponen noticias sobre los atractivos, mientras que el 22.8% está en desacuerdo pues ellos no observan ninguna área de información sobre los atractivos que cuenta la provincia en la página web. Por ello que el 16.8 % está en desacuerdo sobre que los turistas vienen más por la página web, porque como se sabe no cuenta con información sobre turismo, y el 32.7% considera que viene por la publicidad de boca a boca es decir personas que ya han visitado Huaral les comentan su experiencia. El 42.1 % de los pobladores encuestados está de acuerdo con que se debe contar con material informativo ya que si bien los mismo pobladores no conocen bien sobre su provincia tener n las tiendas boletines que ayuden a informar a los turistas, por el contrario el 10.4% está en contra ya que considera que sería un gasto.

GRAFICO N° 6



ANALISIS:

En cuanto a los servicios básicos en Huaral, podemos observar que el 34.7 % está de acuerdo con que Huaral si cuenta con los servicios básico pero solo en la ciudad, y el 36.6 % está ni acuerdo ni desacuerdo por lo que en solo en la ciudad cuenta con todos los servicios básicos, en cambio en los alrededores no cuenta con todos los servicios, el 53.5% está de acuerdo con que cuenta con centros de información turística, este año recién ha implementado esas casetas de información, el 5.4 % está en desacuerdo por lo que solo esas casetas están en la plaza no hay en las afueras de la ciudad y en cuanto a la seguridad el 45 % está en desacuerdo que exista por lo que últimamente han estado robando hasta de día cerca a la plaza, solo el 10.4 % manifestó que si existe seguridad en la provincia como se observa es grande la diferencia.

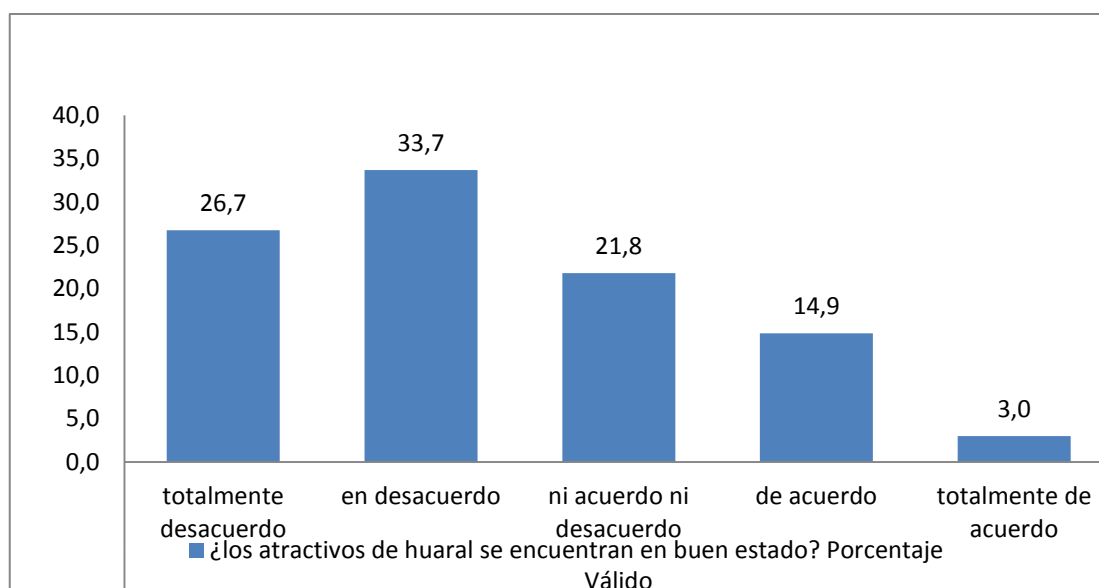
4.2. ANALISIS DESCRIPTIVO

TABLA N° 1

¿Los atractivos de Huaral se encuentran en buen estado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente desacuerdo	54	26,7	26,7	26,7
en desacuerdo	68	33,7	33,7	60,4
ni acuerdo ni desacuerdo	44	21,8	21,8	82,2
de acuerdo	30	14,9	14,9	97,0
totalmente de acuerdo	6	3,0	3,0	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 7



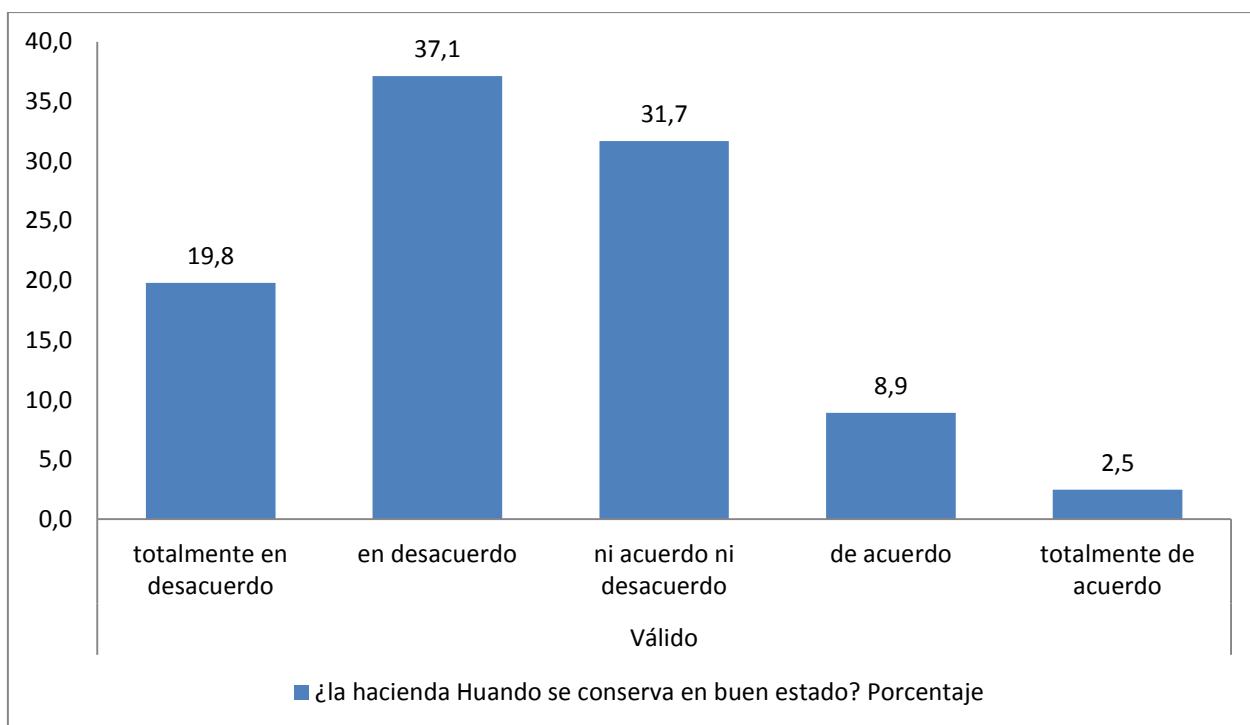
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 33.7% consideran que los atractivos de Huaral no se encuentran en buen estado, lo cual se debe a que ellos mismo han observado en el estado en el que se encuentra los atractivos.

TABLA N° 2

¿La Hacienda Huando se conserva en buen estado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	40	19.8	19.8	19.8
	en desacuerdo	75	37.1	37.1	56.9
	ni acuerdo ni desacuerdo	64	31.7	31.7	88.6
	de acuerdo	18	8.9	8.9	97.5
	totalmente de acuerdo	5	2.5	2.5	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 8



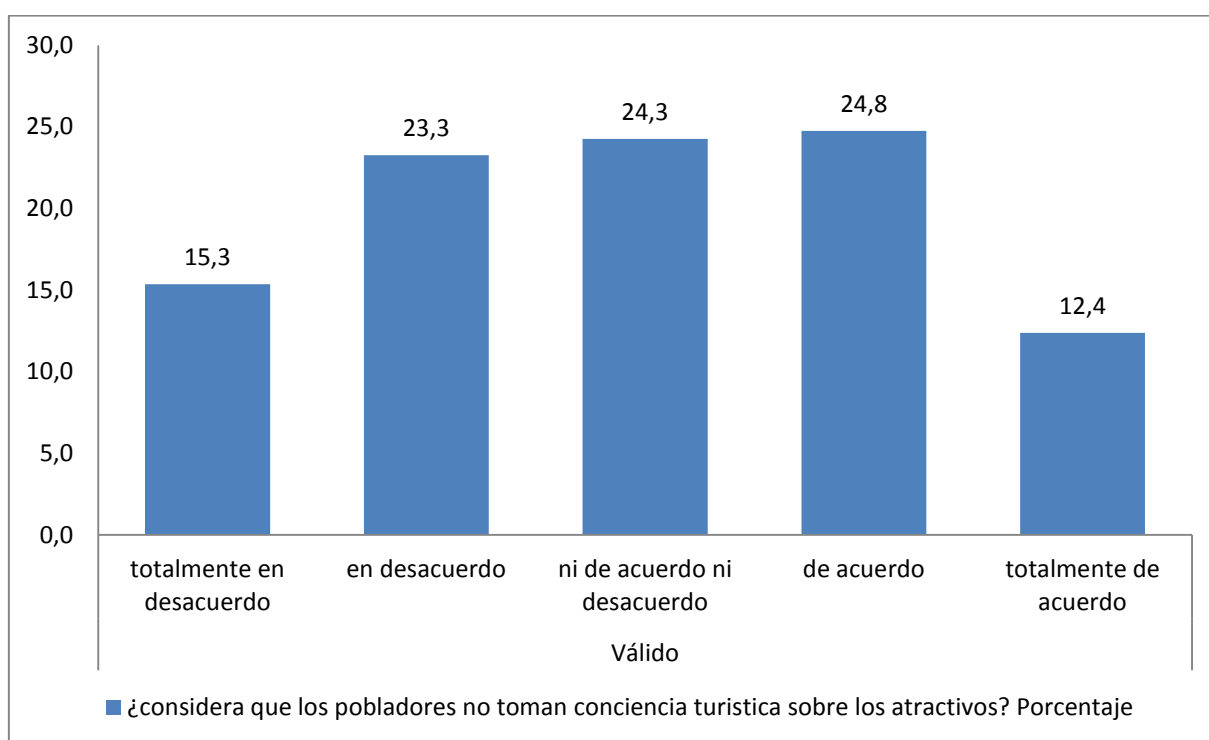
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 37.1 % consideran que La Hacienda Huando se encuentra en mal estado, los que comentan es que no se le hace un mantenimiento y no se cuida como debería a este atractivo tan conocido en Huaral.

TABLA N° 3

¿Considera que los pobladores no toman conciencia turística sobre los atractivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	31	15.3	15.3	15.3
en desacuerdo	47	23.3	23.3	38.6
ni de acuerdo ni desacuerdo	49	24.3	24.3	62.9
de acuerdo	50	24.8	24.8	87.6
totalmente de acuerdo	25	12.4	12.4	100.0
Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 9



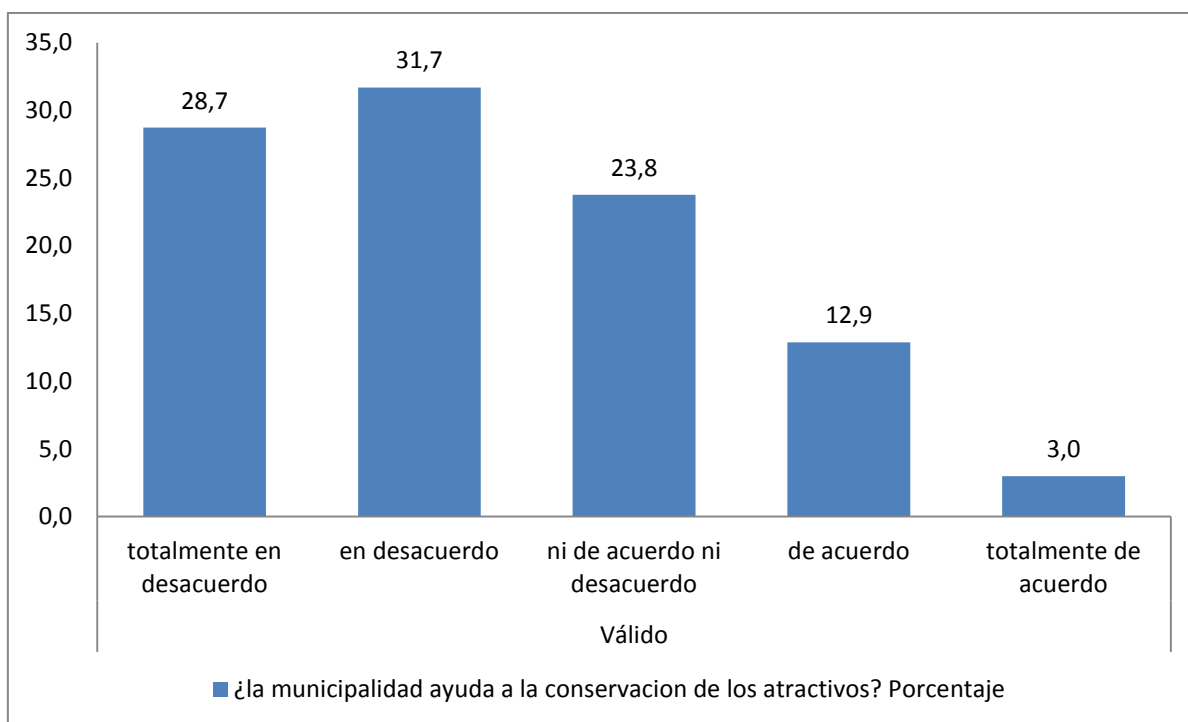
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 24.8 % está de acuerdo con que los pobladores no toman conciencia turística sobre los atractivos que tienen, ya que no se preocupan por ver la manera de apoyar a cuidar los atractivos y la misma ciudad.

TABLA N° 4

¿La municipalidad ayuda a la conservación de los atractivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	58	28.7	28.7	28.7
	en desacuerdo	64	31.7	31.7	60.4
	ni de acuerdo ni desacuerdo	48	23.8	23.8	84.2
	de acuerdo	26	12.9	12.9	97.0
	totalmente de acuerdo	6	3.0	3.0	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 10



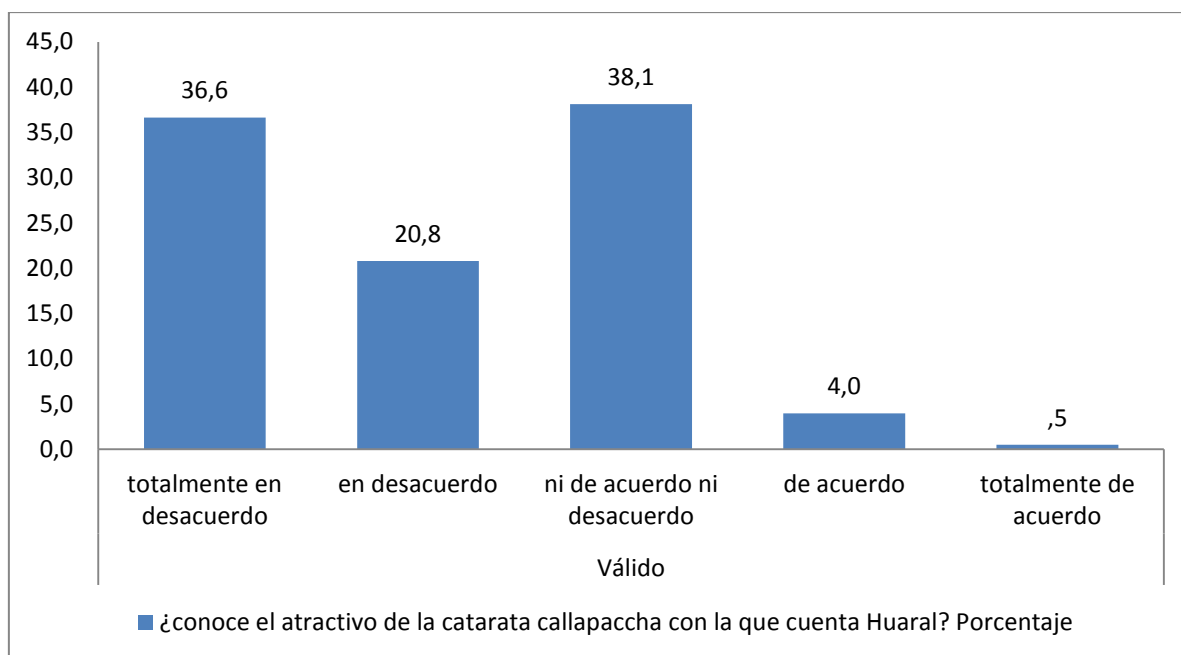
ANÁLISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 31.7 % considera que la municipalidad no ayuda a la conservación de atractivos, es decir no apoya con el cuidado de los atractivos, hasta la misma plaza no se encargan de limpiarlo diariamente.

TABLA N° 5

¿Conoce el atractivo de la catarata Callapaccha con la que cuenta Huaral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	74	36.6	36.6	36.6
en desacuerdo	42	20.8	20.8	57.4
ni de acuerdo ni desacuerdo	77	38.1	38.1	95.5
de acuerdo	8	4.0	4.0	99.5
totalmente de acuerdo	1	.5	.5	100.0
Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 11



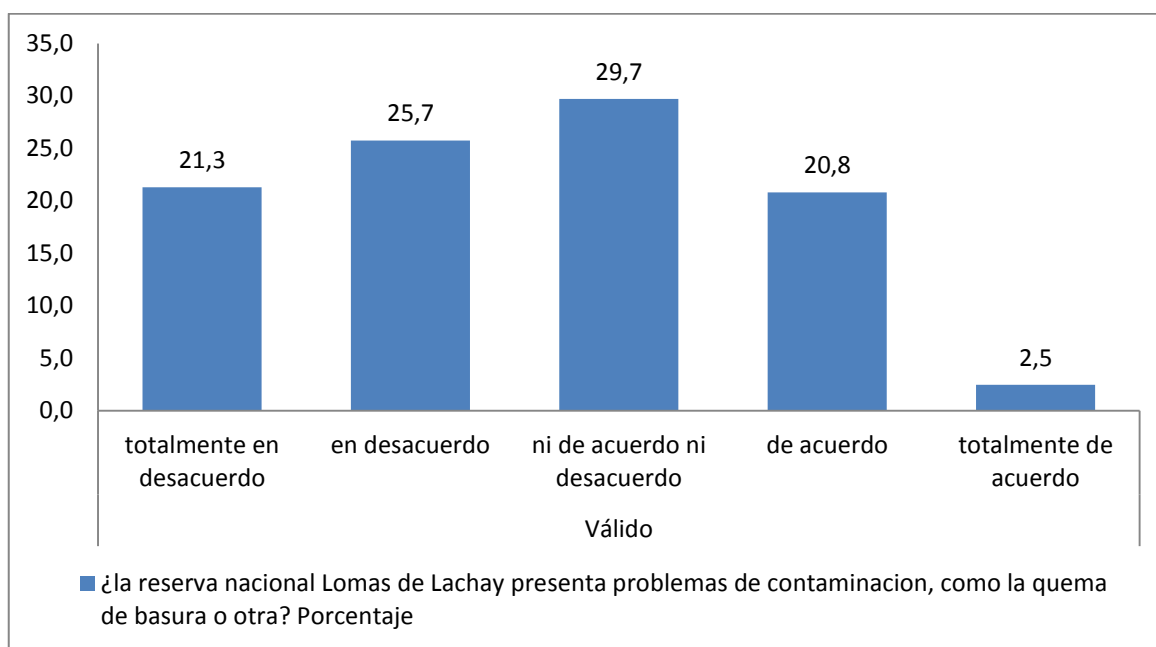
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 38.1 % no sabe si existe la catara, tal vez la escucharon en algún momento pero no sabe que se encuentra al noroeste de la ciudad de Huaral.

TABLA N° 6

¿La reserva nacional Lomas de Lachay presenta problemas de contaminación, como la quema de basura o otra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	43	21.3	21.3	21.3
	en desacuerdo	52	25.7	25.7	47.0
	ni de acuerdo ni desacuerdo	60	29.7	29.7	76.7
	de acuerdo	42	20.8	20.8	97.5
	totalmente de acuerdo	5	2.5	2.5	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N°12



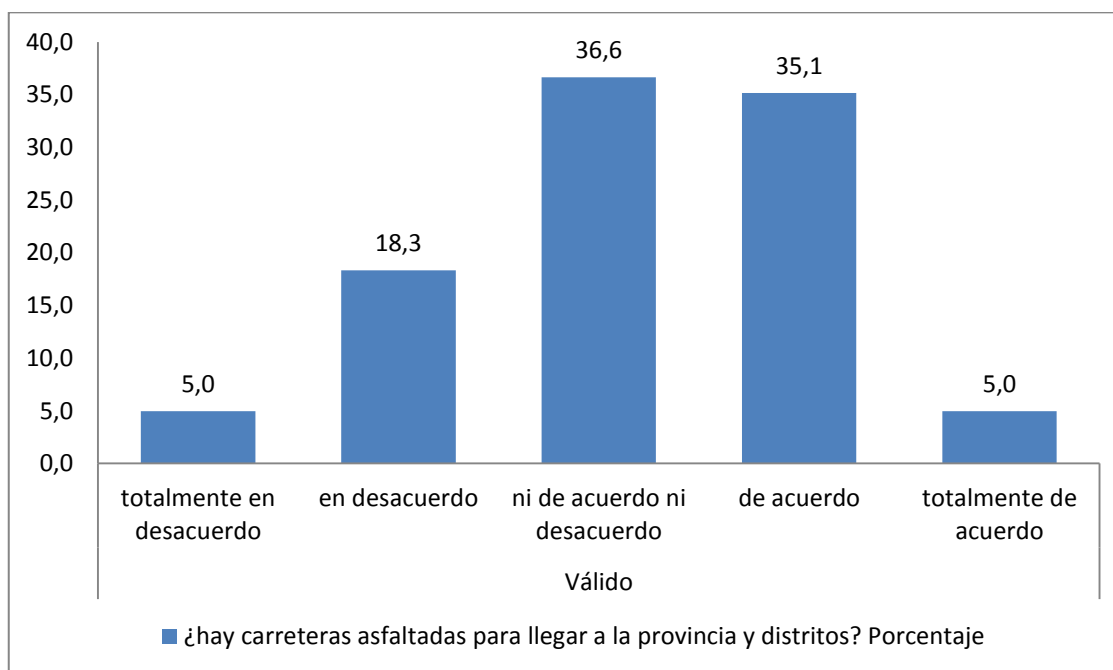
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 29.7 % considera que en ocasiones se presenta los problemas de contaminación a causa de las personas que visitan el lugar y arrojan basura en el atractivo.

TABLA N° 7

¿Hay carreteras asfaltadas para llegar a la provincia y distritos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	10	5.0	5.0	5.0
	en desacuerdo	37	18.3	18.3	23.3
	ni de acuerdo ni desacuerdo	74	36.6	36.6	59.9
	de acuerdo	71	35.1	35.1	95.0
	totalmente de acuerdo	10	5.0	5.0	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 13



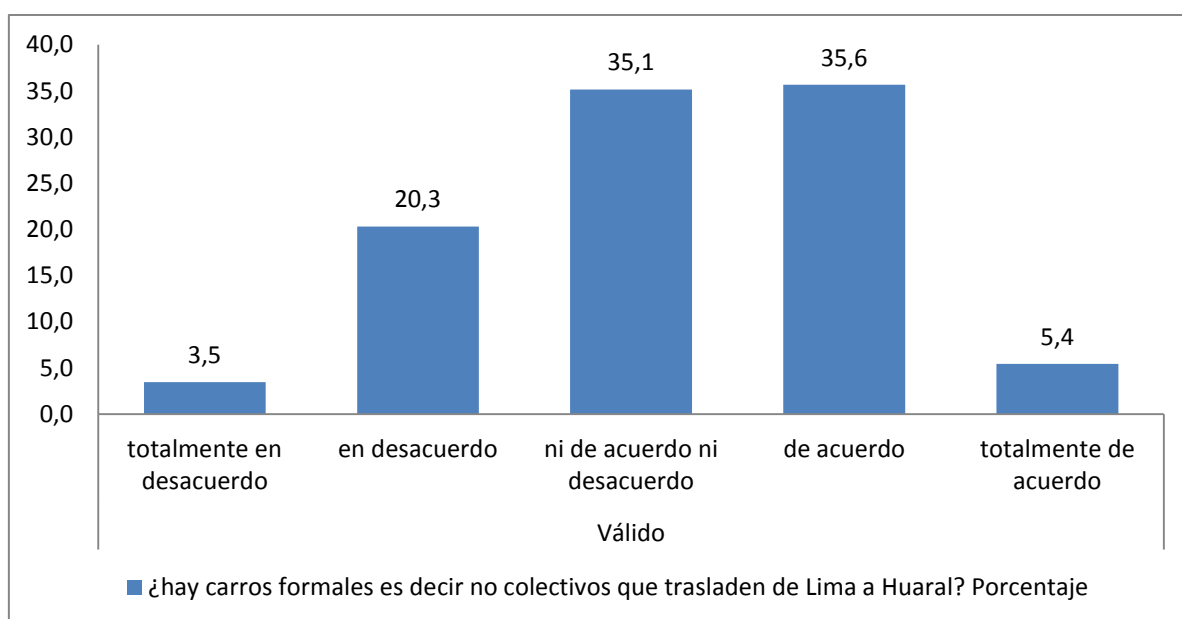
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 36.6 % considera que si hay carreteras asfaltada para llegar a la provincia pero para trasladarse a los distritos las carreteras no son todas asfaltadas algún solo son trocha.

TABLA N° 8

¿Hay carros formales es decir no colectivos que trasladen de Lima a Huaral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	7	3.5	3.5	3.5
	en desacuerdo	41	20.3	20.3	23.8
	ni de acuerdo ni desacuerdo	71	35.1	35.1	58.9
	de acuerdo	72	35.6	35.6	94.6
	totalmente de acuerdo	11	5.4	5.4	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N°14



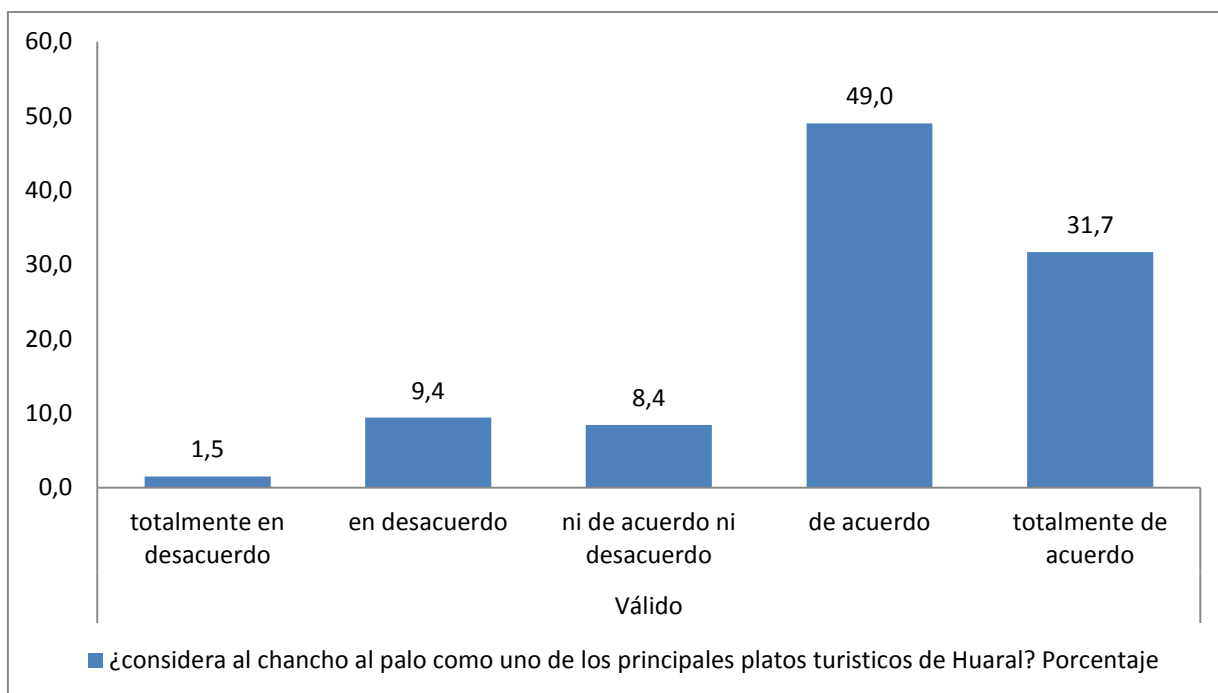
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 35.6 % están de acuerdo que si existe carro formal que traslade de lima Huaral lima como lo es la empresa Z Buss, aunque es un monopolio porque es la única empresa formal en Huaral.

TABLA N° 9

¿Considera al chancho al palo como uno de los principales platos típicos de Huaral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	3	1.5	1.5	1.5
	en desacuerdo	19	9.4	9.4	10.9
	ni de acuerdo ni desacuerdo	17	8.4	8.4	19.3
	de acuerdo	99	49.0	49.0	68.3
	totalmente de acuerdo	64	31.7	31.7	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 15



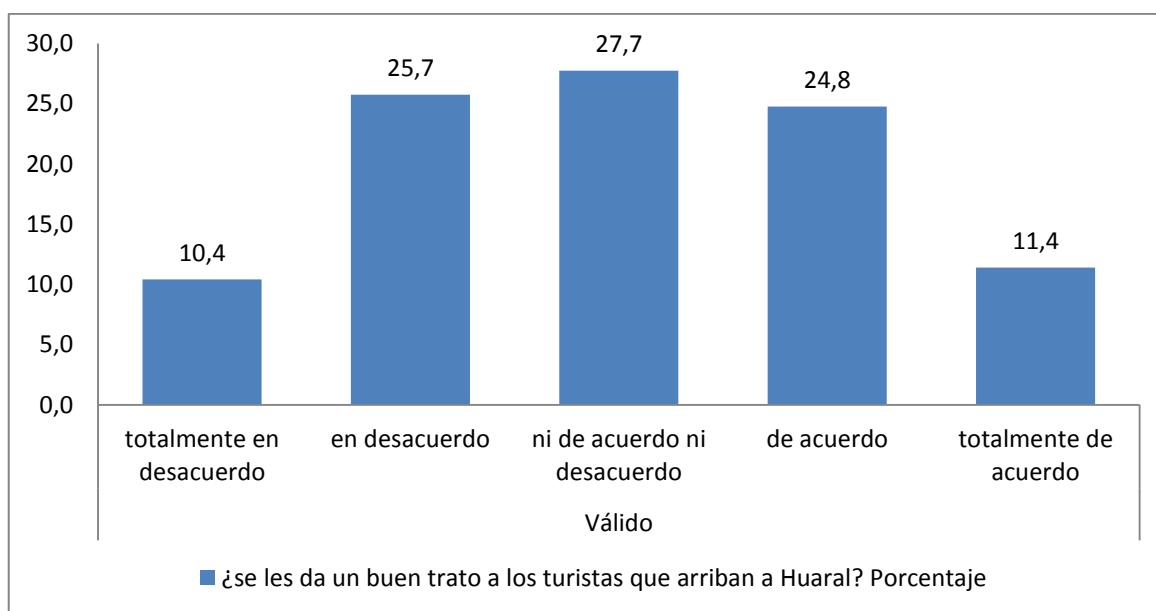
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 49 % considera al chancho al palo como una de sus principales platos mientras el 51 % considera que el plato bandera de la provincia es el pato al aji, aunque no se le haga mucha difusión.

TABLA N° 10

¿se les da un buen trato a los turistas que arriban a Huaral?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	21	10.4	10.4	10.4
	en desacuerdo	52	25.7	25.7	36.1
	ni de acuerdo ni desacuerdo	56	27.7	27.7	63.9
	de acuerdo	50	24.8	24.8	88.6
	totalmente de acuerdo	23	11.4	11.4	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 16



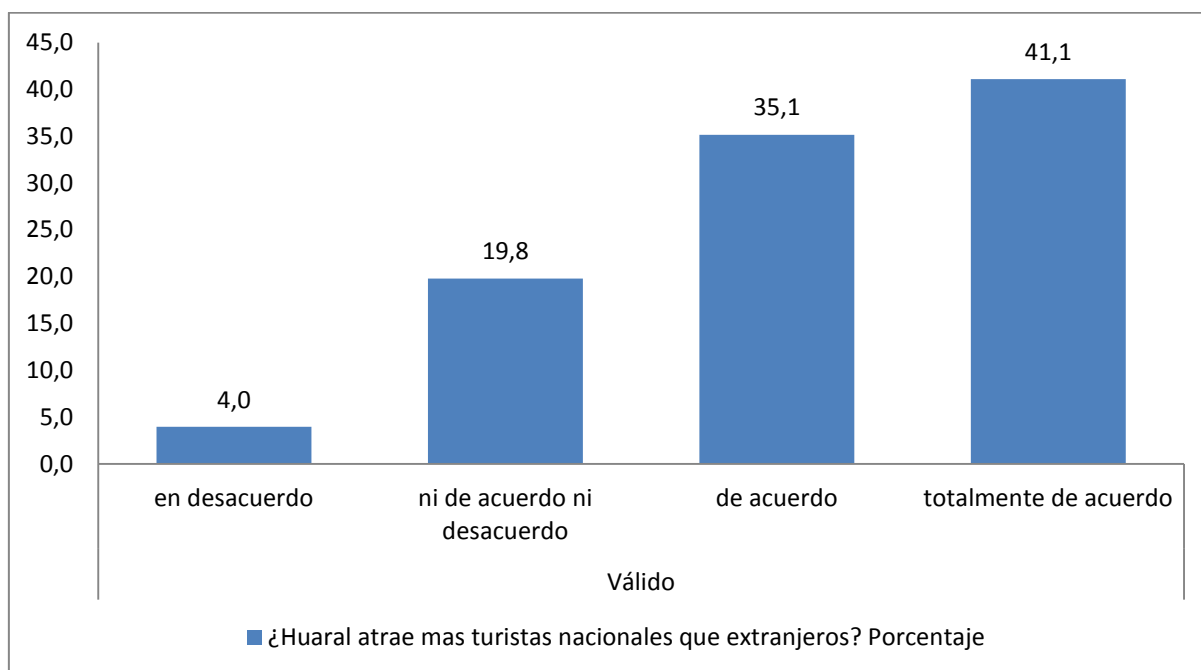
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 27.7 % piensa que no e le brinda un buen trato ya que en si a veces los turistas preguntan a los pobladores sobre alguna ubicación y ellos mismo por la falta de información no se la puedan dar, en ese sentido afecta un poco.

TABLA N° 11

¿Huaral atrae más turistas nacionales que extranjeros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	8	4.0	4.0	4.0
	ni de acuerdo ni desacuerdo	40	19.8	19.8	23.8
	de acuerdo	71	35.1	35.1	58.9
	totalmente de acuerdo	83	41.1	41.1	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

GRAFICO N° 17



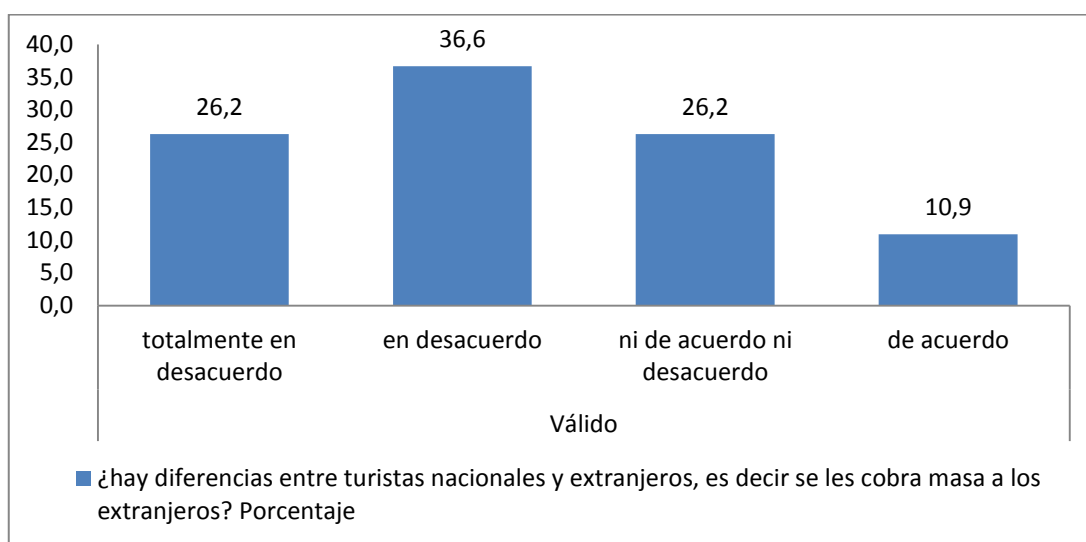
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 41.1 % es consciente de que Huaral mueve más turistas nacionales que extranjero, aunque también creen que podría captar turistas extranjeros pero si se apoya más ala promoción y conservación de sus atractivos.

TABLA N° 12

¿Hay diferencias entre turistas nacionales y extranjeros, es decir se les cobra masa a los extranjeros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	53	26,2	26,2	26,2
en desacuerdo	74	36,6	36,6	62,9
ni de acuerdo ni desacuerdo	53	26,2	26,2	89,1
de acuerdo	22	10,9	10,9	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 18



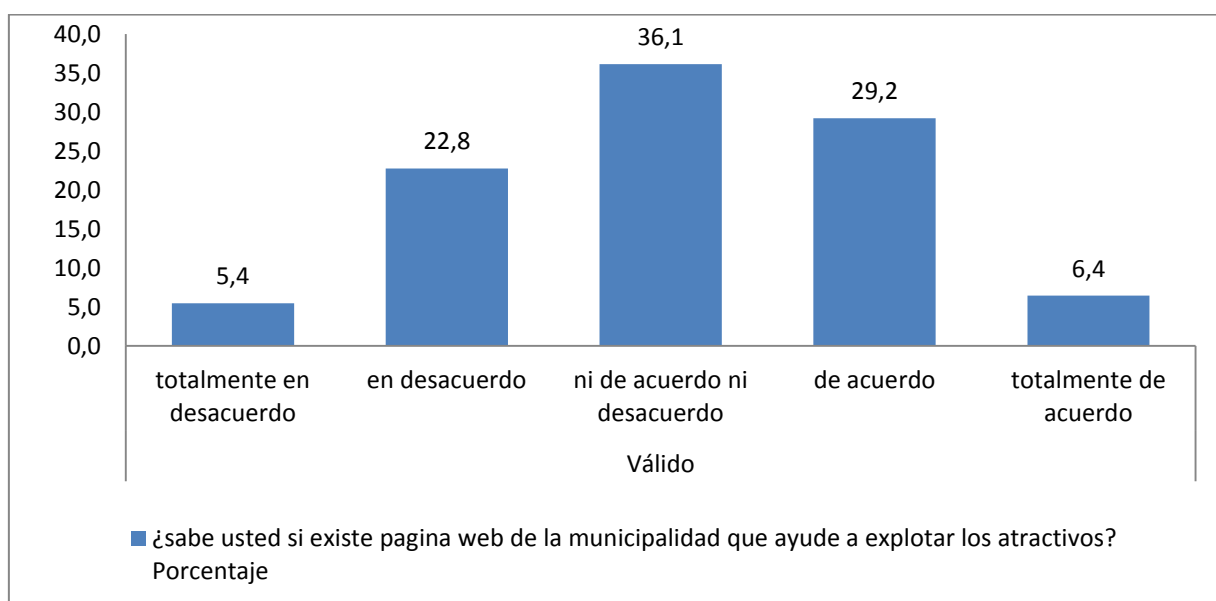
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 36.6 % es consciente de que Huaral mueve más turistas nacionales que extranjero, aunque también creen que podría captar turistas extranjeros pero si se apoyara más a la promoción y conservación de sus atractivos.

TABLA N° 13

¿Sabe usted si existe página web de la municipalidad que ayude a explotar los atractivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	11	5,4	5,4	5,4
en desacuerdo	46	22,8	22,8	28,2
ni de acuerdo ni desacuerdo	73	36,1	36,1	64,4
de acuerdo	59	29,2	29,2	93,6
totalmente de acuerdo	13	6,4	6,4	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 19



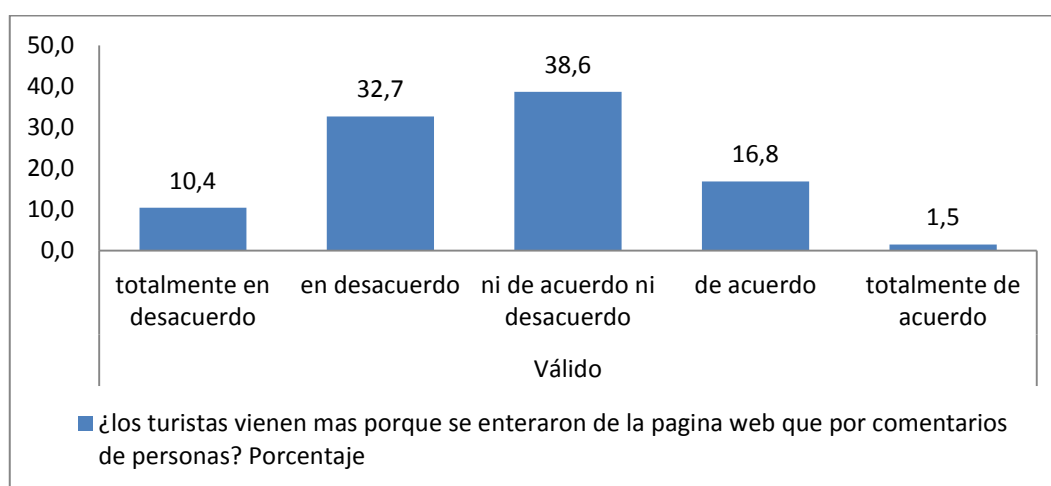
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 36.1 % no son saben si en la página de la municipalidad hay una área de turismo que ayude a la promoción de los atractivos, ya que es importante para que cuando algún turista visite la pág. ahí encuentre toda la información que desee del atractivo.

TABLA N° 14

¿Los turistas vienen más porque se enteraron de la página web que por comentarios de personas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	21	10,4	10,4	10,4
	en desacuerdo	66	32,7	32,7	43,1
	ni de acuerdo ni desacuerdo	78	38,6	38,6	81,7
	de acuerdo	34	16,8	16,8	98,5
	totalmente de acuerdo	3	1,5	1,5	100,0
	Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 20



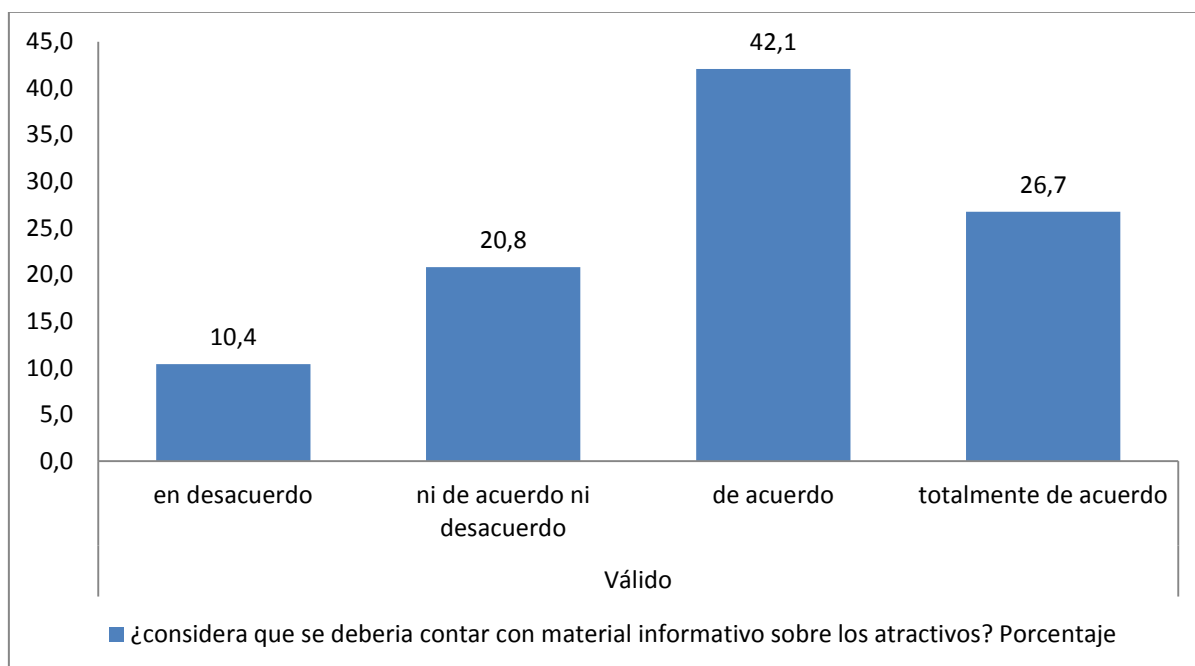
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 38.6 % por que no saben si hay un área de turismo en la página, no saben si los turistas vendrían por ellos mientras que las demás pobladores dicen que vistan Huaral por la publicidad de boca a boca.

TABLA N° 15

¿Considera que se debería contar con material informativo sobre los atractivos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	21	10,4	10,4	10,4
ni de acuerdo ni desacuerdo	42	20,8	20,8	31,2
de acuerdo	85	42,1	42,1	73,3
totalmente de acuerdo	54	26,7	26,7	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 21



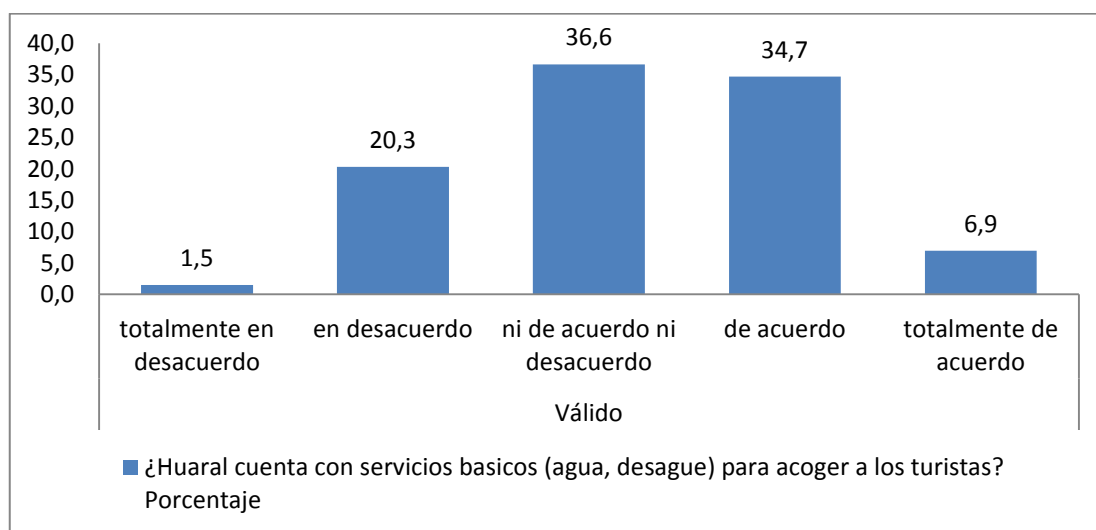
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 42.1 % considera que si se debería contar con material informativo sobre los atractivos tales como boletines que pueden ser entregados en algunos negocios.

TABLA N° 16

¿Huaral cuenta con servicios básicos (agua, desagüe) para acoger a los turistas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	3	1,5	1,5	1,5
en desacuerdo	41	20,3	20,3	21,8
ni de acuerdo ni desacuerdo	74	36,6	36,6	58,4
de acuerdo	70	34,7	34,7	93,1
totalmente de acuerdo	14	6,9	6,9	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 22



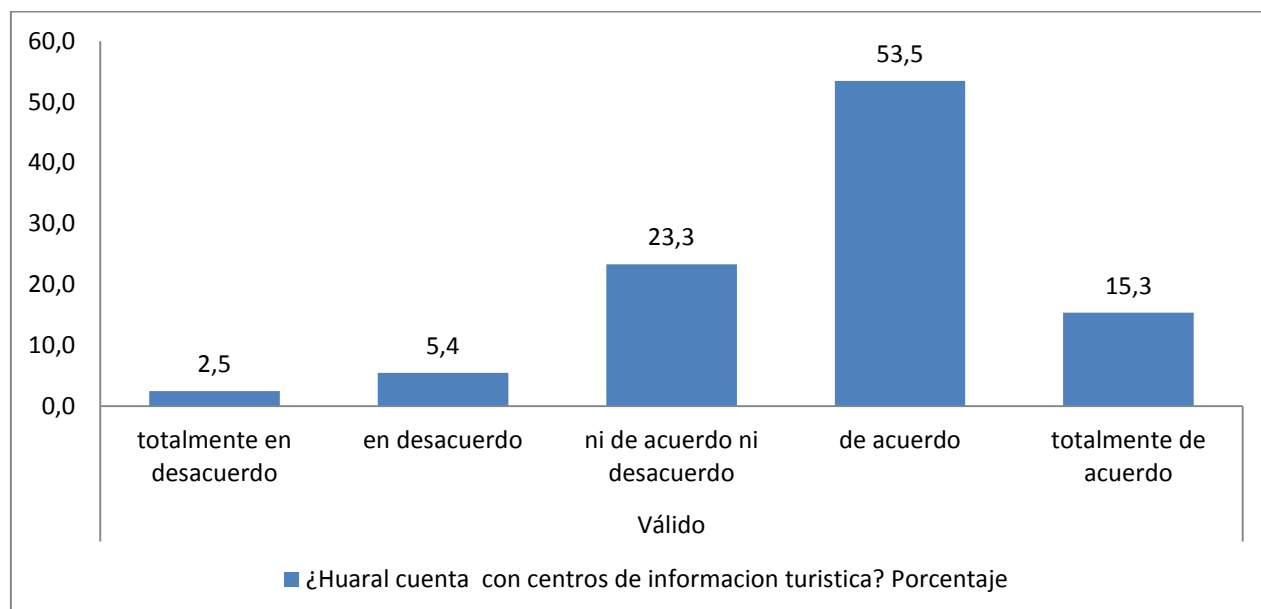
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 36.6 % no considera que en los servicios Huaral se encuentre bien o por lo menos consideran que en la misma ciudad sí, pero por el contrario en los distritos no en todos se ve que cuenten con los servicios básicos

TABLA N° 17

¿Huaral cuenta con centros de información turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	5	2,5	2,5	2,5
en desacuerdo	11	5,4	5,4	7,9
ni de acuerdo ni desacuerdo	47	23,3	23,3	31,2
de acuerdo	108	53,5	53,5	84,7
totalmente de acuerdo	31	15,3	15,3	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N° 23



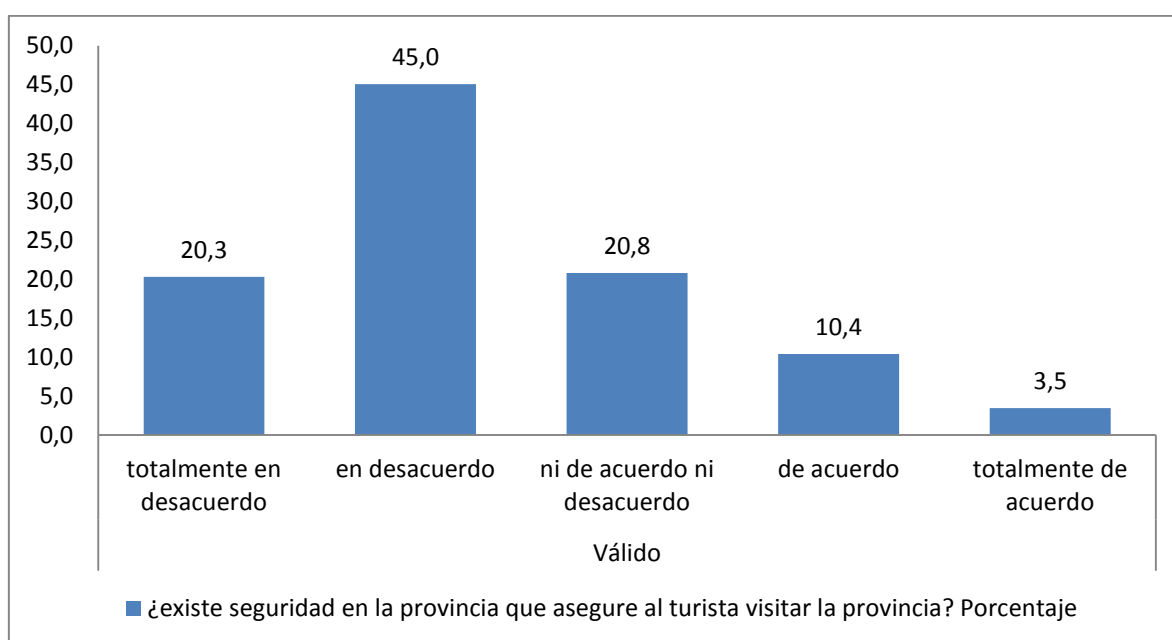
ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 53.5 % dice que Huaral si encuentra con puestos de información, como se pudo observar en la plaza es el único lugar donde se encuentras 2 puestos de información turística.

TABLA N° 18

¿Existe seguridad en la provincia que asegure al turista visitar la provincia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	41	20,3	20,3	20,3
en desacuerdo	91	45,0	45,0	65,3
ni de acuerdo ni desacuerdo	42	20,8	20,8	86,1
de acuerdo	21	10,4	10,4	96,5
totalmente de acuerdo	7	3,5	3,5	100,0
Total	202	100,0	100,0	

GRAFICO N°24



ANALISIS: De las 202 personas que fueron encuestadas, un 45 % considera que la provincia de Huaral ha perdido seguridad, hasta por la mañanas roban y que por la noches se ve prostitución por la plaza.

CONCLUSIONES

- Según las encuestas realizadas a la población de Huaral un 68.8 % de los pobladores nos indica que si existen casetas de información que ayudan a los turistas obtener una información clara sobre el lugar que visitan de lo contrario un 7.9 % manifiesta no estar de acuerdo ya que estas casetas de información solo se encuentran ubicados en la plaza mas no en los mismos atractivos, aparte nos comunicaron que recién han sido implementadas este año, el resto no sabe que existía esas casetas de información. Según la UNESCO El patrimonio turístico está integrado por bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute.
- Según lo manifestado por los pobladores, un 76.2% de ellos indica que son más los turistas nacionales los que visitan su provincia, y el 4 % dice que si llegan turistas extranjeros. en si la provincia de Huaral va generando más visitas a sus atractivos por los eventos que ocurren como lo del rally, como lo indico ANDINA, La Agencia Peruana de Noticias, que ha publicado una noticia el 6 de agosto indicando que Huaral ha registrado un incremento del 20% en el flujo del turismo, el 19.8 % informa que no sabe qué tipo de turistas visita su provincia. Se podría generar aún más flujo de turistas si los pobladores y la municipalidad actuarán en conjunto para hacer de Huaral un lugar más turístico, así también poder llegar a los turistas extranjeros en un mayor número.
- Según los encuestados, se obtiene que el 68.4 % informa que la municipalidad provincial de Huaral cuenta con página web, pero no con una área adentro de ella que brinde información sobre los atractivos, tanto como la ubicación de ellos, descripción del lugar, como llegar, entre otras. De lo contrario el 35.6% manifiesta que si porque la página cuelga noticas sobre algunos atractivos, mas no información completa, como se puede ver la municipalidad no le toma gran importancia a lo que se refiere el turismo en su provincia, ya que también se sabe que Huaral no cuenta con un inventario turístico oficial sobre los atractivos con los que cuenta. Según Philip Kotler el Marketing es el análisis, organización, planificación y control de los recursos, políticas y actividades de la empresa que afectan al cliente con visitas a satisfacer necesidades y deseos de los grupos escogidos de clientes, obteniendo con ello un beneficio.

- Luego de realizar la encuesta obtuvimos como resultado que el 41.6% está de acuerdo con que Huaral como ciudad si cuenta con los servicios básicos más el 21.8 % dice que no cuenta por lo que en sus distritos aún carecen de algunos servicio, ya que por estar un poco alejados están siendo descuidos por la municipalidad, el 36.6 % no está de acuerdo o desacuerdo ya que desconoce del tema. Un claro ejemplo sobre la falta de servicios básicos es que la carretera para ir a los baños termo medicinales de Collpa, solo la mitad de carretera es asfaltada y la otra es solo trocha.

RECOMENDACIONES

- El DIRCETUR debe preocuparse por ver las formas de promocionar más su provincia ya sea con brindando boletines, folletos con información de los lugares a los visitantes, a través de la página web de la provincia, sería bueno que uno de los puntos sea en el terminal Z buss, que es por donde los turistas llegan a la provincia.
- La municipalidad debería brindar taller de conciencia turística a sus pobladores como “YO SOY HUARAL”, para que ellos se sientan identificados con lo que su provincia tiene, para que aprendan a cuidar su patrimonio y tratar bien al turista, así con este taller o capacitación ellos también podrían brindar ayuda e información a los turistas.
- Tanto la municipalidad de Huaral como los entes encargados del turismo deben ayudar a promocionar los atractivos con los que cuenta, ya sea a través de sus páginas web o por medio de las redes sociales. Pero antes de todo ello deben preocuparse en la conservación de cada uno de los lugares turísticos.
- El estado con el ministerio de transporte se deben preocupar no solo en mejorar los servicios que se brinda en el mismo Huaral sino también en su alrededores ya que cuando los turistas visitan los atractivos que están alejados no pueden disfrutar de los servicios básicos porque algunos lugares aun no cuentan con ello, también la municipalidad tomar muchas medidas que garanticen que los restaurantes y otros centros de servicios cuenten con los estándares de calidad que se necesita para atender a los turistas.

REFERENCIAS

- LUCIA GONZALES TORREROS - Modelo turístico sostenible para el municipio de tequila – Universidad de Jalisco, México.
- ARMAS MORALES – Marco Jurídico de la Actividad Turística de la Universidad mayor de San Marcos.
- Marisella PilQuimán Vera – Universidad Austral de Chile
- Planificación Integral del turismo – MOLINA , S y RODRIGUEZ, S. 1997 Segunda Edición. México.

FUENTES DE INFORMACION HEMEROGRAFICAS

- Análisis Sociológico de las Tendencias Recientes de Turismo medicinal Reposo: Origen y Evolución Histórica y tendencia de Futuro OLGA MARTINEZ MOURE – Universidad a distancia Madrid.
- El libro: Dirección de Marketing, Edición del Milenio, de Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio, Prentice Hall.
- Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.

FUENTE DE INFORMACION ELECTRONICAS

- http://balnearios.todopiscinas.es/agua_minero_medicinal.php
- http://ecofinanza.com/diccionario/ingreso_economico.php
- <http://www.desarrollo.sostenible/oyon/htm>
- http://www.universidad.uninter.edu.mx/oferta_educativa_posg_esp_turismo.html
- www.atp.gob.pa/
- <http://www.ytuqueplanes.com/mini-viajes/huaral/>
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>
- http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/PT/S05/PT05_Lectura.pdf
- www.alnortechico.com
- www.mincetur.gob.pe
- <http://desarrolloproveedores.cl/dp/wp-content/uploads/2012/09/Las-5P-del-Marketing-para-estrategia-comercial.pdf?d10dda>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**“EL PATRIMONIO TURISTICO DE LA PROVINCIA DE HUARAL Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURISTICA,
REGION LIMA 2017**

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
<p>PROBLEMA PRINCIPAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la relación entre el patrimonio y la promoción turística en la provincia de Huaral, región lima 2017? <p>PROBLEMAS SECUNDARIOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la relación del patrimonio turístico y el flujo turístico en la provincia de Huaral, región lima 2017? ¿Cuál es la relación del patrimonio turístico y el marketing en la provincia de Huaral, región lima 2017? ¿Cuál es la relación del patrimonio turístico y los servicios básicos en la provincia de Huaral, región lima 2017? 	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación entre el patrimonio turístico y la promoción turística en la provincia de Huaral, región lima 2017 <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Establecer la relación entre el patrimonio turístico y el flujo turístico en la provincia de Huaral, 2017. Establecer la relación entre el patrimonio turístico y el nivel de marketing en la provincia de Huaral 2017. Establecer la relación entre el patrimonio turístico y los servicios básicos en la provincia de Huaral, 2017. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Existe una relación de influencia significativa entre el patrimonio turístico y la promoción turística en la provincia de Huaral, 2017 <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Existe relación significativa entre el patrimonio turístico y el flujo turístico en la provincia de Huaral, 2017 Existe relación significativa entre el patrimonio turístico y el marketing en la provincia de Huaral, 2017 Existe relación significativa entre el patrimonio turístico y los servicios básicos en la provincia de Huaral, 2017 	<p>PATRIMONIO TURISTICO</p> <p>PROMOCION TURISTICA</p>	<p>PATRIMONIO CULTURAL</p> <p>PATRIMONIO NATURAL</p> <p>FACILIDADES</p> <p>FLUJOS TURISTICOS</p> <p>MARKETING</p> <p>SERVICIOS BASICOS</p>	<p>Manuscritos Monumentos Arqueológicos Costumbres</p> <p>Paisajes Parques Naturales Santuarios</p> <p>Carreteras Hospedajes Restaurantes</p> <p>Divisas Turistas Nacionales Turistas Extranjeros</p> <p>Páginas Web Publicidad Merchandising</p> <p>Recursos Atractivos Servicios Extras</p>	<p>TIPO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>El presente trabajo es una investigación del tipo sustantivo - descriptivo porque se trata de describir el problema que se puede observar en la provincia, es decir se quiere dar a conocer la realidad tal como se presenta, en un momento y lugar determinado.</p> <p>NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>La presente investigación se encuentra en el nivel descriptivo pues se realiza una observación a los patrimonio con lo que cuenta y la relación que existe con su promoción turística en la provincia de Huaral, región Lima, 2017</p> <p>MÉTODO</p> <p>El método que se observa en la investigación es correlacional porque busca algún tipo de relación entre las dos variables, es decir en este caso busca la relación del patrimonio con la promoción turística..</p>	<p>TÉCNICAS</p> <p>Para realizar la presente investigación se va a utilizar el cuestionario de Likert, lo cual se aplicara a los pobladores de la provincia de Huaral para así tener más conocimientos sobre cómo está la provincia en cuanto al turismo.</p> <p>INSTRUMENTOS</p> <p>El instrumento que se aplicara es el cuestionario de Likert, el cual consta de 18 preguntas para conocer a profundidad las variables y a través de ellas la situación de la provincia, nuestro cuestionario contiene preguntas de carácter ordinal.</p>

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO HOTELERIA Y GASTRONOMIA

ENCUESTA APLICADA A LOS POBLADORES DE LA PROVINCIA DE HUARAL

TEMA: “EL PATRIMONIO TURISTICO DE LA PROVINCIA DE HUARAL Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURISTICA, REGION LIMA 2017”

SEXO: Masculino () Femenino ()

EDAD: ()

NIVEL DE INSTRUCCION

Primaria ()

Secundaria ()

Técnica ()

Superior ()

1= Totalmente En Desacuerdo

4= De Acuerdo

2= En Desacuerdo

5=Totalmente De Acuerdo

3= Ni De Acuerdo Ni Desacuerdo

N°	VARIABLE: PATRIMONIO TURISTICO	1	2	3	4	5
	PATRIMONIO CULTURAL					
1	Los atractivos con los que cuenta Huaral están en buen estado.					
2	La casa hacienda Huando se conserva en buen estado					
3	Considera que los pobladores no toman conciencia turística sobre los atractivos.					
	PATRIMONIO NATURAL					
4	La municipalidad ayuda a la conservación de los atractivos					
5	Conoce el atractivo de la catarata de Callapaccha con la que cuenta Huaral.					
6	La reserva nacional de Lachay presenta problemas de contaminación, como la quema de basura					
	FACILIDADES					
7	Hay carreteras asfaltadas para llegar a la provincia					
8	Hay carros formales es decir no carros colectivos que trasladen de Lima a Huaral					
9	Considera el chanco al palo como una de los principales platos turísticos de la provincia.					
	VARIABLE 2: PROMOCION TURISTICA	1	2	3	4	5
	FLUJO TURISTICO					
10	Se les da un buen trato a los turistas que arriban a la provincia de Huaral.					
11	Huaral atrae más turistas nacionales que extranjeros.					
12	Hay diferencias entre turistas nacionales y turistas extranjeros es decir se le cobra más a los extranjeros					
	MARKETING					
13	Sabe usted si existe página web de la municipalidad que ayuda a explotar los atractivos					
14	Cree usted que los turistas vienen por la página web de la municipalidad o porque se enteraron por otra parte					
15	Considera que se debería contar con material informativo sobre los atractivos.					
	SERVICIOS BASICOS					
16	Huaral cuenta con servicios básicos (agua, desagüe) para acoger a los turistas					
17	Huaral cuenta con centros de información turística					
18	Existe seguridad en la provincia que asegure al turista visitar la provincia.					

ANEXO 4 BASES DE DATOS DEL SPSS

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	sexo	Numérico	8	0		{1, femenino...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	edad	Numérico	8	0	¿cual es su ed...	{1, 25 - 45}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	niveinst	Numérico	8	0	¿cual es su niv...	{1, primaria}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	buenestado	Numérico	8	0	¿los atractivos ...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	huando	Numérico	8	0	¿la hacienda H...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	conturis	Numérico	8	0	¿considera que...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	conser	Numérico	8	0	¿la municipalid...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	catarata	Numérico	8	0	¿conoce el atra...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	lachay	Numérico	8	0	¿la reserva naci...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	carretera	Numérico	8	0	¿hay carreteras...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	carros	Numérico	8	0	¿hay carros for...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	platipico	Numérico	8	0	¿considera al c...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	tratoturis	Numérico	8	0	¿se les da un b...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	tnacioextra	Numérico	8	0	¿Huaral atrae ...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	diferencias	Numérico	8	0	¿hay diferencia...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	pagweb	Numérico	8	0	¿sabe usted si ...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	seenteran	Numérico	8	0	¿los turistas vie...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	matinfo	Numérico	8	0	¿considera que...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	serbasicos	Numérico	8	0	¿Huaral cuenta...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	infoturis	Numérico	8	0	¿Huaral cuenta...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	seguridad	Numérico	8	0	¿existe segurid...	{1, totalmen...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22											

	sexo	edad	niveinst	buenestado	huando	conturis	conser	catarata	lachay	carretera	carros	platipico	tratoturis	tnacioextra	diferencias	pa
1	1	2	1	2	2	4	3	3	4	4	4	4	2	3	2	
2	2	2	2	1	2	5	1	2	3	4	3	5	2	5	1	
3	2	2	2	1	3	4	1	3	3	5	3	4	3	5	1	
4	1	1	2	3	2	3	2	1	3	3	4	5	3	4	1	
5	1	2	4	1	2	5	1	1	3	5	4	3	3	5	4	
6	2	2	2	3	3	1	1	1	3	3	3	5	3	3	1	
7	1	2	4	1	2	5	3	1	4	4	4	2	4	5	2	
8	2	3	1	3	3	4	3	1	1	2	4	5	5	5	4	
9	2	3	4	1	1	5	1	1	5	3	4	4	3	4	1	
10	2	2	4	3	2	5	1	1	5	5	5	4	5	4	2	
11	2	2	4	1	3	5	1	1	5	2	4	5	5	5	1	
12	2	3	2	1	4	2	1	1	1	5	4	5	2	5	4	
13	2	1	4	2	2	2	2	3	4	4	4	4	2	3	2	
14	1	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	
15	2	1	2	4	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	
16	1	1	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	
17	2	2	2	2	4	4	2	4	3	4	3	5	5	2	3	
18	1	1	2	4	3	2	2	2	4	4	3	4	4	3	3	
19	2	1	3	1	2	4	1	1	2	4	4	4	2	4	3	
20	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	
21	1	1	2	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	3	
22	1	1	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	4	4	2	
23	2	2	2	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2	