



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO**

**PUESTA EN VALOR TURÍSTICA CULTURAL DE VÉGUETA,  
HUAURA – LIMA, 2019**

**PRESENTADA POR  
ROSARIO DEL PILAR GARCÍA QUISPE**

**ASESORA  
ANA MARÍA ALEMÁN CARMONA**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN GESTIÓN  
CULTURAL, PATRIMONIO Y TURISMO**

**LIMA – PERÚ**

**2019**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**PUESTA EN VALOR TURÍSTICA CULTURAL DE VÉGUETA,  
HUAURA – LIMA, 2019**

**TESIS PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN CULTURAL,  
PATRIMONIO Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:  
ROSARIO DEL PILAR GARCÍA QUISPE**

**ASESOR:  
DR. ANA MARÍA ALEMÁN CARMONA**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

## DEDICATORIA

A Blanca, mi madre, por hacer de mí una mujer fuerte, independiente y luchadora.

A Tula, mi abuela, por su sabiduría para criarme y guiarme siempre por el mejor  
sendero.

A mi compañero de vida por ser mi sostén, mi refugio, por dejarme volar y  
compartir cada uno de mis sueños.

A mis ángeles que desde el cielo me protegen e iluminan cada paso que doy.

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradezco a mi madre y a mi abuela porque me enseñaron a no dormirme en mis laureles, a seguir creciendo y superarme día a día, ellas al lado de mi familia son la columna vertebral de mi vida.

A mi asesora y amiga Dra. Ana Alemán Carmona por guiar mis pasos en este importante proceso de investigación. Al Dr. Arquitecto José Carlos Hayakawa Casas por haberme introducido al maravilloso mundo de la investigación, por su confianza y motivación.

A mi compañero de aventuras Andy Anselmo Medina porque gracias a él pude conocer el hermoso distrito de Végueta, enamorarme de sus calles y de su gente, y poder plasmar en esta tesis toda la riqueza histórica y cultural de esta ciudad. Además, le agradezco por proporcionarme parte de su material fotográfico, el cual ha servido para enriquecer esta investigación.

A la familia Medina Collantes del distrito de Végueta, quienes siempre me recibieron con cariño en cada ocasión que los visitaba para realizar mi trabajo de campo.

Finalmente, y no menos importante, agradezco a mis compañeros de la maestría, especialmente a mi grupo de estudio Q'omer Sikicha: Peruska Chambi, Aldo Lértora, Walter Silvera y Luis Donayre, con quienes logramos importantes publicaciones durante el 2019. Y a todos los que me aconsejaron, guiaron y brindaron su tiempo para llegar a la meta. ¡Gracias Totales!

***El agradecimiento es la memoria del corazón***

*Lao-tsé*

***Gratitude is the memory of the heart***

*Lao-tsé*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	<b>Páginas</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	ii
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	iii
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	v
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	xi
<b>RESUMEN</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	xiv
Descripción de la realidad problemática .....	xvi
Formulación del problema.....	xxvi
Pregunta de la investigación.....	xxvi
Preguntas específicas.....	xxvi
Objetivos de la investigación.....	xxvi
Objetivo general.....	xxvi
Objetivos específicos .....	xxvi
Justificación de la investigación .....	xxvii
Limitaciones de la investigación.....	xxvii
Para la viabilidad .....	xxvii
Para la limitación .....	xxviii
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b> .....	29
1.1 Antecedentes de la investigación.....	29
1.2 Bases teóricas.....	33

1.2.1	Puesta en valor turística.....	33
1.2.2	Turismo cultural.....	39
1.2.3	Gestión del patrimonio .....	51
1.2.4	Destino turístico .....	55
1.2.5	Circuito turístico .....	62
1.3	Definición de los términos básicos .....	65
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....</b>		<b>68</b>
2.1	Diseño metodológico.....	68
2.1.1	Diseño investigación acción participativa.....	72
2.2	Procedimiento de muestreo .....	75
2.3	Técnicas de recolección datos.....	75
2.3.1	Entrevistas .....	75
2.3.2	Análisis documental .....	77
2.3.3	Observación directa .....	78
2.4	Matriz de consistencia.....	81
2.5	Aspectos éticos.....	83
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS .....</b>		<b>84</b>
3.1	Análisis de las entrevistas.....	84
3.2	Análisis de la observación.....	88
3.3	Análisis documental .....	100
3.3.1	Páginas institucionales y blogs .....	101
3.3.2	Agencias de turismo.....	105
<b>CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE ANTEPROYECTO PARA UN CIRCUITO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE VÉGUETA.....</b>		<b>112</b>
4.1	Visión y misión del anteproyecto del circuito turístico .....	112

4.2	Justificación del anteproyecto .....	113
4.2.1	Objetivos del anteproyecto.....	113
4.2.2	Desarrollo del anteproyecto .....	114
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....</b>		<b>122</b>
CONCLUSIONES .....		124
RECOMENDACIONES .....		126
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>		<b>128</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>140</b>
ANEXO N° 1: ENTREVISTA A SUBGERENTE DE TURISMO Y PROMOCIÓN EMPRESARIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE VÉGUETA.....		141
ANEXO N° 2: ENTREVISTA A SUBGERENTE DE IMAGEN INSTITUCIONAL Y PROTOCOLO DE LA MUNICIPALIDAD DE VÉGUETA.....		143
ANEXO N° 3: ENTREVISTA A ARTESANA DEL DISTRITO DE VÉGUETA..		145
ANEXO N° 4: ENTREVISTA A VECINOS QUE HABITAN EN EL CENTRO DEL DISTRITO DE VÉGUETA .....		147
ANEXO N° 5: FICHA DE OBSERVACIÓN PARA EVALUAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN EL CENTRO DEL DISTRITO DE VÉGUETA.....		149
ANEXO N° 6: FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL.....		150

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Páginas</b>
Figura 1: Fiesta de San Juan Bautista celebrada el 24 de junio.....	xx
Figura 2: Vista panorámica de la Albufera de Medio Mundo, lugar donde se cosecha la totora y el junco. ....	xxi
Figura 3: Zona turística de la Albufera de Medio Mundo.....	xxi
Figura 4: Nacimiento navideño de tamaño real elaborado de junco y totora. ....	xxiii
Figura 5: Sitio Arqueológico de Vichama ubicado en el distrito de Végueta. ....	xxiv
Figura 6: Museo Comunitario de Végueta “José Mateo García de los Santos”...	xxv
Figura 7: Características de la Puesta en Valor Turística. ....	38
Figura 8: Consecuencias negativas de la Puesta en Valor Turística sin planificación, organización y sobre todo sin un real compromiso de autoridades y comunidad.	38
Figura 9: Efectos negativos del Turismo Cultural. ....	45
Figura 10: Tipos de turismo preponderantes en el distrito de Végueta. ....	46
Figura 11: Pilares de la Gestión del Patrimonio. ....	54
Figura 12: Secuencia de desarrollo de un producto turístico. ....	57
Figura 13: Características de un Destino Turístico.....	59
Figura 14: Ubicación geográfica del distrito de Végueta, provincia de Huaura, departamento de Lima. ....	61
Figura 15: Circuito turístico Lomas de Lúcumo en el distrito de Pachacámac, Lima. ....	64
Figura 16: Diferencias entre la Investigación Cualitativa e Investigación Cuantitativa. ....	69

Figura 17: Características del Diseño Investigación Acción Participativa en base al artículo “Investigación-acción participativa. El diseño de un diagnóstico participativo”.....	74
Figura 18: Metodología empleada para el desarrollo del presente estudio. Elaboración: Propia, 2018. ....	80
Figura 19: Vista de la plaza principal de Végueta. ....	90
Figura 20: Pileta ubicada en la plaza principal de Végueta. ....	90
Figura 21: Hostal Végueta ubicado en la plaza principal del distrito. ....	91
Figura 22: Hostal KFK ubicado a una cuadra de la plaza principal de Végueta... ..	91
Figura 23: Agente multibanco ubicado al frente de la plaza principal de Végueta. ....	92
Figura 24: Restaurante ubicado al frente de la plaza principal de Végueta. ....	93
Figura 25: Tótem con información turística ubicado en la plaza principal de Végueta. ....	94
Figura 26: Comisaría ubicada en la plaza principal de Végueta.....	95
Figura 27: Baños públicos ubicados en la plaza principal de Végueta.....	96
Figura 28: Playa Liseras ubicada a pocas cuadras de la plaza principal de Végueta. ....	97
Figura 29: Piscina Olímpica Municipal ubicada en la playa Liseras. ....	98
Figura 30: Variables analizadas. ....	100
Figura 31: Imagen de la página web de la Municipalidad Distrital de Végueta. .	101
Figura 32: Imagen del Blog Medio de transporte.....	103
Figura 33: Imagen del Blog Turismo Inca.....	104
Figura 34: Imagen del Blog Turismo en Huacho. ....	104
Figura 35: Imagen de la página web Al norte chico.....	105

Figura 36: Imagen de la página institucional Zona Caral. ....	106
Figura 37: Imagen Agencia Destinos & Turismo. ....	107
Figura 38: Imagen Agencia de turismo Incatrek. ....	108
Figura 39: Imagen Agencia de turismo Caral Tours. ....	108
Figura 40: Imagen de la guía turística 2019. ....	109
Figura 41: Imagen de volante con información turística de full day. ....	110
Figura 42: Imagen de volante con información turística de full day. ....	111
Figura 43: Atractivos del distrito de végueta incluidos en el circuito turístico. elaboración propia, 2019. ....	119

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Páginas</b>
Tabla 1: Características del Destino Turístico.....	56
Tabla 2: Características de la Investigación Cualitativa. ....	71
Tabla 3: Matriz de consistencia. Puesta en Valor Turística Cultural de Végueta, Huaura – Lima, 2019.....	81
Tabla 4: Criterios de observación.....	99
Tabla 5: Características identificadas del Vacacionista Limeño 2018. ....	115
Tabla 6: Circuito turístico propuesto para la temporada de invierno. ....	117
Tabla 7: Circuito turístico propuesto para la temporada de verano. ....	118

## RESUMEN

El turismo es una actividad que puede mejorar la calidad de vida de una comunidad generando su desarrollo social y económico, por este motivo la presente investigación busca identificar las potencialidades del distrito de Végueta ubicado al norte del departamento de Lima; asimismo se propone un circuito turístico que incluya sus principales atractivos, que permita dar a conocer parte del vasto patrimonio que caracteriza al Perú. En la investigación se comprobó que existe el compromiso de las autoridades para incentivar el turismo en esta región, pero que resulta insuficiente si es que no se logra involucrar a la población, considerando que los vecinos sí están conscientes de la importancia del turismo como motor de desarrollo en su comunidad.

El caso de Végueta debería servir de ejemplo sobre el valor del trabajo articulado entre las autoridades con otras instituciones públicas y privadas, porque si en una localidad que está a solo tres horas de la capital del Perú encontramos estas deficiencias, es válido preguntarse cuál será la situación actual de otros distritos más alejados que no cuentan con vías de acceso ni servicios básicos.

Para lograr el objetivo de la investigación se empleó el paradigma cualitativo, basado en el diseño Investigación Acción Participativa, utilizando como técnicas para recolección de información la observación directa del objeto de estudio, las entrevistas y el análisis documental.

**Palabras clave:** Puesta en Valor Turística, Turismo Cultural y Gestión del Patrimonio

## ABSTRACT

Tourism is an activity that can improve the quality of life of a community, generating its social and economic development. For this reason, this research seeks to identify the potential of the Végueta district located north of the department of Lima; specifically, a tourist circuit is proposed that considers its main attractions, which allows to reveal part of the vast heritage that characterizes Peru. The investigation found that there is a commitment from the authorities to encourage tourism in this region, but what is insufficient if it is not possible to involve the population, who are affected by the importance of tourism as an engine of development. in your community.

The case of Végueta should serve as an example of the value of the articulated work between the authorities with other public and private institutions, because if in a town that is only three hours from the capital of Peru, these deficiencies are valid current situation in other more distant districts that do not have access roads or basic services.

In order to achieve the objective of the research, the qualitative paradigm was used, based on the design Participatory Action Research, using as techniques for gathering information the direct observation of the object of study, interviews and documentary analysis.

**Keywords:** Tourism Value, Cultural Tourism and Heritage Management

## INTRODUCCIÓN

El diseño de Puesta en Valor Turística de una comunidad, un distrito o bien material, puede traer consigo muchos beneficios para el área involucrada, siempre y cuando esta valorización se realice de forma planificada, organizada y, sobre todo, con el real compromiso de autoridades y comunidades. Se debe tener en cuenta que no solo basta con realizar actividades aisladas de promoción turística siguiendo un calendario, porque esto podría demandar mayor esfuerzo, gasto de presupuesto y, por el contrario, podría ser hasta contra productivo sino consideramos aspectos básicos para que el visitante o turista viva y disfrute la experiencia y no se vaya con un sin sabor. No basta solo con buenas intenciones.

Solo en el departamento de Lima son cada vez más los destinos recuperados y puestos en valor gracias al trabajo comprometido de las comunidades, que concitan en gran medida el interés de los visitantes. Por ejemplo, destacan los trabajos realizados en la provincia de Huarochirí en sus distritos Antioquía, Matucana y San Gerónimo de Surco; y en la provincia de Canta al distrito del mismo nombre y a Santa Rosa de Quives.

En una nota publicada por la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas – CONFIEP (2019) se menciona que, según indicadores del 2018 proporcionados por el Mincetur, los sitios turísticos ubicados en Lima ocupan el segundo lugar en cuanto a visitas se refiere seguido del departamento de Cusco.

Además, considerando que el turismo es una actividad que genera desarrollo económico para la comunidad, se convierte en una gran alternativa sobre todo en lugares en constante crecimiento poblacional, por este motivo los servicios que se brindan como hospedajes, tours, restaurantes, entre otros, deben ser ofrecidos con

un alto grado de calidad y compromiso. Lo que se busca en primera instancia es incentivar el turismo interno como principal fuente de ingreso en una localidad. El Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 - PENTUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016) menciona al respecto que:

Esta forma de turismo contribuye a la distribución del ingreso nacional, permitiendo expandir el progreso económico; brinda la oportunidad a los peruanos de conocer su territorio y las costumbres que caracterizan a cada región, lo que a su vez contribuye a generar conciencia sobre la preservación y protección del patrimonio cultural y natural que posee el Perú. (p. 32)

Por otro lado, en este mismo documento se establecen las funciones de los gobiernos regionales con respecto al turismo en base a la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales del año 2002, que van desde formular los proyectos de la actividad turística, promover el desarrollo turístico en base a las potencialidades del lugar, seleccionar a los proveedores de servicios, dar facilidad y seguridad a los turistas, velar por la preservación del medio ambiente, capacitar a todos los involucrados con la actividad turística, desarrollar circuitos turísticos, realizar un trabajo coordinado con instituciones públicas y privadas, entre otras importantes funciones que en suma buscan crear un turismo sostenible, que beneficie a todos los involucrados y que permita generar desarrollo en la región (pp. 50 y 51).

La presente investigación busca identificar los atractivos turísticos más representativos del cálido distrito de Végueta ubicado al norte de la ciudad de Lima, en la provincia de Huaura, teniendo como premisa que el turismo en la actualidad no solo se limita a conocer diferentes lugares sino busca vivir experiencias y siendo Végueta un destino rico en religiosidad, historia y cultura, se convierte en el lugar

perfecto para ser visitado en tours o de manera independiente. También se plantean rutas turísticas que conciten el interés de los visitantes, donde se incluya además del recorrido, el pernocte, buscando beneficiar en gran medida a la comunidad.

El desarrollo de la tesis PUESTA EN VALOR TURÍSTICA CULTURAL DE VÉGUETA, HUAURA – LIMA, 2019 es el siguiente: Capítulo I Planteamiento del problema, donde se mostrará la situación actual del objeto de estudio, sus atractivos turísticos bandera, las características de un destino o producto turístico y la definición de los objetivos de la investigación; en el Capítulo II Marco Teórico, se desarrollarán las palabras clave Puesta en Valor Turística, Turismo Cultural y Gestión del Patrimonio; Capítulo III Metodología, en esta sección se explicará el diseño metodológico y las técnicas de recolección de datos empleada (entrevistas, análisis documental y observación directa); Capítulo IV Resultados, basados en el trabajo de campo realizado en la zona de estudio y propuesta de anteproyecto de circuito turístico; y, por último, las Conclusiones y Recomendaciones.

### **Descripción de la realidad problemática**

La expectativa del turista o visitante al llegar a un lugar es muy grande, espera encontrar un lugar bien acondicionado con servicios básicos como hoteles, restaurantes, vías de acceso, comunicación e información turística, pero ¿qué sucede si al llegar el lugar visitado no cubre sus expectativas?, no regresará, es más, sus comentarios serán negativos. En ICOMOS (1999) se menciona:

La planificación de actividades turísticas debería ofrecer al visitante posibilidades adecuadas de confort, seguridad y de sentirse a gusto, de modo que aumente el disfrute de la visita sin impacto negativo para las características significativas o ecológicas del sitio. (p. 5)

Por este motivo es importante que antes de iniciar cualquier plan para atraer a nuevos visitantes, dotar al destino de una planta turística adecuada con su respectiva estructura de soporte (caminos, miradores, vías de acceso, muelles, etc.). Rojas (2017) destaca que una adecuada implementación de los servicios, sumado al buen trato y hospitalidad de la comunidad receptora, se verá retribuido en un efecto multiplicador positivo por parte del visitante y que a largo plazo propiciará un mayor flujo de visitas con un menor costo de promoción.

Bajo estas premisas, se situará la investigación en Végueta, localidad ubicada en el norte del departamento de Lima, siendo uno de los doce distritos pertenecientes a la provincia de Huaura. Este distrito, a pesar de contar con una variedad de atractivos turísticos, entre culturales y naturales, no tiene un Plan Maestro de Turismo que incluya presupuestos, programas, estrategias o metas que permitan desarrollar esta actividad en beneficio de la comunidad.

En la actualidad se ha hecho muy poco para ponerlo en valor y mejorar su planta turística. Los hospedajes de la ciudad no cuentan con servicios adecuados o son improvisados y la mayoría de ellos no están concientizados en la importancia de brindar un buen servicio al visitante. No cuentan, además, con una caseta de información turística los fines de semana, días donde hay la mayor afluencia de visitas, y no ofrecen circuitos turísticos que muestren sus lugares más importantes y representativos. Por otro lado, sus principales playas, Liseras y Tambo de Mora, se encuentran en la actualidad llenas de piedras por causas naturales, lo que impide ser usadas por los bañistas.

El diseño de puesta en valor del distrito es importante porque dará a conocer todo el potencial del lugar articulándolos y creando un circuito turístico que incluya la visita a sus espacios más representativos. Por otro lado, el turismo al ser

considerado una actividad económica, generaría durante la puesta en marcha de este diseño, una mayor oportunidad de trabajo para los vecinos y, por ende, una mejor calidad de vida.

La Organización Mundial de Turismo OMT (2003) menciona que:

El turismo contribuye a reducir la pobreza generando empleo y diversificando los medios de subsistencia de la población, que puede obtener gracias a él unos ingresos adicionales o reducir su vulnerabilidad al incrementar las oportunidades económicas de cada persona y de sus familias. El turismo contribuye también a paliar la pobreza mediante la fiscalización directa y la generación de un crecimiento económico sujeto a impuestos, cuya recaudación puede servir para atenuar la pobreza mediante la educación, la salud y la mejora de las infraestructuras. (p. 95)

La Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999) señala por su parte que:

La gestión de la conservación del patrimonio y de las actividades turísticas debería proporcionar beneficios equitativos de carácter económico, social y cultural a los hombres y mujeres de la comunidad anfitriona, a todos los niveles, a través de la educación, la formación y la creación de oportunidades de empleo a tiempo completo.

Una parte significativa de la renta proveniente de los programas turísticos en Sitios con Patrimonio, debería dedicarse a la protección, conservación y presentación de los propios Sitios, incluyendo sus contextos naturales y culturales. Cuando así sea posible, los visitantes deberían ser informados acerca de esta distribución de la renta. (pp. 5 y 6)

Es importante mencionar, además, que la participación de la comunidad no debe limitarse al mero hecho de brindar un servicio, su aporte con propuestas de

mejora en los procesos e incluso con emprendimientos de negocios serán claves para el éxito del proyecto. Martorell (2012) señala “Debe capacitarse a los pobladores locales no solo para la realización de las labores de servicio (alojamiento, alimentación, guiado) sino para que puedan diseñar sistemas empresariales propios” (p. 64).

Asimismo, un diseño de puesta en valor generará la participación de diversos sectores de la sociedad, involucrándolos, generando identidad y conciencia del valor de los recursos con los que cuenta su localidad, buscando convertir al distrito en una parada obligatoria del norte de Lima, no solo durante sus festividades, sino de manera regular.

### **Potencial turístico del distrito de Végueta**

Végueta es un destino con gran potencial turístico que destaca por su clima cálido y porque cuenta con una variedad de atractivos, no solo áreas naturales y sitios arqueológicos, es un distrito con un gran fervor religioso que se manifiesta con diversas festividades, la más importante es la Fiesta de San Juan Bautista, cuya fecha central es el 24 de junio, pero se celebra desde el 22 hasta el 25 de este mes. Se suman, además, la Fiesta de las Cruces, San Pedro, Santa Cecilia y San Martín.

En cuanto a restos arqueológicos tenemos al Sitio Arqueológico de Vichama, que, junto a la Ciudad Sagrada de Caral, sientan los orígenes de la Civilización Caral reconocida como la más antigua de América. Por último, mencionamos el Área de Conservación Regional Albufera de Medio Mundo, ubicada en el Centro Poblado Medio Mundo, a la altura del kilómetro 176.5 de la Panamericana Norte.

Tiene una extensión de 687.71 hectáreas, conformado por una zona de laguna y una zona pantanosa.

A nivel turístico Albufera de Medio Mundo es un espacio ideal para la práctica de la observación de aves, gracias a la diversa variedad que se encuentran en el lugar. De hecho Albufera de Medio Mundo es, junto los Pantanos de Villa, parte del Corredor Biológico del Pacífico, un corredor de humedales importante para dicha práctica. (Turismo.pe, 2019)



FIGURA 1: FIESTA DE SAN JUAN BAUTISTA CELEBRADA EL 24 DE JUNIO.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2017.



FIGURA 2: VISTA PANORÁMICA DE LA ALBUFERA DE MEDIO MUNDO, LUGAR DONDE SE COSECHA LA TOTORA Y EL JUNCO.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2019.



FIGURA 3: ZONA TURÍSTICA DE LA ALBUFERA DE MEDIO MUNDO.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2019.

Se ubica también en la Plaza de Armas el Museo Comunitario de Végueta “José Mateo García de los Santos”, donde se exhibe una colección arqueológica que muestra los diversos aspectos de la sociedad de Vichama.

El distrito cuenta además con la isla guanera Don Martín ubicada en la playa Tambo de Mora. Existen dos versiones sobre su nombre, la primera es que aquí se produjo el desembarco de la Expedición Libertadora comandada por el general Don José de San Martín en Huacho y la segunda es que su nombre se remonta a la llegada de Francisco Pizarro, quien tenía un indio intérprete llamado Martín Pizarro (Turismo.pe, 2019).

El distrito de Végueta se caracteriza, por último, por presentar uno de los nacimientos navideños más grandes del Perú, elaborados por los artesanos locales a base de totora y junco. Esta obra se ubica en la plaza principal del distrito y busca promover el trabajo de muchos artesanos, quienes se dedican a transformar la totora y el junco en canastas, carteras, sombreros, entre otros artículos.



FIGURA 4: NACIMIENTO NAVIDEÑO DE TAMAÑO REAL ELABORADO DE JUNTO Y TOTORA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2019.



FIGURA 5: SITIO ARQUEOLÓGICO DE VICHAMA UBICADO EN EL DISTRITO DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2018.



FIGURA 6: MUSEO COMUNITARIO DE VÉGUETA "JOSÉ MATEO GARCÍA DE LOS SANTOS".

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2018.

## **Formulación del problema**

### **Pregunta de la investigación**

¿Cómo debe diseñarse la propuesta de puesta en valor que convierta al distrito de Végueta en un destino turístico?

### **Preguntas específicas**

1. ¿Cuáles son los atributos principales del distrito de Végueta para lograr su puesta en valor?
2. ¿Cuál es la percepción del vecino de Végueta con respecto al turismo?
3. ¿Cuál es la situación actual de los servicios ofrecidos a los turistas?
4. ¿Qué acciones toman las autoridades municipales para lograr la puesta en valor turística del distrito de Végueta?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Proponer un diseño de puesta en valor que convierta al distrito de Végueta en un destino turístico.

### **Objetivos específicos**

1. Identificar los atributos principales del distrito de Végueta para lograr su puesta en valor.
2. Analizar la percepción del vecino de Végueta con respecto al turismo.
3. Analizar la situación actual de los servicios ofrecidos a los turistas.
4. Identificar las acciones tomadas por las autoridades municipales para lograr la puesta en valor turística del distrito de Végueta.

## **Justificación de la investigación**

La problemática del distrito de Végueta ha sido estudiada en diferentes ámbitos, desde lo educativo hasta lo ambiental, pero hasta el momento ninguna institución pública ni privada ha realizado una exhaustiva investigación sobre su potencial turístico, a pesar de todos sus atractivos y del esfuerzo de sus autoridades, por lo que esta investigación sentará un precedente en esta zona norte del departamento de Lima.

Además, se resalta la importancia de esta propuesta de anteproyecto porque su implementación podrá ser utilizada para poner en valor otros distritos, localidades o provincias que también cuenten con atractivos turísticos que no hayan sido identificados, utilizando la misma metodología o tomándola como referencia.

## **Limitaciones de la investigación**

### **Para la viabilidad**

El presente trabajo de investigación es factible ya que existe la bibliografía necesaria para su sustentación. Se cuenta además con los contactos en el lugar que serán las fuentes para recabar información cualitativa en base a entrevistas. Si bien no se reside en el distrito, se podrá realizar el traslado periódicamente para recabar información in situ.

Por otro lado, se cuenta con los recursos humanos, económicos y logísticos para realizar el trabajo de investigación de campo.

## **Para la limitación**

En cuanto a la limitación, no existe ningún factor que impida la realización de la tesis.

➤ **Delimitación geográfica:**

El estudio se realizó en el distrito de Végueta, ubicado en la provincia de Huaura en el departamento de Lima, en el kilómetro 159 de la Panamericana Norte. Con los siguientes datos demográficos según el último Censo Nacional 2017 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018):

Población total de la Provincia de Huaura: 25 912

Población total del Centro poblado de Végueta: 5 144

Total de Centros poblados en la Provincia de Huaura: 108

➤ **Delimitación temporal:**

El estudio se realizó durante el año 2019.

➤ **Delimitación temática:**

El tema por tratar en la presenta es investigación es el Turismo Cultural en el distrito de Végueta, donde destacan: arqueología, religión y de naturaleza.

# CAPÍTULO I:

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes de la investigación

**Anato** (2016), España, la tesis doctoral “Puesta en valor turístico del patrimonio cultural de la Guaira (Venezuela)” tiene como objetivo central el diseño de una propuesta de actuación integral de La Guaira y su centro histórico a partir de la identificación de sus atributos, amenazas, necesidades y oportunidades, con el propósito de poner en valor turístico su patrimonio cultural. Para ello, se han considerado tres ámbitos territoriales: el Estado Vargas, La Guaira y su centro histórico.

El trabajo que se presenta forma parte de una exploración más amplia dentro de la línea de investigación “Planificación del espacio turístico y su vinculación con el patrimonio cultural”, desarrollada a lo largo de casi veinte años. Desde el punto de vista metodológico la investigación comprende tres fases. La primera, abarca la formulación y el diseño de la investigación. La segunda, considera la caracterización del territorio objeto de estudio. La tercera, plantea una aproximación a un modelo de actuación local para la puesta en valor turístico.

Para ello, se ha realizado una revisión exhaustiva de fuentes de información de diversa índole, que comprende libros especializados en los temas tratados, revistas científicas, periódicos, boletines, informes técnicos, publicaciones oficiales, legislación nacional e internacional, tesis y proyectos de investigación, entre otras. En particular, se han consultado documentos, proyectos, tesis doctorales y demás publicaciones del Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo”, que dirige el profesor Miguel Ángel Troitiño Vinuesa en el Departamento de Geografía

Humana de la Universidad Complutense de Madrid. La consulta de fuentes hemerográficas, a través de la revisión de la prensa nacional y regional ha sido fundamental para estudiar cómo han evolucionado los ámbitos considerados en la investigación.

El trabajo de campo ha sido fundamental como método para la observación directa y participativa del fenómeno objeto de estudio y la recogida de información primaria, a través de técnicas de recopilación de datos: inventarios, encuestas, entrevistas no estructuradas y grupos focales. La pluralidad de fuentes utilizadas ha supuesto el uso de la triangulación como técnica de investigación que busca contrastar los resultados que se han obtenido por distintos medios consultados.

Los resultados de la investigación están dirigidos a la búsqueda de opciones dirigidas a la puesta en uso social del patrimonio de La Guaira.

**Mendoza** (2015), Perú, en la tesis “La puesta en valor de la Huaca Pucllana y su repercusión en la conciencia turística de la comunidad de Miraflores”, se busca analizar la evolución de conciencia turística de los vecinos de la comunidad de Miraflores a través del tiempo y como este ha influido en el desarrollo de la Huaca Pucllana, como producto turístico y que la puesta en valor no es un gasto sino una inversión a largo plazo viable y auto sostenible.

Se utilizó para este trabajo la siguiente metodología: entrevistas a profundidad, observación y encuestas. Se concluyó que una buena gestión municipal es importante para formular planes de gestión y uso turístico de espacios patrimoniales. Además, que, si bien los vecinos sienten que han sido perjudicados por los eventos realizados en la Huaca Pucllana, se tuvo como resultado del trabajo de campo un 69% de aprobación de la puesta en valor, el 30% la considera regular

y solo el 1% considera que es una pérdida de tiempo y de dinero por parte del Estado y el municipio.

**Alberca** (2014), Perú, en la investigación “Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología”, se buscó identificar cuáles eran los aspectos directos e indirectos que marcaban la experiencia turística. Para esto se aplicó una metodología de enfoque mixto (encuestas, observación, investigación documental y entrevistas), que permitió evaluar el potencial del destino y sus puntos débiles, resaltando su fervor religioso a través de la imagen del Señor Cautivo de Ayabaca.

**Luzardo** (2014), España, la tesis doctoral “Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia (Venezuela)” tuvo como objetivo de investigación, identificar las potencialidades y estrategias para poner en valor turístico, con principios sustentables, el frente de agua y casco histórico de Los Puertos de Altagracia (Municipio Miranda del Estado Zulia).

Para el logro de este propósito, se realizó una investigación de tipo analítico-descriptiva, basada en la revisión documental y trabajo de campo para lo cual se utilizaron e integraron transversalmente los resultados de tres instrumentos: encuestas, fichas técnicas y cuestionarios, que se aplicaron a cuatro unidades de análisis como son los recursos catalogados como patrimonio cultural, los habitantes de la Parroquia Altagracia, turistas o visitantes y a través del Método Delphi a un grupo de expertos.

El diagnóstico permitió identificar los principales recursos patrimoniales y turísticos (oferta turística potencial), la opinión del residente sobre la actividad turística y caracterizar el perfil de la demanda actual y potencial, logrando mediante la aplicación del diagnóstico situacional o análisis DAFO, determinar las potencialidades y estrategia necesarias para la puesta en valor a través del juicio de los expertos.

Tres conclusiones destacan de la investigación: primero existen potencialidades-recursos valorados por los consultados que justifican la puesta en valor el frente de agua y casco histórico de Los Puertos, ser la puerta de entrada al Zulia desde el norte del país y la demanda de residentes y turistas así lo confirma; segundo es urgente la creación de un ente gestor con visión sistémica-integral sostenible que viabilice el manejo de estrategias y el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes y la concienciación de la comunidad y, tercero elaborar una plataforma normativa y de planificación estratégica que promueva y viabilice la inversión pública y privada, para lograr la puesta en valor y el desarrollo turístico sostenible de Los Puertos de Altagracia del Municipio Miranda del Estado Zulia.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Puesta en valor turística**

Toda propuesta de puesta en valor conlleva un trabajo organizado y planificado que integra diferentes áreas, por ejemplo, la parte administrativa, técnica, legal, restauración, entre otros. Además, debe reunir diferentes proyectos, cada uno con sus propias características, pero que finalmente en conjunto, logren destacar las potencialidades del lugar situándolo al alcance de todos. Se debe tener cuidado también en mantener un equilibrio entre el destino turístico, los visitantes y los proveedores de servicios, teniendo en cuenta que una presencia descontrolada de una de las partes podría causar perjuicios en un patrimonio que en su mayoría no es renovable.

El término puesta en valor se viene discutiendo desde hace más de cincuenta años, esto debido a la gran cantidad de riqueza de cada lugar y la urgente necesidad de protegerla, siendo conscientes que su correcta implementación podrá verse revertida en una mejor economía para la población circundante y proporcionando “bienestar o deleite” a los visitantes o turistas.

Las Normas de Quito (Quito, 1967), documento incluido en “Documentos Fundamentales del Patrimonio Cultural” editado por el Instituto Nacional de Cultura (2007), menciona que:

Poner en valor un bien histórico o artístico equivale a habilitarlo de las condiciones objetivas y ambientales que, sin desvirtuar su naturaleza, resalten sus características y permitan su óptimo aprovechamiento. La puesta en valor debe entenderse que se realiza en función de un fin trascendente... Se trata de incorporar a un potencial económico, un valor actual; de poner en productividad una riqueza inexplorada mediante un proceso de revalorización que lejos de mermar su significación puramente histórica o artística, la acrecienta, pasándola del dominio

exclusivo de minorías eruditas al conocimiento y disfrute de mayorías populares.  
(pp. 412 y 413)

Por su parte Guglielmino (2007) relaciona la puesta en valor con el desarrollo de un proyecto en el que intervienen dos áreas fundamentales “la cultura” y la “formalización”:

La puesta en valor está vinculada con un proyecto, es decir, es una operación espacial para establecer un orden de ese espacio y jerarquizar sus funciones en un “proyecto total” que constituya su adecuación y puesta al día. El proyecto es, sin duda, un instrumento y una metodología de intervención del que se pueden desagregar dos componentes esenciales: el cultural y su formalización. El primero es producto final de un proceso de investigación histórica donde se vincula la historia del bien, la cultura del lugar (locus) y el mensaje que ese bien debe transmitir al visitante, un concepto amplio que implica la comprensión cabal del bien por el usuario y su apropiación intelectual. El segundo componente es la formalización del mensaje operado directamente sobre el bien, instrumentado a partir de la cultura proyectual y trabajando con el espacio: implica diseño, organización, jerarquización de espacios y funciones y conservación. (p. 6)

Es preciso señalar que los paisajes y sitios arqueológicos no son objetos aislados, pertenecen a una comunidad, espacio que cada día se reduce con el crecimiento de las ciudades, por este motivo es imprescindible la concientización de los ciudadanos sobre la importancia de la conservación y protección de su patrimonio, tal y como señala Palacios e Hidalgo (2009):

La puesta en valor del patrimonio cultural se concibe como la recuperación y rehabilitación de los bienes culturales con el objetivo de dotarle de nuevos usos (turísticos, culturales, deportivos, residenciales, etc.) y reinsertarlo nuevamente en

el tejido social para asegurar su protección. Se ajusta a lo que hoy día se entiende como conservación integrada, es decir, el resultado de la acción conjunta de técnicas de conservación, de investigación y adaptación de ese patrimonio a las necesidades de la sociedad del momento. (p. 174)

Si bien no se encontró bibliografía que conceptualice con exactitud la puesta en valor turística, se revisaron diversos documentos que han permitido contextualizar con más precisión este término, como por ejemplo el de la Fundación de Ferrocarriles Españoles (2016) que destaca la importancia de recuperar el patrimonio, pero no solo para conservarlo sino para ponerlo en uso social (p. 43). Por su parte los autores Rodríguez, Castañeda y Rojo (2015) mencionan que el atractivo turístico se basa en la recuperación de la arquitectura simbólica, arquitectura del poder y arquitectura tradicional (p. 812).

Los autores Iranzo, Antequera y Hermosilla (2010) hacen referencia a la gestión como eje principal en toda puesta en valor, destacando la importancia del trabajo interdisciplinario y mancomunado entre las autoridades, gestores y la población (pp. 133 y 134). Fernández-Posse y Sánchez-Palencia (2003) señalan que toda puesta en valor es positiva para el patrimonio que se recupera y para la población circundante, generando un crecimiento económico, social y cultural (p. 64). Por último, Torres (2006) detalla el difícil proceso que significa convertir un recurso en producto turístico, teniendo en cuenta el estudio de mercado, la oferta y creación de productos, la sensibilización, entre otros factores, con el fin de lograr su sostenibilidad (p. 92).

Después de revisar los textos antes mencionados, se puede concluir que, para iniciar una puesta en valor turística, primero se deben identificar los recursos con los que cuenta la comunidad, conocer su ubicación y en qué estado se encuentran, inventariarlos y, además, establecer sus potencialidades, tal y como lo mencionan Cebrián y García (2010):

Analizar los recursos territoriales turísticos hace necesario identificar, localizar, clasificar, caracterizar y jerarquizar cada uno de ellos. Esto permite conocer su naturaleza y ponerlos en relación con su uso y aprovechamiento turístico... Desde el punto de vista conceptual, se ha dado el tratamiento de recurso turístico a aquellos, materiales e inmateriales, que tienen capacidad, de forma individualizada o en combinación con otros, para atraer visitantes por motivos de ocio o turismo. Se ha asignado la consideración de recursos reales a aquellos que reúnen determinadas condiciones de señalización, accesibilidad o interpretación; mientras que se ha entendido como recursos potenciales o atractivos turísticos aquellos que sin tener las condiciones antes apuntadas cuentan con posibilidades de aprovechamiento futuro. (p. 372)

Si bien primero se hará una evaluación general de todos los atributos con los que cuenta el atractivo turístico, se debe considerar que no todos se pondrán en uso social, habrá que seleccionar cuáles son los más importantes y, sobre todo, con cuáles se siente identificada la comunidad. Nazar, Dulout y Rodríguez (2013) explican que:

Se parte de una valoración de conjunto para luego seleccionar aquellos elementos que se propondrán para su puesta en valor con fines de uso público... Asumimos que una intervención parcial, privilegiando el componente natural o cultural, afectaría el poder explicativo de los bienes culturales involucrados en la propuesta de uso público. Por lo tanto, el desafío consiste en desarrollar estrategias eficaces,

que puedan aplicarse con escasos recursos al tiempo de promover en los habitantes del lugar las razones por las cuales es necesario proteger y dar a conocer su legado patrimonial. (p. 160)

Por último, todo diseño de puesta en valor turística debe considerar la realidad de la comunidad y la realidad del o de los objetos que se pondrán en valor, porque todas las acciones que se ejecuten afectarán positiva o negativamente a todos los involucrados:

La gestión local requiere asumir el turismo como una actividad de exigencia transversal en tanto compromete a la comunidad y a sus miembros, en su condición de habitantes cuanto de usuarios y actores, a la economía y a las empresas, en su condición de productores y prestatarios, a la sociedad y a sus instituciones, en su condición de ámbitos de interacción y recreación.

La puesta requiere de la convocatoria del municipio, de la participación de los interesados y de la presencia de los involucrados, requisitos necesarios a una eficiente gestión cuya articulación se sustenta en un proyecto compartido por los agentes de la actividad asumido por los actores de la sociedad y consentido por los habitantes de la localidad (Mantero, 2004, p. 21)

En los siguientes gráficos se muestran las características positivas y negativas identificadas de la puesta en valor:



FIGURA 7: CARACTERÍSTICAS DE LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICA.

Elaboración: Propia, 2019

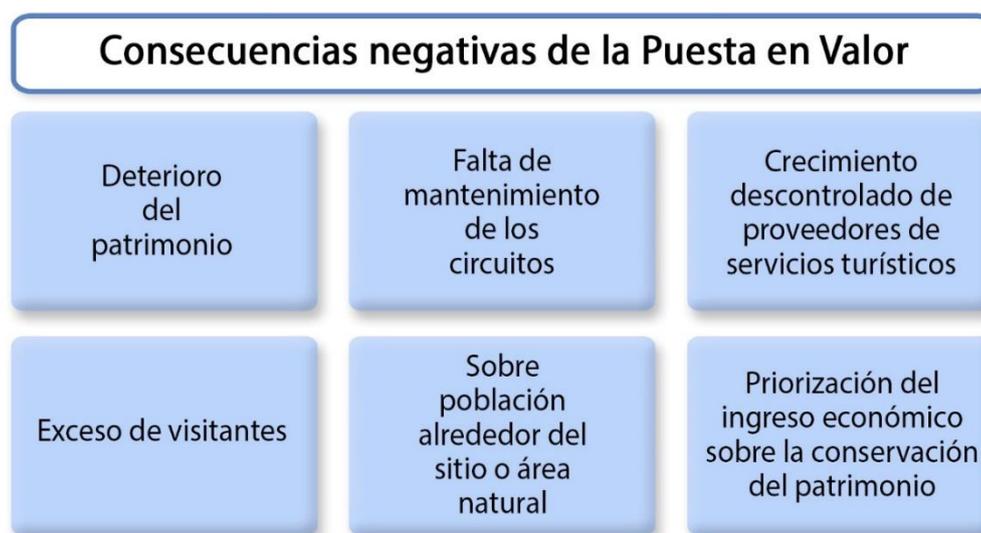


FIGURA 8: CONSECUENCIAS NEGATIVAS DE LA PUESTA EN VALOR TURÍSTICA SIN PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y SOBRE TODO SIN UN REAL COMPROMISO DE AUTORIDADES Y COMUNIDAD.

Elaboración: Propia, 2019

### **1.2.2 Turismo cultural**

La Declaración Universal de Derechos Humanos (1948) señala en su Artículo 24 “Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas” (p. 36).

Tomando como base este principio, donde se remarca el disfrute del tiempo libre, se desarrollará en primer lugar el concepto de turismo y sus clasificaciones en base a la revisión de diferentes textos.

Hunziber y Krapf (1942) citados en Quesada (2007), mencionan que “El Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa” (p. 8).

Fuentes (2016) cita al turismo como “...una actividad de servicios personales, motivados por conocer territorios distintos a los de nuestro lugar habitual de vida que ofertan servicios de alojamiento, alimentación, animación y transporte tan variado como el gusto del consumidor” (p. 106). Al mismo tiempo señala “...es ante todo un hecho humano que no busca resultados económicos, sino que se basa en la utilización de los atractivos turísticos para su recreación y descanso” (p. 108).

La Organización Mundial del Turismo (2019) establece que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no

residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (párr. 1)

Ledhesma (2016) por su parte, no solo hace hincapié en el turismo como el desplazamiento de las personas a lugares diferentes a su residencia, sino menciona, además, que el turismo es un fenómeno multidisciplinario que involucra a todos los sectores de la sociedad, públicos y privados, a la comunidad y a los turistas (p. 13). Asimismo, ha clasificado al turismo en relación con su motivación e intereses, señalando que existen cuatro grandes tipos: el Corporal, el Intelectual, el Material y el Ambiental (p. 6).

Ibáñez y Rodríguez (2012) dividen al turismo en dos modalidades: turismo tradicional y turismo alternativo. En este último tipo de turismo los autores consideran además al:

- Turismo cultural
- Turismo rural
- Agroturismo
- Ecoturismo
- Turismo de aventura
- Turismo cinegético

Igualmente, Morillo (2011) señala “El turismo puede clasificarse en turismo vacacional, deportivo, de negocios, de convenciones, gastronómico, de salud, científico, cultural, religioso, estudiantil, de aventura y familiar o de amigos”. (p. 145)

Para los fines de esta investigación se definirá el concepto de turismo cultural, el cual no solo abarca el movimiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual, sino que tiene un valor agregado, los visitantes o turistas buscan

vivir experiencias que le permitan incrementar su bagaje cultural, incluyendo en su visita sitios arqueológicos, monumentos, museos, áreas naturales, entre otros importantes atractivos. La Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999) en su Principio 3 menciona “La Planificación de la conservación y del turismo en los Sitios con Patrimonio, debería garantizar que la Experiencia del Visitante le merezca la pena y le sea satisfactoria y agradable” (p. 4).

Richards (1996) señala dos definiciones con respecto al turismo cultural, cada una de acuerdo con el interés de cada visitante:

Definición conceptual: "El movimiento de personas hacia atracciones culturales lejos de su lugar normal de residencia, con la intención de reunir nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales".

Definición técnica: "Todos los movimientos de personas a atracciones culturales específicas, como sitios de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales, arte y teatro fuera de su lugar de residencia habitual". (p. 24)

Mallor, González-Gallarza y Fayos (2013) indican que “El turismo cultural se basa en elementos tangibles como los museos o el patrimonio, e intangibles como el estilo de vida, por lo que, como para cualquier otro tipo de turismo, se trata de una experiencia” (p. 271).

Morère y Perelló (2013) explican que:

Turismo Cultural tiene en su origen la Cultura cuyo consumo vertebró, de hecho, todas las parcelas de nuestra vida cotidiana bajo múltiples formas (patrimonio, lengua, hábitos, creaciones artísticas, tradiciones, gastronomía). Pero a ello hay que añadir el viaje que, en sí mismo, adquiere como nunca una dimensión cultural a través de las distintas experiencias que los viajeros viven a lo largo de la estancia. (p. 10)

Los autores Ibáñez y Rodríguez (2012) hacen un análisis de los gustos y preferencias de los turistas y del motivo por los que se inclinan por este tipo de turismo, destacando su interés por acercarse a otras culturales y conocer más sobre su identidad. Además, indican:

Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Las principales actividades están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, de exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial. Estas actividades pueden llevarse a cabo en zonas rurales y urbanas. (p. 21)

Pinassi y Ercolani (2012) mencionan que el turismo cultural en la actualidad “adquiere un carácter complejo, donde aquellos componentes culturales y patrimoniales que funcionan como los generadores del desplazamiento turístico, alcanzan una valoración relevante que condiciona la propia práctica turístico-recreativa” (p. 147).

Como se ha mencionado, la puesta en valor busca generar un valor agregado a una comunidad o lugar, pero de nada valdría mejorar infraestructura, recuperar el patrimonio o crear circuitos turísticos sino se inculca a su vez el interés de las personas por visitarlos, por esto el turismo cultural se enfoca en el movimiento de las personas hacia estos espacios, creando un binomio perfecto que beneficie a los visitantes y a la comunidad, entendiendo al turismo como parte fundamental en el desarrollo económico y social de una sociedad. Al respecto Toselli (2006) señala que:

El turismo cultural puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo, en el caso de los países en desarrollo. (p. 177)

Pero no todo lo relacionado al turismo cultural puede resultar positivo para un museo, un sitio arqueológico, comunidad o área natural, es importante señalar también que, al igual que en la puesta en valor, sin un trabajado coordinado, organizado y planificado, las consecuencias podrían ser negativas. Por ejemplo, con un excesivo número de visitas, colapso en los servicios higiénicos, crecimiento descontrolado del comercio e informalidad, contaminación, deterioro de la infraestructura, entre otros aspectos que, sin educación, capacitación y reglas claras, afectarán profundamente al patrimonio.

La Carta de Turismo Cultural Adoptada por ICOMOS (1976) menciona sobre las consecuencias negativas del turismo cultural lo siguiente:

Sin embargo, cualquiera que sea su motivación y los beneficios que entraña, el turismo cultural no puede considerarse desligado de los efectos negativos, nocivos y destructivos que acarrea el uso masivo e incontrolado de los monumentos y los sitios. El respeto a éstos, aunque se trate del deseo elemental de mantenerlos en un estado de apariencia que les permita desempeñar su papel como elementos de atracción turística y de educación cultural, lleva consigo la definición y el desarrollo de reglas que mantengan niveles aceptables. (p. 1)

Toselli (2006) indica además que:

De esta manera, el turismo cultural puede cumplir un papel estimulador para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado. Y particularmente, el reforzamiento de la identidad cultural a través del turismo puede actuar como una fuerza inhibidora de los “efectos homogenizadores” de este fenómeno.

Asimismo, puede contribuir a generar una toma de conciencia con relación a la preservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendiendo que éste es la herencia que lo distingue y le otorga individualidad. (pp. 176 y 177)

En la página web EcuRed (2019) se detallan todas las posibles consecuencias del turismo cultural en el campo económico, sociocultural, político, ambiental y espacial.



FIGURA 9: EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO CULTURAL.

Fuente: EcuRed (2019). Elaboración: Propia, 2019

Después de realizar un minucioso análisis de los aspectos negativos y positivos del turismo cultural, se destaca nuevamente la necesidad de un real compromiso e involucramiento de las autoridades, empresas prestadoras de servicio y comunidad en todo el proceso de la puesta en valor turística.

Finalmente, para el desarrollo de esta investigación, tomando en cuenta los principales atributos del objeto de estudio, se han seleccionado tres tipos de turismo:

- Turismo religioso
- Turismo arqueológico
- Turismo de naturaleza

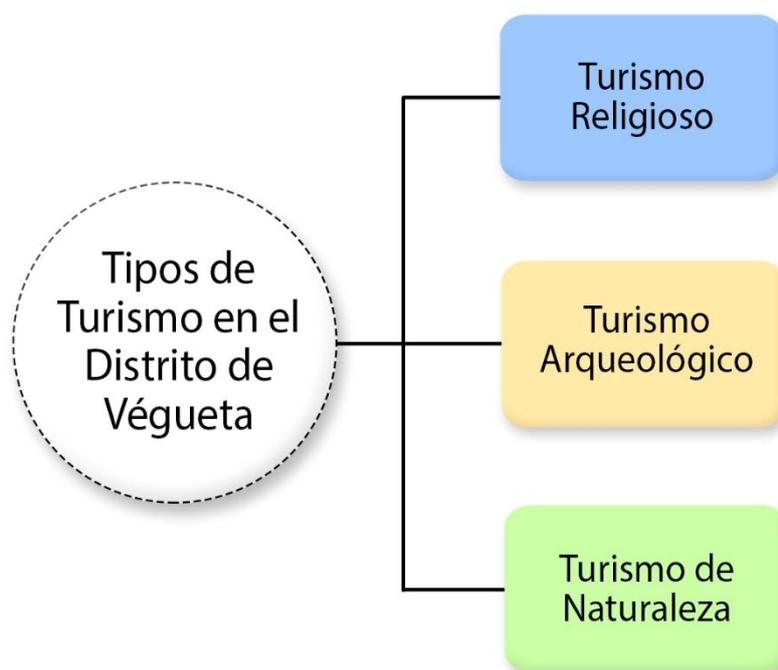


FIGURA 10: TIPOS DE TURISMO PREPONDERANTES EN EL DISTRITO DE VÉGUETA.

Elaboración: Propia, 2019.

### **1.2.2.1. Turismo religioso**

El Perú es un país con gran fervor religioso, manifestado en sus diferentes festividades y, además, en sus iglesias, museos y conventos, donde se puede apreciar el arte cristiano. Inclusive existen circuitos turísticos en la actualidad donde solo se recorren lugares santos, visitados por personas motivadas por la fe o por el simple hecho de conocer las creencias de otras culturas. Este tipo de turismo resulta económicamente rentable para la localidad receptora porque la visita no solo se limita a conocer el lugar, sino que se puede volver a visitar en periodos más cortos de tiempo.

Robles (2001) señala sobre el turismo religioso que:

Actualmente millones de peregrinos anualmente realizan estos tipos de viajes a diversos y muy variados santuarios, los motivos que encierran son distintos, como pueden ser para ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición. Por lo que el turismo con motivos religiosos resulta ser un turismo fiel a los destinos de visita que los turistas tradicionales o con otras motivaciones. El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que, a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita. (p. 1)

Por otro lado, Morillo (2011) hace mención del concepto presentado por Rafael Ramírez (2006):

El turismo religioso como parte del turismo de afinidad, es motivado por la curiosidad e interés por conocer monumentos, templos, sitios o eventos que simbolizan un credo (personaje, templo o lugar de acontecimiento religioso). El turismo religioso está representado por las romerías y peregrinaciones que los fieles

realizan a lugares sagrados para el cumplimiento de compromisos de credo. (p. 148)

Por último, la Cámara Argentina de Turismo (2019) ofrece una aproximación al concepto de turismo religioso, tomando como referencia al Diccionario de Turismo de los autores Montaner, Antich y Arcarons (1998), aquí se menciona que este tipo de turismo es la:

Actividad turística que consiste en realizar viajes (peregrinaciones) o estancias en lugares religiosos (retiros espirituales, actividades culturales y liturgias religiosas, etc.), que para los practicantes de una religión determinada supone un fervor religioso por ser lugares sagrados de veneración, o preceptuales según su credo. (párr. 1)

### **1.2.2.2. Turismo arqueológico**

También conocido como arqueoturismo, el turismo arqueológico permite retroceder en el tiempo y acercar el pasado, trayendo como consecuencia que las personas puedan identificarse con su historia. Este tipo de turismo está ligado principalmente al patrimonio tangible, como los sitios arqueológicos y museos.

... es una modalidad bajo la que se presentan propuestas y productos culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal. Ciertamente es que en el imaginario cuando se habla de turismo arqueológico vienen a la mente imágenes de Egipto, Grecia, Italia, Túnez, Turquía, México o Perú. (Tresserras, 2004, p. 2)

Romero (2015) menciona sobre el particular:

... se considera una modalidad de turismo cultural bajo la que se presentan propuestas turísticas con la arqueología como ingrediente principal. Esta fórmula turística alternativa a lo convencional está basada en promocionar la pasión por la

arqueología y las iniciativas de conservación de los yacimientos y lugares históricos.  
(párr. 1)

Esta modalidad se ha incrementado en los últimos años por la gran cantidad de sitios arqueológicos descubiertos y puestos en valor, sumado al interés de los visitantes y turistas motivados por conocer hechos históricos, nuevas civilizaciones o simplemente para admirarse con cada obra creada por el hombre, como por ejemplo Machu Picchu en Perú, las pirámides de Egipto, Chichen Itza en México, entre otras grandes maravillas.

Es fundamental que el turismo arqueológico se desarrolle de manera organizada y con supervisión constante por parte de las autoridades y la comunidad, considerando sus efectos positivos en la zona donde están ubicados, como la generación de trabajo, la conservación y preservación del recurso, la mejora en la calidad de vida y la reactivación de la economía.

Sus efectos negativos también deben ser considerados, porque en algunos casos, tal ha sido el exceso de visitas que se han deteriorado e incluso fueron cerrados. Como por ejemplo a Machu Picchu en Perú, que desde el año 2017 cuenta con dos horarios de visita para dosificar el ingreso de turistas. Otro claro ejemplo es la Cueva de Lascaux en Francia, cerrada desde la década del 60 debido al daño sufrido por el exceso de visitas, las cuales en la actualidad solo pueden disfrutar de una réplica exacta ubicada cerca a la original.

### **1.2.2.3. Turismo de naturaleza**

En un mundo donde cada día se construyen más edificios y se dejan de lado las áreas verdes, donde el caos vehicular es el pan de cada día y la tecnología invade todos los espacios de la vida de las personas, el contacto con la naturaleza

se convierte en una gran alternativa para escapar del bullicio de las ciudades, porque permite tomarse un respiro y regresar a las actividades diarias con más energía.

El turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, y puede actuar de compensación ante la “comodidad” del hábitat urbano polucionado y su ritmo de vida estresante. El desarrollo y progreso de la vida moderna han desgastado el medio ambiente y actuado con impactos negativos a través del modelo de turismo convencional. (Martínez, 2017, p. 2)

Por su parte, la Secretaria de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán en México (2019), pone énfasis en la importancia de este tipo de turismo, señalando que:

... es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente promoviendo la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes realizando actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma. La cual provee a las comunidades receptoras el medio para una mejora en la calidad de vida buscando incentivar un desarrollo sustentable. (párr. 1)

Este tipo de turismo se convierte también en una gran alternativa para el cuidado y protección del medio ambiente, ya que busca, además, concientizar a los visitantes en el respeto y la convivencia armoniosa con su entorno natural. Por este motivo son cada vez más las áreas naturales protegidas, como es el caso de las Albuferas de Medio Mundo ubicadas en el distrito objeto de estudio.

Martínez y Blanco (2013) señalan finalmente, la importancia del turismo de naturaleza:

El turismo en espacios naturales podría representar el mejor modelo de desarrollo sostenible del sector turístico, ya que conserva y protege los recursos naturales, valora las manifestaciones culturales locales e integra las poblaciones a la oferta, crea conciencia acerca de la protección del medio ambiente, y tiende a mejorar la calidad de vida de la población local del destino. (p. 135)

### **1.2.3 Gestión del patrimonio**

El patrimonio tangible e intangible es el nexo con el pasado y sienta las bases de la civilización, por este motivo gestionarlo adecuadamente, priorizando su conservación, debería ser la base de la puesta en valor, con la finalidad de ponerlo posteriormente al alcance de todos a través del turismo cultural. Pero nada de esto sería posible sin una gestión adecuada, avalada por un conjunto de profesionales de diferentes disciplinas. Velasco (2009) afirma:

La gestión turística del patrimonio cultural podría definirse como la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. Los conocimientos pueden provenir de disciplinas vinculadas a diversos campos de la gestión (como la dirección de empresas, la gestión financiera o la gestión de recursos humanos) o de otras que se creen «ex novo» tomando como referencia la realidad específica del turismo (como la gestión de destinos, la planificación turística, la gestión de organizaciones turísticas o la promoción turística). (p. 238)

Uno de los objetivos de la gestión es concientizar a los turistas y a la comunidad sobre la importancia del cuidado y preservación del patrimonio, tal y como señala ICOMOS (1999):

Un objetivo fundamental de la gestión del Patrimonio consiste en comunicar su significado y la necesidad de su conservación tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes. El acceso físico, intelectual y/o emotivo, sensato y bien gestionado a los bienes del Patrimonio, así como el acceso al desarrollo cultural, constituyen al mismo tiempo un derecho y un privilegio. (p. 1)

Por otro lado, es importante indicar que la gestión del patrimonio ha ido tomando relevancia con el paso de los años; cada día son más las personas que buscan tener otro tipo de experiencias, no solo de aventura o descanso, sino desean darle un valor agregado a su visita, añadiendo conocimiento y recabando información cultural sobre el lugar. Es aquí donde la gestión se abre paso y se vuelve de vital importancia, brindando al turista las comodidades necesarias para tal fin, involucrando a las empresas, las autoridades y la comunidad.

La gestión de un destino turístico implica que los actores públicos, privados y del tercer sector, relacionados con cualquiera de los subsectores básicos —alojamiento y manutención, intermediación, transporte o actividades complementarias—, trabajen de modo coordinado para la construcción de diferentes productos turísticos. En este proceso todos los actores implicados utilizan bienes materiales e inmateriales de naturaleza tanto pública, como privada. (Velasco, 2009, p. 240)

Velasco (2009) menciona también:

... Mientras que para el turismo la posibilidad de su consumo es el interés central, para el sector del patrimonio lo principal es su existencia y, por tanto, la tarea básica es su conservación. (p. 242)

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultural (2014) menciona:

La organización de la gestión debe ser ajustada al lugar, pero en general un plan de gestión: a) identifica los valores patrimoniales del bien en cuestión; b) identifica las limitaciones y oportunidades que sus valores patrimoniales imponen a su uso futuro; c) especifica aquello que se exige del propietario o que éste desea hacer en relación con el uso; y d) equilibra esa información y traza políticas y estrategias adecuadas para alcanzar resultados compatibles. (p. 136)

La labor de la gestión del patrimonio debería enfocarse también en tener un registro de los bienes del lugar, conocer su situación actual, buscar aliados para recuperarlos (de ser el caso), preservarlos y difundirlos. Carreton (2018) destaca los puntos importantes a tomar en cuenta en esta parte del proceso.

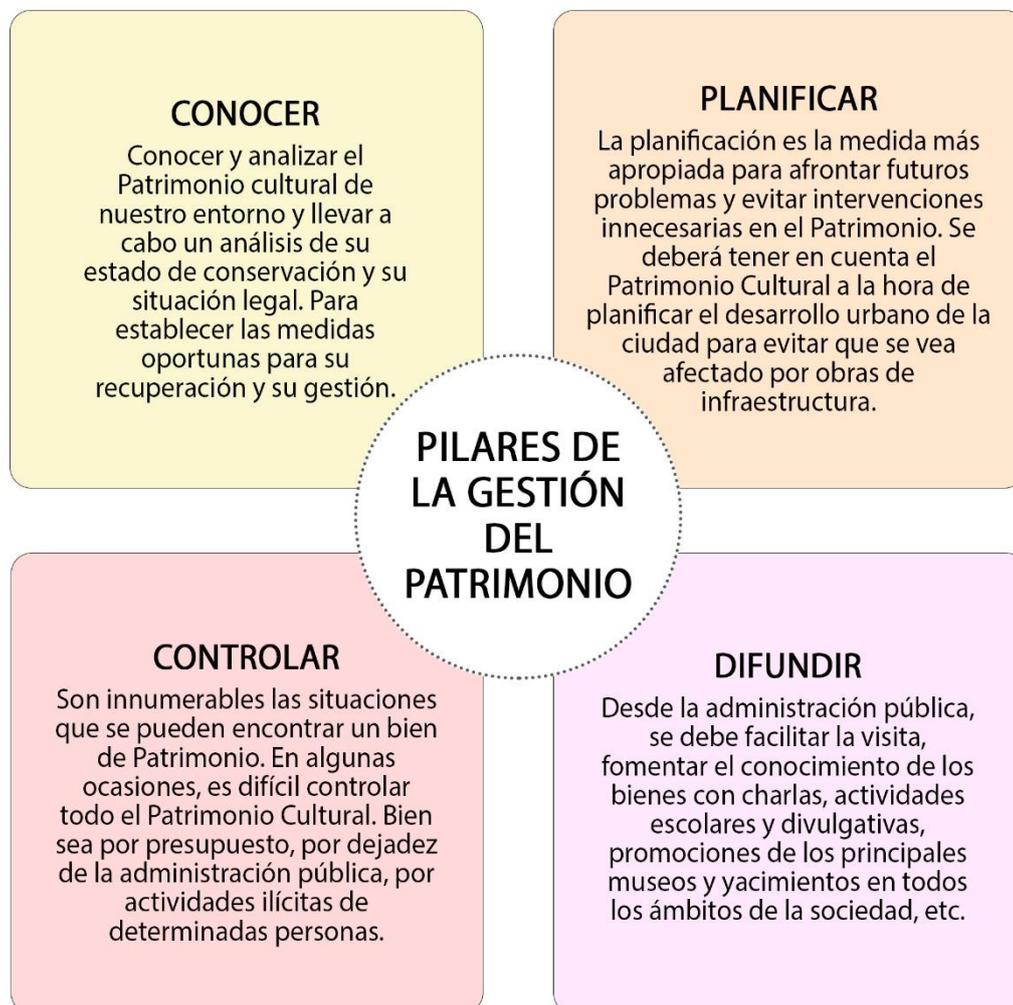


FIGURA 11: PILARES DE LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO.

Fuente: Carreton (2018). Elaboración: Propia, 2019.

Por último, se mencionan los beneficios de una gestión enfocada al turismo, basada en los pilares mencionados anteriormente:

... de la gestión turística del patrimonio cultural podemos extraer varias enseñanzas. En primer lugar, que la planificación debe ser considerada como un enfoque; como una actitud que trata de integrar, en la tarea habitual de gestión, criterios que permitan conocer lo existente, entender el contexto en el que se trabaja, comprender a los destinatarios de nuestras acciones e incorporar a la comunidad cercana. (Velasco, 2009, p. 245)

#### **1.2.4 Destino turístico**

El destino o producto turístico es un espacio geográfico, ya sea una comunidad, una ciudad, un sitio arqueológico o un área natural, que reúne ciertas características que lo hacen único y que, al ser puesto en valor, atraerá a los visitantes y turistas, quienes buscan vivir experiencias positivas en sus momentos de ocio.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2014) menciona que “un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (p. 10).

Además, señala las características con las que debe contar todo destino o producto turístico (p. 25):

TABLA 1: CARACTERÍSTICAS DEL DESTINO TURÍSTICO.

<b>Características del destino turístico</b>	
Accesibilidad	El destino turístico debe contar con un sistema de transporte (rutas, terminales, vehículos, etc.) que permitan el acceso en adecuadas condiciones de precio-valor.
Atractivos	Se deben considerar las áreas naturales, culturales, además de programar eventos para los visitantes.
Actividades	Considerar las prácticas a realizar en los diferentes espacios como paseos de diversos tipos, deportes, cursos y talleres, observación de animales, plantas u objetos, visitas a monumentos y lugares especiales, etc.
Servicios directamente relacionados con la actividad turística	En este ítem se incluye a los hospedajes, restaurantes, tiendas, servicios higiénicos, lugares para comer y acampar y otros.
Servicios básicos	Energía, agua, salud, telecomunicaciones, bancos, seguridad, etc.

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos - MINCETUR (2014).

Elaboración: Propia, 2019.

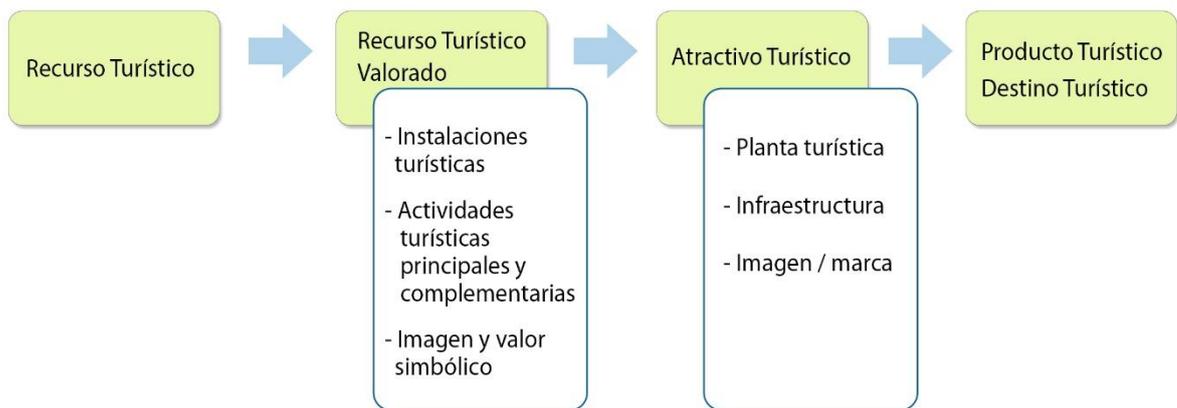


Figura 12: Secuencia de desarrollo de un producto turístico.

Fuente: Manual para la planificación de productos turísticos - MINCETUR (2014).

Elaboración: Propia, 2019.

La Organización Mundial del Turismo - OMT y Comisión Europea de Turismo (2013) indican sobre el producto turístico:

El producto turístico de un destino es una amalgama de numerosas experiencias, en lo que al turista se refiere. No se trata solamente del hotel en el que se aloja, los lugares, museos, parques, restaurantes, teatros, tiendas, etc., que visita, ni el trayecto hacia y desde el destino. Son todas esas cosas y más. Al planificar el desarrollo de nuevos productos turísticos, es necesario observar cómo encajan las ideas con la oferta existente. (p. 3)

Además, estos organismos especifican las características de un producto turístico:

La gama de atracciones y actividades que se incluye en el término genérico de “productos turísticos” abarca componentes tan diversos como los parajes naturales, la historia y el patrimonio cultural, el entorno arquitectónico y la propia población del destino. Un paisaje pintoresco, un parque temático y un concierto de música clásica

son ejemplos de productos turísticos, al igual que el esquí acuático, el snowboard, la escalada, los cursos de preparación de platos o especialidades locales, o la práctica de la artesanía tradicional del destino. (p. 3)

Por otro lado, son varios los autores que mencionan también las características de un destino turístico. Boullón (2006) destaca la importancia de un crecimiento planificado de la actividad turística y no como ocurre en la mayoría de las ocasiones que se realizan iniciativas aisladas. Sancho (1998), gracias a la iniciativa de la Organización Mundial del Turismo (OMT), hace una introducción al turismo, incluyendo conceptos e investigando su impacto social, económico y medioambiental. Balderas (2014) incluye el modelo de Sergio Molina (1997) quien incorpora al receptor como parte importante del sistema turístico. Por último, los organismos Cooperación Suiza – SECO, Mincetur y PromPerú (2014) hacen referencia al destino como “... una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales” (p. 10).

Todos, luego de un detallado análisis, coinciden en la mayoría de las características destacando:

- ✓ Atractivo: Natural o cultural.
- ✓ Demanda: Visitantes o turistas en busca de experiencias.
- ✓ Servicios: Hospedajes, restaurantes, servicios higiénicos, etc.
- ✓ Infraestructura: Aeropuertos, carreteras, servicios básicos (luz, agua, teléfono), etc.
- ✓ Superestructura: Instituciones públicas y privadas que dan soporte a todo el sistema turístico.



FIGURA 13: CARACTERÍSTICAS DE UN DESTINO TURÍSTICO.

Fuente: Boullón (2006), Molina, (citado en Balderas, 2014), Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos (2014) y Sancho (1998).

Elaboración: Propia, 2019.

Pero se debe tener en cuenta también, que conocer un producto o destino turístico no cubre necesidades básicas, como comer, vestirse o tener una vivienda, aquí radica la importancia de darle un valor agregado tal y como menciona Gallego (2012), se busca brindar al visitante una experiencia única y enriquecedora.

Luego de identificar las características de un destino turístico tomando como referencia a varios autores, esta investigación se enfocará en el distrito de Végueta, ubicado en el norte del departamento de Lima, conocido como norte chico, importante zona que se distingue por sus playas y lugares turísticos, como por ejemplo el Castillo de Chancay, las Albuferas de Medio Mundo, la Fortaleza de Paramonga y la Ciudadela de Caral.



FIGURA 14: UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL DISTRITO DE VÉGUETA, PROVINCIA DE HUAURA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

Elaboración: Propia, 2020.

### 1.2.5 Circuito turístico

Los circuitos turísticos permiten recorrer un distrito o una región de manera ordenada, además tienen como principal característica que el punto de inicio y final del viaje sean el mismo. El sitio web Entorno Turístico (2019) hace referencia al concepto desarrollado en el libro Breve Diccionario de Turismo, donde se indica que:

Los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio. (párr. 1)

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA (2019) ofrece también una definición de circuito señalando que “Es la articulación de atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada que facilita el conocimiento turístico del visitante. Es una ruta turística que abarca diferentes atractivos, terminando en el mismo lugar que inicia” (p. 11).

Dos conceptos que se mezclan con frecuencia son circuito turístico y ruta turística, pero, aunque en ambos casos se realiza un recorrido tomando en cuenta los atractivos turísticos, se encuentran algunas diferencias. El Ministerio de Economía y Finanzas (2011) menciona que la ruta turística se caracteriza por “... el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. Por ejemplo: “La ruta del Pisco”, La Ruta de los Museos”, etc.” (p. 19). En este mismo texto se define al circuito turístico como “... el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de

circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte” (p. 18).

Por su parte Martorell (2012) hace una aproximación al concepto de ruta patrimonial, señalando algunas de sus principales características, por ejemplo que ésta puede unir a varias regiones y países, puede ser gestionada independientemente o a través de alianzas, existe un tema en común que las une, entre otras; además enfatiza que:

Una ruta patrimonial se compone de elementos tangibles cuyo significado cultural proviene de intercambios y de un diálogo multidimensional entre países o regiones, y que ilustra la interacción del movimiento, a lo largo de la ruta, en el espacio y el tiempo. (p. 58)

Arriola (2003) propone además, un aspecto importante a tomar en cuenta al momento de armar el circuito, la autora indica que no solo basta con incluir los atractivos más importantes, es necesario ordenarlos de tal manera que faciliten el acceso de los visitantes y logren captar su interés, proceso que no es sencillo, pero si se realiza adecuadamente, potenciará la experiencia del turista.

Por ejemplo, en la ciudad de Lima, existe el circuito ecoturístico de las Lomas Lúcumo – Quebrada Verde, ubicado en el Centro Poblado Rural Quebrada Verde, en el distrito de Pachacámac.



FIGURA 15: CIRCUITO TURÍSTICO LOMAS DE LÚCUMO EN EL DISTRITO DE PACHACÁMAC, LIMA.

Fuente: <https://trochainnova.files.wordpress.com/2013/08/las-lomas-de-lc3bacumo.jpg>

Recuperado el 19 de diciembre de 2019

### 1.3 Definición de los términos básicos

**Albufera:** El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012) señala que una albufera es una “Laguna litoral, en costa baja, de agua salina o ligeramente salobre, separada del mar por una lengua o cordón de arena” (p. 36).

**Blog:** Es una página web que generalmente se utiliza para la difusión de temas personales y/o temas de actualidad, como por ejemplo los blogs de un artista, los blogs de turismo, los blogs de medicina, los blogs de moda, entre otros. Se actualizan periódicamente y también es conocido como una bitácora digital.

Un blog puede servir para compartir opiniones o difundir novedades. En ocasiones se tratan de sitios independientes, mientras que también hay blogs que funcionan como secciones o anexos del sitio web principal. En la actualidad además existen los blogs que se asemejan a portales informativos, con noticias y artículos periodísticos. (Pérez y Merino, 2018, párr. 4)

**Comunidad receptora:** Monterrubio (2009) explica la importancia de la comunidad receptora en todo proceso de puesta en valor turística de una localidad.

La comunidad receptora como parte del sistema turístico mantiene un papel muy importante con todos y cada uno de los otros elementos que constituyen el sistema. La comunidad local es simple y complejamente un elemento imprescindible en la existencia del turismo. Por un lado, la comunidad, aunque quizá como parte de su vida ordinaria, provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda, del visitante. Estos servicios incluyen no sólo aquellos relacionados con la satisfacción de necesidades fisiológicas (hospedaje y alimentación), sino también aquellos como servicios médicos, de recreación, y de consumo; es decir, servicios que fueron mayormente generados para beneficio de

la comunidad local pero que son paralelamente aprovechados por el turismo. (p. 106)

**Inventario de recursos turísticos:** De acuerdo al concepto establecido por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012)

El inventario, constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. (p. 11)

**Museo comunitario:** Es un espacio creado por una comunidad donde se guardan objetos e imágenes que cuentan la historia del lugar. Aquí se busca conservar, preservar y difundir el patrimonio cultural a través de exhibiciones o talleres. Tienen por finalidad además, proyectar la imagen de la localidad buscando la participación de la población en todos los proyectos que generen una mejora para la localidad.

Un museo comunitario es un espacio donde los integrantes de la comunidad construyen un autoconocimiento colectivo, propiciando la reflexión, la crítica y la creatividad. Fortalece la identidad, porque legitima la historia y los valores propios, proyectando la forma de vida de la comunidad hacia adentro y hacia fuera de ella. Fortalece la memoria que alimenta sus aspiraciones de futuro. (Museos Comunitarios de América, 2020, párr. 3)

**Norte chico:** Es la zona costera ubicada al norte del departamento de Lima tomando como punto de referencia la capital del Perú. Está comprendida por las provincias de Huaura, Barranca y Huaral.

**Punto de venta POS:** En la actualidad los puntos de venta se han convertido en una herramienta esencial en todo tipo de negocios, ya que facilita el consumo y provee de un sentimiento de seguridad al consumidor quien no necesita contar con dinero en efectivo para satisfacer alguna necesidad. Permite también el crecimiento de los negocios y facilitar las transacciones financieras.

Un Sistema “POS” son las siglas en inglés de “Point of Sale” y se traduce al español como “Punto de Venta”. Si bien este término puede hacer referencia al espacio físico al que se dirigen los usuarios para hacer sus compras, también aplica para los programas que están destinados a sistematizar el control de ventas e inventarios del punto físico de un negocio.

Un sistema POS es un conjunto de herramientas de hardware y software, que buscan aumentar la productividad de los negocios, ayudándolos a facturar de forma rápida y a llevar un control total de los ingresos en los puntos de venta. (Freire, 2019, párrs. 1 y 2)

**Turismo receptivo:** De acuerdo a Boullón (2005):

El turismo receptivo es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. (p. 71)

## **CAPÍTULO II:**

### **METODOLOGÍA**

En este capítulo se explicará el diseño metodológico utilizado en la presente investigación: “PUESTA EN VALOR TURÍSTICA CULTURAL DE VÉGUETA, HUAURA – LIMA, 2019”.

#### **2.1 Diseño metodológico**

El paradigma metodológico empleado en el presente estudio es el cualitativo, basado en el diseño Investigación Acción Participativa. Se realizará la recolección de información a través de diferentes técnicas de investigación como la observación directa del objeto de estudio, las entrevistas (estructuradas y no estructuradas) y el análisis documental de páginas webs, artículos de revistas, entre otros. Se optó por este diseño porque no se busca hallar verdades absolutas sino un diseño específico que logre el objetivo de la investigación, como menciona Ortiz Arellano (2013):

El paradigma cualitativo no pretende presentar verdades absolutas, ni leyes de aplicación general, ya que reconoce la diversidad y pluralidad de escenarios, condiciones y situaciones que se presentan en la realidad, que por lo tanto son únicas e irrepetibles, así las observaciones y resultados de sus investigaciones sólo son válidas para el caso particular que se estudia. (p. 9)

En este caso no se considera el diseño metodológico cuantitativo porque en las mismas palabras de Ortiz Arellano (2013):

La visión cuantitativa (por su cercanía con las ciencias naturales), intenta tener alcances de formular principios generales, que le permitan más o menos generar escenarios o tendencias que se apliquen al mayor número de casos, el ideal de este

paradigma es contar con leyes generales que hayan sido obtenidas del cálculo matemático y de la objetividad, que no es otra cosa que la racionalidad (heredada de la racionalidad ilustrada), en su versión positiva y que da resultados o productos que supuestamente ayudarán en la construcción de la sociedad en la que nos desarrollamos. (p. 9)



FIGURA 16: DIFERENCIAS ENTRE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA E INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.

Fuente: Ortiz Arellano, Edgar (2013)

Elaboración: Propia, 2018.

En el artículo de Ruedas, Ríos y Nieves (2007) se señalan las principales cualidades del diseño metodológico cualitativo en comparación con el diseño cuantitativo, que serán de utilidad para el desarrollo de esta investigación:

Se da un vuelco a la estrategia para tratar de conocer los hechos, procesos y los fenómenos en general, sin limitarlos sólo a la cuantificación de algunos de sus elementos.

Se establece, entonces, un procedimiento que da un carácter particular a las observaciones. Es un proceso de interrelación mutua, por lo que no importa tanto la generalización de sus conclusiones, sino la peculiaridad del fenómeno estudiado. De tal modo que se dan, entre los elementos constituyentes, relaciones dependientes, dialógicas y participativas, donde el investigador se sumerge en la realidad para captarla y comprenderla. Asimismo, el saber se concibe como provisional al igual que las afirmaciones que se hagan, ya que estarán sujetas a cambios según el contexto y el tiempo en que se estudien. Así el enfoque cualitativo usa procedimientos que hacen menos comparables las observaciones realizadas, porque se persigue, más que la generalización, aproximarse cada vez más a la comprensión de los fenómenos particulares. (p. 629)

Para Munarriz (1992) la investigación cualitativa tiene diversas características las cuales han predominado para esta elección (p. 103).

TABLA 2: CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

<b>Características de la investigación cualitativa</b>	
Método	Se utilizan los métodos cualitativos.
Criterios de calidad	El término rigor de la investigación está más centrado en la relevancia del estudio que en el rigor metodológico.
Fuentes de teoría	No se plantea una teoría previa, sino que esta nace de los datos.
Tipos de conocimiento utilizado	Utilizan un conocimiento táctico, basado en intuiciones, sentimientos, etc.
Instrumentos de investigación	El propio investigador es el instrumento, perdiendo en objetividad, pero ganado en flexibilidad.
Diseño	Partiendo del supuesto de múltiples realidades y de la interacción entre investigador-investigados que influyen y se modifican mutuamente, insisten en un diseño abierto, no estructurado, que se va desarrollando a medida que evoluciona la investigación.
Escenario	Se lleva a cabo la investigación en un contexto natural, en el lugar donde ocurren los hechos.

Fuente: Munarriz, Begoña (1992)

Elaboración: Propia, 2018

### **2.1.1 Diseño investigación acción participativa**

Para esta investigación se utilizará el diseño investigación acción participativa, aquí se plantea la importancia del involucramiento de la población en todos los proyectos que ejecuten sus autoridades, con la finalidad de crear un cambio positivo en su comunidad transformando la realidad del lugar.

La finalidad esencial de la investigación no es la acumulación de conocimientos sobre la enseñanza o la comprensión de la realidad educativa, sino, fundamentalmente, aportar información que guíe la toma de decisiones y los procesos de cambio para la mejora de la misma... En la investigación-acción predominan estos enfoques, pues se pretende, fundamentalmente, propiciar el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación. (Sandin, 2003, pp. 33 y 34)

Este tipo de diseño busca crear un trabajo en conjunto entre las autoridades y los pobladores, para que los planes de gestión no queden solo en eso, planes, sino que se ejecuten, teniendo en cuenta que ellos serán los principales custodios del patrimonio del distrito. En palabras de Marti (2002):

Las etapas y fases presentadas constituyen un esquema básico de Investigación Acción Participativa. Mediante la integración de técnicas ya consagradas en los campos de la investigación e intervención social, la IAP propone un cuerpo metodológico que persigue transformar las relaciones entre base social, asociaciones y administración local hacia modelos que sean más ciudadanistas que gestionistas (en los que la base social queda excluida de los procesos de decisiones) o tecnicistas (en los que se prescinde de la ciudadanía organizada). (p. 24)

Por su parte, Hernández-Sampieri (2014) menciona que:

Las investigaciones cualitativas están sujetas a las condiciones de cada contexto en particular. En el enfoque cualitativo, el diseño se refiere al abordaje general que habremos de utilizar en el proceso de investigación... Dentro del marco del diseño se realizan las actividades mencionadas hasta ahora: inmersión inicial y profunda en el ambiente, estancia en el campo, recolección de los datos, análisis de los datos y generación de teoría. (p. 470)

Se destaca también lo señalado por Colmenares (2012) quien resalta la importancia de la participación de los ciudadanos:

La investigación-acción participativa propicia la integración del conocimiento y la acción, toda vez que ella admite que los usuarios se involucren, conozcan, interpreten y transformen la realidad objeto del estudio, por medio de las acciones que ellos mismos proponen como alternativas de solución a las problemáticas identificadas por los propios actores sociales, y cuyo interés principal es generar cambios y transformaciones definitivas y profundas. Por lo tanto, la transformación y emancipación constituyen los ejes direccionadores de esta opción metodológica. (p. 114)

En primer lugar se analizará la situación actual del distrito y posteriormente en base a la observación del objeto de estudio, el análisis documental y las entrevistas, se realizará un anteproyecto de circuito turístico que sea sostenible en el tiempo y permita una puesta en valor turística organizada y planificada.

Este diseño, además, cuenta con una serie de características que incluye el trabajo de diversos sectores de la población, tal como lo señalan Folgueiras-Bertomeu y Sabariego-Puig (2018).

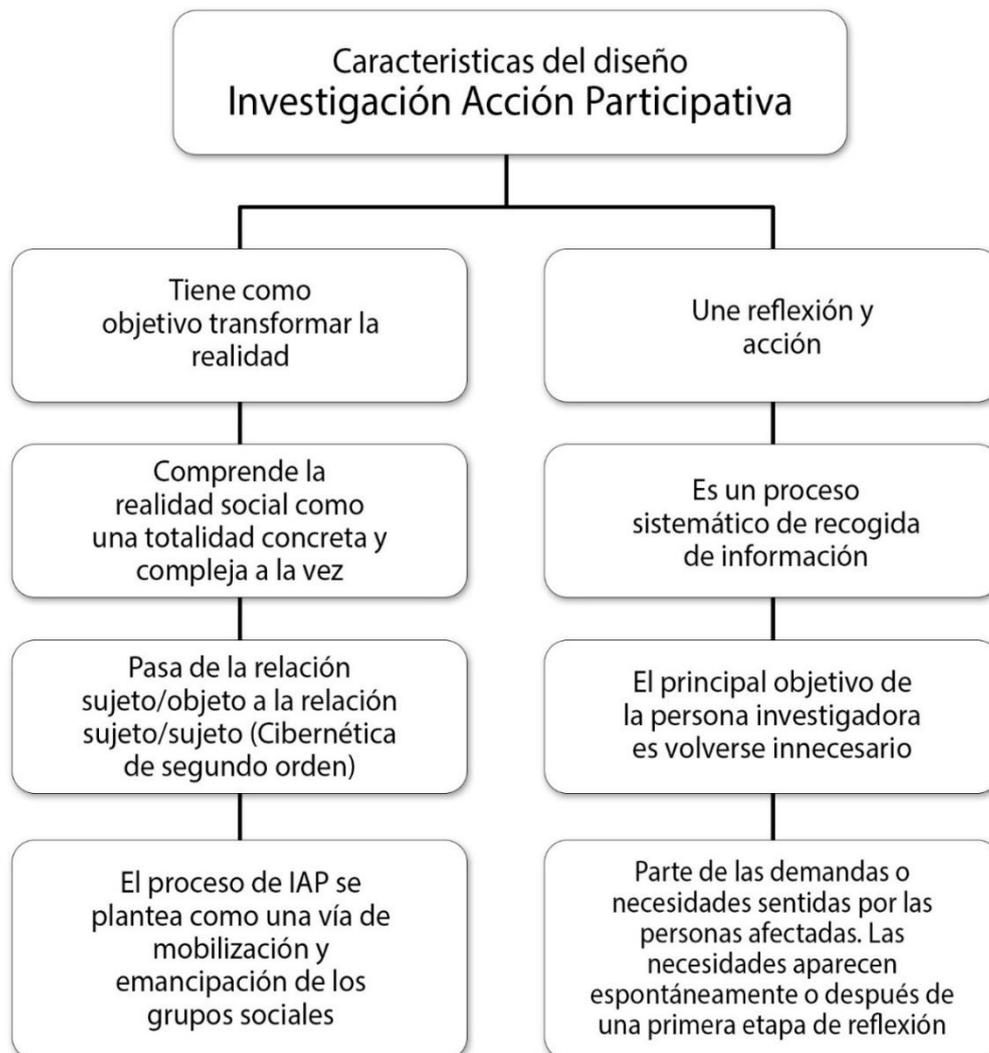


FIGURA 17: CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA EN BASE AL ARTÍCULO “INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARTICIPATIVA. EL DISEÑO DE UN DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO”.

Fuente: Folgueiras-Bertomeu, Pilar y Sabariego-Puig, Marta (2018)

Elaboración: Propia, 2018.

## **2.2 Procedimiento de muestreo**

Para la recolección de información se realizará en primer lugar la observación del objeto de estudio, verificando la calidad de los servicios ofrecidos por los hospedajes y restaurantes circundantes a la Plaza de Armas de Végueta. Además, se busca conocer cuáles son las acciones del municipio para la promoción de sus atractivos turísticos. En base a esta información se elaborarán las entrevistas a los representantes de la municipalidad, áreas de turismo e imagen respectivamente, y a representantes de las asociaciones artesanales del distrito.

La participación de los vecinos también será fundamental porque se busca conocer cuál es su vínculo con los atractivos turísticos del lugar. Por último, se hará una revisión de las empresas turísticas que ofrecen servicios a Végueta y de páginas institucionales que se relacionen con la zona de estudio.

## **2.3 Técnicas de recolección datos**

Para lograr el objetivo de “Puesta en Valor Turística Cultural de Végueta, Huaura – Lima, 2019”, se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de información.

### **2.3.1 Entrevistas**

Las entrevistas fueron la principal fuente de recolección de información ya que permitieron conocer in situ las diferentes posturas en torno a la problemática turística del distrito de Végueta, cuáles son sus potencialidades, qué se ha venido haciendo hasta el momento para incrementar el turismo, conocer el compromiso de sus autoridades y el interés de su población con relación a todos sus atributos turísticos.

Tagenca y Vega (2012) mencionan que esta técnica:

Forma parte de las técnicas de investigación social cualitativas, cuya función es interpretar los motivos profundos que tienen los agentes a la hora de activar o pensar de determinado modo con respecto a distintos problemas sociales. Para ello, a través de una serie de preguntas estructuradas y un contacto directo –y bajo condiciones controladas- el entrevistador interpreta los aspectos más significativos y diferenciales de los sujetos o grupos que son entrevistados durante la investigación que se lleva a cabo. Es importante señalar que cuando usamos la entrevista –a excepción de las realizadas a través de cuestionario- renunciamos a cuantificar. Ello es así porque con la entrevista no pretendemos medir opiniones y/o actitudes. (p. 60)

Para esta investigación se emplearon las entrevistas estructuradas y no estructuradas, de acuerdo con cada entrevistado y según la información requerida para cumplir con el objetivo del estudio. Las entrevistas estructuradas serán empleadas para conocer la opinión de los vecinos sobre sus atractivos turísticos, si los conocen, si los han visitado, entre otras interrogantes.

Galán (2009) dice sobre las entrevistas estructuradas:

Se caracteriza por estar rígidamente estandarizada; Se plantean idénticas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los participantes quienes deben escoger en dos o más alternativas que se les ofrecen. Para orientar mejor la entrevista se elabora un formulario que contenga todas las preguntas. (párr. 6)

Vargas (2012) menciona:

En la entrevista estructurada todas las preguntas son respondidas por la misma serie de preguntas preestablecidas con un límite de categorías por respuestas. Así,

en este tipo de entrevista las preguntas se elaboran con anticipación y se plantean a las personas participantes con cierta rigidez o sistematización. (pp. 125 y 126)

Por su parte, las entrevistas no estructuradas serán dirigidas a las autoridades y responsables de las instituciones u oficinas, públicas y privadas, que tengan relación directa con los potenciales productos turísticos, con el objetivo de conocer su labor en cada uno de ellos y las acciones que toman frente a esta problemática. Este instrumento

...nos permitirá aproximarnos de forma más natural y abierta a los sujetos de nuestra población de estudios, sin que se sientan irrumpidos ni examinados, de manera tal de ir logrando la confianza y el vínculo necesario que toda recolección de información necesariamente demanda... lo conveniente es poder abordar los temas de interés para el investigador desde un elemento disparador de modo sencillo y voluntario, para que los sujetos puedan expresarse libremente y lograr así una conversación desde sus propios intereses". (Trindade, 2017, p. 3)

### **2.3.2 Análisis documental**

Se ha seleccionado también como técnica de recolección de información el análisis documental, porque proporcionó un panorama más amplio del objeto de estudio, basado en la revisión de bibliografía, revistas, artículos y páginas web, para conocer su situación actual, problemática y lo más importante, el trabajo de difusión realizado del lugar.

Dulzaides y Molina (2004) mencionan que la técnica del análisis documental permite:

...acceder a los documentos y seleccionar los que satisfacen aquellos que son relevantes a cierto perfil de interés, es necesario previamente realizar su tratamiento

documental, a partir de una estructura de datos que responda a la descripción general de los elementos que lo conforman. (p. 2)

El análisis documental busca también recopilar y seleccionar la información más relevante del caso de estudio, tal y como menciona Solis (2003), la autora pone especial énfasis en indicar que la investigación debe obtener ideas claras y sin ambigüedades.

De igual manera, Peña y Pirela (2007) sobre esta técnica de recolección de información mencionan que:

...el análisis documental constituye un proceso ideado por el individuo como medio para organizar y representar el conocimiento registrado en los documentos, cuyo índice de producción excede sus posibilidades de lectura y captura... En tal sentido, el análisis documental es un proceso en el que se encuentran involucradas las estructuras mentales de los individuos, tanto de los que analizan textos para otros, como de los usuarios finales de los textos analizados. (pp. 59 y 60)

### **2.3.3 Observación directa**

La observación directa es otra de las técnicas utilizadas en el paradigma cualitativo, que, a través de la recopilación de información in situ, permite analizar, describir e interpretar la realidad del objeto de estudio, por ejemplo, realizar una investigación sobre el comportamiento de la población y los visitantes frente a sus atractivos turísticos.

... la observación es la forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo

o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades. (Campos y Covarrubias y Lule, 2012, p. 49)

Por su parte Orellana y Sánchez (2006) destacan también la importancia de esta técnica de recolección de información:

Las técnicas de recolección de datos basadas en la observación y participación, practicadas en entornos convencionales, consisten en la observación que realiza el investigador de la situación social en estudio, procurando para ello un análisis de forma directa, entera y en el momento en que dicha situación se lleva a cabo, y en donde su participación varía según el propósito y el diseño de investigación previstos. (p. 211)

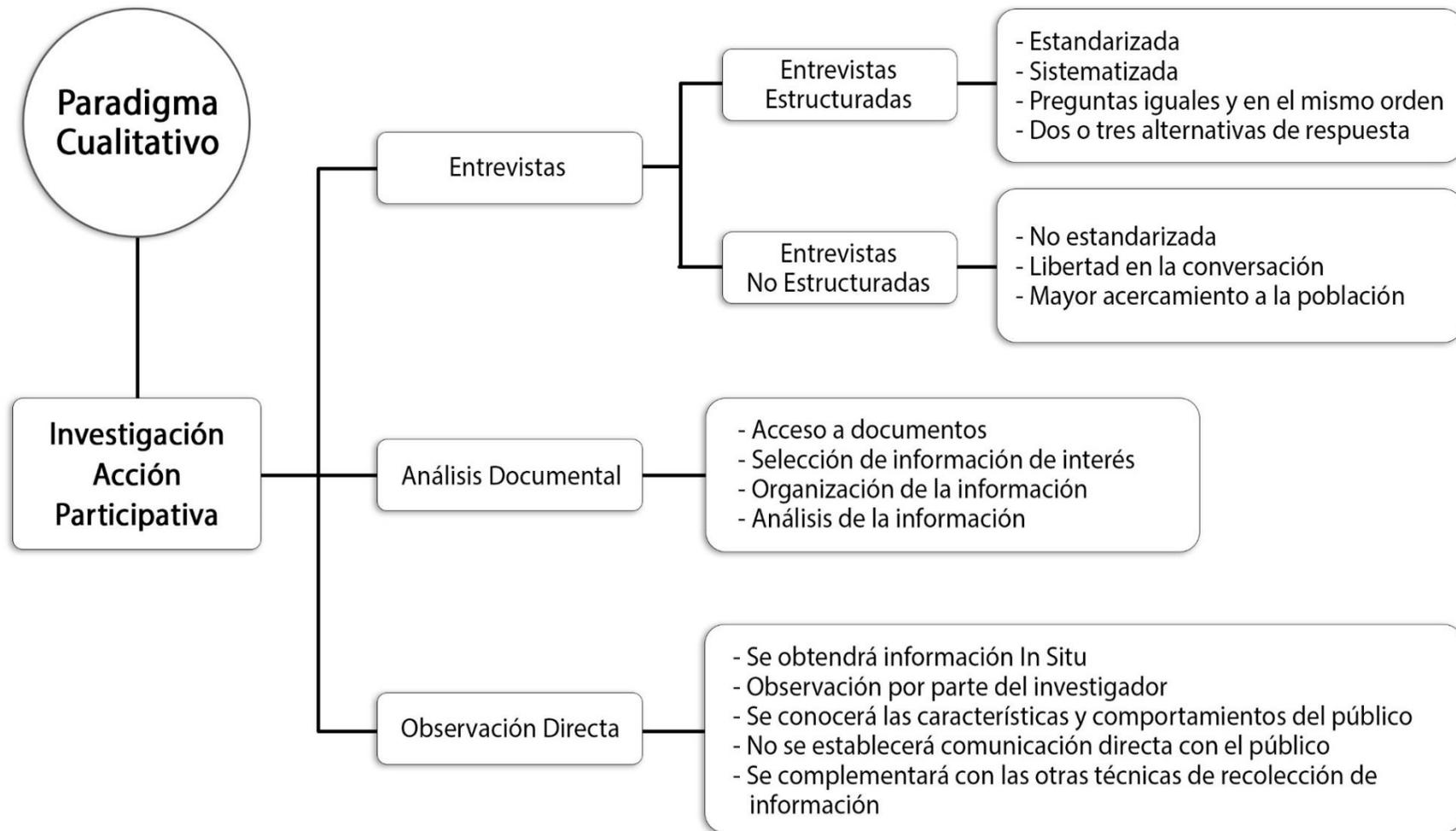


FIGURA 18: METODOLOGÍA EMPLEADA PARA EL DESARROLLO DEL PRESENTE ESTUDIO. ELABORACIÓN: PROPIA, 2018.

## 2.4 Matriz de consistencia

TABLA 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA. PUESTA EN VALOR TURÍSTICA CULTURAL DE VÉGUETA, HUAURA – LIMA, 2019.

<b>Descripción de la realidad problemática</b>	<b>Preguntas de la investigación</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Metodología</b>
<p>Se situará la investigación en Végueta, localidad ubicada en el norte del departamento de Lima, siendo uno de los doce distritos pertenecientes a la provincia de Huaura. Este distrito, a pesar de contar con una variedad de atractivos turísticos, entre culturales y naturales, no tiene un Plan Maestro de Turismo que incluya presupuestos, programas, estrategias o metas que permitan desarrollar esta actividad en beneficio de la comunidad.</p>	<p>¿Cómo debe diseñarse la propuesta de puesta en valor que convierta al distrito de Végueta en un destino turístico?</p> <p><b>Preguntas específicas</b></p> <p>¿Cuáles son los atributos principales del distrito de Végueta para lograr su puesta en valor?</p>	<p>Proponer un diseño de puesta en valor que convierta al distrito de Végueta en un destino turístico.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Identificar los atributos principales del distrito de Végueta para lograr su puesta en valor.</p>	<p>El diseño metodológico aplicado es:</p> <p>Diseño investigación acción participativa, utilizando como técnica de recolección datos:</p> <p><b>Observación directa</b></p> <p>Observación del objeto de estudio sobre los servicios ofrecidos por los hospedajes y restaurantes circundantes a la Plaza de Armas de Végueta.</p>

---

<p>En la actualidad se ha hecho muy poco para ponerlo en valor y mejorar su planta turística. Los hospedajes de la ciudad no cuentan con servicios adecuados o son improvisados y la mayoría de ellos no están concientizados en la importancia de brindar un buen servicio al visitante. No cuentan, además, con una caseta de información turística los fines de semana, días donde hay la mayor afluencia de visitas, y no ofrecen circuitos turísticos que muestren sus lugares más importantes y representativos.</p>	<p>¿Cuál es la percepción del vecino de Végueta con respecto al turismo?</p> <p>¿Cuál es la situación actual de los servicios ofrecidos a los turistas?</p> <p>¿Qué acciones toman las autoridades municipales para lograr la puesta en valor turística del distrito de Végueta?</p>	<p>Analizar la percepción del vecino de Végueta con respecto al turismo.</p> <p>Analizar la situación actual de imagen respectivamente, a los servicios ofrecidos a los representantes de las asociaciones artesanales del distrito y a los vecinos.</p> <p>Identificar las acciones tomadas por las autoridades municipales para lograr la puesta en valor turística del distrito de Végueta.</p> <p><b>Análisis documental</b></p> <p>Por último, se revisó la información de las empresas turísticas que ofrecen servicios a Végueta y de páginas institucionales que se relacionen con la zona de estudio.</p>
--	--	--

---

## 2.5 Aspectos éticos

El Código Ético Mundial para el Turismo (Asamblea General de las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo, 2001) menciona en su artículo 5 que:

El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local. (p. 5)

En base a este artículo y con la finalidad de presentar un diseño de puesta en valor turístico que beneficie a toda la población del distrito de Végueta, la presente investigación respeta las normas establecidas por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres, además incluye en la bibliografía a todos los autores consultados respetando los derechos de autor y la propiedad intelectual. Por otro lado, se han respetado también las opiniones de las personas entrevistadas.

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

### **3.1 Análisis de las entrevistas**

Se realizaron entrevistas a los representantes de la Municipalidad de Végueta, al señor Luis Enrique Bonatti Pajuelo, Sub Gerente de Turismo y Promoción Empresarial (Anexo N° 1) y al señor Antonio Vega Samanamud, Sub Gerente de Imagen Institucional y Protocolo (Anexo N° 2). Ambos coincidieron que el distrito de Végueta cuenta diversos atractivos turísticos y que estos son una importante fuente de ingreso económico, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los productos y servicios ofrecidos, pero que no son los únicos, otras fuentes importantes son la pesca, la artesanía, la ganadería y la agricultura. Señalaron, además, que sí existe un plan de desarrollo turístico, pero en la actualidad se encuentra en un proceso de actualización e implementación.

Con respecto a sus atractivos turísticos, señalaron que sí están identificados, pero que no se utilizan al 100%. Los atractivos más importantes están registrados en el inventario turístico de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Lima (DIRCETUR – GOB LIMA).

El único atractivo que cuenta con un plan maestro para su desarrollo es el Área de Conservación Regional Albufera de Medio Mundo. Por el contrario, el atractivo que aún no se pone en uso turístico es el museo del guano ubicado en la isla Don Martin por falta de acondicionamiento turístico de un muelle. En la actualidad se está trabajando el expediente técnico para la construcción de un embarcadero y un desembarcadero en la misma isla, con la finalidad de generar la dinámica de viajes turísticos.

Mencionaron también que el turismo receptivo ha crecido en el distrito, sobre todo las visitas al Museo Comunitario y al Sitio Arqueológico de Vichama. El señor Bonatti resaltó que en el distrito se pueden realizar diversos tipos de turismo, como el turismo vivencial, turismo arqueológico, turismo de naturaleza, turismo de playas, ecoturismo, turismo histórico y turismo de aventura. Además, indicó que la festividad más grande es la del Santo Patrono San Juan Bautista.

El señor Bonatti manifestó también, que la municipalidad realiza un trabajo continuo con la población y en las instituciones educativas sobre la importancia de la cultura turística. Realizan periódicamente mesas de trabajo de turismo y promoción empresarial con los subcomités de gestión y asociaciones involucradas al rubro turístico. Al respecto el señor Vega señaló que la actual gestión municipal viene desarrollando inspecciones y capacitaciones a todos los prestadores de servicios del distrito con el objetivo de mejorar y brindar un buen trato al turista.

Se observó también que los negocios (restaurantes, hospedajes y tiendas) no cuentan con medios de pago alternativos como POS para facilitar el consumo, al respecto el señor Vega manifestó que se viene trabajando con los propietarios de los negocios y con los bancos para revertir esta situación.

Sobre la distribución de la información para los visitantes y turistas, ésta se realiza a través de la Sub Gerencia de Turismo y de manera articulada con otras instituciones. Además, cuentan con material impreso y merchandising turístico. Ambos entrevistados mencionaron que los canales donde se puede obtener información del distrito son la página web de la municipalidad, las redes sociales (Facebook e Instagram) y las páginas institucionales del Ministerio de Cultura y de la DIRCETUR. Señalaron que en la actualidad vienen coordinando un Press Tour.

De igual manera trabajan en coordinación con los operadores turísticos y agencias de viaje de Huacho, Barranca y Lima.

Es importante mencionar que la población en el distrito ha crecido y por ende es necesario tomar acción con respecto a la seguridad ciudadana. Sobre el particular, el señor Vega mencionó que se conformó el CODISEC (Comité Distrital de Seguridad Ciudadana) y por intermedio de este se realizan reuniones, mesas de trabajo y audiencias públicas. Asimismo, se conformaron los comités de seguridad ciudadana y juntas vecinales, además, se desarrollan acciones integradas entre PNP y Serenazgo.

También se ha notado una mejora en la infraestructura en las áreas públicas del distrito, el señor Vega señaló que se repararon las vías de acceso a las principales playas, se recuperó y puso en valor la Piscina Olímpica Municipal, se asfaltaron pistas y veredas en los Centros Poblados. Se está gestionando también la construcción de la nueva carretera de acceso desde la Panamericana Norte hacia el distrito por la avenida Augusto B. Leguía.

Las playas son sin duda lo que más atrae a los visitantes en temporada de verano, pero lamentablemente las ubicadas en el litoral del distrito de Végueta se han llenado de piedras por causas naturales, sobre este punto el señor Vega manifiesta que se están realizando trabajos de nivelación y en algunos balnearios se está retirando las piedras. Pero, en la actualidad la misma naturaleza se está encargando de devolver la arena a algunas playas, como es el caso de Tambo de Mora. Finalmente, puntualizó que se está coordinando con la Dirección Regional de Salud - DIRESA para lograr la certificación de playas saludables.

Por otro lado, se entrevistó también a Lidia Palma Medina (Anexo N° 3), artesana que desde los ocho años se ha dedicado al tejido, continuando así con la

tradición familiar. En primer lugar, manifestó que el turismo se ha incrementado con el paso de los años y que sí contribuye con el desarrollo económico y social de su localidad, indicando que son muchos los sectores que se benefician, como los restaurantes, los hoteles, los artesanos, el transporte, entre otros. Destacó que la dinámica turística le permite vender sus artesanías y por ende generar un mayor ingreso económico a su hogar.

La señora Palma expende sus artesanías en ferias y aunque no pertenece a un circuito turístico, vende sus artesanías en la tienda artesanal de la municipalidad, espacio que acoge a los productores del distrito, dándoles la oportunidad de ofrecer sus productos. También participa en eventos organizados por el Sitio Arqueológico de Vichama. Afirmó que le encantaría pertenecer a un circuito turístico porque le permitiría vender sus productos e involucrarse más con los atractivos turísticos del distrito.

Sobre las épocas de mayor afluencia de turistas señaló que la temporada de verano es la que más atrae a los visitantes al igual que la Semana Santa, la fiesta de Cenizas que se celebra en la playa de Végueta, la fiesta del Santo Patrón San Juan Bautista, las Fiestas Patrias, el aniversario de Vichama, entre otras importantes festividades. Destacando que la más importante celebración del distrito es la fiesta de San Juan Bautista, patrón de Végueta, considerada la más grande celebración de la Región Lima.

Considera que la municipalidad está haciendo esfuerzos por promover a los artesanos del distrito pero que necesitan más apoyo para difundir su arte. Además, se mostró interesada en participar en capacitaciones y talleres, como por ejemplo sobre servicio al cliente.

Reconoce de igual forma que el distrito cuenta con variados atractivos turísticos, como el Sitio Arqueológico de Vichama, el circuito de playas, la Isla Don Martin, el museo de la municipalidad y muchas otras zonas que son accesibles para el turista y que en su caso conoce todos estos lugares y solo le falta visitar la Isla Don Martín.

Finalmente, se recogió información de trece vecinos que viven en el centro de Végueta (Anexo N° 4), quienes aseguraron que el distrito cuenta con atractivos turísticos y que éstos sí generan ingresos económicos. También mencionaron que la temporada alta es la de verano y que la celebración más importante es la Fiesta de San Juan. A la pregunta sobre si estarían interesados en recibir información sobre los atractivos turísticos para compartirla con los visitantes, todos indicaron que estaban de acuerdo, aunque mencionaron en su mayoría, que no han visitado lugares tan importantes como el Sitio Arqueológico de Vichama ni el Museo Comunitario de Végueta, a pesar de tener ingreso gratuito con solo la presentación de su documento de identidad. Por último, aseguraron que el distrito aún es un lugar seguro para vivir, salvo hechos aislados.

### **3.2 Análisis de la observación**

El trabajo de observación se realizó entre el 20 y 25 de junio del 2019 (Anexo N° 5), fechas en las que se celebró una de las festividades religiosas más importantes del distrito, la Fiesta de San Juan, donde se congrega gran cantidad de personas en la plaza principal de Végueta, no solo residentes sino también visitantes que llegan de distintas partes de la ciudad. En esta celebración se detectó que la planta turística no es suficiente para soportar la visita masiva de personas ofreciéndoles servicios de calidad.

El Distrito de Végueta está ubicado a la altura del kilómetro 157 de la Panamericana Norte, a 25 minutos aproximadamente del distrito de Huacho, hasta donde se puede llegar desde Lima con transporte interprovincial con dirección al norte del país o con movilidad privada. Desde Huacho parten minivans hacia Végueta con un costo de S/ 2.50 soles por persona.

Al llegar a la plaza principal (figuras 19 y 20) se observó que existen pocos hospedajes (aunque se han ido incrementando con el paso de los años), pero, por ejemplo, solo algunos cuentan con servicios higiénicos en la habitación y otros se ofrecen con baño compartido, esto sucede porque han sido casas que se adaptaron con el tiempo. Además, no ofrecen a sus huéspedes conexión inalámbrica de internet en ninguna zona del establecimiento y tampoco incluyen alimentación. Por otro lado, no brindan información turística del lugar, teniendo en cuenta que el municipio no cuenta con una caseta de información turística los fines de semana, días de mayor afluencia de visitantes.



FIGURA 19: VISTA DE LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2019.



FIGURA 20: PILETA UBICADA EN LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Andy Anselmo, 2019.

Sin embargo, en la actualidad algunos hospedajes han mejorado su infraestructura, como es el caso del Hostal Végueta (figura 21) y el Hospedaje KFK (figura 22).



FIGURA 21: HOSTAL VÉGUETA UBICADO EN LA PLAZA PRINCIPAL DEL DISTRITO.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.

FIGURA 22: HOSTAL KFK UBICADO A UNA CUADRA DE LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.



Se verificó también que Végueta no cuenta con entidades financieras, cajeros automáticos y terminales de punto de venta (POS) en ningún establecimiento (hospedajes, restaurantes y tiendas), todos los pagos se realizan en efectivo. Las transacciones financieras se efectúan en Agentes Multibancos, uno de ellos ubicado frente a la plaza principal (figura 23), las agencias bancarias y financieras más cercanas se encuentran en el distrito de Huacho. Esto juega un punto en contra para los visitantes y turistas quienes se ven en la necesidad de transportar dinero en efectivo para realizar sus pagos en este poblado.

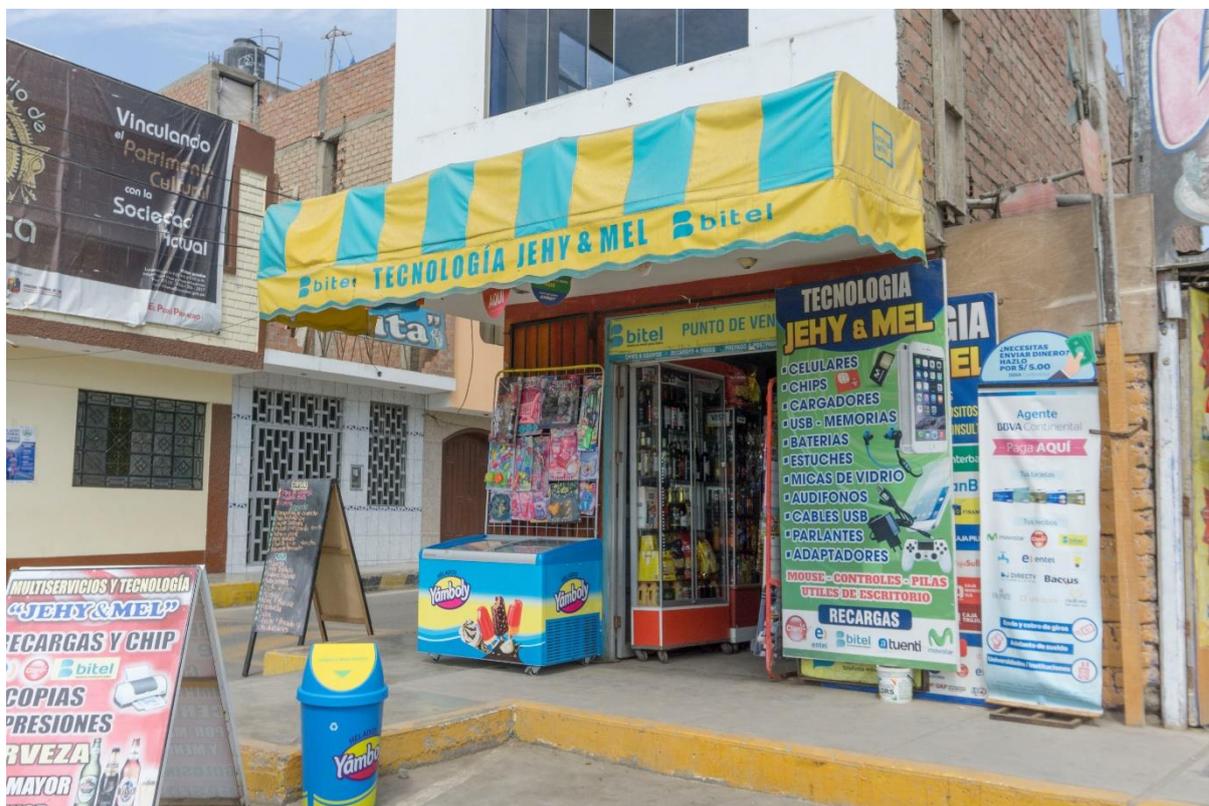


FIGURA 23: AGENTE MULTIBANCO UBICADO AL FRENTE DE LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.

En referencia al servicio de alimentación, se realizó un recorrido por los restaurantes ubicados en la plaza principal, notando que en su mayoría no brindan un servicio de calidad, en cuanto a la atención y la infraestructura. Como se mencionó anteriormente, las viviendas se han ido adaptando para atender al público a la par del crecimiento del distrito, pero de una manera desordenada.

Los restaurantes venden platos a la carta o menús, pero no se identificó uno especializado en platos típicos de la zona, ni ambientado con productos del lugar (figura 24). Además, no cuentan con POS para facilitar los pagos.



FIGURA 24: RESTAURANTE UBICADO AL FRENTE DE LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.

Con respecto a la señalización, se observó que en la plaza principal existen dos tótems con información turística (figura 25), en español, inglés y braille, pero ambos son exactamente iguales, desaprovechando este elemento ya que podría brindar más detalles del poblado. Además, se encuentran actualmente en mal estado. Otro detalle importante, es que no cuentan con wifi gratuito en las áreas públicas.



FIGURA 25: TÓTEM CON INFORMACIÓN TURÍSTICA UBICADO EN LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.

El distrito cuenta con una comisaría (figura 26) ubicada en la plaza principal y baños públicos en buen estado y sin costo instalados por el municipio (figura 27).

De igual manera se ubica el Centro de Salud de Végueta para atenciones rápidas, en caso de urgencias o emergencias se deben dirigir al Hospital Regional de Huacho. Existe también un mercado de abastos y una piscina olímpica para el uso de los vecinos y visitantes.



FIGURA 26: COMISARÍA UBICADA EN LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.



FIGURA 27: BAÑOS PÚBLICOS UBICADOS EN LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.

El distrito se caracteriza, por último, por tener varias playas en su jurisdicción, aunque en la actualidad no todas están abiertas al público, como la playa Las Liseras (figura 28), espacio natural que no puede ser usado por los bañistas por la gran cantidad de piedras que se encuentran en la orilla. Como alternativa, existe en

el distrito, con vista al mar, la piscina olímpica municipal (figura 29) que congrega a gran cantidad de personas en la época de verano.



FIGURA 28: PLAYA LISERAS UBICADA A POCAS CUADRAS DE LA PLAZA PRINCIPAL DE VÉGUETA.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.



FIGURA 29: PISCINA OLÍMPICA MUNICIPAL UBICADA EN LA PLAYA LISERAS.

Fuente: Archivo personal fotográfico de Rosario García, 2019.

TABLA 4: CRITERIOS DE OBSERVACIÓN.

<b>Criterios de observación</b>		
1	Transporte público y privado	SI
2	Hospedajes	SI
3	Restaurantes	SI
4	Caseta de información turística	NO
5	Entidades financieras	NO
6	Pago con tarjeta de débito o crédito	NO
7	Agente multibanco	SI
8	Internet inalámbrica en áreas públicas	NO
9	Tótems con información turística	SI
10	Centro de salud	SI
11	Agencias de turismo	NO
12	Piscina olímpica	SI
13	Mercado de abastos	SI
14	Comisaría	SI
15	Baños públicos	SI
16	Piscina olímpica	SI
17	Playas	SI

Elaboración: Propia, 2019.

### 3.3 Análisis documental

La presente investigación se basa en dos variables, la primera son las páginas institucionales y blogs que detallan los atractivos turísticos de Végueta y la segunda las agencias de turismo que incluyen en su oferta visitas a esta ciudad. Para la realización de este análisis se utilizó una ficha de recolección de información (Anexo N° 6).



FIGURA 30: VARIABLES ANALIZADAS.

Elaboración: Propia, 2019.

### 3.3.1 Páginas institucionales y blogs

**Página web de la Municipalidad de Végueta:** En primer lugar se verificó que esta página incluye información general de sus atractivos turísticos pero no profundiza en ninguno de ellos con la finalidad de atraer a más visitantes, incluso promocionan playas que en la actualidad no son aptas para los bañistas como es el caso de la playa Las Liseras, la cual desde hace algunos años se ha llenado de piedras por causas naturales, evento que dificulta ser utilizada en temporada de verano.

Si bien, además, menciona al Museo Comunitario “José Mateo García de los Santos” o al Sitio Arqueológico de Vichama, no brinda más información, por ejemplo: horarios, precios de entrada, catálogos y revistas que se pueden adquirir en el lugar, entre otros.

Por otro lado, no ofrece rutas turísticas ni enlaza con agencias de turismo que brinden este servicio.



FIGURA 31: IMAGEN DE LA PÁGINA WEB DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE VÉGUETA.

Fuente: <https://www.munivegueta.gob.pe/>. Recuperado el 07 de octubre de 2019.

### **Blogs Turismo en Huacho, Turismo Inca, Al norte chico y Medio de transporte:**

En estos cuatro blogs también se encontró información acerca del distrito. Aunque estas páginas no están actualizadas, detallan sus principales festividades, sitios arqueológicos y atractivos. Ninguna tiene un enlace a la Municipalidad de Végueta ni a ninguna institución pública o privada relacionada con el sector turístico, son esfuerzos aislados por destacar los atractivos de este lugar.

Por ejemplo, la página Medio de Transporte fue actualizada por última vez en julio del 2017 y solo proporciona información sobre su festividad más importante, la Fiesta de San Juan. Mención aparte merecen las páginas Turismo en Huacho y Turismo Inca, ambas incluyen información de algunos sitios turísticos pero la primera registra su última actualización en el 2009 y la segunda en el 2014.

No se encontró una página web o blog que mencione todos los atractivos turísticos del distrito ni otros servicios adicionales, por ejemplo, hospedajes y restaurantes, esto demostraría que no existe un interés real por incentivar el turismo en esta zona norte del departamento de Lima, por parte de organismos públicos ni privados, teniendo en cuenta, como se mencionó anteriormente, que esta actividad planificada y organizada, retribuiría significativamente en la población.



FIGURA 32: IMAGEN DEL BLOG MEDIO DE TRANSPORTE.

Fuente:

[https://www.mediode transporte.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=401:vegueta-y-la-fiesta-tradicional-de-su-patrono-san-juan-bautista](https://www.mediode transporte.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=401:vegueta-y-la-fiesta-tradicional-de-su-patrono-san-juan-bautista)

Recuperado el 07 de octubre de 2019



FIGURA 33: IMAGEN DEL BLOG TURISMO INCA.

Fuente: <http://www.blogturismo inca.com/2014/05/vichama-balcon-independencia.html>

Recuperado el 07 de octubre de 2019



FIGURA 34: IMAGEN DEL BLOG TURISMO EN HUACHO.

Fuente: [https://turismo-huacho.blogspot.com/2009/05/vegueta-ciudad-enterrada\\_10.html](https://turismo-huacho.blogspot.com/2009/05/vegueta-ciudad-enterrada_10.html)

Recuperado el 07 de octubre de 2019



FIGURA 35: IMAGEN DE LA PÁGINA WEB AL NORTE CHICO.

Fuente: <https://www.alnortechico.com/turismo/viajando-a-vegueta/>

Recuperado el 07 de octubre de 2019

### 3.3.2 Agencias de turismo

De acuerdo con la investigación de diversas páginas web que ofrecen tours al norte del departamento de Lima, se identificó a las agencias de turismo que sí incluyen la visita al distrito de Végueta, pero no en su totalidad. Algunas visitan el Sitio Arqueológico de Vichama, su Plaza de Armas o sus centros artesanales, ninguna incluye un paquete donde los visitantes puedan conocer todos sus atractivos turísticos.

**Zona Caral:** Esta página web pertenece al Ministerio de Cultura y contiene información sobre sus investigaciones, notas de prensa, museos, publicaciones, entre otras actividades. Adicionalmente ofrece tours educativos con costo de uno y dos días a las zonas arqueológicas del norte chico. En estas visitas se incluye además el transporte, el guiado y la alimentación.



FIGURA 36: IMAGEN DE LA PÁGINA INSTITUCIONAL ZONA CARAL.

Fuente: <https://www.zonacaral.gob.pe/viajes-educativos-2/index.html>

Recuperado el 07 de octubre de 2019

**Destinos & Turismo, Incatrek y Caral Tours:** Estas agencias venden full days a Végueta, pero en ninguno de sus paquetes incluyen todos sus principales atractivos, porque no realizan una visita exclusiva a este distrito. Por lo general sus ofertas turísticas hacia el norte de Lima incluyen a la Ciudad Sagrada de Caral o en todo caso el Complejo Arqueológico Bandurria.

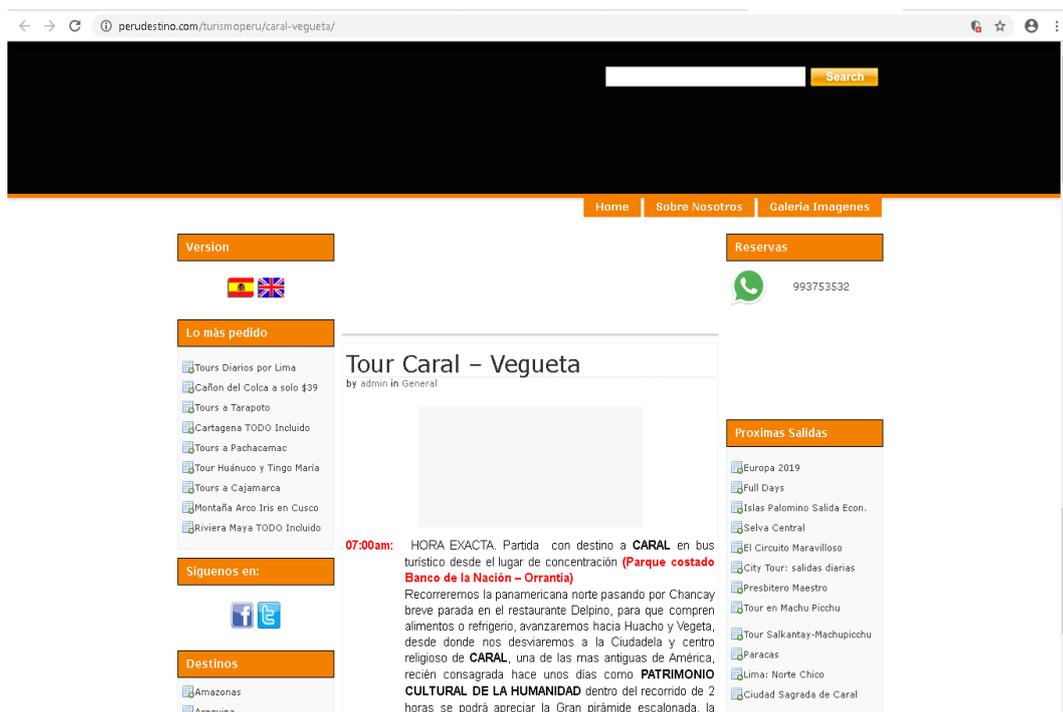


FIGURA 37: IMAGEN AGENCIA DESTINOS & TURISMO.

Fuente: <https://www.perudestino.com/turismoperu/caral-vegueta/>

Recuperado el 07 de octubre de 2019

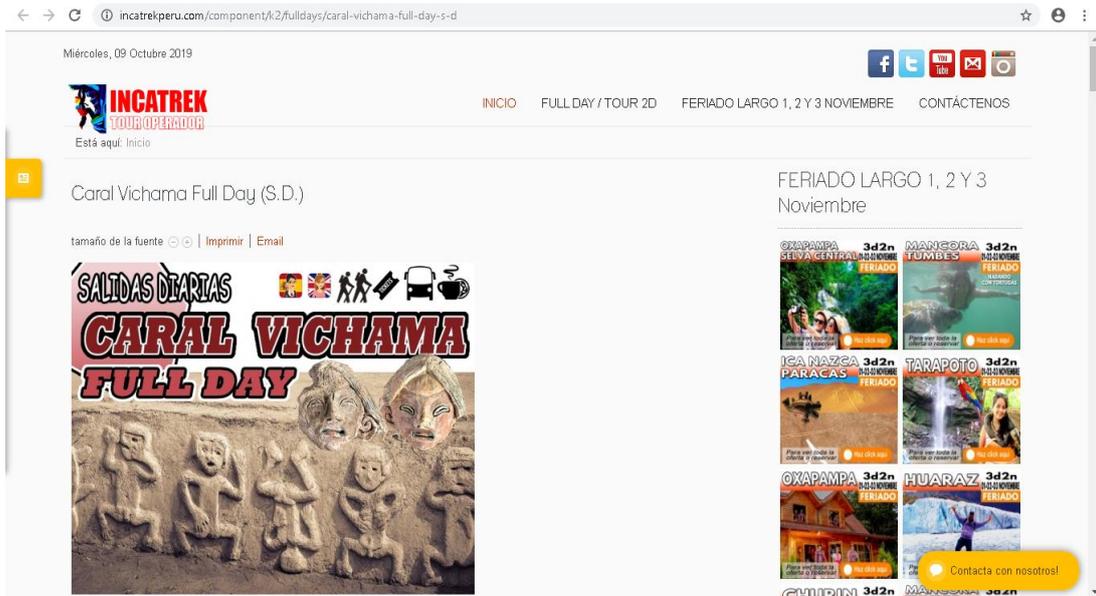


FIGURA 38: IMAGEN AGENCIA DE TURISMO INCATREK.

Fuente: <https://www.incatrekperu.com/component/k2/fulldays/caral-vichama-full-day-s-d>.

Recuperado el 09 de octubre de 2019

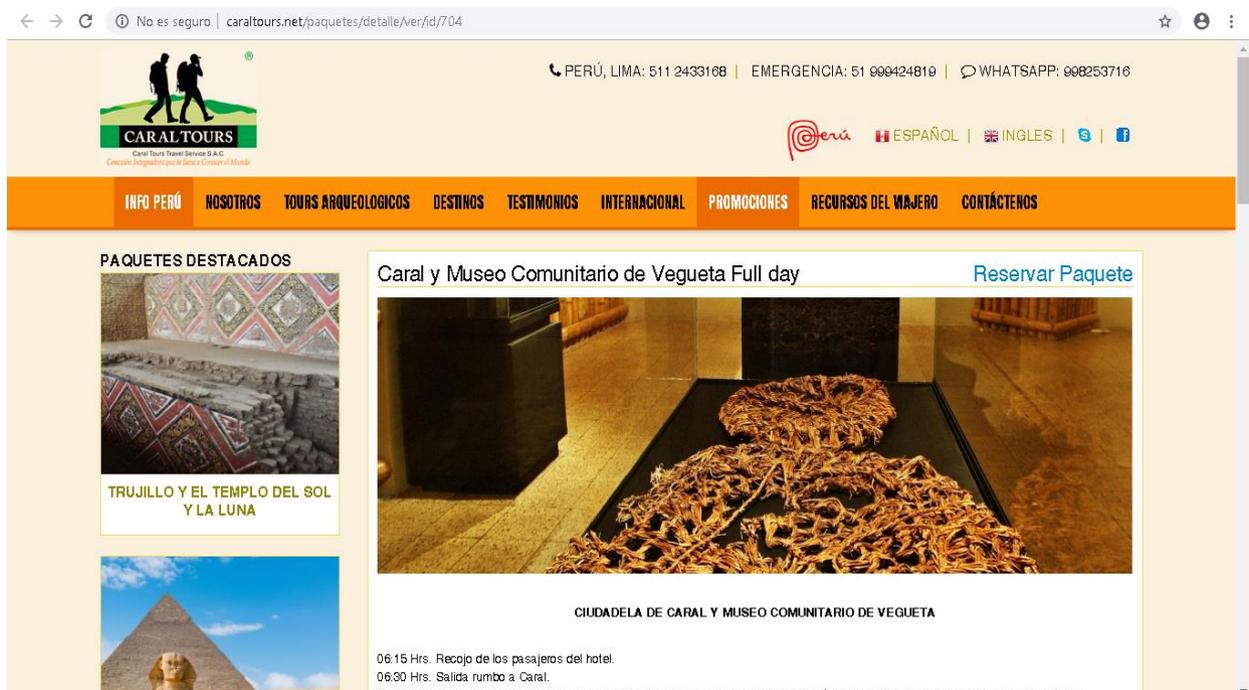


FIGURA 39: IMAGEN AGENCIA DE TURISMO CARAL TOURS.

Fuente: <http://www.caraltours.net/paquetes/detalle/ver/id/704>

Recuperado el 09 de octubre de 2019

Por otro lado, en una visita realizada al distrito de Huacho, se constató que en la plaza principal de este distrito sí existe una caseta de información turística de la municipalidad. El personal a cargo entrega material informativo a los visitantes, donde detallan todos los atractivos turísticos de la provincia de Huaura (figura 40), se incluyen los precios a sitios arqueológicos y los horarios, recomendaciones de lugares para visitar, ubicación, platos típicos, entre otros.

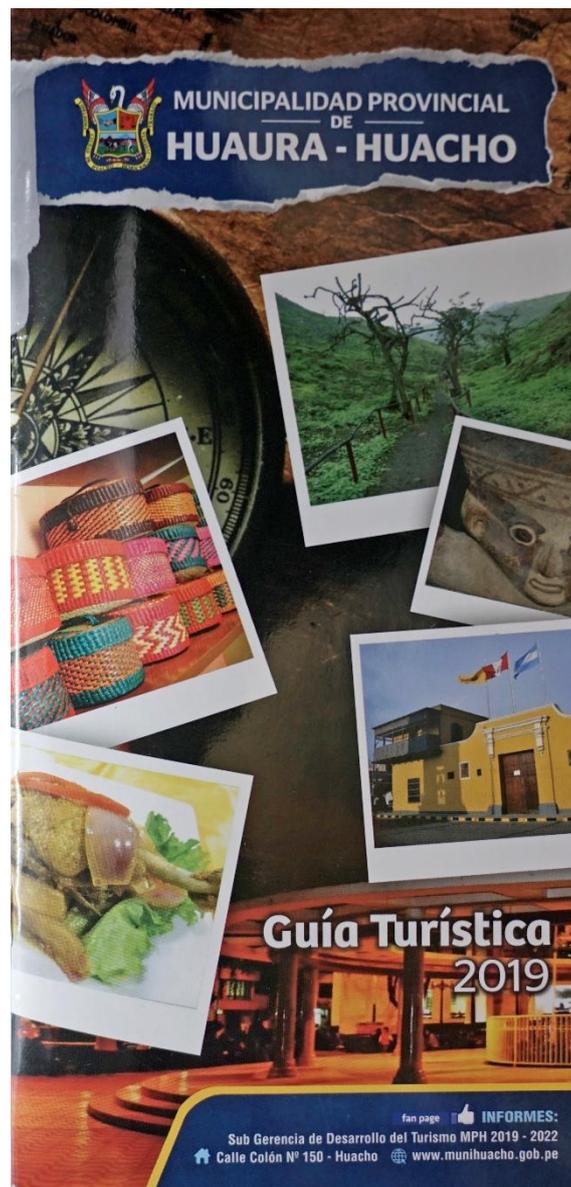


FIGURA 40: IMAGEN DE LA GUÍA TURÍSTICA 2019.

Fuente: Municipalidad de Huacho, 2019

Las dos agencias que se ubican en los alrededores de esta misma plaza, Huaccha Kuyay Tours y La Casona Turística (figuras 41 y 42), ofrecen tours full days pero solo incluyen al Sitio Arqueológico de Vichama en su recorrido. Al consultar sobre el Museo Comunitario de Végueta o su centro artesanal, afirmaron que por el momento no ofrecían visitas a estos lugares.



FIGURA 41: IMAGEN DE VOLANTE CON INFORMACIÓN TURÍSTICA DE FULL DAY.

Fuente: Agencia Huaccha Kuyay Tours, 2019.

**ARTESANIA**

**TOURS**  
*La Casona Turística*

RESERVAS:  
Cel: 994311276 - 933752452  
Calle Colón 120 - Junto a la Municipalidad de Huacho

**Vamos a CARAL!!** FULL DAY

**SALIMOS TODOS LOS DIAS**

**TOURS**  
*La Casona Turística*

• Servicio profesional de guiado  
• Atención personalizada  
• Puntualidad y seguridad  
• Hacemos descuentos por grupos  
• Años de experiencia respaldan nuestro servicio

**VISA**

**Mapa de Rutas:**

- MEDIO MUNDO (Km. 184)
- CARAL (Km. 177)
- VICHAMA (Km. 174)
- HUAURA (Km. 155)
- HUACHO (Km. 149)
- BANDURRIA (Km. 141)
- LOMAS DE LACHAY (Km. 105)
- BALCON HISTORICO HUAURA

FIGURA 42: IMAGEN DE VOLANTE CON INFORMACIÓN TURÍSTICA DE FULL DAY.

Fuente: Agencia La Casona Turística, 2019.

## **CAPÍTULO IV:**

### **PROPUESTA DE ANTEPROYECTO PARA UN CIRCUITO TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE VÉGUETA**

Considerando que el circuito turístico es una de las principales características de la puesta en valor, se propone como parte del desarrollo de esta tesis, un anteproyecto de circuito turístico en el distrito de Végueta basado en los resultados de la investigación. Se ha optado por un circuito y no por una ruta, porque, como se explicó anteriormente, se plantea que el punto de inicio y fin del recorrido se realice en el centro del distrito, destacando sus principales atractivos turísticos y que sea accesible trasladarse de un punto a otro. Además, esto beneficiaría en mayor proporción a la comunidad.

#### **4.1 Visión y misión del anteproyecto del circuito turístico**

##### **Visión**

Convertir al distrito de Végueta en una parada obligatoria para hacer turismo en el norte de Lima que se vea reflejada en un aumento de visitantes y turistas anualmente.

##### **Misión**

Ofrecer a los visitantes y turistas un circuito turístico que incluya los principales atractivos de Végueta, sostenido por una planta turística que les permita vivir una experiencia inolvidable, además que promueva el desarrollo social y económico del distrito.

## **4.2 Justificación del anteproyecto**

Como se ha señalado en los resultados de la investigación producto de las entrevistas, la observación y el análisis documental, el distrito de Végueta cuenta con una variedad de atractivos turísticos que podrían fácilmente atraer el interés de diferentes grupos de personas de diversas edades e intereses, porque reúne arqueología, historia, naturaleza y religiosidad. Además, es de fácil acceso, contando con vías asfaltadas y señalizadas. Sumado a la calidez de su clima y sobre todo a la amabilidad de su gente.

Por estos motivos se eligió a Végueta como potencial destino y este anteproyecto de circuito turístico busca revalorar toda la riqueza del lugar y ponerla de manera ordenada y planificada al alcance de todas las personas, generando en ellas gratas experiencias y así crear una marca potente que atraiga a más visitantes y turistas.

### **4.2.1 Objetivos del anteproyecto**

Los principales objetivos de este anteproyecto son:

- Diseñar un circuito turístico que abarque los principales atractivos del distrito.
- Promover la participación de la población en todos los temas involucrados al turismo en el distrito.
- Generar compromiso e involucramiento de las autoridades en el tema turístico.
- Conservar y preservar los atractivos turísticos.
- Fomentar el empleo a través de diversos servicios como venta de artesanías, alimentación, hospedajes, transportes, guiados, etc.
- Ofrecer al visitante y turistas servicios de calidad.

- Crear campañas de difusión para dar a conocer los principales atractivos del distrito.
- Capacitar a la población sobre la importancia del turismo en el distrito y explicarles de qué manera se benefician con esta dinámica.
- Crear convenios con agencias de turismo para que incluyan todos los atractivos en sus ofertas turísticas.
- Formar guías locales con conocimiento de toda la historia del distrito y de sus atractivos, quienes manejen como mínimo dos idiomas.

#### **4.2.2 Desarrollo del anteproyecto**

La propuesta del anteproyecto considera en primer lugar, que se realice durante dos días, enfocándose en los fines de semana, porque se busca que los visitantes disfruten cada lugar y se tomen un tiempo prudencial para recorrerlo, además, esto generaría una mayor dinámica económica en el distrito al incluir la alimentación completa y el hospedaje.

El turismo que se realizará será de tipo arqueológico, religioso y de naturaleza, dependiendo de la temporada del año, y estará dirigido a grupos como máximo de 25 personas. La finalidad de los circuitos no es lucrar sino por el contrario, que el visitante viva la mejor experiencia.

Para segmentar al público se tomará como base la investigación realizada Perfil del Vacacionista Nacional 2018 (2019), donde se especifican las características de los diferentes tipos de turistas, sus intereses, edades, si viajan solos o en grupos familiares, nivel de instrucción, entre otros.

En este estudio se identificó que las dos principales motivaciones para que un turista peruano salga de su lugar de residencia son: la búsqueda de los paisajes

y la naturaleza (68%) y los atractivos turísticos (51%), ambos tipos de turismo presentes en el distrito de Végueta (p. 8). Por otro lado, se estableció que un 60% (p. 22) no espera una fecha especial, fin de semana largo o feriado para viajar, lo puede hacer en cualquier época del año.

De acuerdo también al mismo estudio y por la cercanía del distrito de Végueta a la capital, el circuito estará dirigido en su primera etapa al turista limeño, basándose en las características identificadas en la investigación realizada por PROMPERÚ, direccionando los mensajes a este público objetivo, utilizando los canales de comunicación más usados, por ejemplo, el Facebook.

TABLA 5: CARACTERÍSTICAS IDENTIFICADAS DEL VACACIONISTA LIMEÑO 2018.

<b>Características identificadas del vacacionista limeño 2018</b>	
51%	Nivel socioeconómico A y B
44%	Millennials (promedio 37 años)
57%	Son mujeres
55%	Forman parte de una pareja
43%	Grado de instrucción técnica
62%	Usa ómnibus o transporte interprovincial
22%	Se aloja en hoteles de 1 y 2 estrellas
33%	Viaja con amigos o parientes sin niños
65%	Busca información turística antes de viajar
92%	Usa Facebook
83%	Realiza turismo urbano (pasea por parques y plazas, visita iglesias, catedrales y conventos, visita mercados de la localidad y visita inmuebles históricos y monumentos)

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2018, PROMPERÚ 2019.

La gestión del circuito turístico estará a cargo de la Sub Gerencia de Turismo y Promoción Empresarial de la Municipalidad de Végueta en convenio con una agencia de turismo, quien será la encargada de brindar toda la logística necesaria para su ejecución. Los tours se ofrecerán a través de la página web del municipio y sus redes sociales. Para el lanzamiento se propone organizar un Press Tour con la finalidad de anunciar el inicio de los circuitos turísticos en el distrito.

Se tiene previsto que el punto de partida se realice en las intersecciones de las avenidas Javier Prado y Arequipa en el distrito de San Isidro en la ciudad de Lima, intersección de fácil acceso porque une a varios distritos de la capital limeña. El viaje desde Lima se programará a las 7:00 a.m., teniendo en cuenta que el trayecto dura aproximadamente tres horas, y el retorno estará programado a las 4:00 p.m. del día siguiente.

Se plantean dos propuestas para ser implementadas en las diferentes épocas del año: invierno, iniciando después de la Semana Santa hasta la quincena de diciembre, y verano, que empezará en la quincena de diciembre hasta la Semana Santa. Los atractivos que se incluirán son:

- Iglesia San Juan Bautista
- Museo Comunitario “José Mateo García de los Santos”
- Sitio Arqueológico de Vichama
- Área de Conversación Regional Albufera de Medio Mundo

En el caso puntual de la temporada de verano, se considerará también el Museo del Guano ubicado en la Isla Don Martín siempre y cuando se construyan los embarques y desembarques, además de la recuperación del sitio. En este caso,

se replantearán los horarios para continuar visitando todos los principales atractivos del lugar.

TABLA 6: CIRCUITO TURÍSTICO PROPUESTO PARA LA TEMPORADA DE INVIERNO.

<b>Temporada de invierno</b>	
<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>
Recorrido por la plaza principal y visita a la iglesia San Juan Bautista 10:20 a.m. a 11:00 a.m.	Desayuno 7:30 a.m. a 8:30 a.m.
Museo Comunitario de Végueta "José Mateo García de los Santos" 11:10 a.m. a 12:30 p.m.	Área de Conservación Regional Albufera de Medio Mundo 9:00 a.m. a 12:00 p.m.
Almuerzo en el centro de Végueta 1:00 p.m. a 2:30 p.m.	Almuerzo en el centro de Végueta y Tiempo libre para la compra de productos 1:00 p.m. a 3:30 p.m.
Sitio Arqueológico de Vichama 3:00 p.m. 5:00 p.m.	Retorno a Lima 4:00 p.m.
Turismo vivencial con los artesanos del lugar 5:30 p.m. a 7:00 p.m.	
Cena 7:30 p.m.	

Elaboración: Propia, 2019.

TABLA 7: CIRCUITO TURÍSTICO PROPUESTO PARA LA TEMPORADA DE VERANO.

<b>Temporada de verano</b>	
<b>Día 1</b>	<b>Día 2</b>
Recorrido por la plaza principal y visita a la iglesia San Juan Bautista 10:20 a.m. a 11:00 a.m.	Desayuno 7:15 a.m. a 8:15 a.m.
Museo Comunitario de Végueta “José Mateo García de los Santos” 11:10 a.m. a 12:30 p.m.	Área de Conservación Regional Albufera de Medio Mundo 8:45 a.m. a 11:30 a.m.
Almuerzo centro de Végueta 1:00 p.m. a 2:30 p.m.	Visita a la playa El Puerto 12:00 p.m. a 1:30 p.m.
Sitio Arqueológico de Vichama 3:00 p.m. 5:00 p.m.	Almuerzo en el centro de Végueta y Tiempo libre para la compra de productos 2:00 p.m. a 3:45 p.m.
Turismo vivencial con los artesanos del lugar 5:30 p.m. a 7:00 p.m.	Retorno a Lima 4:00 p.m.
Cena 7:30 p.m.	

Elaboración: Propia, 2019.

# PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE VÉGUETA

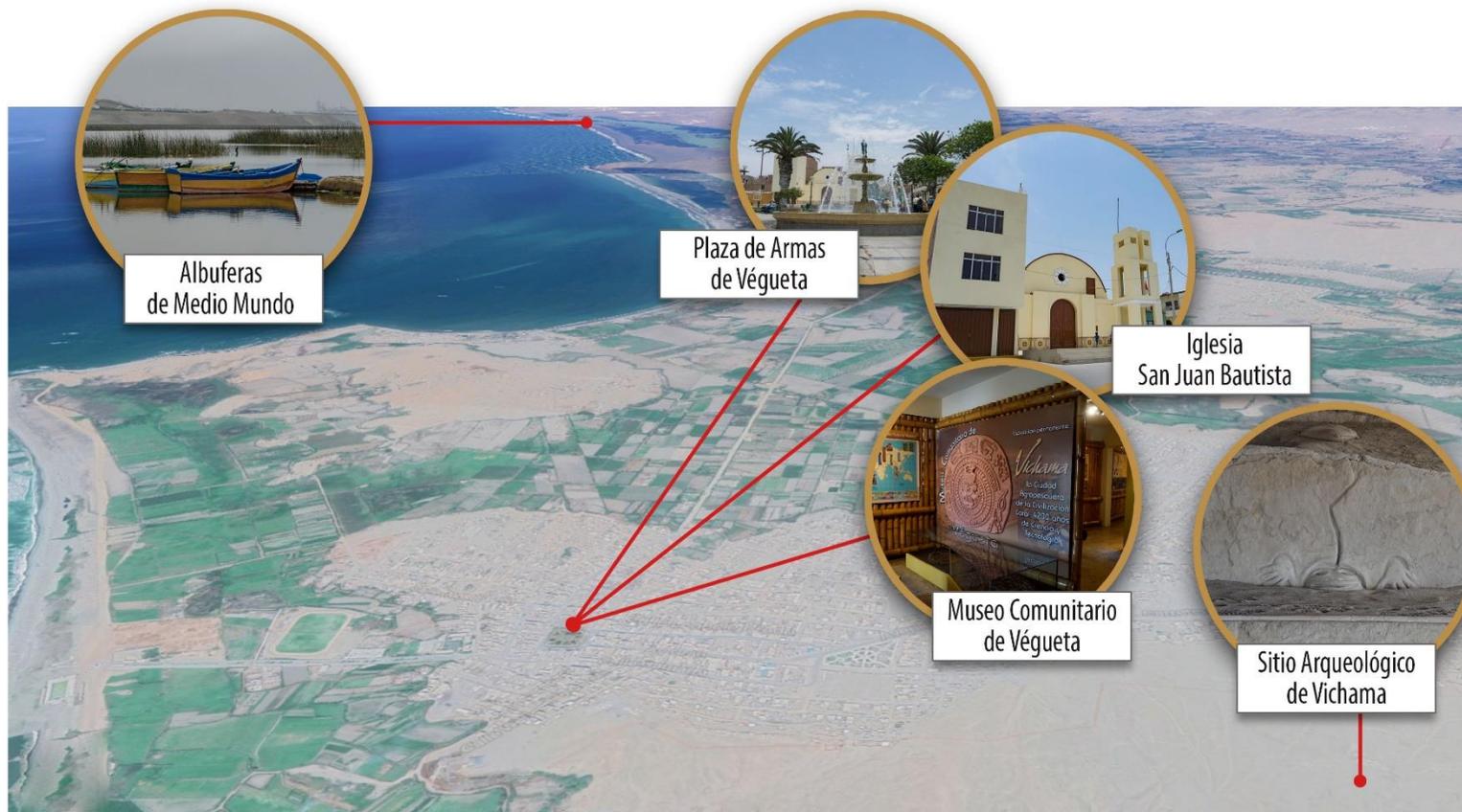


FIGURA 43: ATRACTIVOS DEL DISTRITO DE VÉGUETA INCLUIDOS EN EL CIRCUITO TURÍSTICO. ELABORACIÓN PROPIA, 2019.

Para establecer el costo del circuito se tomaron como referencia los actuales precios de los servicios ofrecidos en el distrito de Végueta (hospedaje, alimentación, transporte, entre otros). Este estudio dio como resultado que el precio sugerido para realizar el circuito turístico es de S/ 200 soles por persona. Los puntos que se tomaron en cuenta son:

- Una habitación doble con baño privado tiene un costo entre S/ 30 y S/ 40 soles.
- El desayuno fluctúa entre S/ 8 y S/ 10 soles.
- El almuerzo varía entre S/ 10 y S/ 15 soles.
- El transporte público hasta Végueta tiene un costo total aproximado de S/ 16 soles por persona, teniendo en cuenta, por ejemplo, que la empresa San Martín de Porres cobra S/ 12 soles desde Lima hasta Huacho, una vez allí se debe tomar un mototaxi hasta el paradero de los automóviles que llevan a Végueta con un costo de S/ 1.50 soles. Por último, el transporte hasta la comunidad veguetana cuesta S/ 2.50 soles.
- El precio de la entrada para el Sitio Arqueológico de Vichama es de S/ 11 soles adultos y los niños y estudiantes pagan S/ 1 sol.

Otro aspecto que se contempló para plantear cuánto costará el circuito turístico, son los precios de tours similares ofrecidos por otras agencias de turismo, por ejemplo, la agencia Viajes LM cobra S/ 118 soles por un full day que incluye la ciudadela de Caral, la Albufera de Medio Mundo y Huacho. Viajes Picaflor ofrece un full day que incluye Caral, Végueta y Huacho a un costo de S/ 89 soles. Por último, Sierra Verde Perú tiene paquetes que van desde los S/ 135 soles por

persona. Las empresas mencionadas no incluyen la alimentación ni los ingresos en sus ofertas turísticas y tampoco todos los atractivos que se buscan repotenciar.

Es importante mencionar que las capacitaciones a los prestadores de servicios y el compromiso de las autoridades son fundamentales para asegurar el éxito de los circuitos turísticos.

El desarrollo de la presente investigación ha permitido cumplir con los objetivos propuestos en el planteamiento del problema de investigación.

## **CAPÍTULO V:**

### **DISCUSIÓN**

Mucho se habla acerca del Norte del departamento de Lima, especialmente sobre su legado milenario, resaltando lugares tan impresionantes como la Ciudadela de Caral, pero no es la única, existen también distritos con gran valor cultural e histórico, con costumbres que se han mantenido a través de los años pero que son poco difundidas.

Quizás los esfuerzos solo se estén centrando en los que más recaudación económica tengan, dejando todo el peso a las autoridades de estas jurisdicciones, quienes en muchas ocasiones no cuentan con los recursos necesarios para realizar todas las obras que su comunidad necesita, teniendo que priorizar acciones.

Es, en este punto, donde el turismo puede quedar de lado, porque se necesita de inversión para poner en uso social un atractivo turístico, puesto que no solo se trata de recuperarlo para inaugurarlos en esa gestión municipal, se deben realizar también planes a largo plazo, que sean sostenibles y que beneficien a toda la comunidad.

Se ven casos también, que no existe continuidad entre los periodos municipales, se recuperan atractivos turísticos pero en el siguiente periodo se dejan de lado porque no se consideran importantes o por el simple hecho de considerarlos un gasto sin retorno. Se pudo observar, por ejemplo, que en la gestión municipal anterior (2015 – 2018) se instalaron tótems informativos en la plaza principal del distrito de Végueta, pero lamentablemente en la gestión actual no se les ha dado mantenimiento.

De acuerdo con los resultados de la investigación, Végueta es uno de los distritos que reúne todas las características para convertirse en uno de los principales focos turísticos del norte de Lima, no solo por sus atractivos, cuenta con un clima cálido, gente amable y sus principales calles aún se pueden transitar con tranquilidad. Todos esos elementos podrían convertir al distrito en una parada obligatoria para los visitantes.

Pero los esfuerzos no pueden ser aislados, se necesita el compromiso de las autoridades, la comunidad e instituciones públicas relacionadas al sector para crear mecanismos que permitan la recuperación de los atractivos y el incremento de visitantes, como, por ejemplo, el mejoramiento de accesos para discapacitados y señalización.

Además, motivar a la población a que visite sus lugares más representativos debería ser el primer paso para concientizarlos sobre la importancia del turismo en la zona, ya que, como indicaron en las entrevistas realizadas, a pesar de vivir tan cerca a ellos, no los conocen.

Por último, se debe contar con profesionales, cada uno en su sector, para conducir el circuito turístico, de esta manera se asegurará el éxito del proyecto.

## CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación se identificaron los atractivos principales del distrito de Végueta, teniendo como resultado que el de mayor recordación entre los vecinos y autoridades es la Fiesta de San Juan Bautista celebrada el 24 de junio y que la época con mayor afluencia de visitantes es la temporada de verano.

De acuerdo con el testimonio de los vecinos se comprobó que sí están conscientes de la importancia del turismo como generador de desarrollo económico y social en el distrito y, además, mostraron su interés en recibir más información sobre sus atractivos para que puedan trasmitirla a los visitantes. Por otro lado, reconocen los esfuerzos del municipio por promover el trabajo de los artesanos del lugar.

La planta turística es otro punto importante en la investigación, observándose que cada vez hay más restaurantes, más hospedajes, más tiendas, pero su crecimiento es desordenado, aún falta pensar más en el turista para poder satisfacer sus necesidades. Se deberá tomar en cuenta, por ejemplo, la implementación de pagos con tarjeta de crédito o débito para facilitar el consumo.

Falta más información por parte de las autoridades sobre los atractivos turísticos del lugar a través de sus redes sociales. Asimismo, se necesita una caseta de información turística ubicada en un lugar céntrico de la plaza principal para que absuelva las dudas de los visitantes y brinden información del lugar, sobre todo los fines de semana y en festividades importantes.

Los representantes de las áreas de turismo e imagen del municipio aclararon que en el distrito de Végueta existen otras fuentes de ingreso además del turismo, como son la pesca, la artesanía, la ganadería y la agricultura.

Es importante mencionar que el turismo receptivo creció en el distrito, sobre todo en el Sitio Arqueológico de Vichama y que esta localidad cuenta con un fácil acceso con pistas asfaltadas y señalizadas.

Finalmente, Végueta debería sentar las bases sobre la importancia del trabajo articulado entre las autoridades, la comunidad y las instituciones públicas y privadas, porque si en una localidad que está a solo tres horas de la capital del Perú encontramos estas deficiencias, es válido preguntarse cuál será la situación actual de otros distritos más alejados que no cuentan con vías de acceso ni servicios básicos.

## RECOMENDACIONES

Para lograr la sostenibilidad del circuito turístico propuesto en el presente anteproyecto, se necesita el compromiso de las autoridades, teniendo en cuenta que cada término de un periodo municipal puede traer consecuencias negativas si la gestión siguiente no tiene un real interés por continuar la dinámica turística en el distrito.

Se recomienda que la municipalidad, a través de las áreas correspondientes, realice capacitaciones periódicas a los prestadores de servicio con respecto a atención al cliente, manejo de insumos y cursos de computación que les permita facilitar su trabajo diario y ofrecer, además, un curso básico de idiomas para ampliar la posibilidad de recibir no solo turistas peruanos sino también extranjeros.

El uso de la tecnología es vital sobre todo en una localidad que necesita ser conocida, por este motivo implementar las Zonas WiFi en las áreas públicas como la plaza principal o el museo comunitario, se hace necesario para que los visitantes tengan la oportunidad de postear fotografías, estados y ubicación o simplemente buscar más información de interés.

Se debe dar prioridad a la población del distrito en las convocatorias de trabajo que se realicen, por ejemplo, para cubrir las vacantes de guías de turismo.

La gestión del patrimonio es fundamental para su conservación y preservación, por este motivo las reglas para el uso social de los atractivos deben estar claras, así se evitará una sobre población de empresas prestadoras de servicios o excesos de visitantes. Además, se debe priorizar la conservación del patrimonio sobre el ingreso económico.

Por último, la implementación de los circuitos turísticos es parte importante de la puesta en valor y deben estar en constante mantenimiento y supervisión. No se deben descuidar las rutas de acceso ni la planta turística, manteniendo un equilibrio entre la oferta y el patrimonio. Para lograrlo, la participación ciudadana y su sentido de pertenencia es clave, nadie ama ni protege lo que no conoce.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alberca, F. (2014). Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología. Lima, Perú. Recuperado el 4 de Noviembre de 2017
- Anato, M. (2016). Puesta en valor turístico del patrimonio cultural de la Guaira (Venezuela). Madrid, España. Recuperado el 3 de Noviembre de 2017, de <https://eprints.ucm.es/37161/1/T37057.pdf>
- Arriola, A. (Abril de 2003). La técnica de crear circuitos turísticos. Revista Canatur, 30. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019
- Asamblea General de las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo. (2001). Código Ético Mundial para el Turismo. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de [https://undocs.org/es/A/RES/217\(III\)](https://undocs.org/es/A/RES/217(III))
- Balderas, C. (2014). Características de la demanda de turismo de naturaleza y de aventura en Playa del Carmen. Cozumel, México. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101002.pdf>
- Boullón, R. (2005). Las Actividades Turísticas y Recreacionales: el hombre como protagonista. México. Recuperado el 31 de Marzo de 2020, de [https://www.academia.edu/40296889/R\\_oberto\\_r\\_Boull%C3%B3n\\_LAS\\_ACTIVIDADES\\_TUR%C3%8DSTICAS\\_Y\\_RECREACIONALES\\_El\\_hombre\\_como\\_protagonista](https://www.academia.edu/40296889/R_oberto_r_Boull%C3%B3n_LAS_ACTIVIDADES_TUR%C3%8DSTICAS_Y_RECREACIONALES_El_hombre_como_protagonista)
- Boullón, R. (2006). Planificación del espacio turístico. México: Trillas. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de

[http://www.academia.edu/7023645/Planificaci%C3%B3n\\_del\\_espacio\\_tur%C3%A1stico.\\_Roberto\\_Boull%C3%B3n](http://www.academia.edu/7023645/Planificaci%C3%B3n_del_espacio_tur%C3%A1stico._Roberto_Boull%C3%B3n)

Cámara Argentina de Turismo. (2019). Recuperado el 8 de Diciembre de 2019, de <http://www.camaradeturismo.org.ar/section/turismo-religioso>

Campos y Covarrubias, G., y Lule, N. (Enero de 2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 45-60.

Carreton, A. (2018). Patrimonio Inteligente. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://patrimoniointeligente.com/los-cuatro-pilares-de-la-gestion-de-patrimonio/>

Cebrián, F., y García, J. (2010). Propuesta Metodológica para la Identificación, Clasificación y Puesta en Valor de los Recursos Territoriales del Turismo Interior. La Provincia de Albacete. (U. d.-L. Mancha, Ed.) *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (54), 361-383.

Colmenares, A. (Junio de 2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Voces y Silencios: Revista Latinoamericana de Educación*, 3(1), 102-115. Recuperado el 13 de Diciembre de 2019, de <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.18175/vys3.1.2012.07>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ. (2019). *Perfil del Vacacionista Nacional 2018*. Lima. Recuperado el 7 de Marzo de 2020, de [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%202018&url=~/Uploads/perfiles\\_vacac\\_nac/1040/PERFIL%20DEL%20VACACIONISTA%20NACIONAL%202018.pdf&nombObjeto=PerfVacacionistaNac&back=/TurismoIN/sitio/P](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Vacacionista%20Nacional%202018&url=~/Uploads/perfiles_vacac_nac/1040/PERFIL%20DEL%20VACACIONISTA%20NACIONAL%202018.pdf&nombObjeto=PerfVacacionistaNac&back=/TurismoIN/sitio/P)

Comisión Europea de Turismo y Organización Mundial del Turismo - OMT. (2013). *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Madrid. Recuperado el 2 de Abril de 2019, de

<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/246-manual-productos-omt.pdf>

Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas - CONFIEP. (16 de Abril de 2019). Recuperado el 8 de Diciembre de 2019, de <https://www.confiep.org.pe/noticias/economia/turismo-en-peru/>

Cooperación Suiza – SECO, Mincetur y PromPerú. (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos (1 ed.). (F. S. Swisscontact, Ed.) Lima, Perú. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de [https://www.swisscontact.org/fileadmin/user\\_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos\\_basicos\\_para\\_la\\_gestion\\_de\\_destinos\\_turisticos.pdf](https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf)

Dulzaides, M., y Molina, A. (Marzo-Abril de 2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. ACIMED, 12(2). Obtenido de <http://eprints.rclis.org/5013/1/analisis.pdf>

EcuRed. (2019). Turismo Cultural. Recuperado el 7 de Mayo de 2019, de <https://www.ecured.cu/index.php?title=EcuRed&oldid=3580011>

Entorno Turístico. (2019). Recuperado el 10 de Diciembre de 2019, de <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>

Fernández-Posse, D., y Sánchez-Palencia, J. (2003). Puesta en Valor Social y Económico del Patrimonio Cultural y Natural. (A. Moure, Ed.) Patrimonio Cultural y Patrimonio Natural. Una reserva de futuro, 63-83. Recuperado el 14 de Febrero de 2019, de

Folgueiras-Bertomeu, P., y Sabariego-Puig, M. (2018). Investigación-acción participativa. El diseño de un diagnóstico participativo. REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 16-25.

- Freire, E. (20 de Mayo de 2019). Escuela Emprendedores by Alegra.com. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <https://escuela-emprendedores.alegra.com/ventas/que-es-un-sistema-pos-todo-lo-que-debes-saber/>
- Fuentes, A. (2016). Aproximación teórica del objeto de estudio del turismo. Siembra 3, 105–110. Recuperado el 5 de Abril de 2019, de <file:///C:/Users/rgarcia/Downloads/Dialnet-AproximacionTeoricaDelObjetoDeEstudioDelTurismo-6140336.pdf>
- Fundación de los Ferrocarriles Españoles. (Mayo de 2016). Plan de identificación, protección y puesta en valor del patrimonio histórico. 72. Recuperado el 13 de Febrero de 2019, de [https://www.ffe.es/patrimonio/pdf/Plan\\_PHCF.pdf](https://www.ffe.es/patrimonio/pdf/Plan_PHCF.pdf)
- Galán, M. (29 de Mayo de 2009). Metodología de la Investigación. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
- Gallego, J. (2012). Wiki EOI - Escuela de Organización Industrial. Recuperado el 15 de Enero de 2019, de [https://www.eoi.es/wiki/index.php/La\\_gesti%C3%B3n\\_del\\_valor\\_en\\_turismo\\_en\\_Turismo](https://www.eoi.es/wiki/index.php/La_gesti%C3%B3n_del_valor_en_turismo_en_Turismo)
- Guglielmino, M. (Diciembre de 2007). La difusión del patrimonio. Actualización y debate. e-rph Revista Electrónica de Patrimonio Histórico(1). Recuperado el 24 de Enero de 2019, de <https://revistadepatrimonio.es/index.php/erph/article/view/23/7>
- Hernández-Sampieri, R. (2014). Diseños del proceso de investigación cualitativa. En Metodología de la Investigación (Sexta ed., pp. 468-506). México. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=\\_0mOfnlgoDgC&oi=fnd&pg=PA63&dq=puesta+en+valor&ots=z7aRx2Rp9D&sig=rg9dJJwpwCcE-T97J\\_2mNYkGqIQ#v=onepage&q=puesta%20en%20valor&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=_0mOfnlgoDgC&oi=fnd&pg=PA63&dq=puesta+en+valor&ots=z7aRx2Rp9D&sig=rg9dJJwpwCcE-T97J_2mNYkGqIQ#v=onepage&q=puesta%20en%20valor&f=false)

- Ibáñez, R., y Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En Medio ambiente y política turística en México - Tomo I: Ecología, biodiversidad y desarrollo turístico (pp. 17-33). México DF, México: Instituto Nacional de Ecología. Recuperado el 11 de Abril de 2019, de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=turismo+clases&ots=iZkUUxsKif&sig=8uv00YgBk9Zgnmyvx5I97te6AtU#v=onepage&q=turismo%20clases&f=false>
- ICOMOS. (1976). Carta de Turismo Cultural. Recuperado el 7 de Mayo de 2019, de <https://ipce.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:7bec1917-8752-4444-ab46-d7e0add3edad/1976-carta-turismo-cultural-bruselas.pdf>
- ICOMOS. (1999). CARTA INTERNACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. Recuperado el 7 de Mayo de 2019, de [https://www.icomos.org/charters/tourism\\_sp.pdf](https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf)
- Instituto Nacional de Cultura. (2007). Documentos Fundamentales para el Patrimonio Cultural (1 ed.). Lima, Perú. Recuperado el 24 de Enero de 2019, de <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivosadjuntos/2013/05/iiidocumentosfundamentales.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). Directorio Nacional de Censos Poblados 2017. Tomo 4, INEI, Lima, Lima. Recuperado el 27 de Enero de 2019, de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1541/tomo4.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1541/tomo4.pdf)
- Iranzo, E., Antequera, M., y Hermosilla, J. (2010). Identificación, Evaluación y Puesta en Valor de un Patrimonio Hidráulico Singular: Las galerías drenantes de la cuenca del Júcar. *Investigaciones Geográficas* (53), 125-143. Recuperado el 14 de Febrero de

2019, de file:///C:/Users/rgarcia/Downloads/Dialnet-IdentificacionEvaluacionYPuestaEnValorDeUnPatrimon-3835442.pdf

Ledhesma, M. (2016). Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales. Buenos Aires, Argentina. Recuperado el 8 de Diciembre de 2019

Luzardo, M. (2014). Potencialidades y Estrategias para la Puesta en Valor Turístico del Frente de Agua y Casco Histórico de Los Puertos de Altagracia (Venezuela). Málaga, España. Recuperado el 4 de Noviembre de 2017, de [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/7778/TDR\\_LUZARDO\\_PADRON.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/7778/TDR_LUZARDO_PADRON.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mallor, E., González-Gallarza, M., y Fayos, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11(2), 269-284. Recuperado el 06 de Mayo de 2019, de [http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/11213/PS0213_01.pdf)

Mantero, J. (2004). Desarrollo local y Actividad turística. Aportes y Transferencias, 1, 11-38. Recuperado el 31 de Enero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/276/27600802.pdf>

Marti, J. (2002). La Investigación - Acción Participativa. Estructura y Fases. 1-27.

Martínez, V. (Julio de 2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. Arbor, 193(785). Recuperado el 8 de Diciembre de 2019, de <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Martínez, V., y Blanco, R. (Junio de 2013). Hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas en los espacios rurales y naturales. Revista Internacional de Organizaciones (10), 131-155. Recuperado el 27 de Marzo de 2020, de [http://www.revista-rio.org/index.php/revista\\_rio/article/view/126/pdf](http://www.revista-rio.org/index.php/revista_rio/article/view/126/pdf)

- Martorell, A. (Diciembre de 2012). Itinerarios Culturales: Una herramienta para el desarrollo turístico sostenible. *Turismo y Patrimonio* (7), 55-64. Recuperado el 31 de Marzo de 2020, de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/67/61>
- Mendoza, A. (2015). La puesta en valor de la Huaca Pucllana y su repercusión en la conciencia turística de la comunidad de Miraflores. Lima, Perú. Recuperado el 3 de Noviembre de 2017, de [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/2025/mendoza\\_ca.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/2025/mendoza_ca.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2012). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Lima. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Lima: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico. Recuperado el 2 de Abril de 2019, de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Julio de 2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025 - PENTUR, 159. Recuperado el 8 de Diciembre de 2019, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf)

- Ministerio de Economía y Finanzas. (2011). Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Lima. Recuperado el 21 de Diciembre de 2019, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos\\_inversion\\_publica/instrumentos\\_metodologicos/Guia\\_Turismo\\_capitulo1.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf)
- Monterrubio, J. (Junio de 2009). La comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística*, 11, 101-111. Recuperado el 31 de Marzo de 2020, de [https://www.researchgate.net/publication/46387878\\_Comunidad\\_receptora\\_elemento\\_esencial\\_en\\_la\\_gestion\\_turistica](https://www.researchgate.net/publication/46387878_Comunidad_receptora_elemento_esencial_en_la_gestion_turistica)
- Morère, N., y Perelló, S. (2013). Turismo Cultural. Patrimonio, Museos y Empleabilidad. Madrid: Fundación EOI. Escuela de Organización Industrial. Recuperado el 6 de Mayo de 2019, de [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI\\_TurismoCultural\\_2013.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf)
- Morillo, M. (Enero - Junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial* (1), 135-158. Recuperado el 10 de Abril de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Munarriz, B. (1992). Técnicas y métodos en Investigación cualitativa. Metodología educativa I. Xornadas de Metodoloxía de Investigación Educativa, 101-116.
- Museos Comunitarios de América. (2020). Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <https://www.museoscomunitarios.org/que-es>
- Nazar, D., Dulout, L., y Rodríguez, M. (2013). Puesta en valor y manejo integral del patrimonio. La problemática socio-ambiental del Parque Arqueológico Provincial La Tunita, Sierra de Ancasti (Catamarca, Argentina). *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy* (44), 153-173.

- Orellana, D., y Sánchez, M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la Investigación Cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*, 24(1), 205-222.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo*. Francia. Recuperado el 20 de Mayo de 2019
- Organización Mundial de Turismo - OMT. (2019). Recuperado el 4 de Abril de 2019, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. Madrid. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284406005>
- Ortiz Arellano, E. (15 de Diciembre de 2013). Epistemología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa: Paradigmas y Objetivos. *Revista de Claseshistoria*, 23.
- Palacios, A., e Hidalgo, C. (Julio - Diciembre de 2009). Una aproximación al concepto de puesta en valor turística del patrimonio industrial. *Terr@Plural*, 3(2), 174. Recuperado el 01 de Febrero de 2019, de <http://www.revistas2.uepg.br/index.php/tp/article/view/1194/925>
- Peña, T., y Pirela, J. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, cultura y sociedad: revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, 55-81.
- Pérez, J., y Merino, M. (2018). *Definición.de*. Recuperado el 31 de Marzo de 2020, de <https://definicion.de/blog/>
- Pinassi, C., y Ercolani, P. (Noviembre de 2012). Turismo Cultural en el Centro Histórico de Bahía Blanca (Argentina). *Análisis y propuestas para su desarrollo turístico-recreativo. Turismo y Sociedad*, 13, 145-169. Recuperado el 8 de Diciembre de

2019,

de

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3396/3083>

Quesada, R. (2007). Elementos del Turismo. San José, Costa Rica.

Richards, G. (1996). Cultural tourism in Europe. Oxford. Recuperado el 4 de Abril de 2019, de [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF)

Robles, J. (8 de Octubre de 2001). Turismo Religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. Biblio 3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales (316). Recuperado el 8 de Diciembre de 2019, de <http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/mcheca/GEOPATRIMONIO/LECTURA3J.pdf>

Rodríguez, S., Castañeda, M., y Rojo, S. (Mayo de 2015). La Puesta en Valor del Patrimonio Arquitectónico en los Pueblos Mágicos Sinaloenses. Topofilia - Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios, 5(1). Recuperado el 13 de Febrero de 2019, de [http://148.228.173.140/topofilia/assets/ccme\\_rgsc\\_rgs.pdf](http://148.228.173.140/topofilia/assets/ccme_rgsc_rgs.pdf)

Rojas, J. (17 de Noviembre de 2017). Turismo: La importancia de la puesta en valor y acondicionamiento previo del destino turístico. Recuperado el 13 de Enero de 2019, de <https://undiario.pe/blogs/voces/2017/11/17/turismo-la-importancia-de-la-puesta-en-valor-y-acondicionamiento-previo-del-destino-turistico>

Romero, A. (9 de Julio de 2015). Arqueoturismo, patrimonio arqueológico como recurso turístico. (Turismo Sostenible) Recuperado el 9 de Diciembre de 2019, de <https://www.ruralempresarial.com/arqueoturismo/>

Ruedas, M., Ríos, M., y Nieves, F. (2007). Epistemología de la Investigación Cualitativa. Educere (13), 627-635.

- Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo. Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 12 de Febrero de 2019, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Sandin, M. (2003). Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y Tradiciones. Madrid. Recuperado el 30 de Noviembre de 2018, de <http://www.ditso.cunoc.edu.gt/articulos/80a0fe6f70c362a18b808b41699fc9bd62447d62.pdf>
- Secretaría de Fomento Turístico. (2019). Recuperado el 9 de Diciembre de 2019, de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/ver/turismo-de-naturaleza>
- Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. (2019). Diseño de Rutas Turísticas. Colombia. Recuperado el 15 de Diciembre de 2019, de <https://studylib.es/doc/5559676/dise%C3%B1o-de-rutas-dise%C3%B1o-de-rutas>
- Solis, I. (2003). Monografias.com. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de <https://www.monografias.com/trabajos14/analisisdocum/analisisdocum.shtml>
- Tagenca, J., y Vega, M. (ENE-JUN de 2012). Técnicas de Investigación social. Las entrevistas abierta y semidirectiva. Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, Nueva Época, 1(1), 60.
- Torres, E. (Noviembre de 2006). Rutas culturales. Recurso, destino y producto turístico. PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico (60), 84-97. Recuperado el 15 de Febrero de 2019, de <file:///C:/Users/rgarcia/Downloads/2259-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2259-1-10-20130122.pdf>
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 4(2), 175-182.
- Tresserras, J. (Octubre de 2004). El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico. Gestión Cultural Nº 9: Turismo

Arqueológico. Recuperado el 9 de Diciembre de 2019, de <http://www.gestioncultural.org/boletin/pdf/Arqueoturismo/JJuan.pdf>

Trindade, V. (2017). X JIDEEP - Jornadas de Investigación, Docencia, Extensión y Ejercicio Profesional. La entrevista no estructurada en investigación cualitativa: una experiencia de campo. La Plata, Argentina. Recuperado el 10 de Noviembre de 2018, de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/64407/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/64407/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Turismo.pe. (2019). Recuperado el 27 de Enero de 2019, de <https://turismo.pe/naturaleza/islas/isla-don-martin.htm>

Turismo.pe. (2019). Recuperado el 9 de Diciembre de 2019, de <https://turismo.pe/naturaleza/area-de-conservacion-regional/albufera-de-medio-mundo.htm>

Vargas, I. (Mayo de 2012). La Entrevista en la Investigación Cualitativa: Nuevas Tendencias Y Retos. Revista Calidad en la Educación Superior, 3(1), 119-139.

Velasco, M. (Enero-Junio de 2009). Gestión Turística del Patrimonio Cultural: Enfoques para un desarrollo. Cuadernos de Turismo (23), 237-253. Recuperado el 8 de enero de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874012>

## **ANEXOS**

**ANEXO N° 1: ENTREVISTA A SUBGERENTE DE TURISMO Y PROMOCIÓN  
EMPRESARIAL DE LA MUNICIPALIDAD DE VÉGUETA**

Nombres y Apellidos: Luis Enrique Bonatti Pajuelo

Cargo: Subgerente de Turismo y Promoción Empresarial

Institución: Municipalidad Distrital de Végueta

Lugar: Végueta

Fecha: 05/12/2019

1. ¿Considera al turismo como una de las principales fuentes de recaudación del distrito o existen otras actividades que generen mayores ingresos?
2. ¿La municipalidad cuenta actualmente con un plan integral para el desarrollo del turismo en el distrito?
3. ¿La municipalidad tiene identificados sus atractivos turísticos? Si es así, ¿cuenta con planes para incrementar su visita?
4. ¿Cuál es el atractivo que menos se está explotando y por qué?
5. ¿Considera que el turismo receptivo ha crecido en el distrito?
6. ¿Cuáles son los tipos de turismo que se pueden realizar en Végueta?
7. ¿Cuentan con estadísticas de cuáles son los atractivos o festividades más visitadas
8. ¿La municipalidad ofrece rutas culturales para visitar los atractivos del distrito? Si la respuesta es sí ¿cuáles son las acciones que está tomando para promoverlos?

9. Teniendo en cuenta que la afluencia de visitantes se incrementa durante los fines de semana y feriados, ¿cómo manejan la distribución de información sobre sus atractivos? ¿Tienen material impreso, caseta de información turística, etc.?
10. ¿Se está realizando un trabajo de concientización con los vecinos y asociaciones de artesanos del distrito sobre la importancia del turismo como actividad generadora de desarrollo económico y social?  
¿Existen programas de capacitación a los vecinos que tienen restaurantes, hospedajes o tiendas, además de las asociaciones de artesanos, sobre atención del servicio al cliente o manejo de insumos? Si la respuesta es NO ¿han considera organizarlos?
11. ¿Trabajan con agencias de turismo para que éstas incluyan todos los atractivos en sus circuitos?
12. Si un turista desea visitar Végueta ¿cuáles son los canales donde pueden acceder a esta información?

**ANEXO N° 2: ENTREVISTA A SUBGERENTE DE IMAGEN INSTITUCIONAL Y  
PROTOCOLO DE LA MUNICIPALIDAD DE VÉGUETA**

Nombres y Apellidos: Antonio Vega Samanamud

Cargo: Sub Gerente de Imagen Institucional y Protocolo

Institución: Municipalidad Distrital de Végueta

Lugar: Végueta

Fecha: 09/12/2019

1. ¿En la actualidad las autoridades municipales realizan acciones para posicionar a Végueta como un distrito turístico?
2. Ante el incremento de pobladores en el distrito ¿qué acciones realiza la municipalidad para garantizar su seguridad?
3. ¿Se realizan inspecciones en los negocios, sobre todo en los restaurantes y hospedajes, sobre sus instalaciones y el tipo de servicio que ofrecen?
4. En estos últimos cinco años ¿qué proyectos se han realizado para mejorar la infraestructura de las áreas públicas? Y ¿cuáles son los proyectos a futuro?
5. Sobre la Isla Don Martín, ¿se están tomando algunas acciones para ponerla en uso turístico todo el año, uniéndolo a otros atractivos como el Museo Comunitario o el Sitio Arqueológico de Vichama?
6. Las playas son sin duda lo que más atrae a los visitantes en temporada de verano, ¿qué acciones está tomando la municipalidad teniendo en cuenta

que la mayoría de ellas en la actualidad no pueden ser usadas por los bañistas ante el incremento de piedras en las orillas?

7. ¿Cuáles son los medios de comunicación más activos donde los vecinos y visitantes pueden obtener información del distrito, como lugares de interés, precios y horarios de los sitios arqueológicos, entre otros?
8. Con respecto a los negocios, se observó que ninguno de ellos cuenta con medios de pago alternativos como POS para facilitar el consumo de los visitantes. ¿Se ha considerado motivarlos para que los implementen o en todo caso coordinar con las entidades financieras para que pongan cajeros automáticos?
9. En su opinión ¿cuáles son los atractivos turísticos más reconocidos del distrito?

### ANEXO N° 3: ENTREVISTA A ARTESANA DEL DISTRITO DE VÉGUETA

Nombres y Apellidos: Lidia Anabel Palma Medina

Cargo / Función / Asociación: Artesana del Distrito de Végueta

Lugar: Végueta

Fecha: 05/12/2019

Sexo:

 M F

Edad: 36 años

1. ¿Qué entiende por el significado de Turismo?
2. ¿Considera que el Turismo contribuye al desarrollo económico y social de una localidad?
3. ¿Considera que se ha incrementado la visita de turistas al distrito de Végueta? Si es así ¿Usted se siente beneficiado/a con estas visitas?
4. ¿Cuál es su rubro de negocio y cuánto tiempo tiene dedicada a él?
5. ¿Cómo vende sus productos, en una tienda, en ferias, etc.?
6. ¿Cuáles son las fechas o épocas del año que hay un incremento en las ventas?
7. ¿Qué temporada considera la más atractiva para los visitantes?
8. ¿Usted forma parte de un circuito turístico o vende sus productos de manera independiente? En caso sea NO ¿le interesaría ser incluido/a dentro de un circuito?

9. ¿Considera que la municipalidad difunde las artesanías del distrito de manera adecuada?
10. ¿Le interesaría participar en capacitaciones sobre servicio al cliente?
11. En relación con el turismo en el distrito ¿considera que Végueta cuenta con atractivos turísticos?
12. Si su respuesta en Sí ¿cuáles son los que recuerda?
13. ¿Ha visitado alguna vez alguno de estos lugares?
14. ¿Cuál considera el atractivo turístico o festividad más importante de Végueta?

**ANEXO N° 4: ENTREVISTA A VECINOS QUE HABITAN EN EL CENTRO DEL  
DISTRITO DE VÉGUETA**

Nombres y Apellidos:

Ocupación:

Lugar:

Fecha:

Sexo:

 M F

Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Considera que el distrito de Végueta cuenta con atractivos turísticos?
2. Si su respuesta es Sí ¿cuáles son los que recuerda?
3. ¿Ha visitado alguna vez alguno de estos lugares?
4. ¿Cuál considera el atractivo turístico o festividad más importante de Végueta?
5. ¿Considera que la presencia de turistas genera ingresos económicos al distrito?
6. ¿Qué temporada considera la más atractiva para los visitantes?
7. En caso tenga un negocio en la actualidad ¿le interesaría participar en capacitaciones sobre cómo atender a los clientes adecuadamente?
8. ¿Le interesaría recibir información sobre el estado actual de los atractivos turísticos de Végueta para compartirla con los visitantes?

9. ¿Considera que hay un aumento de inseguridad en el distrito? ¿Todavía es seguro transitar por sus calles?

**ANEXO N° 5: FICHA DE OBSERVACIÓN PARA EVALUAR LA SITUACIÓN  
ACTUAL DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN EL CENTRO DEL DISTRITO  
DE VÉGUETA**

TIPO DE SERVICIO:

Hospedaje

Restaurante

Tienda

Señalización

Servicios Públicos

Instituciones públicas o privadas


Nombre: .....

Ubicación: .....

Fecha: .....

Hora: .....

Características identificadas:

.....

.....

.....

.....

**ANEXO N° 6: FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL**

Nombre del documento	
Tipo de documento	
Autor / Autor corporativo	
Fecha de revisión y/o recuperación	
Ubicación del documento	
Descripción de la información	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	