



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

**GESTIÓN DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y LA  
SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA COMUNIDAD DE JANAC  
CHUQUIBAMBA DISTRITO DE LAMAY PROVINCIA DE CALCA,**

**2018**

**PRESENTADA POR  
ERICA CARMEN MENDOZA LOAYZA**

**ASESOR  
CLETO DE LA TORRE DUEÑAS**

**TESIS  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN GESTIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**LIMA – PERÚ**

**2018**



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

La autora 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 PSICOLOGIA  
SECCIÓN DE POSGRADO DE TURISMO Y HOTELERIA**

**GESTIÓN DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y LA  
SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN LA COMUNIDAD DE JANAC  
CHUQUIBAMBA DISTRITO DE LAMAY PROVINCIA DE CALCA,  
2018**

**PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**PRESENTADO POR:  
ERICA CARMEN MENDOZA LOAYZA**

**ASESOR:  
Dr. CLETO DE LA TORRE DUEÑAS**

**LIMA, PERÚ  
2018**

## **DEDICATORIA**

Con amor y admiración, a mis tesoros, lo más hermoso que Dios me regalo mis padres Emeterio y Carmen, por su apoyo indesmayable para lograr mis objetivos y orientación constante en todas las etapas de mi vida, cuanta admiración siento por ustedes.

A mis adorados hermanos Iván, Pamela, Gabriela y Cesar por su apoyo incondicional y alentarme en el logro de mis objetivos, los amo.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento especial a mi asesor Dr. Cleto de la Torre Dueñas, a los comuneros de la comunidad Janac Chuquibamba por las facilidades y su calidez humana, así mismo a la Asociación la tierra de los Yachaqs y a cada uno de los expertos y personas que aportaron su conocimiento y experiencia para la realización de la presente investigación.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO .....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
ÍNDICE DE FOTOS .....	11
RESUMEN .....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
Descripción de la situación problemática.....	15
Formulación del problema .....	18
Problema general.....	18
Problemas específicos .....	18
Objetivos de la investigación .....	19
Objetivo General.....	19
Objetivos específicos .....	19
Justificación de la investigación.....	19
Limitaciones del estudio.....	20
Viabilidad del estudio .....	21
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	22
1. Antecedentes.....	22
1.1 Antecedentes nacionales.....	22
1.1.2 Antecedentes internacionales.....	25
1.1.3. Antecedentes locales .....	27
1.2 Bases teóricas.....	28
1.2.1 Turismo.....	28

1.2.1.1	Definición de Turismo.....	28
1.2.1.2	Tipos De Turismo .....	29
1.2.1.3	El turismo rural comunitario (TRC) .....	32
1.2.2	Gestión .....	36
1.2.2.1	Concepto de Gestión.....	36
1.2.2.2	Las Funciones de la Gestión.....	38
1.2.2.4	El Modelo de Gestión Turística .....	40
1.2.3	Satisfacción .....	44
1.2.3.1	Conceptos de Satisfacción .....	44
1.2.3.2	El Modelo Serqual y Servperf de Satisfacción.....	46
1.3	Formulación de hipótesis .....	48
1.3.1	Hipótesis general .....	48
1.3.2	Hipótesis específicas .....	48
1.4	Variables e indicadores .....	48
1.4.1	Variable independiente .....	48
1.4.2	Variable dependiente.....	48
1.4.3	Operacionalización de variables .....	49
1.5	Definición conceptual .....	50
CAPITULO II: METODOLOGÍA.....		54
2.1.	Metodología.....	54
2.1.1	Enfoque de la investigación .....	54
2.1.2.	Nivel de la investigación .....	54
2.1.3.	Tipo de investigación.....	55
2.1.4.	Diseño del método de investigación.....	55
2.2.	Técnicas de investigación .....	56

2.2.1. Descripción de las técnicas .....	56
2.2.2. Instrumentos de investigación .....	57
2.3. Población y muestra .....	59
2.3.1. Población o universo de la investigación.....	59
2.3.2. Muestra .....	59
2.4. Técnicas para el análisis de datos .....	60
2.4.1. Validez y confiabilidad .....	61
CAPITULO III. RESULTADOS .....	63
3.1. Presentación de Resultados.....	63
3.2. Generalidades de la comunidad .....	64
3.2.1 Situación Actual del distrito de Lamay .....	64
3.2.2 Población .....	65
3.2.3 Características de oferta turística de la comunidad Janac Chuquibamba .....	68
3.3 Comportamiento de la oferta en el año 2017 .....	72
3.4. Resultados de la Gestión de Turismo Comunitario .....	73
3.4.1. Resultados de la gestión de turismo comunitario desde la percepción de los comuneros de la comunidad de Janac – Chuquibamba por dimensiones	73
3.4.2. Resultados de la gestión del turismo comunitario desde el enfoque del turista .....	77
3.4.3. Resultados por dimensiones de la gestión desde el enfoque del turista sobre la planificación .....	78
3.5. Satisfacción de los turistas .....	84
3.5.1. Resultados generales de la satisfacción.....	84
3.6. Satisfacción de los turistas por dimensión.....	85



3.7. Entre la gestión del turismo y la satisfacción del turista.....	93
CAPITULO IV. PROPUESTA .....	99
4.1. Propuesta de señalización.....	99
4.2. Propuesta de coordinación con gobiernos locales.....	101
CAPITULO V. DISCUSIÓN, CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	102
5.1 Discusión de los resultados .....	102
ANEXOS .....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	49
Tabla 2 Instrumento de puntaje Gestión del turismo rural comunitario.....	58
Tabla 3 Instrumento de puntaje Satisfacción del turista. ....	58
Tabla 4 Plan de análisis de datos.....	60
Tabla 5 Validez.....	61
Tabla 6 Interpretación del Coeficiente de confiabilidad.....	62
Tabla 7 Resultados de alfa de Cronbach .....	62
Tabla 8 Población y Superficie a nivel del Distrito de Lamay.....	65
Tabla 9 Nro. de turistas que visitan la comunidad.....	72
Tabla 10 Numero de agencias que desarrollan la actividad en la comunidad .....	72
Tabla 11 Gestión de la planificación.....	73
Tabla 12 Gestión del desarrollo económico .....	74
Tabla 13 La gestión de la inversión y proyectos.....	75
Tabla 14 Gestión del Mercadeo .....	76
Tabla 15 Gestión del turismo comunitario .....	77
Tabla 16 Gestión de la planificación.....	78
Tabla 17 Gestión del desarrollo Socio Económico .....	80
Tabla 18 La gestión de la inversión de los proyectos.....	82
Tabla 19 La gestión del mercadeo .....	83
Tabla 20 Resultados generales de la satisfacción de los turistas .....	84
Tabla 21 La satisfacción de la tangibilidad.....	86
Tabla 22 La fiabilidad de la satisfacción.....	87
Tabla 23 La satisfacción en la capacidad de respuesta .....	88

Tabla 24 Satisfacción en la Seguridad .....	90
Tabla 25 La satisfacción en la empatía .....	92
Tabla 26 Relaciones de significancia .....	93
Tabla 27 Relación entre la planificación y satisfacción del turista .....	94
Tabla 28 Desarrollo socio - económico y satisfacción del turista .....	95
Tabla 29 Relación entre la inversión y proyectos y satisfacción del turista .....	96
Tabla 30 Relación entre mercadeo y proyectos y satisfacción del turista .....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1 Modelo de coordinación de la gestión turística de Ormez Vazquez .....	41
Gráfico 2 Mapas del distrito de Lamay .....	64
Gráfico 3 Gestión de la planificación .....	73
Gráfico 4 Gestión del desarrollo económico.....	74
Gráfico 5 La gestión de la inversión y proyectos .....	75
Gráfico 6 Gestión del Mercadeo.....	76
Gráfico 7 Gestión del turismo comunitario .....	77
Gráfico 8 Gestión de la planificación .....	78
Gráfico 9 Gestión del desarrollo Socio Económico .....	80
Gráfico 10 La gestión de la inversión de los proyectos .....	82
Gráfico 11 La gestión del mercadeo.....	83
Gráfico 12 Resultados generales de la satisfacción de los turistas.....	85
Gráfico 13 La satisfacción de la tangibilidad .....	86
Gráfico 14 La fiabilidad de la satisfacción .....	87
Gráfico 15 La satisfacción en la capacidad de respuesta .....	89
Gráfico 16 Satisfacción en la Seguridad .....	91
Gráfico 17 La satisfacción en la empatía .....	92

## ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1 Actividades de agroturismo .....	69
Foto 2 Caminata la ruta de la achupalla .....	69
Foto 3 Demostración de cocina .....	70
Foto 4 Crianza del cuy .....	70
Foto 5 Elaboración de la chicha .....	70
Foto 6 Demostración de elaboración de adobes .....	71
Foto 7 Yunsada .....	71

## RESUMEN

El presente trabajo tiene por finalidad determinar, la relación entre la gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca 2018. El estudio es correlacional, con un enfoque cuantitativo. La técnica de investigación empleada en este estudio es la encuesta y el instrumento el cuestionario, referido a gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas son:

Los resultados del estudio demuestran que el 80.1% de los turistas que visitan la comunidad Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca en el año 2018, perciben que la gestión del turismo rural comunitario es regular, en cambio el 16,9% afirma que es buena. Por otro lado, el 94,6 % de los turistas que visitan la comunidad se sienten satisfechos con los servicios turísticos de la comunidad y solo el 5,4% se sienten insatisfechos.

Al 95% de confianza de la prueba chi-cuadrado se concluye que existe relación directa y significativa entre las variables gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018 ( $p\text{-valor}=0,000<0,05$ ). La satisfacción de turistas depende directamente en un 30% de la gestión turística en la comunidad.

**Palabras de claves:** Gestión del turismo rural comunitario, satisfacción de turistas

## ABSTRACT

The current work has the purpose of establishing the relationship between the management of the communal rural tourism and the satisfaction of the tourists in the community of Janac Chuquibamba of the district of Lamay in the province of Calca in 2018. The study is correlational with a quantitative approach. The investigation's technique used for this study is the survey and the instrument used is the questionnaire for data collection.

The findings of the study show that an 80.1% of tourists who come to the community of Janac Chuquibamba in the District of Lamay in the province of Calca in 2018 feel that the management of the communal rural tourism is just average while there is a 16.9% who state that such management is good. Meanwhile 94.6% of tourists who visit the community are satisfied with the services provided by the community for the tourist and only a 5.4% of them is unsatisfied.

There is a 95% of credibility using the Chi-squared test where we can state as a conclusion that there is a direct and meaningful relationship between the management of the rural communal tourism and the satisfaction of the tourists in the community Jana Chuquibamba in the district of Lamay, province of Calca, 2018 ( $p\text{-valor}=0,000<0,05$ ). The satisfaction depends directly in a 30% of the tourism management in the community.

**Key Words:** Communal Rural Management and Satisfaction of Tourists.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica de suma importancia para el desarrollo en el país, dentro de lo cual la Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible son de vital significancia para el desarrollo del turismo responsable y esta se encuentra enmarcada en la Ley N° 28245, con (Decreto Supremo N° 008-2005- PCM), política de estado N Política de Estado N° 19 normas que son el sostén y fortalecimiento para el desarrollo.

Desde 1997, El Consejo Nacional del Ambiente (CONAM), “ha reconocido el impacto económico, social y ambiental del turismo, por ello, promueve en el país su requerimiento de sostenibilidad, en especial en su relación con el uso adecuado de la diversidad” (Salas y Chávez, 2001, p.1). Así mismo, esta actividad origina en los visitantes una experiencia única, original, participativa y en un área rural, al mismo tiempo incentiva una mejor utilización y valoración del patrimonio natural, cultural y arquitectónico encaminado hacia una revalorización de lo tradicional, autóctono y un interés por el medio ambiente.

Por otro lado, en estos últimos años se ha estado desarrollando el turismo rural comunitario que tiene como escenario para el desarrollo de sus actividades turísticas el medio rural y que está direccionado a segmentos de turistas con demandas muy definidas, particulares y específicas (Blanco, 2008, p.5). Actualmente el turismo rural comunitario es una actividades que puede contribuir a mitigar las dificultades que tantos países, regiones y distritos afrontan en los últimos tiempos tales como la exclusión social, económica, deterioro del medio ambiente, la explotación desmedida de los recursos naturales y la pérdida de identidad cultural de las poblaciones rurales debido que esta actividad representa



una de las principales fuentes de ingresos por las particularidades y peculiaridades que tiene para muchos países en desarrollo. (Mincetur, 2008).

### **Descripción de la situación problemática**

La actividad turística en el mundo es de mucha importancia para los países, y principalmente para los países en desarrollo debido que representa una de las primordiales fuentes de ingresos económicos, sin embargo, no logra disminuir la brecha de pobreza en diversos casos por la falta de apoyo, asesoría y monitoreo en la estructuración y organización de la oferta de las actividades turísticas en las comunidades rurales.

El Perú es un país que posee como uno de sus primordiales ejes económicos al turismo, teniendo diversas regiones en las que su principal ingreso económico está determinado por el turismo, así como todos los servicios colaterales que esta actividad genera, dinamizando la economía de una población, sin embargo, se observa deficiencias en la organización de los servicios principalmente en algunas comunidades rurales.

El Cusco, es uno de los departamentos considerado como principal destino turístico en Perú y a nivel mundial, su principal eje económico es la actividad turística y los servicios colaterales que esta genera como hospedaje, restaurantes, transporte, servicio de guía, entre otros, estos servicios definen su mercado de acuerdo al tipo de turista que visita la ciudad, entre ellos hay un segmento muy interesado en el turismo rural comunitario por las peculiaridades y particularidades de esta actividad, que busca experiencias únicas, dentro de los términos de desarrollo sostenible.

Dentro de este contexto se sitúa el Distrito de Lamay ubicado en la provincia de Calca, a 18 km de la ciudad del Cusco que alberga a la comunidad de Janac -

Chuquibamba, esta comunidad cuenta con escenarios para diversos tipos de turismo, entre ellos, el turismo rural comunitario, actividad que va desarrollándose en diferentes zonas de la comunidad y presenta una serie de actividades turísticas autóctonas, vinculadas a los espacios rurales y el contacto con la naturaleza, en donde el interés principal del turista es la valoración de los modos tradicionales de vida, la originalidad de las costumbres del lugar, el folklore de la zona y muchos atributos autóctonos.

Actualmente dicha comunidad cuenta con 76 familias, con un total de 302 comuneros entre adultos y niños, su economía se desarrolla de forma frecuente por medio de actividades como la agricultura, ganadería y el turismo rural comunitario.

Las viviendas están caracterizadas por construcciones originales de adobe rodeada por la hermosa naturaleza con impresionantes cerros como parte de su atractivo rural, sus construcciones están en total armonía con el paisaje natural y no hay edificaciones que salgan de los parámetros rurales naturales que caracteriza a la población, así mismo, cuentan con angostos caminos de herradura que en general representan el atractivo turístico rural, con escenarios naturales y culturales, del mismo modo posee un legado de historias, leyendas, practicas ancestrales, rituales a nivel de la comunidad que representan el orgullo del poblador, los cuales son transmitido de generación en generación y estos deben ser aprovechados en beneficio de la comunidad.

El turismo rural comunitario como actividad económica se ha desarrollado de forma primigenia y precaria logrando un margen de ingresos económicos tras la visita de turistas que llegan a la comunidad de Janac Chuquibamba a contemplar los atractivos turísticos y participar de las actividades turísticas propios y oriundos de la comunidad y principalmente las manifestaciones tradicionales de los pobladores,

su día a día, quienes efectúan una serie de presentaciones a los visitantes, sin embargo, la frecuencia de los visitantes a esta comunidad es baja en referencia a otras comunidades mejor organizadas que ofrecen el mismo tipo de turismo, es posible percibir un gran número de problemas como la falta de organización, de promoción, una débil capacitación de los pobladores, la falta del acondicionamiento adecuado de servicios complementarios como; restaurantes, y servicios de hospedaje, además de una evidente baja calidad en el servicio que impiden una cómoda estadía de mayor duración, generando obviamente un débil y limitado crecimiento del turismo rural en dicha comunidad en general.

Estos factores descritos anteriormente en conjunto reflejan una evidente falta de gestión turística por parte de los comuneros, caracterizado por el entusiasmo e intuición con una débil capacitación o asistencia profesional y sin el monitoreo adecuado de las actividades turísticas que desarrollan, lamentablemente no han generado el desarrollo adecuado del turismo en la zona. Toda esta problemática ha dado como resultado la reducción de la afluencia de turistas y de las agencias de viaje y en la actualidad la cifra de visitantes por mes es de 45 a 55 en temporada alta. Como consecuencia de esta falta de gestión, los ingresos económicos que los pobladores perciben por turismo se han visto reducidos, aun así, dicha actividad se viene realizando esporádicamente sin lograr una mejoría significativa.

De seguir así el comportamiento de la actividad del turismo rural comunitario en la comunidad de Janac Chuquibamba realizada bajo una gestión mayoritariamente empírica, se traducirá en un estancamiento de la actividad, poniendo en riesgo el potencial turístico existente, mejora de su economía y oportunidades nuevas de inversión. Considerando que el desarrollo de la actividad de turismo comunitario rural, se da bajo los principios de la sustentabilidad económica para la mejora de

las condiciones de vida y de trabajo de los comuneros de las zonas rurales, que cuentan con la posibilidad de recibir visitantes y que representa un crecimiento económico para la población, que ha logrado organizarse adecuadamente y cumplir con las formalidades del caso, se requiere que el desarrollo turístico se sostenga en un marco planificado económico y social, lo cual se logra por medio de la gestión adecuada de esta actividad.

Por lo tanto, el presente trabajo busca analizar la gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción del turista, para luego proponer acciones en base a los resultados obtenidos que beneficie a la comunidad Janac Chuquibamba motivo por el cual se realiza el presente trabajo.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Existe relación entre la gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de los turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018?

### **Problemas específicos**

¿Cuál es la oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca?

¿Cómo es la gestión del turismo rural comunitario en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca?

¿Cuál es la escala de satisfacción de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

Determinar la relación entre la gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca 2018

### **Objetivos específicos**

Analizar la oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca

Establecer la gestión de turismo comunitario de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca.

Describir la escala de satisfacción de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca.

## **Justificación de la investigación**

El presente trabajo permitirá realizar un diagnóstico de la gestión del turismo rural comunitario en la comunidad de Janac Chuquibamba y de la satisfacción de los turistas, en base a estas se realizará propuestas para mejorar la actividad turística que desarrollan.

El Turismo Rural Comunitario sostenible es una oportunidad de desarrollo para las pequeñas comunidades , de acuerdo a Cortés (2009) se requiere de “un alto contenido de mano de obra, por lo cual, genera una gran cantidad de empleos, tanto directa como indirectamente. Todo ello contribuye a un crecimiento en la captación de impuestos que redundan en beneficios para la localidad”.

El estudio es de vital importancia puesto que muchas familias de la comunidad dependen económicamente de esta actividad, el presente trabajo contribuye por

medio de la información a consolidar esta actividad económica a favor de la comunidad en estudio.

Así mismo, considerando la pérdida de identidad cultural, causadas en parte por una falta de concientización del sector turístico, ha llevado en los últimos años a una progresiva degradación del medio social, no sólo ha dado lugar a una corriente específica de turismo, sino también a la necesidad de que las instalaciones, productos y destinos turísticos tengan en su concepción y desarrollo componentes, sociales, culturales y económicos que cada vez se identifican más con la calidad turística.

El proceso de investigación contribuye al análisis de las capacidades de gestión, así como identificar el nivel de satisfacción de los turistas y determinar como la relación entre ambos genera mejores resultados.

Este trabajo alienta a la comunidad a realizar mejoras en su servicio, así como asumir un compromiso de respeto, valoración y conservación del patrimonio e incentiva a los mismos a darlo a conocer y promoverlo al mundo.

### **Limitaciones del estudio**

La principal limitación es el acceso a la información sensible debido a que no todos los turistas y miembros de la comunidad están dispuestos a facilitar, para lo cual se usarán diversas técnicas de recolección de datos.

### **Delimitación del estudio**

**Límite temporal:** la investigación se llevará a cabo desde 01 de Julio al 30 de Octubre del año 2018.

**Límite espacial:** se considerará la Comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia De Calca.

**Límite temático:** Se abordará conocimientos de gestión turística y satisfacción con el servicio.

### **Viabilidad del estudio**

El proyecto de investigación es viable debido a que se cuenta con los medios económicos, recursos materiales, la disponibilidad de tiempo de la investigadora, acceso a la información y las facilidades para poder acceder a la comunidad y a los comuneros. Adicionalmente la metodología y el diseño a utilizar permitirán el procesamiento de datos análisis e interpretación, con la finalidad de responder a los problemas planteados.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1. Antecedentes**

#### **1.1 Antecedentes nacionales**

Díaz y Lama (2015) desarrollaron el trabajo de investigación: “Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio Florido y alrededores, periodo 2014”, cuyo objetivo fue determinar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros en el área de influencia “Barrio Florido” y alrededores pertenecientes al distrito de Punchana de la ciudad de Iquitos. Para ello se aplicó un estudio cuantitativo de nivel descriptivo y diseño obteniendo las siguientes conclusiones: el mayor número de turistas provienen del continente europeo, tales como Alemania, España y Francia. y Estados Unidos, Más del 60% de los turistas que visitan Barrio Florido y Alrededores son jóvenes con grado de instrucción universitario, que se encuentran en el rango de 21 a 30 años de edad, así mismo, en cuanto al género, se ha evidenciado que tanto el género masculino como femenino visitaron la zona de estudio, El nivel de satisfacción con mayor cifra fue la alternativa “algo satisfechos”, lo que significa, que más del 40% de los turistas extranjeros se sintieron algo satisfechos con su visita a Barrio Florido y alrededores, lo que confirma que se colmó gran parte de sus expectativas, en lo que refiere al nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio recibido se obtuvo como resultado que la alternativa con mayor cifra fue el nivel “muy satisfechos”, dicho resultado engloba el trato de los pobladores,



atención brindada, seguridad, confiabilidad, cuidado y protección de los recursos naturales, esto significa que los visitantes disfrutaron su estancia porque estas zonas se mostraron acogedoras y tranquilas, con pobladores amables y sencillos que aprovechan los recursos naturales de manera sostenible.

Camarera y Coral (2016), "Diagnóstico de los componentes del Sistema de Gestión Turística en Comunidades Receptoras Andinas. Caso: Provincia de Chupaca, Valle del Mantaro, Región Junín", Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima, Perú. El presente trabajo tiene como objetivo elaborar un diagnóstico preliminar de los componentes del sistema de gestión turística en Chupaca, que permita el diseño de una propuesta de mejora que optimice la gestión turística actual de la provincia de Chupaca en el Valle del Mantaro, región Junín, la metodología empleada fue la investigación cualitativa que permite conocer con mayor profundidad, las impresiones de los pobladores y los principales grupos de interés, acerca del estado actual del sistema turístico de la localidad de Chupaca, en las conclusiones se identificaron 4 ejes estratégicos para la mejora de la gestión turística de la provincia de Chupaca: la elaboración de un plan estratégico territorial-urbanística, la elaboración de un plan de marketing para posicionarla provincia, el desarrollo de un modelo de gestión público-privado y un plan de capacitaciones técnicas para los actores involucrados dentro del sistema turístico.

Beltrán (2011), "Impulso de la Gestión Turística e Imagen Regional para el Desarrollo de Ayacucho, Universidad San Martín de Porres", Lima, Perú, 2011.

El presente trabajo tiene como objetivo, identificar qué elementos potenciales es posible administrar en Ayacucho para impulsar el turismo, y que esta actividad se constituya como herramienta de desarrollo económico y social, que permita un cambio a una imagen positiva para la región, usa una metodología un diseño exploratorio cualitativo. Por medio del diseño exploratorio se analizará el impacto de la difusión de los destinos turísticos que pueden ser visitados todo el año en Ayacucho. Usando la investigación cualitativa se logrará ampliar el conocimiento acerca de los factores que contribuyen positivamente con el cambio de imagen de Ayacucho, se llega a las conclusiones; la gestión turística en Ayacucho no se está trabajando desde el enfoque de actividad comercial, no se está trabajando para hacer a la región más atractiva al turismo todo el año. Hay una grave deficiencia en la difusión turística, hecho que afecta en la afluencia turística de la región. Ayacucho no está considerado dentro de los destinos turísticos potenciales de nuestro país y es allí donde se pierde una gran oportunidad de desarrollo regional y oferta turística.

Sepúlveda et al. (2010), "Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región del Cusco" tesis para optar el título de Magister en Administración, Pontífice Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. El trabajo tiene como objetivo general, formular un plan estratégico a diez años, orientado a promover el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco, usa una metodología de carácter cualitativo descriptivo y está basado principalmente en la recolección de información de fuentes primarias y secundarias. Como fuentes primarias de información, se consultó con expertos en turismo, revistas especializadas de turismo de aventura, portales de Internet

de emprendimientos de turismo rural comunitario, análisis de encuestas realizadas por el Mincetur, entre otros, se llega a las conclusiones; en la región Cusco la mayoría de los emprendimientos de turismo rural comunitario se encuentra en la etapa de exploración, por lo tanto, los criterios y estrategias implementadas son empíricas; en ese sentido, no se han establecido sinergias ni complementariedades que permitan la explotación eficiente y con la misma rentabilidad que los destinos para el turismo de masas. Las estrategias de mercadeo presentes en la industria turística, carecen de una visión conjunta del contexto regional. Las agencias de turismo conforman sus paquetes turísticos en función de los sitios más conocidos y desarrollados, y no integran en su oferta emprendimientos de turismo rural comunitario.

### **1.1.2 Antecedentes internacionales**

Varenius (2016), "Descripción del grado de satisfacción del turista que visita la Isla Santay", el objetivo de la tesis fue determinar el grado de satisfacción que tienen los turistas luego de su visita a la Isla Santay. Para realizar esta investigación se contó con un diseño de tipo descriptivo y la medición fue de tipo cuantitativo a través de encuestas. Se realizó un total de 1.065 encuestas a visitantes que habitan fuera de la ciudad de Guayaquil, tanto nacionales como extranjeros. Se llegó a la conclusión de que existe un alto nivel de satisfacción de los turistas frente a la naturaleza de la isla, lo que hace que la mayoría de los turistas (poco más de nueve de cada 10) no solo quiera regresar a la isla, sino que también sea recomendada a familiares y amigos. Sin embargo, también se concluyó en que en los turistas existe una alta sensibilidad al precio. Un 24,3% indicó que no asistiría a la isla nuevamente si tendrían que pagar por entrar,

mientras que un 35,7% afirmo que no volvería a asistir si aumentararan el precio de las actividades que se pueden realizar en la isla Santay.

Mendoza (2017), "Modelo de Gestión para fomentar el Turismo Rural en la Zona Centro de Manabí" Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí Manuel Félix, para optar el título de ingeniero agropecuario, Guadalajara México. El objetivo fue diseñar un modelo de gestión turística para fomentar el turismo rural en la zona centro de la provincia de Manabí, siendo la metodología de tipo exploratoria-descriptiva con un enfoque cualitativo, llegando a las conclusiones; que accediendo a una adecuada gestión de los recursos de manera sostenible en vinculación con la comunidad y el medio ambiente, para ellos son los indicadores de sostenibilidad como la estacionalidad del turismo, satisfacción de los turistas, conservación y protección del entorno, gestión de residuos sólidos que permitirán desarrollar de mejor manera la actividad turística rural,

Ordoñez (2017), "Modelo de Gestión del Agroturismo en Bolivia en la actualidad", Universidad Mayor de San Andrés, tesis para optar el título de licenciada en educación, La Paz, Bolivia. El objetivo fue determinar el grado de estructuración del modelo de gestión del agroturismo en la actualidad, aplicado en Bolivia. Siendo la metodología empleada de estudio cuali-cuantitativo, el diseño de investigación de campo que se utilizó es el de la entrevista en profundidad semi estructurada a 9 personas llegando a las conclusiones: el modelo de gestión de agroturismo en Bolivia está en proceso de formación, porque sus componentes no se han desarrollado aún o son inexistentes al igual que las políticas de apoyo. Si bien es cierto que existen emprendimientos de base comunitaria, éstos se

confunden con emprendimientos agroturísticos, por tener al atractivo agrícola como eje principal. No existe una línea base para que los emprendimientos se estructuren, por lo cual sólo se pueden rescatar parámetros generales de la actividad agroturística en el país. El agroturismo es una forma de turismo que es coincidente con la política nacional y con el modelo de desarrollo no sólo sectorial sino nacional: “vivir bien”, la inclusión de la comunidad esta actividad es una forma de contribuir a ello. La propuesta de un modelo es precisamente la forma estructural de iniciar su desarrollo en: (a) Superestructura con políticas y leyes que pueden ser fácilmente adaptadas y tomadas. (b) Capacitación operativa especializada de emprendedores a partir de ejemplos puntuales en Bolivia: ruta del vino y quinua que permiten mostrar resultados evidentes. (c) Inversiones complementarias a las inversiones ya existentes por la propia producción agrícola. (d) Se pueden adaptar incluso modelos de gestión interna de los negocios. (e) Promoción y comercialización a través de mecanismos ya identificados.

### **1.1.3. Antecedentes locales**

Pantoja (2015),” Atractivos naturales y culturales para el desarrollo del turismo alternativo en la comunidad de Llullucha- Ocongate” Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco. Tesis para optar el título de licenciado en turismo, Cusco, Perú. El objetivo fue evaluar la importancia de los atractivos naturales y culturales para contribuir con el desarrollo del turismo alternativo en la comunidad de Llullucha, distrito de Ocongate. Se utilizó una metodología del tipo explicativo – descriptivo, de nivel básico, para la población se determinó una muestra de 125 personas, las cuales fueron

encuestas, las conclusiones del estudio demuestran aceptación e interés por el turismo alternativo en sus modalidades de turismo rural, aventura, gastronomía, con lo que se podrá generar mayores periodos de estancia y gasto por parte de los visitantes y además permitirá diversificar la oferta turística de la Región Cusco.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Turismo**

#### **1.2.1.1 Definición de Turismo**

MEF – MINCETUR, (2014) define al termino turismo como “la acción de viajar, aún hoy, muchas personas lo entienden únicamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones”. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT,1998) sostiene que el turismo: “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros”.

El turismo es una manera de aprovechar el tiempo libre en busca de satisfacer su recreación (OMT,1998). Así mismo se puede considerar al turismo como una actividad multisectorial y dinámica que genera una cadena de beneficios a todos los niveles de la sociedad, movilizando a diferentes agentes y grupos sociales. (Lamboggia, 2014, p.12).

El turismo es calificado como un fenómeno propio de nuestro tiempo, posee carácter social, debido a que está dirigido a satisfacer las necesidades de los turista, es también de naturaleza económica, porque genera divisas al país receptor de turistas; es también político porque responde a los planes de desarrollo de los

gobiernos; tiene incidencia cultural, permite conocer el modo de vida de diferentes áreas geográficas, y carácter educativo en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual. (Francesch, 2004).

#### **1.2.1.2 Tipos De Turismo**

Ibáñez (2015), sostiene que “la actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades. Un resumen de ellas son dos grandes modalidades turísticas.”

**Turismo tradicional**, de acuerdo a Ibáñez (2015) “se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento, los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados”, Por otro lado, las actividades que mejor lo identifican, son según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2005) citado por Ibáñez (2015), “la visita a playas y destinos turísticos, a ciudades coloniales o de atractivo cultural situadas regularmente en grandes ciudades.”

**Turismo Alternativo**, Smith y Eadington (1994, p. 3) citado por Santana (2003), “las formas de turismo que son consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permiten disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a invitados y hace que merezca la pena compartir experiencias”. Reconoce que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales, comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población rural. Asu vez Robinson (1996) citado por Domínguez et al. (2018) indica que “el turismo alternativo es el sector que

presenta mayor crecimiento en la industria del turismo internacional y, de continuar así, podría llegar a ser el segmento de mayor importancia en la industria turística". Zurich (1992) citado por Domínguez et al (2018) manifiesta a su vez sobre la importancia del turismo alternativo "que favorezca la entrada de ingresos económicos a las comunidades indígenas y campesinas, promoviendo el uso responsable de los recursos naturales y el mantenimiento de las tradiciones e identidad de las culturas locales". Por tal razón es importante tomar en cuenta aspectos como una planificación adecuada que vayan de mano con la sustentabilidad, mejoramiento de los ingresos económicos, cuidando y preservando el entorno natural, por todo lo expuesto la importancia de contar con una gestión cuyos componentes estén basados en una planificación inteligente, dirección profesional y control eficiente de acuerdo a (Gurria,1996). citado por (Domínguez et al ,2018).

**Turismo Cultural**, Ibáñez (2015), sostiene que "corresponde a los viajes que se realizan para conocer otras culturas y acercarse a sus costumbres e identidades, contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural, se busca el disfrute y comunicación de valores" por otro lado Smith (1977) citado por Oyarzun (2018) definió al turismo cultural "como la absorción del turista de las características que asemejan al desvanecimiento de los estilos de vida de sociedades pasadas, que observan tales fenómenos como estilos de casa, artesanías, equipos de granja y vestidos". A su vez Ritchie y Zins (1978) citado en Oyarzun (2018) consideran 12 elemento que son atractivos para los turistas que se sienten atraídos en realizar turismo de cultura que son: (a) las artesanías; (b) el



idioma; (c) las tradiciones; (d) la gastronomía. (e) el arte y la música; incluidos conciertos, pinturas y esculturas; (f) la historia de la religión, incluidas sus reminiscencias visuales; (g) los tipos de trabajo que desarrollan los residentes y la tecnología que utilizan; (h) la arquitectura que da al área una apariencia distintiva; (i) La religión, incluidas sus manifestaciones visibles. (j) los sistemas educativos; (k) el vestido; (l) las actividades de tiempo libre.

**Ecoturismo**, definido como "viajes hacia áreas naturales relativamente poco alteradas o no contaminadas con el objeto específico de estudiar, admirar y disfrutar el paisaje, la flora, la fauna, al igual que las manifestaciones culturales (pasadas y presentes) características de esas áreas" (Williams, 1992, p. 143) citado por (Santana, 2003). Entre sus primordiales actividades están: el senderismo, la observación sideral, el rescate de flora y fauna, observación de flora, observación de ecosistemas, observación geológica y observación de atractivos naturales entre otras. (Santana, 2003).

**Turismo de aventura**, Ibáñez (2015) expone que "algunos lo llaman turismo deportivo, otros, turismo de adrenalina o bien turismo de reto. Referente a las actividades que se practican dentro de esta modalidad encontramos a, el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, ciclismo de montaña y la caminata."

**Turismo Cinegético**, Tello et al. (2015) sostiene que el turismo cinegético es una actividad desarrollada en cualquier tipo de ecosistema en el cual se encuentre una especie de interés cinegético. Se realizan en lugares como el círculo polar ártico, selvas extremadamente cubiertas de vegetación americanas y africanas, regiones desérticas y bosques asiáticos sin dejar a

un lado manglares y humedales costeros. En esta actividad turística practican la caza de fauna silvestre en su entorno natural, bajo términos de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre.

**Turismo rural**, de acuerdo a Ibáñez (2015) “es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos.”

### **1.2.1.3 El turismo rural comunitario (TRC)**

MEF – MINCETUR, (2014) indica que el Turismo rural comunitario en el Perú es toda “actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para brindar servicios turísticos.”

El fin primordial del Turismo rural comunitario es contribuir al progreso de las zonas rurales mediante las actividades turísticas como instrumento de desarrollo económico-social del Perú, permitiendo a los turistas interactuar en un entorno físico y humano en las zonas rurales con particularidades y peculiaridades auténticas y atención individualizada; de éste modo los productos de turismo rural comunitario contribuyen un valor agregado a los destinos turísticos, y permitiendo que el país sea competitivo como destino. (MINCETUR, 2014).

El Perú cuenta con una diversidad geográfica y cultural, estos aspectos permiten que se desarrolle el turismo rural comunitario generando experiencias en los turistas. Como es el caso del “Lago Titicaca (Uros, Taquile, Amantaní, Sillustani, Chucuito, Anapia), en el Valle Sagrado de los Incas, Cusco (Comunidad de Maras, Raqchi, Parque de la papa, Willoc-Patacancha, Comunidad Chincheros), entre

otros; dichos productos tienen un alto valor cultural”, productos turísticos dirigidos al mercado actual, habidos de experiencias únicas. (MINCETUR, 2014).

En ese sentido, la importancia de formular propuestas para apoyar dichos emprendimientos de turismo rural comunitario, de este modo permitan “dotar de condiciones para una grata experiencia turística y, trayendo como consecuencia la generación de actividades que incrementarán sus ingresos y por ende la mejora de la calidad de vida de la población en el ámbito rural”. (MINCETUR, 2014).

Así mismo Mendoza (2016) indica “el interés de las agencias, organizaciones internacionales y nacionales, así como el creciente mercado, y en definitiva las experiencias turísticas comunitarias, han convertido al turismo rural en una estrategia de desarrollo viable y exitoso para las comunidades.”

Existen diferentes modalidades de participar en el desarrollo del turismo rural comunitario, a continuación, las diferentes maneras de participar en el TRC como son:

**El gestor**, “es una asociación u organización de carácter local, regional y nacional, organización no gubernamental (ONG) u otro grupo de personas organizadas formalmente, que gestionan el desarrollo del turismo rural comunitario en un espacio territorial determinado, promoviendo la participación de las poblaciones locales.” (“Manual para emprendedores”, 2010, p.75).

Por otro lado, un “ente gestor” se refiere a una asociación de diferentes organizaciones públicas y privadas, que en conjunto con otros actores busca lograr los objetivos en beneficio de un determinado destino turístico. “Dicha asociación asume la coordinación de actividades bajo una estrategia coherente, sin que ello signifique el control directo de las actividades de los

socios del ente gestor.” Su fin primordial es promover compromisos para el beneficio del destino turístico, que añadan recursos y experiencia e este modo proteger, fomentar y satisfacer las necesidades de todas las partes involucradas. (“Asesores1turismo”, 2017).

**El emprendedor**, de acuerdo al Manual para emprendedores (2010) “es una persona natural o jurídica que promueve un negocio o actividad productiva vinculada a servicios y/o productos del turismo (alimentación, hospedaje, artesanía, guiado, arrieraje, etc.).” El emprendedor deberá apoyar a la sostenibilidad de la actividad turística en su localidad y por ende logrará mayores posibilidades de éxito en su emprendimiento.

Así mismo, es importante que el emprendedor conozca su personalidad y carácter que son partes de sus fortalezas ya que estos le ayudaran a la consecución de sus objetivos. Es vital la experiencia y formación con la que cuenta, ya que le dan un valor agregado de este modo entender de mejor manera a los turistas. Dentro de las principales funciones que desempeña un emprendedor están las de “organizar, coordinar y supervisar las diferentes áreas y las acciones que realizan sus colaboradores debiendo a todo momento no perder la perspectiva de asegurar la calidad del servicio y la satisfacción” (“Manual para emprendedores”, 2010, p. 76)

**El emprendimiento de turismo rural comunitario** Según el Manual del emprendedor, 2008 “es un conjunto de acciones ejecutadas como producto de la interacción de gestores y emprendedores, que permitirán la prestación de servicios turísticos públicos y privados, los cuales se encontrarán organizados de acuerdo con una ruta de visita turística en un ámbito rural determinado.”.

Por otro lado, el emprendimiento consigue brindar experiencias únicas a los turistas haciendo uso de “conjunto de recursos turísticos y ofrecer un itinerario en el marco de una ruta de visita; por ejemplo, el emprendimiento podría brindar la muestra de bailes típicos y modos de vida de la comunidad, degustación de platos típicos, observación de la naturaleza, entre otros.” (“Manual del emprendedor”, 2008). Es cierto que existen diversos tipos de recursos turísticos, en este caso se considerara los siguientes:

**Sitios naturales**, “se agrupa a diversas áreas naturales que, por sus atributos son considerados parte importante de la oferta turística, se deben considerar como locaciones para practicar diversas actividades según su perfil.” (“Manual del emprendedor”, 2008, p.25).

**Manifestaciones culturales**, “se consideran las diversas expresiones culturales del pueblo, región o país, existentes desde épocas ancestrales, tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.” (“Manual del emprendedor”, 2008, p.25).

**Folklore**, “es el conjunto de costumbres, tradiciones, leyendas, poemas, artes, gastronomía, y demás, de un país, región y/o pueblo determinado.” (“Manual del emprendedor”, 2008, p.25).

**Actividades programadas o eventos**, “se agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores. (“Manual del emprendedor”, 2008, p.25).

## **1.2.2 Gestión**

### **1.2.2.1 Concepto de Gestión**

Piñole (2015), define gestión como “la ciencia de prevenir y realizar acciones para manejar deseos y situaciones, siguiendo éticas y eficientes decisiones” ( p.41). Por su parte el DRAE (2001), “asocia gestionar con hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera” citado por Piñole (2015). Por otro lado según Manzano y González (2017), la gestión turística en poblados tiene que pasar por la planificación, organización, coordinación y dirección para brindar una oferta competitiva de sus servicios, con el objetivo de promover una participación equitativa de sus comuneros, fomentar el apoyo a grupos vulnerables, así como, incentivar la conservación del patrimonio natural y la cultura de la comunidad.

Según Torre (2014), afirma que La Gestión (*Management*) es la actividad que desarrollan los directivos de una organización, siendo los responsables de obtener “un nivel adecuado de eficiencia y productividad.” (Torre, 2014). Siendo los directivos responsables de desarrollar cinco funciones importantes como son: Planificar, Organizar, Dotar de personal, Dirigir y Controlar. Dentro de ello representan tres roles importantes (interpersonal, informativo y decisorio) y aptitudes básicas (intelectuales, de relaciones humanas y técnicas). Los directivos de las empresas u organizaciones deben ser competentes y capaces de poder diferentes situaciones y aplicar los métodos adecuados para cada escenario específico. Por otro

lado, para la actividad turística es importante la gestión coordinada de todos los elementos que forman parte de un destino turístico. “La gestión de destinos utiliza un enfoque estratégico para vincular estos sectores que en ocasiones no tienen ninguna relación para lograr la mejor gestión de un destino”. (WTO, 2007, p.4). citado por (Pearce, 2016).

Así mismo, es importante señalar que el proceso de gestión es “una sucesión de fases que desarrollan relaciones y acciones consecutivas en el tiempo, siguiendo unos objetivos, un orden y una planificación” (Piñole, 2015). Por otra parte, el proceso genérico de gestión analiza el entorno en partes para identificar y conocer sus elementos, se parte del análisis del macro entorno externo y el micro entorno externo que es más cercano en territorio Técnicas de análisis STEEP. Evans, (2008), citado por (Piñole,2015). Así mismo, hace una síntesis esquemática de las variables esenciales en el sector turístico; (a) Identificación geográfica y cultural de destinos turísticos del mundo; (b) identificación de la demanda turística potencial; (c) identificación de la oferta turística general; (d) identificación de los proveedores. Para el entorno interno se debe revisar los siguientes parámetros: (f) misión, visión, valores y cultura; (g) demanda propia; (h) oferta propia; (i) identificación de la competencia; (j) modelo, funciones y organización interna; (k) resultados. (Piñole, 2015).

Pearce (2016), analiza la gestión de destinos analizando diversos modelos y analiza el modelo de funciones donde la Organización mundial de Turismo (2007) propone un modelo donde un organismo de gestión de destinos lidera y coordina las actividades para la puesta en valor de los destinos, destacando tres funciones principales, el marketing, la operación del servicio y la creación de un entorno para el desarrollo del destino.

## **Los niveles de gestión**

### **Nivel de dirección.**

Es el personal situado en la cúpula de la organización reportan a los accionistas y grupos de interés, ellos deciden la estrategia y las políticas generales a nivel corporativo (Piñole, 2015).

### **Nivel medio.**

Es el personal que diseña y ejecuta los planes de acción en base a la estrategia y políticas generales de la organización (Piñole,2015).

### **Nivel operativo.**

Es el nivel donde se operativita todos los planes, al estar en primera línea debe decidir de forma rápida y autónoma en muchas circunstancias teniendo como objetivo satisfacer las expectativas de acuerdo al presupuesto de cada cliente y cuidando la rentabilidad de servicio o producto ofertado. (Piñole, 2015).

#### **1.2.2.2 Las Funciones de la Gestión.**

Los directivos realizan las cinco funciones características del proceso de gestión que son: planificar, organizar, dotar de personal, dirigir y controlar, en la práctica y de acuerdo a las circunstancias estas funciones pueden ser aplicadas independientemente (Torre, 2014).

**Planeación**, para Terry citado en Blandez (2016), la planeación es determinar los objetivos y cursos de acción, en este proceso se definen; (a) las metas de la



organización; (b) las mejores estrategias para lograr los objetivos; (c) las estrategias para llegar a las metas planteadas.

**Organizar**, según Terry citado en Blandez (2016), organizar es distribuir el trabajo, para establecer y reconocer las relaciones y las líneas de autoridad necesarias, esto implica: (a) el diseño de tareas y puestos; (b) designar a las personas idóneas para ocupar los puestos; (c) la estructura de la organización; (d) los métodos y procedimientos que se emplearán.

**Dotar de personal**, “cuando los directivos realizan las gestiones necesarias para cubrir los puestos, están llevando a cabo la función de dotación de personal.” (Torre, 2014).

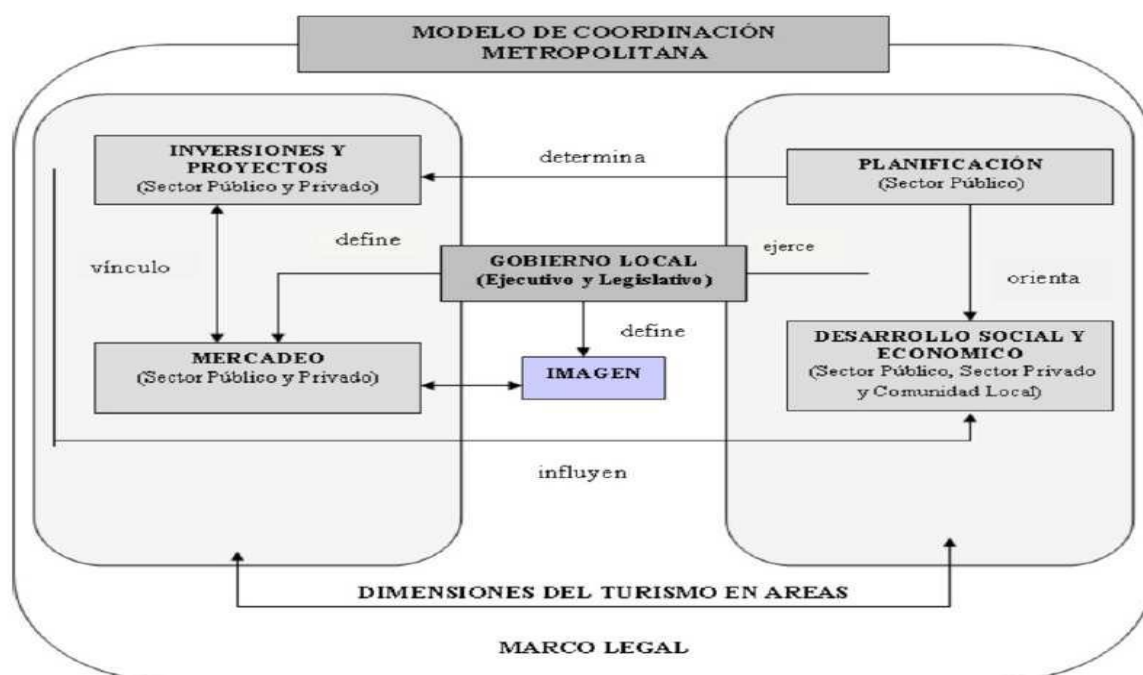
**Dirigir**, para Terry citado en Blandez (2016), dirigir es conducir el talento de los miembros de la organización, coordinar los esfuerzos para lograr los resultados trazados, esto implica: (a) determinar cómo se dirigirá el talento de las personas; (b) determinar el estilo de dirección adecuada; (c) orientar a las personas al cambio, (d) determinar estrategias para la solución de problemas, así como la toma de decisiones.

**Controlar**, Para Terry citado en Blandez (2016), control es la revisión de lo planificado y la consecución de ello, esto implica definir: (a) las actividades que necesitan ser controladas; (b) los medios de control que se emplearán.

### **1.2.2.3 El Modelo de Gestión Turística**

Pearce (2016), considera las funciones como aspectos primordiales de la gestión turística ya que son estas actividades las que permiten la consecución de los objetivos establecidos. La literatura precedente identifica múltiples funciones potenciales y en los modelos anteriores, el número y tipo de las funciones incluidas varían de un modelo a otro y su vinculación, otros modelos contienen más funciones, sin embargo, estos modelos sí relacionan las funciones a los objetivos., las tres funciones de la gestión; marketing, desarrollo y planificación se superponen a fin de fomentar un destino competitivo. En el modelo de Dredge et al. (2011), las tres funciones en paralelo están vinculadas a objetivos como, el desarrollo sustentable e inclusivo y la buena gobernanza. Por otro lado, Vásquez (2009), en su modelo de coordinación de la gestión turística ofrece otra perspectiva acerca de las relaciones entre funciones diversas, “este modelo está compuesto por cuatro componentes estratégicos, como son; planificación; inversiones y proyectos; mercadeo; y desarrollo social y económico, a partir de los cuales definirán las líneas de acción y prioridades” (Vásquez, 2009, p,103). Lo importante en el argumento presente reside en los vínculos entre los componentes y en los términos activos que la autora utiliza para manifestar las conexiones:” determina, define, ejerce, influye, orienta, así, la planificación determina las inversiones y proyectos, los cuales a su vez están vinculados con el mercadeo e influyen el desarrollo social y económico.” (Vásquez, 2009).

**Gráfico 1 Modelo de coordinación de la gestión turística de Vázquez (2009)**



Nota. Fuente: Vasquez, (2009)

Vásquez (2009), revisó literatura e investigaciones empíricas en Nueva Zelanda, Pearce, para intentar identificar las funciones claves de la gestión turística y aclarar de forma sistemática las relaciones entre ellas, en un marco conceptual acerca de la interdependencia de las funciones.

El modelo intenta también ubicar el destino turístico en su entorno y diversificar entre los oficios propios del sector turístico, que se hallan principalmente dentro del destino turístico, y aquellas encaminadas a la gestión de la interfaz entre el destino y su entorno. Muchas funciones acontecen en el destino y en el entorno, mencionando un caso, temas operativos que afectan en tránsito de los turistas y la población y también son funciones de conexión o interfaz la planificación y gestión del entorno de estas que se orientan a gestionar el tramo de viaje al destino, La

vinculación entre estas funciones mantiene el equilibrio entre la oferta y la demanda y desarrollados también en destino. En referencia a proyectos de infraestructura, se recomienda la participación de sector turismo para los procesos de planificación y el apoyo a la investigación y marketing, el grado de interrelación de las funciones varían de un destino a otro según el nivel de desarrollo del destino turístico.

**Los Componentes del Modelo de Gestión turística** Vásquez (2009), el modelo debe ser diseñado con la integración de los sectores público, privado, y la comunidad para el adecuado manejo de la calidad de vida, la infraestructura, las atracciones y las personas y debe sostenerse en cuatro componentes estratégicos, a partir de los cuales definirán las líneas de acción, prioridades y se presentan a continuación de manera textual Vásquez, (2009):

**Planificación**, implica el conocimiento y análisis de los recursos con que se cuenta (diagnóstico de fortalezas y debilidades), para así poder generar un producto turístico (Vásquez, 2009).

**Responsables**, oficinas de catastro de la municipalidad, planificación urbana, cultura, recreación y turismo, ambiente, seguridad ciudadana (Vásquez, 2009).

**Actividades**, inventario de los atractivos turísticos, áreas recreacionales, espacios públicos, tradiciones y valores populares; identificación del estado de los servicios públicos y equipamientos; formulación de planes de desarrollo turístico y sus regulaciones a nivel urbano; gestión de áreas protegidas y parques urbanos; diseño de rutas turísticas, promoción de actividades culturales y de fortalecimiento de la identidad local; programas de

educación ambiental; planes de protección, seguridad y vigilancia; sistemas de información y atención al turista y ciudadano (Vásquez, 2009).

**Desarrollo Socio-económico**, vinculado con las políticas de impulso empresarial del sector turismo, de producción de bienes y servicios, de seguridad social, de capacitación de recursos humanos y concientización ciudadana; las cuales permitan el sustento de la actividad turística (Vásquez, 2009).

**Responsables**, oficinas de educación del municipio, desarrollo socio-económico, prensa y relaciones públicas (Vásquez, 2009).

**Actividades**, formación para el trabajo; programas de asesoramiento para la conformación de pequeñas y medianas empresas; programas de capacitación en el área del turismo; promoción de incentivos para el incremento en la producción de bienes y servicios; programas de educación y sensibilización hacia el turismo. (Vásquez, 2009).

**Inversiones y Proyectos**, busca precisar y acordar el tipo de inversiones públicas y privadas requeridas por la comunidad para el aprovechamiento de su potencial turístico, incluyendo las actuaciones urbanas vinculadas con la dotación de equipamientos, infraestructura y servicios; apoyándose en la creación de incentivos fiscales que se consideren pertinentes. (Vásquez, 2009).

**Responsables**, oficinas de infraestructura red y transporte, impuestos y tributos, y el también el sector privado (Vásquez, 2009).

**Actividades**: monitoreo de la calidad de servicios de agua, desagüe, drenajes, telecomunicaciones, aseo urbano, y demás; mantenimiento y mejoramiento de la infraestructura vial y el transporte público; rescate y ampliación de espacios públicos; impulso de incentivos fiscales en materia turística y de acondicionamiento urbano; generación de nuevos atractivos a

partir de proyectos de desarrollo urbano integrales; planes de eficiencia en los procesos administrativos; entre otros. (Vásquez, 2009).

**Mercadeo:** Implanta la política de información, comunicación y fomento del potencial turístico de la comunidad, a nivel nacional e internacional; la cual debe persistir en continuo proceso de revisión y ajuste, en función de la propia dinámica del turismo rural, las necesidades humanas y su gestión por parte de las autoridades locales, regionales y nacionales.(Vásquez, 2009).

**Responsables,** oficinas de prensa y relaciones públicas del municipio, Ministerio de Turismo y comercio exterior, oficina de turismo y el sector privado. (Vásquez, 2009).

**Actividades,** estrategia de información, comunicación y fomento de la imagen de la comunidad; apertura hacia la firma de convenios, desarrollo de nuevos productos turísticos, a partir de la definición de mercados meta; disposición de módulos de información al turista (local y extranjero), incluyendo material impreso. (Vásquez, 2009).

### **1.2.3 Satisfacción**

#### **1.2.3.1 Conceptos de Satisfacción**

Según Hernández (2016), distintos autores han examinado el termino satisfacción empezando a conceptualizarla en los años setenta, donde Oliver (1997) citado en Moliner (2003), indica que el término satisfacción, “etimológicamente proveniente del latín, y significa “bastante (satis) hacer (facere)””; es decir, que está conexo con un sentimiento de “estar saciado”. Esta procedencia indica que la satisfacción implica un cumplimiento o una superación de los efectos deseados por el cliente.”

Para otros autores como Kotler y Lane (2012) citado en Aquije y Chanca (2018), sostienen que la satisfacción es “el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían”. Por otro lado, para Hoffman y Bateson (2012) citado en Aquije y Chanca (2018) indica que la satisfacción “es aquella en la que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones con respecto del contacto real del servicio”, por su parte Kotler y Armstrong (2013) citado en Aquije y Chanca (2018) sostienen que “la satisfacción refleja el juicio que una persona se hace del rendimiento percibido de un producto en relación con las expectativas”.

La Organización Mundial del Turismo (2003, p.14), citado en Gómez, González, y Bojórquez (2018) indica la importancia de la satisfacción en la calidad en un determinado destino turístico esto implica que los turistas tienen expectativas legítimas de satisfacción de todas sus necesidades, exigencias respecto a los productos, precios y servicios, a un determinado precio aceptable, de conformidad “con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como seguridad, higiene, accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.” (Gómez et al., 2009).

Por tanto, la medición del grado de satisfacción del turista dejar ver el nivel de satisfacción, información valiosa que da cuenta de los factores que influyen en dicha variable, permitiendo al proveedor mejorar los atributos del servicio turístico ofertado y mejorar el grado de satisfacción del visitante.

### 1.2.3.2 El Modelo Serqual y Servperf de Satisfacción

**El Modelo Serqual**, de acuerdo a Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985) citado en Torres y Vasquez (2015) es un instrumento que sirve para medir la calidad de servicio el cual ayuda a explicar las brechas entre las expectativas de los usuarios y su percepción sobre el servicio recibido.

Por otro lado Ramirez (2017), refiere que los estudios formales de calidad del servicio se remontan a los trabajos de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), donde se describe que los servicios muestran una mayor problemática para su estudio, debido a que tienen tres características que los distan ampliamente de los productos como son: intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad. (Parasuraman et al.,1985) indican que es para el cliente más sencillo evaluar la calidad del servicio que la calidad de los productos, puesto que la evaluación se hace de manera continua en el desarrollo del servicio y no solo en la entrega.

De acuerdo a Ramírez (2017), los análisis estadísticos manipulados en la estructuración del modelo SERVQUAL demostraron la existencia de una significativa correlación entre los *ítems* que representan algunas de estas diez dimensiones iniciales. Esto permitió reducir el número de dimensiones a cinco, de ello las dimensiones resultantes fueron las siguientes de acuerdo a la selección del modelo SERVQUAL (Ramirez, 2017):

**Elementos tangibles**, “aparición de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.” De acuerdo a (Ramirez, 2017):

**Fiabilidad**, “habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.” Según (Ramirez, 2017).

**Capacidad de respuesta**, “disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.” Sostenido por (Ramirez, 2017).



**Seguridad**, “conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa a las anteriores dimensiones denominadas como profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).”

Según (Ramirez, 2017).

**Empatía**, “muestra de interés y nivel atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa a los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).” Sostiene (Ramirez, 2017).

Las áreas de preguntas (Expectativas y Percepción) están diseñadas al tipo de escala de Likert del 1 al 5.

Ramírez (2017), sostiene que el Modelo SERVPERF no toma en consideración el concepto de expectativa, debido a las dificultades de interpretación que implica y, por un lado, “se considera redundante con la medición de las percepciones. Entonces, pareciera que este instrumento es una versión a medias del Servqual al eliminar el componente de las expectativas; es decir, solo reduce la cantidad de preguntas planteadas”. (Ramirez,2017).

### **1.3 Formulación de hipótesis**

#### **1.3.1 Hipótesis general**

Existe relación significativa entre la Gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de turistas en la comunidad de – Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018.

#### **1.3.2 Hipótesis específicas**

La oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca no llega a consolidarse.

La Gestión de turismo rural comunitario de la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca desde la percepción de los turistas es regular.

Los turistas que visitan de la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca 2018 presentan satisfacción media.

### **1.4 Variables e indicadores**

#### **1.4.1 Variable independiente**

Gestión del Turismo Rural Comunitario.

#### **1.4.2 Variable dependiente**

Satisfacción del turista visitante.

### 1.4.3 Operacionalización de variables

**Tabla 1 Operacionalización de variables**

Variables	Dimensiones	Indicadores
<b>Independiente:</b> Gestión del turismo rural comunitario.	Planificación	Formulación de Planes
		Identificación del estado de los servicios
		Formulación de rutas turísticas
	Desarrollo Socio Económico	Fortalecimiento de la identidad cultural
		Promoción de actividades culturales
		Conformación de pequeños negocios
	Inversiones y Proyectos	Capacitación para el trabajo
		Producción de bienes y productos
		Sensibilización de la actividad turística
	Mercadeo	Concertación con el gobierno local
		Concertación con empresas privadas
		Proyectos de desarrollo de equipamiento
Fiabilidad	Acuerdos de tributación	
	Información turística	
	Promoción del atractivo turístico	
Capacitación de respuesta	Formulación de mercados meta	
	Material publicitario impreso y digital	
	Realiza el servicio en el tiempo indicado	
Empatía	Finaliza en el tiempo estimado y comunicado	
	Soluciona los problemas de los clientes ( del servicio)	
	Comunica el tiempo que tomara el servicio	
Seguridad	Servicios dispuestos a atender al cliente	
	Buena predisposición de respuesta	
	Atención personalizada e individualizada	
Elementos tangibles	Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes	
	Transmiten confianza a los clientes	
	Personal amable	
Satisfacción del Turista	Personas con conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes	
	Equipos de apariencias modernas	
	Materiales visualmente atractivos	
		Instalaciones visualmente atractivas

Nota. Elaboración en base al modelo SERQUAL y en base al Modelo de coordinación de la gestión turística de Vásquez (2009).

## 1.5 Definición conceptual

**Experiencia turística**, según Carballo, R, et al. (2014). “se trata de un proceso acumulativo, por etapas, que incluye la fase anterior, vacacional en el destino, y posterior a las vacaciones, y que se necesita de una preparación explícita para que suceda.” Teniendo condicionantes como: tiempo, dinero, conocimientos, habilidades y actitudes que dependen de los turistas. La experiencia turística tiene dimensiones identificadas como son: (a) involucración del turista, (b) integrando los elementos del entorno externos al turista con los internos del individuo, siendo la naturaleza un facilitador clave. (c) el shock sensorial, apelando a los cinco sentidos y generando una excitación y estimulando al turista, creando sorpresa y un entorno de escape. (d) autenticidad, vinculando lo vivido con el entorno inmediato y el destino (sense of place). (e) diversión, generando placer y un entorno agradable y de entretenimiento. (f) sociabilidad, proporcionando la posibilidad de compartir y de participar en una comunidad. (g) personalización, que aporta libertad y control, donde el turista siente que puede elegir y definir en cierta medida gracias a su habilidad y esfuerzo el resultado final, consiguiéndolo por el mismo. (h) autodescubrimiento y transformación, donde a través de un aprendizaje y un intercambio de valores y reflexiones, el turista siente un cierto cambio.

**Comunidad**, de acuerdo a Monterrubio (2009) La comunidad abarca el espacio geográfico, demográfico, tiene características étnicas, peculiaridades propias de las relaciones y manifestaciones que se forman entre los habitantes de una comunidad. Dicho de otra manera, la comunidad involucra los aspectos “tangibles e intangibles de la misma. Aspectos como las tradiciones, la

gastronomía, el vestido, el idioma, así como el conjunto de valores, creencias, actitudes y aspectos similares también forman parte de la comunidad.” (Monterrubio, 2009, p. 105) Se establece también que la comunidad abarca “sus elementos políticos y las estructuras de poder tanto públicas como privadas que se conjugan como un todo.” (Monterrubio, 2009, p. 105).

**Costumbre**, Elousa (2012) citado en Huallpa (2018), lo conceptualiza como [...]Hábito adquirido por la práctica frecuente de un acto. Las costumbres de una nación o persona, son el conjunto de inclinaciones y de usos que forman su carácter distintivo. Son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia. (2018, p.20).

**Planificación comunitaria**, de acuerdo a Monterrubio (2009) busca el desarrollo turístico con base en las políticas a nivel local, las cuales están determinadas por las condiciones y necesidades de la comunidad receptora. Buscando de este modo un desarrollo balanceado que aparte de considerar las necesidades económicas de la comunidad, considere “un desarrollo que abarque los términos sociales y culturales de la misma. Hablar de desarrollo turístico, desde una perspectiva sistémica, no se limita a un incremento económico en la comunidad; éste implica un desarrollo en todas las dimensiones que el turismo abarca.” (Monterrubio, 2009)

**Gestión**, Piñole (2015), define gestión como “la ciencia de prevenir y realizar acciones para manejar deseos y situaciones, siguiendo éticas y eficientes decisiones” (p.41).

**Gestión turística local:** de acuerdo a Ivars, Solsona, y Giner (2015) tiene aspectos fundamentales como aplicación de la “administración y gobierno electrónico; comunicación y comercialización turística; calidad integral del destino; accesibilidad; inteligencia de destino; fidelización de la demanda, o desarrollo de productos y nuevas experiencias turísticas. Estas soluciones, derivadas de una estrategia de gestión global y participativa”.

**Satisfacción,** para Kotler y Lane (2012) citado en Aquije, y Chanca (2018) sostienen que la satisfacción es “el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían”.

**Turismo,** el turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad. (Lambogglia, 2014, p.12).

**Turismo rural comunitario,** es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para brindar servicios turísticos. Con características de autenticidad y atención personalizada; de ésta manera los productos de turismo rural comunitario aportan un valor agregado a los destinos turísticos, que permite al país ser más competitivo. (MINCETUR,2014).

**Modelo de evaluación de la calidad del servicio *Service Quality* (SERVQUAL)** De acuerdo a Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985) citado en Torres y Vásquez (2015) es un instrumento que sirve para medir la calidad

de servicio el cual ayuda a explicar las brechas entre las expectativas de los usuarios y su percepción sobre el servicio recibido.

## **CAPITULO II: METODOLOGÍA**

### **2.1. Metodología**

#### **2.1.1 Enfoque de la investigación**

El Enfoque de la investigación es cuantitativo, que según Hernández (2014), estas investigaciones en sus “planteamientos a investigar son específicos y delimitados desde el inicio de un estudio”. La recolección de los datos se fundamenta en la medición y el análisis de los procedimientos estadísticos.

De acuerdo a Hernández (2014) “En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo. La meta principal de una investigación cuantitativa es la construcción y la demostración de teorías por tal razón utiliza la lógica o el razonamiento deductivo”.

#### **2.1.2. Nivel de la investigación**

Por la naturaleza del problema identificado y formulado, el nivel es descriptiva correlacional; puesto que en estas investigaciones existe la necesidad de conocer el vínculo entre varias variables de investigación de una sola muestra y así encontrar la correspondencia o relación para establecer los nexos; y a partir de ella se pretende establecer la correlación entre las variables de estudio.



### **2.1.3. Tipo de investigación**

La investigación es del tipo básico ya que se ya que busca nuevos conocimientos, y enriquece los ya establecidos y no experimental, ya que el investigador no tiene el control sobre la variable independiente. Y el fenómeno o hecho ya ha ocurrido cuando el investigador ha realizado el estudio.

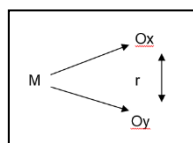
### **2.1.4. Diseño del método de investigación**

Se asume el diseño no experimental, transversal, descriptiva correlacional; que según Hernández (2014), esta “investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se varia en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”.

En la investigación no experimental es observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para luego analizarlos.

La investigación transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Al que Hernández (2014), precisa que “su propósito es describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado”. Por tanto, la investigación es descriptiva correlacional porque se procederá a explicar la naturaleza de la relación entre Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca

El diagrama que se utilizará es:



Dónde:

M = Es la muestra

O= Son las observaciones

x= Es la variable Gestión del turismo rural comunitario

y= Es la variable satisfacción de turistas

r= La relación entre las variables

Así mismo se aplica una metodología del tipo inductiva ya que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales

## 2.2. Técnicas de investigación

### 2.2.1. Descripción de las técnicas

Se hizo uso de la técnica de la encuesta, por considerar sus cualidades de obtener los datos con mayor confianza de las unidades de investigación y su estructura permite acceder a ella mediante un cuestionario previamente diseñado con las preguntas que permitan obtener la información requerida.

Para la obtención de información primaria se utilizó la técnica de la encuesta que será realizada al área administrativa de la Comunidad de Janac - Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, presidente, tesoreros y personeros encargados de la organización de la actividad turística, con el propósito de obtener

información acerca de las características de la gestión. También se llevará a cabo la técnica de la encuesta para determinar el nivel de satisfacción para con el servicio ofrecido.

Para la obtención de información secundaria será necesario recurrir al análisis bibliográfico literal, así como la de medios virtuales, que ayuden a establecer la estructura adecuada en la toma de información teórica que guíen la investigación. Las técnicas de obtención de información complementaria para la obtención de datos serán realizadas mediante el censo realizado in situ es decir en la comunidad Janac - Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, con el propósito de determinar el número de personas que integran la actividad turística, así como el número de visitantes que llegan a la comunidad.

### **2.2.2. Instrumentos de investigación**

El instrumento que viabilizó el estudio fue el cuestionario; que tendrá un conjunto de ítems estructurado en base a una secuencia sistemática de preguntas para obtener información sobre el problema que se está investigando. Para nuestra investigación se elaboró unas preguntas que corresponden a los indicadores de ambas variables.

El instrumento para la obtención de información primaria fue el cuestionario estructurado de preguntas para la encuesta realizada in situ y la guía semi estructurada de preguntas para las entrevistas

El instrumento de obtención de información complementaria para la obtención de datos fue realizado mediante la tabla de datos acerca del número de turistas que visitan la comunidad. Se han diseñado dos instrumentos una referida a la gestión del turismo rural comunitario y la otra a satisfacción de los turistas.

El instrumento de gestión del turismo rural comunitario está constituido por 15 preguntas en escala de Likert; donde 1: totalmente en desacuerdo y 5: totalmente de acuerdo, el porcentaje mínimo que se puede obtener en este instrumento es de 15 (15\*1) y el puntaje máximo es de 75 (15\*5). El baremo del instrumento es el siguiente:

**Tabla 2 Instrumento de puntaje Gestión del turismo rural comunitario.**

Puntaje	Gestión del turismo rural comunitario
15 a 34	mala
35 a 54	regular
55 a 75	bueno

Nota. Elaborado en base al instrumento de recolección de datos

El instrumento de satisfacción está constituido por 24 preguntas en la escala de Likert. El puntaje mínimo obtenido en este instrumento sería 24 y el puntaje máximo 120. El baremo que se empleara en este instrumento es el siguiente:

**Tabla 3 Instrumento de puntaje Satisfacción del turista.**

Puntaje	Satisfacción del turista
24 a 71	Satisfecho
72 a 120	insatisfecho

Nota. Elaborado en base al instrumento de recolección de datos

## 2.3. Población y muestra

### 2.3.1. Población o universo de la investigación

La población está constituida por 500 turistas que visitan en promedio por año la comunidad Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca.

### 2.3.2. Muestra

El tamaño de muestra se determinará mediante la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{\varepsilon^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Dónde:

N=500: Tamaño de la población

Z=1.96: Valor de la tabla normal con 95% de confianza

P=0.5: Probabilidad de Éxito (Que el turista se sienta satisfecho)

Q=0.5: Probabilidad de Fracaso

E=5%=0.05: Error de la estimación.

$$n = \frac{(1.96)^2 (500)(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2 (500-1) + (1.96)^2 (0.5)(1-0.5)} = 166$$

La muestra de turista se selecciona en forma aleatoria.

## 2.4. Técnicas para el análisis de datos

Los datos obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de recolección serán organizados, resumidos y presentados haciendo uso de tablas y gráficos estadísticos con ayuda del software IBM SPSS STATISTIC versión 24 y Excel. Dada la naturaleza de las variables estudiadas, para contrastar la hipótesis de investigación se aplicará la prueba chi-cuadrada

**Tabla 4 Plan de análisis de datos.**

<b>HIPÓTESIS A SER PROVADA</b>	Existe relación significativa entre la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito De Lamay Provincia De Calca
<b>HIPÓTESIS NULA</b>	No Existe relación significativa entre la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito De Lamay Provincia De Calca
<b>HIPÓTESIS ALTERNA</b>	Existe relación significativa entre la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito De Lamay Provincia De Calca
<b>NIVEL DE SIGNIFICANCIA</b>	5%
<b>PRUEBA ESTADÍSTICA</b>	Chi- Cuadrado
<b>REGLA DE DECISIÓN</b>	Si $P < 0.05$ se acepta $H_a$ Si $P > 0.05$ Se acepta $H_0$

Fuente: Análisis de datos en base a la teoría estadística

## 2.4.1. Validez y confiabilidad

### 2.4.1.1 Validez

Los cuestionarios fueron validados mediante la técnica de juicio de expertos en la tabla se adjunta el porcentaje de validación.

**Tabla 5 Validez**

No.	Apellido y nombre	% de validez
1	Olarte Sotomayor Midwar	90%
2	Aguirre Espinoza Edwards Jesús	90%

Nota. Fuente: Elaborado en base a la validación de expertos

### 2.4.1.2 Confiabilidad

Análisis de confiabilidad del instrumento: Entenderemos como confiabilidad a la capacidad del instrumento para medir de forma consistente y precisa la característica que se pretende medir, incluyendo en si dos conceptos importantes cuales son los de consistencia interna y estabilidad temporal. La consistencia interna recoge el grado de coincidencia o parecido (homogeneidad) existente entre los ítems que componen el instrumento. La estabilidad en el tiempo se refiere a la capacidad del instrumento para arrojar las mismas mediciones cuando se aplica en momentos diferentes a los mismos sujetos. Para el estudio de la confiabilidad del instrumento se usó la técnica de alfa de Cronbach. Para tomar una decisión más acertada interpretaremos el valor del coeficiente de confiabilidad según la tabla

**Tabla 6 Interpretación del Coeficiente de confiabilidad**

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Nota. Elaborado en base a técnica de alfa de Cronbach

Para la evaluación de la confiabilidad de los instrumentos se aplicó una prueba piloto, obteniendo los siguientes resultados de alfa de Cronbach.

**Tabla 7 Resultados de alfa de Cronbach**

<b>Instrumento</b>	<b>Valor de Alfa de Cronbach.</b>	<b>Interpretación</b>
Gestión del turismo rural comunitario	0,93	Confiabilidad Muy alta
Satisfacción de turistas	0,86	Confiabilidad Muy alta

Nota. Fuente: Elaborado en base a técnica de alfa de Cronbach

Los instrumentos son confiables, por lo tanto, se puede aplicar para realizar el presente estudio.

## **2.5. Aspectos éticos**

En este proyecto de tesis no se ha plagiado documentación alguna, más bien se ha tenido la precaución de hacer un análisis exhaustivo de los antecedentes de tesis para evitar interferencias de otras investigaciones, y así lograr un resultado exitoso y de excelencia.



## **CAPITULO III. RESULTADOS**

### **3.1. Presentación de Resultados**

El presente trabajo de investigación da a conocer una previa descripción del entorno geográfico del distrito de Lamay, para generar una idea de la situación real de dicho distrito, así mismo describe los principales aspectos de la actividad turística desarrollada en la comunidad de Janac – Chuquibamba, y de los acontecimientos que se realizan de forma breve y concisa.

Seguidamente se presenta los resultados de las variables analizadas que son la gestión como proceso de manejo empresarial del turismo en la comunidad para conseguir un nivel adecuado de productividad, teniendo a los comuneros como los directos promotores de esta organización, y a la satisfacción de los turistas como resultado de los logros obtenidos por la gestión de la comunidad,

En este entender se tiene los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas acerca de la gestión, desde dos perspectivas; los comuneros por un lado y los turistas por el otro, y también sobre la satisfacción que se da en los turistas para lo que se presentan los resultados en tres partes:

1. La gestión desde la acción de las personas que asumen la actividad turística es decir los pobladores de la comunidad Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca
2. Resultados de la gestión desde enfoque de los turistas
3. La Satisfacción de los turistas

Los resultados obtenidos se muestran a continuación

## 3.2. Generalidades de la comunidad

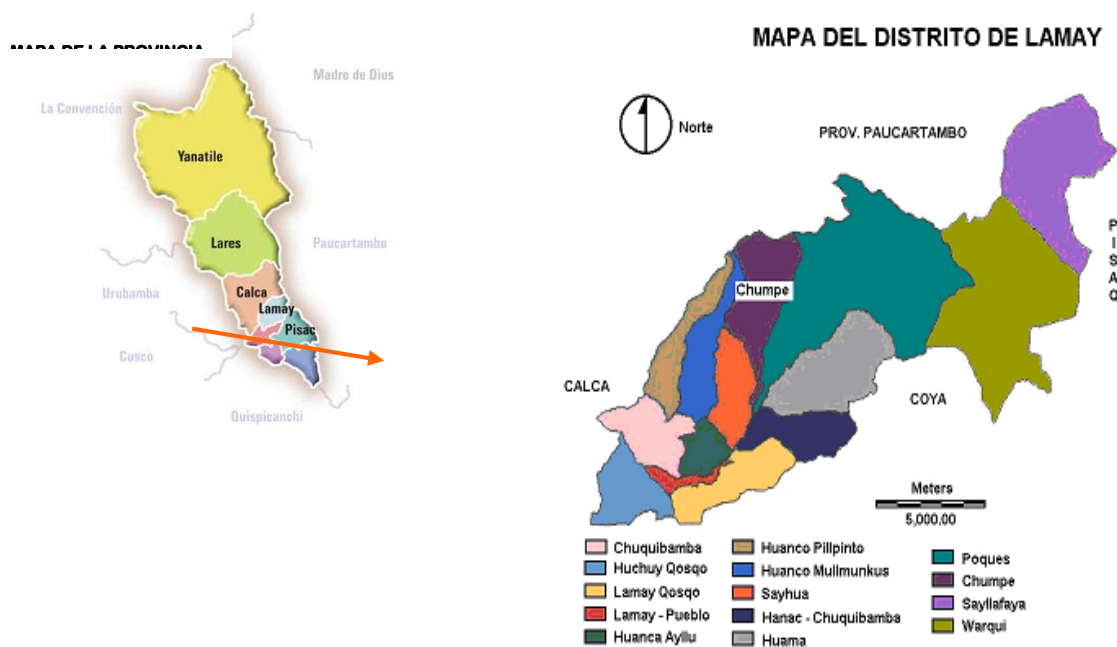
### 3.2.1 Situación Actual del distrito de Lamay

La localidad de Lamay, es la capital del distrito del mismo nombre, se encuentra ubicado en la provincia de Calca, al noreste de la ciudad del Cusco, a 50 km. De la carretera Cusco – Calca.

El distrito de Lamay cuenta con una superficie total de 94.22 Km<sup>2</sup> que representa el 2.60 % de la superficie de la provincia de Calca que es de 3,625.96 Km<sup>2</sup>, se ubica a una altitud promedio de 2,941 m.s.n.m. y presenta un clima templado a frío, con abundantes precipitaciones, sobre todo entre los meses de Enero a Abril.

Limita por el Norte con el distrito de Calca; por el Este con la provincia de Paucartambo; por el Oeste con los distritos de Calca y Coya y por el Sur con los distritos de Coya y Pisac. (Municipalidad distrital de Lamay, 2014)

**Gráfico 2 Mapas del distrito de Lamay**



Nota. Fuente: Municipalidad Distrital de Lamay

El Distrito de Lamay está compuesta por 14 comunidades, que son:

Chuquibamba, Huchuy Qosqo, Lamay Qosqo, Lamay pueblo, Huanca Ayllu, Huanco Pillpinto, Huanco Mullmuncus, Sayhua, Hanac Chuquibamba, Poques, Chumpe, Sayllafaya, Warqui.

### 3.2.2 Población

Según el censo de población y vivienda del año 2005, en el distrito de Lamay se cuenta con una población de 5633 habitantes, incluyendo sus comunidades y/o centros poblados en el cual se puede apreciar número de familias y superficie por km<sup>2</sup>, (ver Cuadro).

**Tabla 8 Población y Superficie a nivel del Distrito de Lamay.**

DISTRITO Y COMUNIDADES CAMPELINAS	POBLACION	FAMILIAS	SUPERFICIE Km <sup>2</sup>
Capital del distrito de Lamay			1.31
C.C. de Huanca Ayllu	528	132	2.49
C.C. de Lamay Qosqo	607	152	4.99
C.C. Poques	838	210	18.77
<b>C.C. Chumpe</b>	<b>367</b>	<b>112</b>	<b>8.14</b>
C.C. Huama	550	138	8.00
C.C. Janac Chuquibamba	302	76	4.59
C.C. de Sayhua	205	51	4.07
C.C. de Sayllafara	355	89	9.71
C.C. de Huarqui	880	220	16.80
C.C. de Huancco Mullmuncus	140	35	3.94
C.C. de Huancco Pillpinto	201	50	2.76
C.C. de Chuquibamba	450	113	4.46
C.C. de Huchuy Qosqo	210	53	4.20
<b>TOTALES</b>	<b>5,633</b>	<b>1429</b>	<b>94.22</b>

Nota. Fuente: Municipalidad Distrital de Lamay

### **a) Danza**

La primera danza que se realizó se llama Qanchi que se dio lugar y se originó en la comunidad de Huama a esta le siguió la danza Phasña Qoyacha y luego Aucca chileno y Qachampa, en la actualidad Lamay tiene 21 danzas folclóricas, los bailarines bailan cada año en la fiesta patronal en honor a Santa Rosa de Lima, la fiesta inicia el 29 de agosto y se extiende hasta el 2 de Setiembre. (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011, p 23)

### **b) Costumbres**

Aproximadamente hace 25 años, dentro de sus festividades la más importante de Lamay fue la fiesta patronal de Patrón Santiago, esta es parecida a la de Corpus Cristi en el Cusco posteriormente esta fiesta fue reemplazada por la fiesta patronal de Santa Rosa de Lima, y hoy en día es considerada como la más importante del Distrito. Preexisten otras fiestas patronales de menor envergadura como “el día de la Virgen de Fátima que se realiza en el mes de Mayo y San Isidro Labrador que también se festeja en el mes de Mayo. El aniversario del distrito de Lamay se celebra el 3 de enero de todos los años.” (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011, p 23)

### **c) Platos típicos**

Dentro de sus platos típicos característicos del Distrito de Lamay es la merienda y está compuesto de ajiacos, lizas, habas, calabaza, pesque de quinua, phata de trigo, tortilla y el cochayuyo, éste es un plato se consume cuando realizan actividades agrícolas como el sembrío, cosechas o

faenas. Existe otro importante plato típico es el “Ullpu que se consume en el mes de Agosto, está preparado con helechos de las orillas del Río Carmen. En los últimos años se viene promocionando el “Cuy al palo” que se sirve los domingos a lo largo del centro poblado.” (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011, p 23)

#### **d) Indicadores socioeconómicos**

Lamay está situado en el “quintil 2 siendo uno de los distritos más pobres de la provincia de Calca. El ingreso per cápita es de 134.34 nuevos soles, teniendo una población analfabeta de 70.91%, con un índice de desarrollo humano de 0.52.” (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011).

#### **e) Indicadores de saneamiento básico**

**Agua:** El abastecimiento de agua está a cargo de la Municipalidad Distrital de Lamay, “la fuente de captación proviene de dos manantiales ubicados en el río Carmen, en la zona rural no cuenta con esta red de agua potabilizada. Cubriendo solo el 70% mientras que 1.53% utiliza el pilón público.” (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011).

**Desagüe:** La población cuenta con una red de desagüe que “alcanza a la mayor parte de viviendas del lugar representando solamente el 27.05%, más en las zonas rurales utilizan el pozo séptico representando un 50.86 % y un 18.2% aún no cuenta con ningún tipo de servicio de desagüe.” (El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021, 2011-2014).

**Residuos sólidos:** “La recolección de residuos sólidos está a cargo de la Municipalidad, llegando a recolectar del dentro poblado, en la zona rural

prevalece los contenedores comunales, más una parte de la población aun deja sus residuos sólidos a campo libre.” (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011).

**Luz:** “la cobertura de alumbrado eléctrico abarca un 53.22% mientras un 46.78% aún no cuenta con ningún tipo de servicio de luz.” (“el Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011).

- f) **Indicadores de recurso acceso y cobertura:** Lamay tiene un establecimiento de salud I-3 ubicado en el mismo distrito, a su vez cuenta tres establecimientos I-1 ubicados en la comunidad de Sayllafaya, Poques y Hauma. En cuanto a servicios complementarios cuenta con servicios de teléfono público, internet, líneas de celulares, frecuencia modulada de radio y televisión.” El acceso al distrito de Lamay es por vía terrestre a través de la red de la vía que comunica todo el valle sagrado siendo las principales empresas turismo Calca, Fanatile, Pitusiray, transporte Kallca, entre otros.” (“El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021”, 2011).

### **3.2.3 Características de oferta turística de la comunidad Janac Chuquibamba**

La comunidad comparte la sabiduría transmitida por sus antepasados de padres a hijos, así como sus tradiciones, historia y cultura que se ven reflejadas en su día a día, en sus actividades agrícolas y artesanales, así como en sus ceremonias y rituales antiguos, ofreciendo todas estas actividades vivenciales, buena comida que son sus meriendas típicas contando con un restaurante y servicios de alojamiento en casas rurales con disponibilidad de 30 camas.

### Foto 1 Actividades de agroturismo

Trabajan la tierra con el conocimiento ancestral hacen un recorrido completo del arte de la agricultura andina y la importancia del medio ambiente, todo a través de la perspectiva del hombre andino. Los miembros de la comunidad enseñan a los visitantes la importancia del control vertical, los ciclos de tiempo, las estaciones y los rituales agrícolas. Y posterior a la explicación los turistas practican el uso de herramientas tradicionales para plantar o cosechar alimentos y administrar un equipo de bueyes.



### Foto 2 Caminata la ruta de la achupalla

En esta actividad se aprende la importancia de la planta de Achupalla el comunero no solo es usada como combustible para calentar hogares y cocinar. también descubrieron que podían hacer tazas, platos, cinturones, cuerdas, bolsas, billeteras, je incluso descubrieron que el Achupalla es una fuente de alimento, con la cual hacen exóticas Pizzas Susacuro (hecha con un gusano que crece en el corazón de Achupalla)



### Foto 3 Demostración de cocina

Los comuneros enseñan a los turistas a cocinar con sus insumos locales, muchos de los productos que usan los cosechan de sus chacras, una vez finalizada la demostración, los turistas degustan lo que cocinaron junto con los comuneros.



### Foto 4 Crianza del cuy

En esta actividad los comuneros enseñan a los visitantes el proceso de crianza de los cuyes, y realizan una demostración de las variedades de cuyes que tienen y el proceso de su alimentación y limpieza de los mismos.



### Foto 5 Elaboración de la chicha

Los comuneros explican el proceso de la elaboración de la chicha, bebida que es considerada sagrada. Realizan la demostración del maíz a utilizar, así como todo el proceso de fermentación y posteriormente realizan la degustación.





### Foto 6 Demostración de elaboración de adobes

Los comuneros enseñan el proceso de elaboración de adobes a los visitantes y posteriormente ellos realizan la actividad.



### Foto 7 Yunsada

La comunidad realiza la yunsada en la cual participan los turistas y comuneros, ellos bailan alrededor del árbol lleno de regalos y posteriormente empiezan a cortar el árbol hasta que este logre ser derrumbado, siempre en compañía de los músicos.



### 3.3 Comportamiento de la oferta en el año 2017

**Tabla 9 Nro. de turistas que visitan la comunidad**

Mes	Nro. de turistas que visitan la comunidad
Enero	14
Febrero	8
Marzo	25
Abril	38
Mayo	43
Junio	65
Julio	92
Agosto	82
Setiembre	55
Octubre	43
Noviembre	15
Diciembre	20
TOTAL	500

Nota. Fuente: La tierra de los Yachaq

**Tabla 10 Número de agencias que desarrollan la actividad en la comunidad**

NUMERO DE AGENCIAS QUE DESARROLAN LA ACTIVIDAD EN LA COMUNIDAD	
Año	CANTIDAD
2011	7
2012	21
2013	8
2014	10
2015	10
2016	20
2017	18
TOTAL	94

Nota. Fuente: Asociación La tierra de los Yachaq

### 3.4. Resultados de la Gestión de Turismo Comunitario

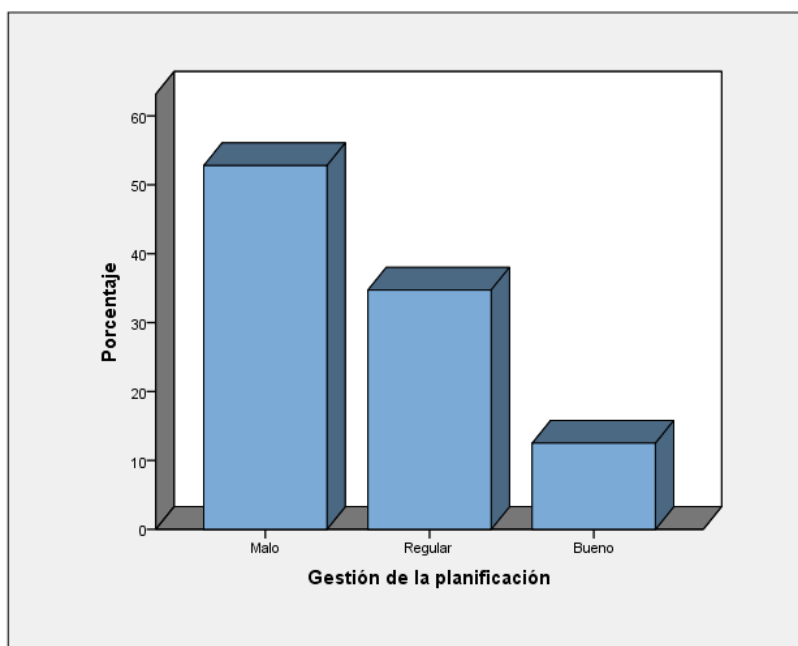
#### 3.4.1. Resultados de la gestión de turismo comunitario desde la percepción de los comuneros de la comunidad de Janac – Chuquibamba por dimensiones

**Tabla 11 Gestión de la planificación**

Gestión de la planificación	Frecuencia	Porcentaje
Malo	38	52,8
Regular	25	34,7
Bueno	9	12,5
Total	72	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 3 Gestión de la planificación**



Nota. Fuente: Análisis de datos

De la tabla 09 y gráfico 3 se desprende que el 52,8% de los comuneros manifiesta que la gestión de la planificación es mala, y el 34,7 % afirma que la gestión de la planificación es regular y solo el 12,5% sostiene que es bueno. De los ítems se desprende que la comunidad planifica adecuadamente la originalidad de los atractivos, seguido del fortalecimiento de dichos atractivos; sin embargo, la

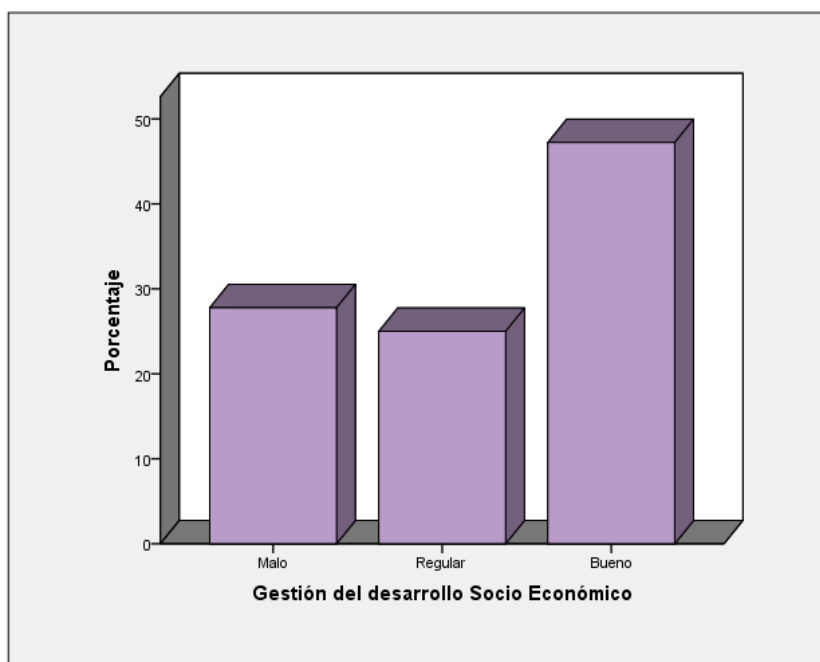
planificación de los proyectos ambientales presenta deficiencias dejando ver la necesidad de gestionar proyectos ambientales adecuados.

**Tabla 12 Gestión del desarrollo económico**

<b>Gestión del desarrollo Socio Económico</b>		
	Frecuencia	Porcentaje
Malo	20	27,8
Regular	18	25,0
Bueno	34	47,2
Total	72	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 4 Gestión del desarrollo económico**



Nota. Fuente: Análisis de datos

De la tabla 10 y gráfico 4 se desprende que el 27,8% de los encuestados manifiesta que la gestión del desarrollo económico es mala, y el un 25% de la población encuesta manifiesta que la gestión del desarrollo económica de la comunidad es regular y el 47,2% sostiene que es bueno. Lo que significa que existe un adecuado beneficio por parte de los comuneros con esta actividad. De los ítems se desprende

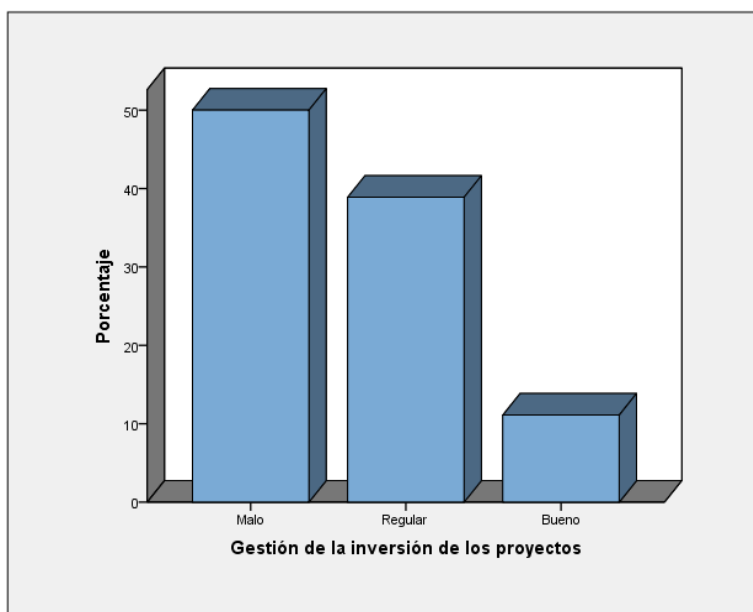
que la comunidad presenta metas a futuro a ser gestionadas ya que este aspecto toma en cuenta la gestión de la promoción de los emprendimientos como algo importante.

**Tabla 13 La gestión de la inversión y proyectos**

<b>Gestión de la inversión de los proyectos</b>		
	Frecuencia	Porcentaje
Malo	36	50,0
Regular	28	38,9
Bueno	8	11,1
Total	72	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 5 La gestión de la inversión y proyectos**



Nota. Fuente: Análisis de datos

De la tabla 11 y gráfico 5 se desprende que el 50 % de los encuestados manifiesta que la gestión de la inversión y los proyectos es mala, sin embargo, el 38,9% de los pobladores indica que la gestión de la inversión y la gestión de los proyectos es regular y el 11,1% indica que es buena, lo que deja ver que hay opiniones muy divergentes en este aspecto. De los ítems se desprende que la comunidad realiza

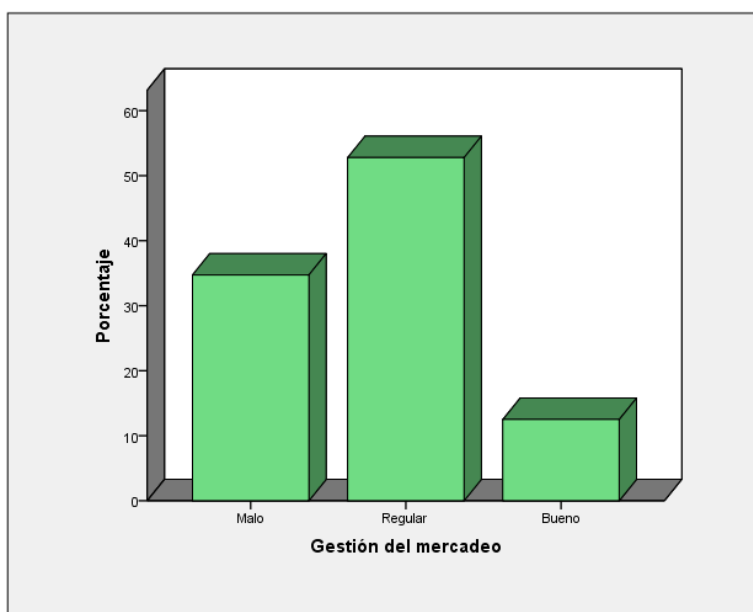
la gestión con instituciones privadas de forma adecuada sin embargo los aspectos como coordinación con los gobiernos locales, capacitaciones y asesorías externas en base a profesionales presentan carencias desde la opinión del comunero.

**Tabla 14 Gestión del Mercadeo**

<b>Gestión del mercadeo</b>		
	Frecuencia	Porcentaje
Malo	25	34,7
Regular	38	52,8
Bueno	9	12,5
Total	72	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 6 Gestión del Mercadeo**



Nota. Fuente: Análisis de datos

De la tabla 12 y gráfico 6 se desprende que el 34,7 % de los encuestados manifiesta que la gestión del mercadeo es mala, lo que significa que los pobladores realizan una gestión monótona de la promoción de la actividad turística desarrollada en la comunidad, y el 52,8% manifiesta que es regular por otro lado solo el 12,5% manifiesta que el mercadeo realizado es bueno. De los ítems se desprende que la

comunidad realiza la gestión regular de la promoción, difusión de la publicidad por medios virtuales de las actividades de la comunidad.

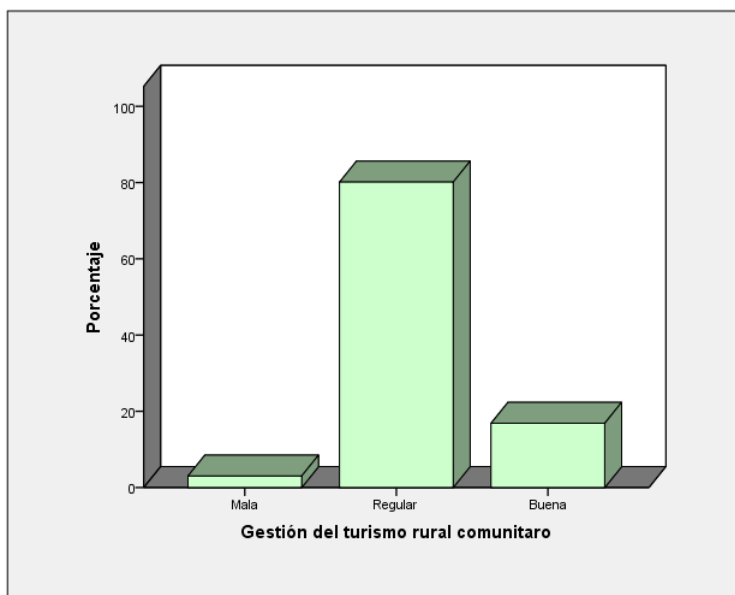
### 3.4.2. Resultados de la gestión del turismo comunitario desde el enfoque del turista

**Tabla 15 Gestión del turismo comunitario**

Gestión del turismo rural comunitario	Frecuencia	Porcentaje
Mala	5	3,0
Regular	133	80,1
Buena	28	16,9
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 7 Gestión del turismo comunitario**



Nota. Fuente: Análisis de datos

De la tabla 13 y gráfico 7 se desprende que en forma general el 80,1% de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca en el año 2018, perciben que la Gestión del turismo rural comunitario es regular; en cambio el 16,9% afirma que es buena.

### 3.4.3. Resultados por dimensiones de la gestión desde el enfoque del turista sobre la planificación

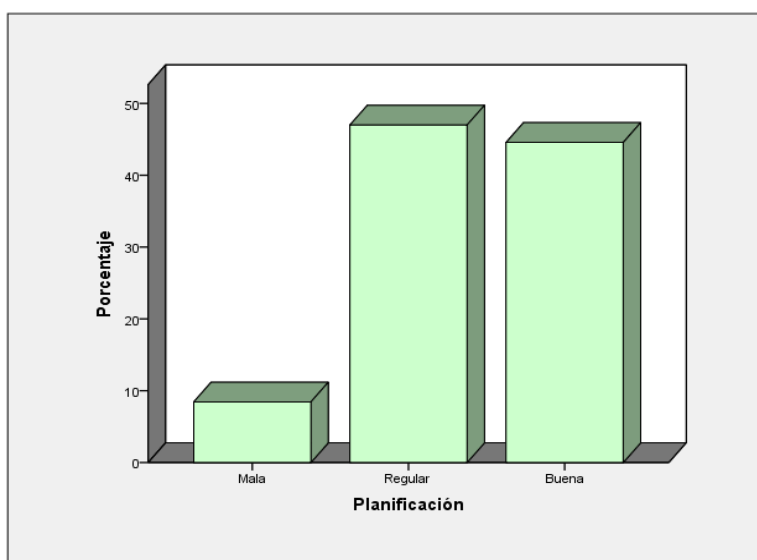
La planificación es el conocimiento y análisis de los recursos con que se cuenta el cual nos ayuda a diagnosticar las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades, de este modo obtener un nivel adecuado de planificación, siendo los comuneros los principales actores del servicio prestado. Por otro lado, los resultados obtenidos para el beneficio de la comunidad se manifiestan en la satisfacción del turista quienes son los que experimentan y vivencian los servicios, Teniendo un sentido de análisis para distinguir si esta planificación está siendo efectiva o no.

**Tabla 16 Gestión de la planificación**

Planificación	Frecuencia	Porcentaje
Mala	14	8,4
Regular	78	47,0
Buena	74	44,6
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 8 Gestión de la planificación**



Nota. Fuente: Análisis de datos



En la tabla 14 y gráfico 8 se puede ver que el 47% de los turistas que visitan dicha comunidad perciben que la planificación de la gestión turística es regular mientras que el 8,4% sostienen que es de nivel malo.

En esta dimensión los aspectos como el manejo del medio ambiente referido a la falta de basureros y reciclaje de materiales recibieron los puntajes más bajos a diferencia de la originalidad de las actividades presentadas que recibieron los puntajes más altos

**a) Desarrollo socio-económico**

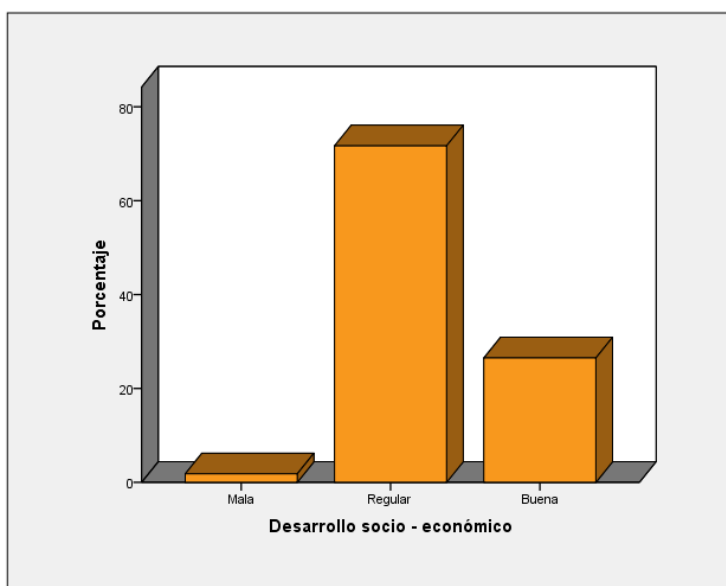
Vásquez (2009), El desarrollo socio económico está vinculado con las políticas de fomento empresarial sobre todo en el área del turismo, ya que aquí se desarrolla la producción de bienes y servicios así mismo presta importancia a la seguridad social, capacitación, y concientización, están involucradas igualmente la municipalidad, las ONG, Ministerio de Cultura. Así mismo los resultados obtenidos de esta encuesta son para el beneficio de la comunidad.

**Tabla 17 Gestión del desarrollo Socio Económico**

Desarrollo socio - económico	Frecuencia	Porcentaje
Mala	3	1,8
Regular	119	71,7
Buena	44	26,5
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 9 Gestión del desarrollo Socio Económico**



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 16 y gráfico 9 se puede ver que el 71% de los turistas que visitan dicha comunidad perciben que la gestión del desarrollo socio económico es regular mientras que solo el 1,8% sostienen que es de nivel malo.

En esta dimensión los aspectos como la variedad y opciones tanto en productos artesanales como en actividades a realizar por parte de los turistas recibieron los puntajes más altos, sin embargo, el precio de las artesanías, el hospedaje entre otros en relación a la calidad obtuvo los puntajes más bajos

## **b) Inversión y proyectos**

Vásquez (2009) La inversión y proyectos busca precisar y acordar el tipo de inversión pública y privada requerida para la comunidad de este modo aprovechar su potencial turístico incluyendo la dotación de equipamiento, infraestructura y servicios, mantenimiento de la infraestructura vial y de acondicionamiento, para conseguir una adecuada inversión y proyectos públicos y privados para la comunidad,

En este entender se tiene los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas acerca de la inversión y proyectos:

## **c) Mercadeo**

Vásquez (2009) El mercadeo constituye las políticas de información, comunicación y promoción del potencial turístico en la comunidad rural de Janac Chuquibamba a nivel nacional e internacional la cual debe estar en permanente proceso de revisión y actualización acorde a los servicios ofrecidos por la comunidad, donde deben estar involucrados los autoridades locales, regionales y nacionales así mismo deben de contar con políticas de información, comunicación, y promoción.

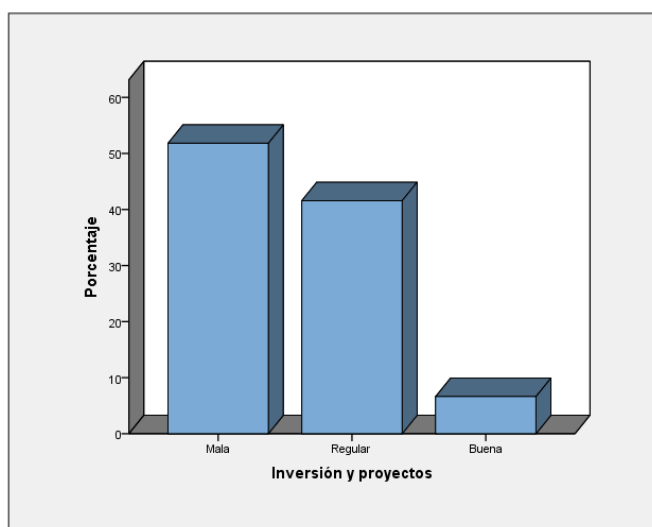
De igual manera se tiene los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas acerca de la gestión del mercadeo:

**Tabla 18 La gestión de la inversión de los proyectos**

Inversión y proyectos	Frecuencia	Porcentaje
Mala	86	51,8
Regular	69	41,6
Buena	11	6,6
Total	166	100,0

Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 10 La gestión de la inversión de los proyectos**



Nota. Fuente: Análisis de datos

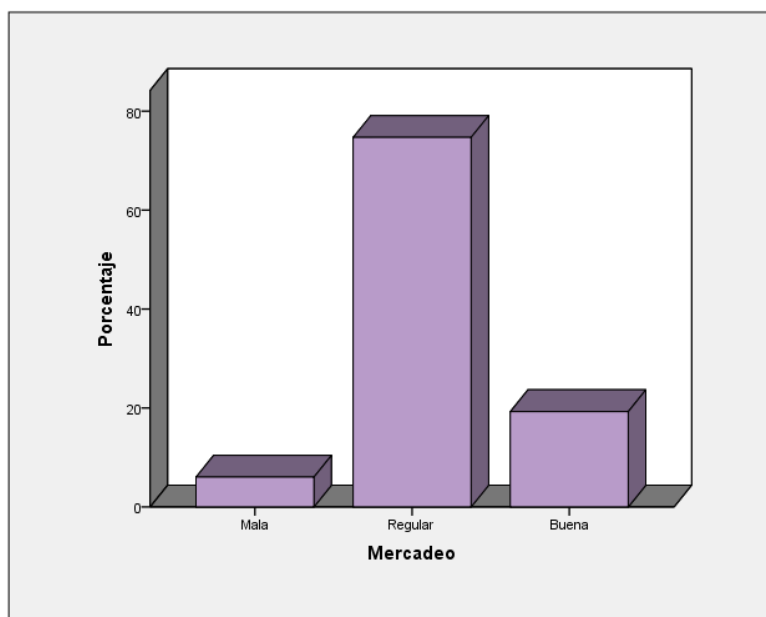
En la tabla 17 y gráfico 10 se puede ver que lamentablemente el 51% de los turistas que visitan dicha comunidad perciben que la gestión de la inversión y los proyectos es mala mientras que solo el 6,6% sostienen que es de nivel bueno. En esta dimensión los aspectos como la participación del gobierno local con aspectos de inversión y la falta de señalización adecuada de vías, basureros y demás servicios recibieron puntajes bajos, y los aspectos como la calidad de los servicios ofrecidos recibieron puntajes altos.

**Tabla 19 La gestión del mercadeo**

Mercadeo	Frecuencia	Porcentaje
Mala	10	6,0
Regular	124	74,7
Buena	32	19,3
Total	166	100,0

Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 11 La gestión del mercadeo**



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 18 y gráfico 11 se puede ver que lamentablemente el 74.7 % de los turistas que visitan dicha comunidad perciben que la gestión del mercadeo para la actividad turística desarrollada es regular mientras que solo el 6,0% sostienen que es de nivel malo

En esta dimensión los aspectos como la publicidad por medios virtuales, afiches, u otros medios de publicidad recibieron puntuaciones bajas, sin embargo, aspectos como la publicidad por medio de la calidad de recepción recibieron puntajes altos

### **3.5. Satisfacción de los turistas**

#### **3.5.1. Resultados generales de la satisfacción**

La satisfacción analiza la influencia de las expectativas que está relacionado con un sentimiento de estar satisfecho, indicando el cumplimiento o superación de las expectativas deseadas, en un aspecto más general se considera a la satisfacción como una evaluación basada en la experiencia del turista desde el proceso de reserva de la actividad hasta la experiencia vivencial, en este entender el turista revela no únicamente el nivel de satisfacción, sino que también proporciona información respecto a los factores que influyen en la satisfacción.

Para que la comunidad obtenga información del nivel de satisfacción de los turistas que experimentan su servicio de turismo rural comunitario, se realizó las encuestas a los turistas

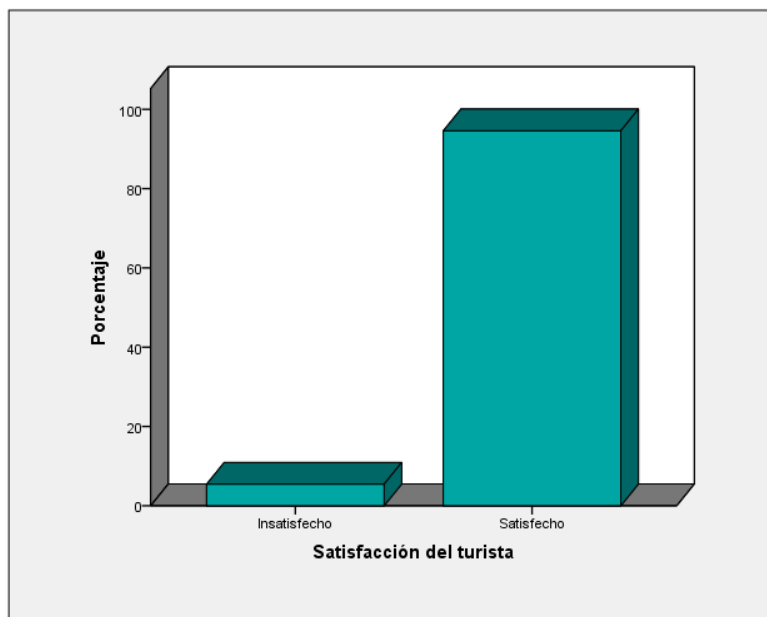
De igual modo se tiene los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas acerca de la gestión del mercadeo:

**Tabla 20 Resultados generales de la satisfacción de los turistas**

Satisfacción del turista	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	9	5,4
Satisfecho	157	94,6
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

## Gráfico 12 Resultados generales de la satisfacción de los turistas



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 19 y gráfico 12 se puede ver que el 94.6 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron satisfechos con la recepción de la comunidad y sólo el 5,4% sostienen insatisfacción con la recepción de los pobladores.

En esta dimensión los aspectos como la publicidad por medios virtuales, afiches, u otros medios de publicidad recibieron puntuaciones bajas, sin embargo, aspectos como la publicidad por medio de la calidad de recepción recibieron puntajes altos

### 3.6. Satisfacción de los turistas por dimensión

#### a) Tangibilidad

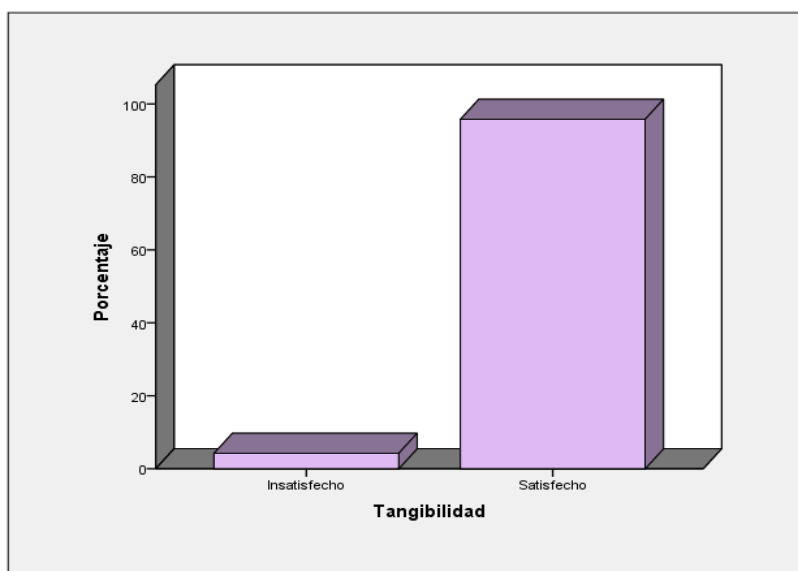
La Tangibilidad se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, y material de comunicación. Los cuales son importantes para el desarrollo de la actividad turística rural comunitaria.

**Tabla 21 La satisfacción de la tangibilidad**

Tangibilidad	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	7	4,2
Satisfecho	159	95,8
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 13 La satisfacción de la tangibilidad**



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 20 y gráfico 13 se puede ver que el 95.8 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron satisfechos con la tangibilidad de la infraestructura donde se realizaron las actividades turísticas y que solo el 4,2% sostienen que quedaron insatisfechos

En esta dimensión los aspectos como los muebles, las mesas, las instalaciones en general recibieron los puntajes más altos y aspectos como los trajes y uniformes, manteles autóctonos recibieron puntajes menores, sin embargo, en general los puntajes son altos en esta dimensión



### a) Fiabilidad

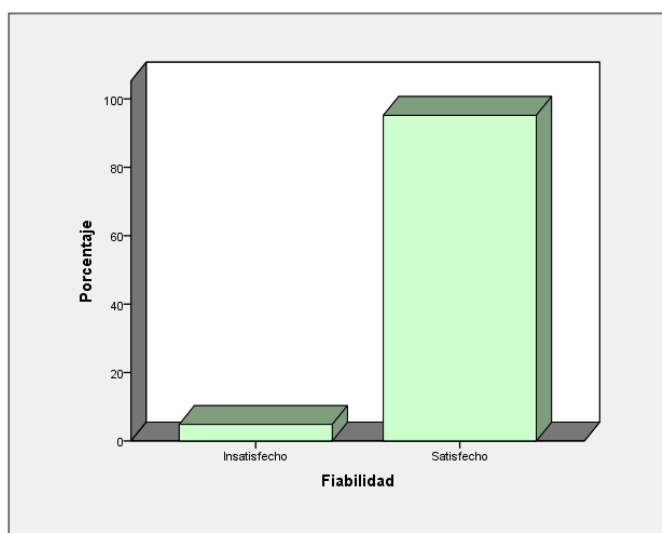
La fiabilidad, es la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y adecuada, está relacionada con fiabilidad relaciona con la disminución de las averías en los equipos, servicios, etc. De este modo para mejorar la fiabilidad en los servicios turísticos que presta la comunidad Janac Chuquibamba se tiene que identificar los problemas y tomas acciones para superarlos. Es decir que haya menos necesidad de que se produzcan errores, de este modo la fiabilidad es la exigencia de que todos los procesos en la prestación del servicio funcionen correctamente.

**Tabla 22 La fiabilidad de la satisfacción**

Fiabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	8	4,8
Satisfecho	158	95,2
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 14 La fiabilidad de la satisfacción**



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 21 y gráfico 14 se puede ver que el 95.2 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron satisfechos con la fiabilidad del servicio y que solo el 4,8% sostienen quedaron insatisfechos

En esta dimensión los aspectos como la calidad de las presentaciones de las distintas vivencias del poblador y la preocupación por atender al visitante recibieron puntajes altos, sin embargo, aspectos como la información de los horarios que cada actividad va a tomar y a realizarse recibieron puntajes bajos

#### **a) Capacidad de respuesta**

La capacidad de respuesta es la disposición de ayudar a los turistas y prestación de un servicio rápido. Dentro de un margen de tiempo aceptable, mientras más consientes estén los comuneros respecto de la capacidad de respuesta la satisfacción del turista será más alta.

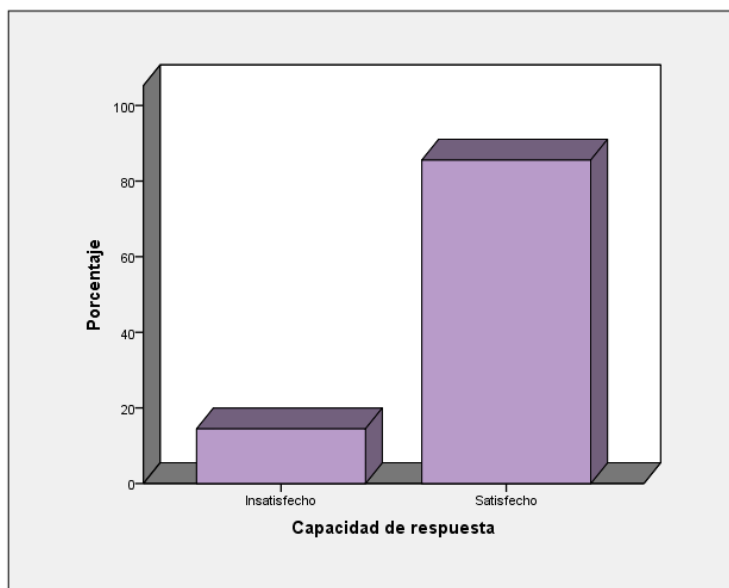
Por este motivo se realizó la encuesta a los turistas para ver cuál es la capacidad de respuesta que tuvieron de los comuneros durante la experiencia de turismo rural comunitario brindada por la comunidad.

**Tabla 23 La satisfacción en la capacidad de respuesta**

Capacidad de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	24	14,5
Satisfecho	142	85,5
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 15 La satisfacción en la capacidad de respuesta**



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 22 y gráfico 15 se puede ver que el 85.5 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron satisfechos con la capacidad de respuesta del poblador y solo el 14.5 % quedaron insatisfechos

#### **a) Seguridad**

La Seguridad es factor importante en el desarrollo de las actividades turística en la comunidad, ya que involucra una serie de aspectos que inspira a que el pasajero sienta confianza, credibilidad, por otro lado, concebimos por seguridad la protección de la vida, salud, integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras, (Grünewald, s.f)

**La seguridad pública**, es el “sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos -casos de robos y hurtos- y los accidentes.” (Grünewald, s.f)

**La seguridad social**, es el “sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como movilizaciones, huelgas, etc.” (Grünewald, s.f)

**La seguridad médica, es el** “sistema de prevención, emergencia y protección que permite la asistencia médica al visitante antes de viajar o durante su desplazamiento en el destino turístico.” (Grünewald, s.f)

**La seguridad informativa**, el “sistema de comunicación que permite el conocimiento de la oferta del destino.” (Grünewald, s.f)

**La seguridad económica**, es el “sistema de reaseguro del viajero para prevenir riesgos desde la óptica económica.” (Grünewald, s.f)

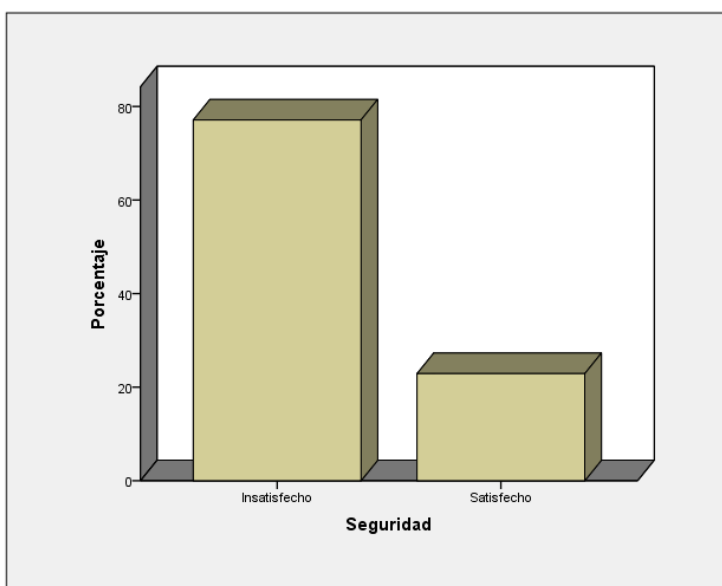
**La seguridad de los servicios turísticos**, es el “sistema que permita la protección del turista durante el desplazamiento por los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico. (Grünewald, s.f)

**Tabla 24 Satisfacción en la Seguridad**

Seguridad	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	128	77,1
Satisfecho	38	22,9
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

## Gráfico 16 Satisfacción en la Seguridad



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 23 y gráfico 16 se puede ver que lamentablemente el 77.1 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron insatisfechos con la seguridad de la actividad turística y el 22.9 % quedaron satisfechos con esta dimensión de la satisfacción

En esta dimensión los aspectos como la ubicación del balón de oxígeno, los equipos de primeros auxilios, así como la señalización de estos servicios y demás, recibieron puntajes bajos, así mismo las respuestas de los pobladores y la información otorgada respecto a estos aspectos recibieron puntajes altos

### a) Empatía

Para Ramírez (2017) La empatía consiste en mostrar el interés y nivel de atención individualizada que se ofrece al turista, guardando siempre una cierta distancia.

En la industria del turismo la empatía es muy importante, esta implica la capacidad de experimentar los sentimientos del turista sin perder la propia identidad y mostrando una reacción hacia sus necesidades sin resultar afectado uno mismo.

Para ver si los comuneros son empáticos con los turistas se desarrolló una

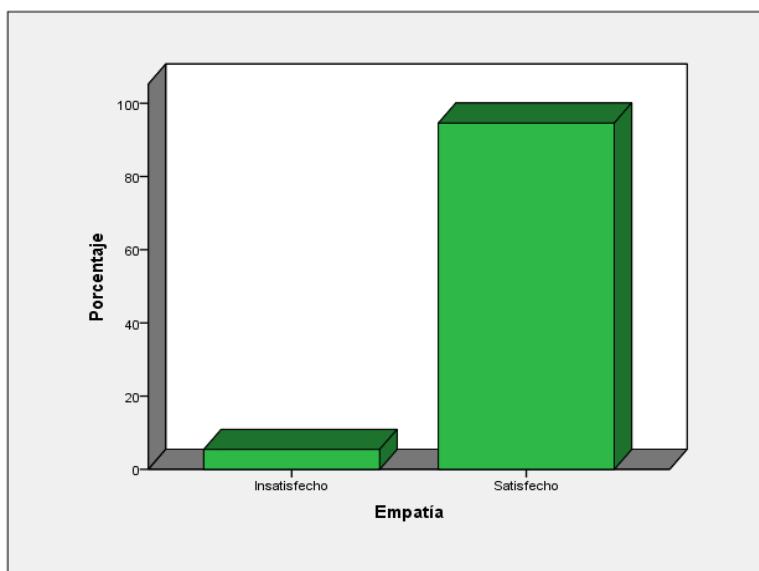
encuesta a los turistas, los resultados obtenidos nos indicaran cuan identificados están con los turistas que los visitan y experimentan sus servicios.

**Tabla 25 La satisfacción en la empatía**

Empatía	Frecuencia	Porcentaje
Insatisfecho	9	5,4
Satisfecho	157	94,6
Total	166	100,0

Nota. Fuente: Análisis de datos

**Gráfico 17 La satisfacción en la empatía**



Nota. Fuente: Análisis de datos

En la tabla 24 y gráfico 17 se puede ver que el 94.6 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron satisfechos con la empatía de los pobladores en las diferentes actividades turísticas realizadas y que solo el 5.4 % de los turistas alegaron estar insatisfechos

En esta dimensión en general se tuvieron altas puntuaciones siendo los aspectos como la cordialidad de los pobladores, la calidez de la recepción, la predisponían por ayudar y explicar son aspectos que conforman esta dimensión

### 3.7. Entre la gestión del turismo y la satisfacción del turista

**Tabla 26 Relaciones de significancia**

Gestión del turismo rural comunitario		Satisfacción del turista		Total
		Insatisfecho	Satisfecho	
Mala	Frecuencia	4	1	5
	Porcentaje	80,0%	20,0%	100,0%
Regular	Frecuencia	5	128	133
	Porcentaje	3,8%	96,2%	100,0%
Buena	Frecuencia	0	28	28
	Porcentaje	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Frecuencia	9	157	166
	Porcentaje	5,4%	94,6%	100,0%

Nota. Chi-cuadrado=56,55 p-valor=0,000 Tau-b de kendall=0,30

Para contrastar la hipótesis general de investigación, podemos plantear las siguientes hipótesis estadísticas:

**Ho:** No existe relación directa y significativa entre Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018

**Ha:** Existe relación directa y significativa entre Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018

Nivel de significación: = 5%=0,05 (95% de confianza)

Estadígrafo de contraste: Chi- Cuadrado

Valor p calculado=0.000

De la prueba chi-cuadrado al 95% de confianza se concluye que existe relación directa y significativa entre Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018 (p-valor=0,000<0,05).

De la prueba de tau-b de Kendall se concluye que la satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito, de Lamay, provincia De Calca depende en un 30% de la gestión turística rural en dicha comunidad.

Del 100% de los turistas que perciben que la Gestión del turismo rural comunitario en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia De Calca es mala, el 80% de ellos se siente insatisfecho con los servicios turísticos de dicha comunidad; en cambio del 100% de los turistas que afirman que la gestión de turismo rural es buena, el 100% de ellos se siente satisfecho con los servicios turísticos de dicha comunidad

**Tabla 27 Relación entre la planificación y satisfacción del turista**

Planificación		Satisfacción del turista		Total
		Insatisfecho	Satisfecho	
Mala	Frecuencia	2	12	14
	Porcentaje	14,3%	85,7%	100,0%
Regular	Frecuencia	5	73	78
	Porcentaje	6,4%	93,6%	100,0%
Buena	Frecuencia	2	72	74
	Porcentaje	2,7%	97,3%	100,0%
Total	Frecuencia	9	157	166
	Porcentaje	5,4%	94,6%	100,0%

Nota. Chi-cuadrado=3,36 p=0,186 Tau -b de Kendall=0,126

Para contrastar la hipótesis de investigación, podemos plantear las siguientes hipótesis estadísticas:

**H<sub>0</sub>:** No existe relación directa y significativa entre la dimensión planificación de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018



**Ha:** Existe relación directa y significativa entre dimensión planificación de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018

Nivel de significación: = 5%=0,05 (95% de confianza)

Estadígrafo de contraste: Chi-cuadrado

Valor p calculado=0.186

De la prueba chi-cuadrado al 95% de confianza se concluye que no existe relación directa y significativa existe entre la dimensión planificación de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018 (p-valor=0,186>0,05).

**Tabla 28 Desarrollo socio - económico y satisfacción del turista**

Desarrollo socio - económico		Satisfacción del turista		Total
		Insatisfec ho	Satisfecho	
Mala	Frecuencia	2	1	3
	Porcentaje	66,7%	33,3%	100,0%
Regular	Frecuencia	6	113	119
	Porcentaje	5,0%	95,0%	100,0%
Buena	Frecuencia	1	43	44
	Porcentaje	2,3%	97,7%	100,0%
Total	Frecuencia	9	157	166
	Porcentaje	5,4%	94,6%	100,0%

Nota. Chi-cuadrado=22,82 p-valor=0,00 Tau-b de kendall=0,158

Para contrastar la hipótesis de investigación, podemos plantear las siguientes hipótesis estadísticas:

**Ho:** No existe relación directa y significativa entre la dimensión Desarrollo socio - económico de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018

**Ha:** Existe relación directa y significativa entre la dimensión Desarrollo socio – económico de Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito, de Lamay, provincia de Calca, 2018

Nivel de significación: = 5%=0,05 (95% de confianza)

Estadígrafo de contraste: Chi-cuadrado

Valor p calculado=0.000

De la prueba chi-cuadrado al 95% de confianza se concluye que existe relación directa y significativa entre la dimensión Desarrollo socio – económico de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018 (p-valor=0,000<0,05).

**Tabla 29 Relación entre la inversión y proyectos y satisfacción del turista**

Inversión y proyectos		Satisfacción del turista		Total
		Insatisfecho	Satisfecho	
Mala	Frecuencia	4	82	86
	Porcentaje	4,7%	95,3%	100,0%
Regular	Frecuencia	5	64	69
	Porcentaje	7,2%	92,8%	100,0%
Buena	Frecuencia	0	11	11
	Porcentaje	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Frecuencia	9	157	166
	Porcentaje	5,4%	94,6%	100,0%

Nota. Chi-cuadrado=1,18 p-valor=0,55 Tau-b de kendall=-0,017

Para contrastar la hipótesis de investigación, podemos plantear las siguientes hipótesis estadísticas:

**Ho:** No existe relación directa y significativa entre la dimensión Inversión y proyectos de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en

la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018

**Ha:** Existe relación directa y significativa entre la dimensión Inversión y proyectos de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018

**Nivel de significación:** = 5%=0,05 (95% de confianza)

**Estadígrafo de contraste:** Chi-cuadrado

**Valor p calculado** = 0.000

De la prueba chi-cuadrado al 95% de confianza se concluye que no existe relación directa y significativa entre la dimensión Inversión y proyectos de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018 ( $p\text{-valor}=0,55>0,05$ ).

**Tabla 30 Relación entre mercadeo y proyectos y satisfacción del turista**

Mercadeo		Satisfacción del turista		Total
		Insatisfecho	Satisfecho	
Mala	Frecuencia	4	6	10
	Porcentaje	40,0%	60,0%	100,0%
Regular	Frecuencia	5	119	124
	Porcentaje	4,0%	96,0%	100,0%
Buena	Frecuencia	0	32	32
	Porcentaje	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Frecuencia	9	157	166
	Porcentaje	5,4%	94,6%	100,0%

Chi-cuadrado=25,62  $p\text{-valor}=0,000$  Tau-b de kendall=0,263

Para contrastar la hipótesis de investigación, podemos plantear las siguientes hipótesis estadísticas:

**Ho:** No existe relación directa y significativa entre la dimensión mercadeo de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito De Lamay, provincia de Calca, 2018

**Ha:** Existe relación directa y significativa entre la dimensión mercadeo de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018

Nivel de significación: = 5%=0,05 (95% de confianza)

Estadígrafo de contraste: Chi-cuadrado

Valor p calculado=0.000

De la prueba chi-cuadrado al 95% de confianza se concluye que existe relación directa y significativa entre la dimensión mercadeo de la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de - – Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018 (p-v

## **CAPITULO IV. PROPUESTA**

### **4.1. Propuesta de señalización**

Al realizar un estudio de la comunidad Janac Chuquibamba perteneciente al distrito de Lamay, se logró determinar que necesita gestionar las señaléticas turísticas ambientales de desechos sólidos, la cual permita cubrir con las necesidades del turista o visitante al llegar al mismo.

La comunidad cuenta con atractivos turísticos de gran importancia tanto cultural como natural que podría ser del agrado de los visitantes, sin embargo la comunidad no cuenta con un flujo constante de turistas, a pesar de encontrarse en un lugar o punto de conexión hacia varias sitios turísticos, por tal motivo una vez estudiado el potencial turístico que posee es necesario implementar un sistema de señalización turística que atraiga la atención del visitante y pueda dirigirse hacia las diferentes zonas.

- a) Objetivo:** Es implementar señaléticas en la comunidad para la adecuada realización de las actividades turísticas, de este modo direccionar a los visitantes de una manera fácil y sencilla la cual permita la orientación y desplazamiento para que puedan tener una mejor noción de las zonas de exhibición y demostración así mismo de los cuidados medioambientales, mediante la gestión de las señaléticas turísticas,

- b) La actividad: Es construir señaléticas con material de la zona para en la comunidad en beneficio del desarrollo turístico y ambiental y sea un referente para otras comunidades, cumpliendo con las directrices del manual de señalización turística del MINCETUR

### Foto 8 Señalización turística – Pictogramas

#### 1.2 Manifestaciones culturales



AT- MC 01  
Museo



AT- MC 02  
Monumento Arqueológico  
Prehispánico



AT- MC 03  
Plaza de Toros



AT- MC 04  
Centro Histórico



AT- MC 05  
Monumento Histórico  
Esculturas



AT- MC 06  
Monumento Histórico  
Inmuebles



AT- MC 07  
Ambiente Urbano  
Monumental



AT- MC 09  
Patrimonio Mundial  
de la UNESCO



AT-MC 10  
Turismo Rural Comunitario



AT-MC 11  
Protección de  
Monumento Arqueológico



AT-MC 12  
Comunidades Nativas

#### 1.3. Folklore



AT- FL 01  
Folklore o Peña



AT- FL 02  
Artesanía



AT- FL 03  
Gastronomía

NOTA: Para el caso del Pictograma de Turismo Rural Comunitario (AT-MC 10), el color de fondo puede variar de acuerdo a la paleta de colores por región del Manual de Identidad de Marca del TRC.

Nota. Fuente: Mincetur

- c) Presupuesto: El costo será asumido por la comunidad y asciende a S/. 3.000, los comuneros consideran de utilidad la implementación de las señaléticas, porque permitirá la llegada de los visitantes, esto generaría oportunidades para los propietarios de los establecimientos y atractivos turísticos y a su vez fomentaría al desarrollo turístico
- d) Responsable: los comuneros de la comunidad Janac Chuquibamba

#### 4.2. Propuesta de coordinación con gobiernos locales

Las municipalidades son órganos del gobierno local, que emanan de la voluntad popular. Son personas, jurídicas de derecho público con autonomía económica y administrativa en los asuntos de su competencia, representan al vecindario, promueven la adecuada prestación de servicios públicos locales, fomentan el bienestar de los vecinos y el desarrollo integral y armónico de las circunscripciones de su jurisdicción.

- a) **Objetivo**, elaborar un plan de desarrollo turístico para la comunidad Janac Chuquibamba previstos en leyes respectivas con órganos del poder ejecutivo, organismos descentralizados, corporaciones de desarrollo y en su oportunidad a los gobiernos regionales, a corto, mediano y largo plazo en función a los requerimientos
- b) **Actividad**, elaborar proyectos de fortalecimiento de la actividad turística y a su vez establezcan las áreas que se dedicarán a los distintos fines urbanos como residenciales, comerciales, industriales, recreación, edificios públicos, áreas inhabitables o de seguridad por su demostrado peligro, áreas verdes o forestales y otros.
- c) **Responsable**, Gerencia de desarrollo social y directivos de la comunidad
- d) **Presupuesto**; Tesoro público.

## **CAPITULO V. DISCUSIÓN, CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 Discusión de los resultados**

En el presente estudio se obtuvo los siguientes resultados

- El 80,1% de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca en el año 2018, perciben que la gestión del turismo rural comunitario es regular y el 16,9% afirma que es buena.
- El 94.6 % de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca en el año se sienten satisfechos con los servicios turísticos de la comunidad y solo el 5,4% se sienten insatisfechos. La escala de satisfacción del turista es buena ya que se encuentra satisfecho con las presentaciones originales y las actividades que realiza, sin embargo, se encuentra insatisfecho con la planificación de proyectos ambientales, desde su enfoque la comunidad no coordina con el gobierno local por lo que esto representa una inconformidad.
- Al 95% de confianza de la prueba chi-cuadrado se concluye que existe relación directa y significativa entre gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de calca, 2018 ( $p\text{-valor}=0,000<0,05$ ). la satisfacción de



turistas depende directamente en un 30% de la gestión turística en la comunidad.

Díaz y Lama (2015) establecieron que el nivel de satisfacción con mayor cifra fue la alternativa “algo satisfechos” con una representación porcentual del 40% aproximadamente, lo que significa, que más del 40% de los turistas extranjeros se sintieron algo satisfechos con su visita a barrio florido y alrededores, lo que confirma que se colmó gran parte de sus expectativas, resultado que difiere a lo obtenido en nuestro estudio donde más del 90% de los turistas presentan satisfacción; esto se debe a que en la región Cusco los servicios turísticos cumplen con estándares internacionales y en Iquitos no en este momento.

Varenius (2016), llegó a la conclusión de que existe un alto nivel de satisfacción de los turistas frente a la naturaleza de la isla, lo que hace que la mayoría de los turistas (poco más de nueve de cada 10) no solo quiera regresar a la isla, sino que también sea recomendada a familiares y amigos. similar resultado al obtenido en nuestro estudio donde se estableció que el 94.6 % de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca en el año se sienten satisfechos con los servicios turísticos de la comunidad.

Ordoñez (2017), concluye que el volumen de turismo es alto y la diversificación ha sido siempre una buena herramienta para captar nuevos segmentos, una manera de hacerlo es el agroturismo. la articulación y el aprovechamiento de regiones productoras agrícolas aporta positivamente a la generación de actividades complementarias que generen ingresos, empleos etc. En forma similar en la

comunidad de Janac chuquibamba del distrito de Lamay provincia de Calca, el turismo rural comunitario es actividad complementaria de la principal activa que es la agrícola y presenta una tendencia creciente de la demanda turística.

Mendoza (2017), en su trabajo “Modelo De Gestión Para Fomentar El Turismo Rural En La Zona Centro De Manabí” , llegó a las conclusiones de que son los indicadores de sostenibilidad como la estacionalidad del turismo, satisfacción de los turistas, conservación y protección del entorno, gestión de residuos sólidos permitieron esclarecer los aspectos más relevantes dentro de la actividad turística rural, accediendo a una adecuada gestión de los recursos de manera sostenible en vinculación con la comunidad y el medio ambiente. Este resultado es coherente a los obtenidos en nuestro estudio donde se establece que existe relación directa y significativa entre gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, 2018. La satisfacción de los turistas depende principalmente de cómo se gestiona dicha comunidad con respecto a la planificación de las actividades, desarrollo socioeconómico.

Camarena y Coral (2016), estableció que durante el desarrollo de la investigación se identificaron 4 ejes estratégicos para la mejora de la gestión turística de la provincia de Chupaca: la elaboración de un plan estratégico territorial-urbanístico para ésta, la elaboración de un plan de marketing para posicionarla provincia, el desarrollo de un modelo de gestión público-privado y un plan de capacitaciones técnicas para los actores involucrados dentro del sistema turístico. De la observación de campo realizada se evidencia que la comunidad de Janac

Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca, tienen similares dificultades que limitan la oferta turística.

## 5.2 Conclusiones

- 1 Al 95% de confianza de la prueba chi-cuadrado se concluye que existe relación directa y significativa entre Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca, 2018 ( $p\text{-valor}=0,000<0,05$ ). La satisfacción de turistas depende directamente en un 30% de la gestión turística en la comunidad. Del 100% de turistas que perciben que la gestión del turismo rural comunitario es mala, el 80% de ellos se siente insatisfecho con los servicios, en cambio el 100 % de los turistas que perciben que la gestión es buena, el total de ellos se siente satisfecho.
- 2 La oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay Provincia de Calca se caracteriza por una visita hacia la presentación de actividades por parte de los comuneros caracterizando situaciones cotidianas y costumbristas del que hacer rural como por ejemplo las yunsadas, la agricultura, la gastronomía, crianza de animales, elaboración de adobes, logrando la participación del turista en todo momento. Por otra parte, en los últimos años hay una tendencia creciente de operadores que desarrollan actividades turísticas en las comunidades.
- 3 El 80,1% de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia De Calca en el año 2018, perciben que la Gestión del turismo rural comunitario es regular, en cambio el 16,9% afirma que es buena. Con respecto a las dimensiones de dicha variable el 47% afirma que la planificación de la gestión turística es regular; el

71% sostiene que gestión del desarrollo socio económico es regular; el 51% de los turistas perciben que la gestión de la inversión y los proyectos es mala y el 74.7 % de los turistas perciben que la gestión del mercadeo para la actividad turística desarrollada es regular. La gestión del turismo por parte de los comuneros es regular ya que presenta aspectos positivos y negativos como la valoración de atractivos originales y propios del lugar, la originalidad, la coordinación con instituciones privadas, la promoción de la actividad turística, presencia de metas a futuro; así mismo en cuanto a los aspectos negativos están la falta de proyectos ambientales, la falta de coordinación con gobiernos locales y una publicidad mayor en redes virtuales.

- 4 El 94.6 % de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del Distrito de Lamay, provincia de Calca en el año se sientes satisfechos con los servicios turísticos de la comunidad y solo el 5,4% se sienten insatisfechos. Con respecto a las dimensiones de la variable el 95.8 % de los turistas quedaron satisfechos con la tangibilidad, el 95.2 % satisfechos con la fiabilidad del servicio, el 85.5 % satisfechos con la capacidad de respuesta del poblador, el 77.1 % insatisfechos con la seguridad de la actividad turística y el 94.6 % de los turistas que visitan dicha comunidad quedaron satisfechos con la empatía de los pobladores en las diferentes actividades turísticas realizadas.

### **5.3 Recomendaciones**

1. A las instituciones educativas ubicadas en la región Cusco realizar estudios respecto a la gestión y satisfacción de turistas para hacer un diagnóstico de la situación y en base a estos resultados proponer acciones en beneficio de la comunidad que contribuyan a fortalecer esta actividad y su calidad en la prestación del servicio que se brinda a los turistas.
2. A la Dirección Regional de Turismo Cusco que capacite a los comuneros en atención al turista, para generar mayor demanda de turistas.
3. A los gobiernos locales, regionales y nacionales invertir en temas de seguridad tanto vial, señalización para minimizar los riesgos de accidentes
4. A la comunidad diseñar e implementar planes de seguridad en la atención de turistas equipando con botiquín, implementos de primeros auxilios, oxígeno y otros
5. A la comunidad elaborar un manual, redactar y datar las actividades de turismo rural comunitario que brindan.
6. A la comunidad realizar encuestas a los turistas en cuanto a la experiencia del turismo rural comunitario para ver el grado de satisfacción del turista y de este modo tomar acciones de mejora continua.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Fuentes bibliográficas

Aquije, C y Chanca, A (2018) Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la financiera proempresa, agencia Huaycán 2018. Universidad Inca Garcilaso De La Vega Facultad De Ciencias Administrativas Y Ciencias Económicas (Tesis de Grado). Lima, Perú

Asesores1turismo. (Enero del 2017). Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2017/01/28/que-es-un-ente-gestor-de-turismo/>

Ayestarán, R. (2016). Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor. ESIC, 2016

Beltrán, M. (2011). Impulso de la Gestión Turística e Imagen Regional para el desarrollo de Ayacucho (tesis de grado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. Recuperado [https://www.academia.edu/7751179/Evaluaci%C3%B3n\\_del\\_Potencial\\_Tur%C3%ADstico\\_del\\_Territorio](https://www.academia.edu/7751179/Evaluaci%C3%B3n_del_Potencial_Tur%C3%ADstico_del_Territorio)

Blandez, M. (2016) Proceso Administrativo, Editorial Digital UNID, 2016

Camarena y Coral (2016). Diagnóstico De Los Componentes Del Sistema De Gestión Turística En Comunidades Receptoras Andinas. Caso: Provincia De Chupaca, Valle Del Mantaro, Región Junín (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima, Perú.

- Carballo, R., Moreno, S., Leon, Carmelo. y Brent, J.R.(2014). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. un análisis de la investigación y necesidades de actuación1. Cuadernos de Turismo, nº 35, (2015); pp. 71-94. Recuperado de file:///C:/Users/emendoza/Downloads/221511-Texto%20del%20art%C3%ADculo-786221-1-10-20150312.pdf
- Cortés, C. (2009) El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de Desarrollo de las pequeñas comunidades de los Países en Desarrollo Recuperado de <https://www.uv.mx/blogs/uvi/2009/01/15/el-turismo-rural-sostenible-como-una-oportunidad-de-desarrollo-de-las-pequenas-comunidades-de-los-paises-en-desarrollo/>
- Díaz, L y Lama, G. (2015). Estudio de la satisfacción de los turistas extranjeros que visitan el poblado de barrio Florido y alrededores, periodo 2014 (tesis de grado). Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. Punchana, Iquitos
- Domínguez, P., Bernard, A., Burguete, E. (2018). Turismo alternativo y tecnología: Promoción de la Sierra Mágica por medio de Internet. Puebla, México: Gestión Turística. N° 2
- El Plan de Desarrollo Distrital Concertado Lamay al 2021, (2011) Municipalidad distrital de Lamay gestión 2011-2014, Recuperado de <https://vdocuments.site/pdcl-lamay-2014.html>)
- Francesch, A. (2004) Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta. Gazeta de Antropología, 20, artículo 29 Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/7280>
- Gestión Turística, [S.l.], n. 11, p. 101-111, july 2018. ISSN 0718-6428. Recuperado de <https://revistas.ucla.edu.ve/index.php/Compendium/article/view/64/>



- Gómez, P., González E, Bojórquez, R., México, T. N. De, Mérida, I. T. De, & N, A. T. S. (2018). Medición del grado de satisfacción del turista de Puerto Progreso , Yucatán Measurement of the degree of satisfaction of the tourist of Puerto, 3(6), 6–18.
- Hernández, G. M. (2016). Medición de la Satisfacción de clientes en Organizaciones. Chimborazo Ecuador: Unach.
- Huallpa, D (2018). Conocimiento sobre las costumbres y tradiciones en los estudiantes de 4° b de la institución educativa secundaria comercial 45 “EMILIO ROMERO PADILLA” - PUNO- 2016 ( Tesis de grado).Universidad Nacional Del Altiplano, Puno, Perú.
- Ibáñez, R. (2015). Tipologías Y Antecedentes De La Actividad Turística. México: Puebla, pp. 21-23, recuperado de [https://www.google.com.pe/search?q=+PDFyei=yWZ1W8yCGIzL\\_QbR4bnwDgystart=10ysa=Nybiw=1366ybih=623](https://www.google.com.pe/search?q=+PDFyei=yWZ1W8yCGIzL_QbR4bnwDgystart=10ysa=Nybiw=1366ybih=623)
- Ivars, J., Solsona, J., y Giner, D (2015) Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. ISSN 0212-1573 (impres), ISSN 2014-4512 (en línea) Documents d'Anàlisi Geogràfica 2016, vol. 62/2 327-346 Recuperado de [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54852/1/2016\\_lvars\\_etal\\_DAG.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/54852/1/2016_lvars_etal_DAG.pdf)
- Lamboggia, J ( 2014). análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en américa latina: el caso del ecuador (tesis de maestría) Facultad latinoamericana de ciencias sociales sede ecuador. Ecuador.

Makon, M. P. (2016). Modelo de Gestión por resultados en la Administración Pública. República Dominicana: Ponencia Del VI Congreso CLAD De Argentina, pp. 7-9

Manual de Señalización Turística del Perú. Lima: MINCETUR, 2016.

Manual del emprendedor en Turismo Rural Comunitario. (2008). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/turismo-TRC/Manual\\_Emprendedor\\_TRC\\_2008.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/turismo-TRC/Manual_Emprendedor_TRC_2008.pdf)

Manual para emprendedores. Manual de buenas prácticas de gestión de servicios para alojamientos en zonas rurales (2010) Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/turismo-TRC/MBP\\_Alojamientos\\_ZonasRurales\\_2011.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/turismo-TRC/MBP_Alojamientos_ZonasRurales_2011.pdf)

Manzano, P., & González, A. (2017). La gestión del turismo comunitario y el desarrollo competitivo en la inserción con los componentes de sostenibilidad The management of community tourism and competitive, 4(1), 15–23.

MEF - MINCETUR. (2014). Lineamientos Básicos para la Elaboración de Proyectos De Inversión En Turismo Rural Comunitario. Lima - Perú: Mincetur, recuperado de <http://www.mincetur.gob.pe/ASISprov/cusco.pdf>

Mendoza, F. (2016) Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el turismo rural comunitario. Revista San Gregorio N°15, pp.122-127

- Mendoza, M. (2017). Modelo de gestión para fomentar el turismo rural en la zona centro de Manabí (tesis de pre grado). Escuela superior politécnica agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Guadalajara, México.
- MINCETUR. (2008). Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú. Documento de Trabajo para la actualización. Recuperado [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/2015/11/LINEAMIENTOS\\_DESARROLLO\\_TURISMO\\_RURAL\\_ARTE.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/2015/11/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf)
- MINCETUR. (2016). Conceptos Fundamentales Del Turismo. Lima - Perú: Mincetur, pp. 67-68,
- Moliner, B.(2003) La formación de la satisfacción / insatisfacción del consumidor y del comportamiento de queja: aplicación al ámbito de los restaurantes. (Tesis Doctoral). Universidad de Valencia. Valencia, España.
- Monterrubio, J. (2009) Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión.
- OMT, (1998). Ecoturismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo OMT.
- Ordoñez, K. (2017). Modelo de Gestión del Agroturismo en Bolivia en la actualidad (tesis de pre grado). Universidad Mayor De San Andrés Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación La Paz, Bolivia.
- Oyarzun, E. (2018). Turismo cultural, potencialidades y riesgos en la región de los lagos, Chile: Gestión Turística. N° 2
- Pantoja, L. (2015), Atractivos Naturales y Culturales Para El Desarrollo Del Turismo Alternativo En La Comunidad De Llullucha- Ocongate (tesis de grado). Universidad Nacional De San Antonio Abad Del Cusco. Cuzco, Perú.
- Pearce, D. G. (2016). Modelo De Gestión Turística Turísticos Síntesis Y Evaluación. Buenos Aires - Argentina: Sistema De Información Turística. 25(1).

- Piñole, I. (2015) Gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Pg 722, Ed, Centro de Estudios Ramon Areces SA.
- Ramírez, A. (2017). El Servqual O El Servperf. Quindío - México: Sinapsis, pp. 5-6, recuperado de [http://sdot.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/EDZ\\_ANTA\\_comp.pdf](http://sdot.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/EDZ_ANTA_comp.pdf)
- Salas, A y Cháve11z, J (2001) Aportes para una estrategia nacional de turismo con énfasis en el desarrollo sostenible. Lima, Perú. Documento de trabajo.
- Salta, Y. (2012). Evaluación de la gestión por resultados en el Perú. Lima - Perú: Ponencia Publica Clad.
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos, 9(20), 31–57. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- Sepúlveda, Y, Bazurto, R, y Vizcarra, R (2010), Plan estratégica para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región del Cusco (tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Tello, Y., Vázquez, S., Juárez, A., & González, M. (2015). TURISMO CINEGÉTICO: ¿UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO SUSTENTABLE? European Scientific Journal, 11(20).
- Tello, Y., Vázquez, S., Juárez, A., & González, M. (2015). TURISMO CINEGÉTICO: ¿UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO SUSTENTABLE? European Scientific Journal, 11(20). Recuperado de <https://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/5949/5809>
- Torre, R. L. (2014). Introducción A La Gestan. Madrid - España: Lumber.
- Torres, M. y Vásquez, C. (2015) Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. Compendium, vol. 18, núm. 35, julio-diciembre,

2015, pp. 57-76 Recuperado de  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88043199005>

Varenius, N. (2016). Descripción del grado de satisfacción del turista que visita la isla Santay (tesis de pre grado). Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador.

Vásquez, S. O. (2009). Gestión Del Turismo En Caracas. Caracas Venezuela: Gestión Turística N°12, pp. 45

# **ANEXOS**

ANEXO 1: Matriz de consistência

ANEXO 2: Encuestas inglés y en español de la gestión de la comunidad y de la satisfacción del turista

ANEXO 3: Fotos

### ANEXO 1: Matriz de consistència

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	MÉTODO	TÉCNICAS	INSTRUMENTO
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Existe relación entre la gestión del turismo rural comunitario y la satisfacción de los turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca 2018?</p> <p><b>Problema específico</b></p> <p>a) ¿Cuál es la oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca?</p> <p>b) ¿Cómo es la gestión del turismo rural comunitario en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca?</p> <p>c) ¿Cuál es la escala de satisfacción de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar la relación entre la gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca 2018</p> <p><b>Objetivo Específico</b></p> <p>a) Analizar la oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca.</p> <p>b) Establecer la Gestión de turismo comunitario de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca.</p> <p>c) Describir la escala de satisfacción de los turistas que visitan la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia De Calca</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>Existe relación significativa entre la Gestión del turismo rural comunitario y satisfacción de turistas en la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>a) La oferta actual de los servicios turísticos de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia De Calca no llega a consolidarse</p> <p>b) La Gestión de turismo rural comunitario de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca desde la percepción de los turistas es regular</p> <p>c) Los turistas que visitan de la comunidad de Janac Chuquibamba del distrito de Lamay, provincia de Calca 2018 presentan satisfacción media.</p>	<p>V. Independiente</p> <p>-Gestión del Turismo Rural Comunitario</p> <p>V. Dependiente</p> <p>-Satisfacción del turista visitante</p>	<p><b>a) Planificación:</b></p> <p>Planes de desarrollo</p> <p>Identificación del estado de los servicios</p> <p>Formulación de rutas turísticas</p> <p>Fortalecimiento de la identidad cultural</p> <p>Seguridad</p> <p><b>b) Desarrollo socioeconómico:</b></p> <p>Conformación de pequeños negocios</p> <p>Capacitación para el trabajo</p> <p>Producción de bienes y productos</p> <p>Sensibilización de la actividad turística</p> <p><b>c) Inversión de proyectos:</b></p> <p>Concertación con el gobierno local</p> <p>Concertación con empresas privadas</p> <p>Proyectos de desarrollo de equipamiento</p> <p>Acuerdos de tributación</p> <p><b>d) Mercadeo:</b></p> <p>Información turística</p> <p>Promoción del atractivo turístico</p> <p>Formulación de mercados meta</p> <p>Material publicitario impreso</p> <p><b>a) Fiabilidad:</b></p> <p>-Realiza el servicio en el tiempo indicado</p> <p>-Finaliza en el tiempo estimado y comunicado</p> <p>-Soluciona los problemas de los clientes (del servicio)</p> <p><b>b) Capacitación de respuesta:</b></p> <p>-Comunica el tiempo que tomara el servicio</p> <p>-Servicios dispuestos a atender al cliente</p> <p>-Buena predisposición de respuesta</p> <p><b>c) Empatía:</b></p> <p>-Atención personalizada e individualizada</p> <p>-Horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes</p> <p><b>d) Seguridad:</b></p> <p>-Transmiten confianza a los clientes</p> <p>-Personal amable</p> <p>-Personas con conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los clientes</p> <p><b>e) Elementos tangibles:</b></p> <p>-Equipos de apariencias modernas</p> <p>-Materiales visualmente atractivos</p> <p>-Instalaciones visualmente atractivas</p>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>Básica</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental, transversal, correlacional.</p> <p><b>Enfoque:</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>Descriptivo</p> <p>Correlacional.</p> <p><b>Población:</b></p> <p>1998 turistas</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>219 Turistas</p>	<p>Encuestas.</p>	<p>Cuestionario</p>

## ANEXO 2: Encuestas en inglés y español

<b>UNIVERSITY OF SAN MARTIN DE PORRES</b>						
<b>SCHOOL OF TOURISM AND HOSPITALITY</b>						
Dear tourist: With the goal of evaluating your level of satisfaction with we would like to obtain information about your experience. Please rate the following survey using a scale 1-5. Consider 1 the lowest level and 5 the highest level of satisfaction.						
<b>1=Strongly Disagree;</b>		<b>2=Disagree;</b>		<b>3=Neither Agree Nor Disagree;</b>		
		<b>4=Agree;</b>		<b>5=Strongly Agree.</b>		
Country						
Age						
Gender						
N°	Questions	1	2	3	4	5
	<b>WHAT WAS YOUR EXPERIENCE LIKE REGARDING:</b>					
1	Adequate planning to protect the environment, recycling, compost and trash.					
2	Quality of the services given by the community.					
3	Advertising with detailed and complete information about tourist attractions.					
4	Originality and authenticity of the cultural experience.					
5	Organization and appropriate sequence when showing the tourist route.					
6	Is there a variety of activities and choices for the visitors?					
7	Affinity between price and quality of the local crafts, products, services, lodging and restaurant in the community.					
8	Cultural exchange with the local people.					
9	Adequate organization of the community to provide a touristic service					
10	Did you appreciate the participation of the local government in the infrastructure and organization of the community?					
12	Adequate road signals.					
14	Reliable information regarding the tourist attractions of the community.					
15	The community offers quality services for visitors.					
16	The marketing means are adequate, varied and vast.					
17	Is the community ready and prepared to provide services for the tourists?					
<b>Anything else you would like to share?</b>						



UNIVERSITY OF SAN MARTIN DE PORRES						
SCHOOL OF TOURISM AND HOSPITALITY						
Dear tourist: With the goal of improving the touristic management of the community we would like you to answer the following survey. Use the numeric scale where 1 is the lowest and 5 highest level of satisfaction.						
1=Strongly Disagree;		2=Disagree;		3=Neither Agree Nor Disagree;		
4=Agree;		5=Strongly Agree.				
Country						
Age						
Gender						
N°	Questions	1	2	3	4	5
<b>HOW WOULD YOU EVALUATE THE FOLLOWING ASPECTS OF TOURISTIC MANAGEMENT BY DE LOCAL COMMUNITY?</b>						
1	The folkloric furniture and the traditional arrangements during your visit.					
2	The cleanliness of the areas of exhibition, presentation of food, as well as the areas where they exhibited products and its functionalities.					
3	The protection and care of the natural landscape and environment that you visited.					
4	The traditional clothing and its cleanliness.					
5	The overall quality of the cultural experience gained.					
6	The willingness shown by the local people to help you solve any problems you may have encountered.					
7	The diversity and variety of the cultural presentations.					
8	Given services and the time that took to obtain such services.					
9	Clear and concise information regarding any promised services.					
10	The time the local people took to reply to your requests.					
11	The willingness of the local people to help you.					
12	Was local people kind and considerate					
13	Accessibility and safety to the tourist attractions and to the areas of exhibitions.					
14	Road signs of the tourist attractions and areas of exhibition.					
15	Safety equipment, first aid kit, oxygen and area for medical services.					
16	The safety with any exchange with the local people during activities					
17	The quality of the information given by the local people.					
18	The answers given by the local people to any questions or comments.					
19	The individual attention and hospitality given by the local people.					
20	The willingness and cordiality from the local people					
21	Information given by local people regarding their daily life, traditions, beliefs and practices.					
22	Easiness of the local guide regarding touristic activities					
23	Did you enjoy your visit?					
24	Overall, how do you feel about the touristic experience given by the local community?					

UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES						
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA						
Estimado turista, con el propósito de evaluar su nivel de satisfacción con el servicio prestado, por favor conteste la siguiente encuesta, Utilice la escala numérica del 1 al 5, considere 1 como la menor calificación y 5 como la mayor calificación.						
<b>1 =totalmente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Indiferente; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo.</b>						
País						
Edad						
Genero						
N°	Preguntas	1	2	3	4	5
<b>COMO SE SINTIÓ USTED CON RESPECTO A:</b>						
1	Con el mobiliario autóctono y los arreglos tradicionales en su visita					
2	La limpieza de las áreas de exposición y presentación de alimentos, las áreas de exposición de productos y funcionalidad.					
3	La protección, cuidado y conservación de los atractivos naturales que encontró.					
4	La vestimenta tradicional y el cuidado de misma.					
5	Calidad de la presentación, escenificación y exhibición de los atractivos culturales					
6	El interés que mostro el poblador para solucionar algún problema que se le haya presentado.					
7	La diversidad y variedad de las presentaciones culturales.					
8	El servicio prometido y el tiempo en que le dieron ese servicio					
9	La información completa acerca de cuándo y cómo exactamente se le darán los servicios prometidos.					
10	El tiempo en que los pobladores se tomaron en responder a sus peticiones.					
11	La disposición de los pobladores en ayudarlo.					
12	El trato del comunero es considerado y amable					
13	Accesibilidad y normas de seguridad a los atractivos turísticos y a las zonas de exposiciones.					
14	Señalización de los atractivos turísticos y de las zonas de exposición					
15	Equipamiento de seguridad, primeros auxilios, como oxígeno, zonas de atención médica.					
16	La seguridad en las zonas donde se desarrolla las actividades con los pobladores					
17	Calidad de la información que le dieron los comuneros.					
18	La respuesta de los pobladores a sus preguntas y dudas.					
19	La atención personalizada y hospitalidad de los pobladores					
20	La disposición y cordialidad del poblador en atenderlo					
21	La explicación que le dieron los pobladores durante su visita turística					
22	Desenvolvimiento del poblador en el desarrollo de las actividades turísticas					
23	Le agrado la visita turística					
24	En general, usted cómo se siente con la experiencia del servicio turístico ofrecido por la comunidad.					

**UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES****ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA**

Estimado turista, con el propósito de evaluar la gestión de la comunidad, por favor conteste la siguiente encuesta, Utilice la escala numérica del 1 al 5, considere 1 como la menor calificación y 5 como la mayor calificación.

**1 =totalmente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Indiferente; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo.**

País

Edad

Genero

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
	<b>COMO PERCIBIO LOS SIGUIENTES ASPECTOS DE LA GESTIÓN EN LA COMUNIDAD:</b>					
1	Plan de manejo del medio ambiente ( reciclaje, abono orgánico y basura)					
2	Calidad de servicio recibido por la comunidad					
3	Publicidad completa y detallada de los atractivos turísticos					
4	Originalidad y autenticidad de la experiencia culturales					
5	Organización y secuencia apropiada al enseñar la ruta turística.					
6	Existe una variedad de actividades y opciones para el visitante					
7	Relación de la calidad y precio de las artesanías, productos y servicios de alojamiento y restaurante que existen en la comunidad.					
8	El intercambio de la experiencia cultural con los pobladores.					
9	Organización adecuada de la comunidad para la prestación del servicio turístico.					
10	Percibió usted la participación del gobierno local en la infraestructura y en la organización de la comunidad					
11	Señalización técnica.					
12	Información confiable respecto a los atractivos que ofrece la comunidad.					
13	La comunidad ofrece servicios de calidad para el visitante.					
14	Los medios promoción son adecuados, variados y amplios					
15	Esta la comunidad organizada y preparada para proveer los servicios para los visitantes.					

**Algo más que quiera decirnos:**

UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES						
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERIA						
Estimado <b>poblador</b> con el fin de mejorar los servicios turísticos queremos evaluar la gestión del turismo de la comunidad para lo que necesitamos su ayuda respondiendo a las siguientes preguntas... (Utilice escala numérica del 1 al 5, considere 1 como la menor calificación y 5 como la mayor calificación.						
<b>1 =totalmente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Indiferente; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo.</b>						
País						
Edad						
Genero M F						
N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	La comunidad cuenta con un plan o proyecto adecuado de cómo manejar el medio ambiente, la ruta turística o los negocios para los turistas					
2	La comunidad pregunto a los turistas o a las agencias si el servicio que es de calidad					
3	La comunidad aprovecha al máximo los atractivos que tienen y ofrecen a las agencias de viaje					
4	La comunidad ofrece a los turistas escenificaciones de sus costumbres originales y autóctonas					
5	La comunidad realiza adecuadas coordinaciones para promocionar sus fiestas.					
6	La actividad turística en la comunidad ha promovido el establecimiento de negocios como tiendas, artesanías, hospedaje, restaurante.					
7	La comunidad propicia el desarrollo de talleres					
8	La comunidad ofrece artesanías o productos cuyos productos beneficien a todos los comuneros.					
9	Les gustaría tener más visitantes y productos que ofrecer					
10	La comunidad coordina con el municipio, agencia, o institución talleres, cursos para mejorar su servicio.					
11	La comunidad ha pedido ayuda al municipio mediante un documento para mejorar sus instalaciones.					
12	La comunidad recibe asesoría técnica para mejorar para mejorar infraestructura y los servicios.					
13	La comunidad cuenta con asesoría de un profesional en turismo u contador.					
14	La comunidad ha informado a las agencias de viaje sobre los atractivos y los servicios que ofrecen.					
15	La comunidad coordina permanentemente con las agencias turísticas la promoción de su actividad turística.					
16	La comunidad trabaja coordinadamente con las instituciones para el cumplimiento de metas respecto al incremento de turistas.					
17	La comunidad elabora y entrega a los turistas material publicitario de las actividades turísticas que desarrollan.					
<b>Algo más que quiera decirnos:</b>						

### ANEXO 3: FOTOS



Recepción de los turistas por los comuneros de Janac Chuquibamba.



Los turistas son vestidos por los comuneros con sus trajes típicos.



Arando la tierra con la Chaquitaqlla.



Elaboración de adobes.



Proceso de elaboración de la chica.



Degustación de la elaboración de la Chicha.



Demostración de la crianza del cuy.



Instalaciones de la cocina de la comunidad





Comedor Achupalla.



Demostración y clases cocina.



Proceso de preparación de los alimentos.



Almuerzo buffet realizado por los comuneros con ayuda de los turistas.



Almuerzo buffet.



Turistas almuerzan en la cancha de la comunidad.



Yunsada con la participación de comuneros y turistas.



Realizando encuestas



Encuestas a los comuneros.



Encuestas a comuneros.



Salón comunal.



Cancha de la comunidad.



Venta de artesanías.

## VALIDACION DE INSTRUMENTOS

### I. DATOS GENERALES

1.1. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: GESTION DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y LA SATISFACCION DEL TURISTA EN LA COMUNIDAD DE JANAC CHUQUIBAMBA DISTRITO DE LAMAY PROVINCIA DE CALCA 2018.

1.2. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: Edwards Jesus Aguirre Espinoza

Especialidad: Metodologo

Lugar y Fecha: Cusco, 23 de Noviembre del 2018

Cargo e Institución donde Labora: Docente Universidad San Antonio Abad del Cusco

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20 %	Regular 21-40 %	Bueno 41-60 %	Muy Bueno 61-80 %	Excelente 81-100%
Forma	1.REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios					X
	2.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.					X
	3.OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable.					X
Contenido	4.ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5.SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.				X	
	6.INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.					X
Estructura	7.ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
	8.CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					X
	9.COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	10.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X


II. OPINION DE APLICABILIDAD:

Favorable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90.70

IV. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

- Procede a su aplicación.  
 Debe corregirse.

  
 Dr. Edwards Jesus Aguirre Espinoza  
 DOCENTE UNIVERSITARIO

Sello y Firma del Experto.

DNI:



## VALIDACION DE INSTRUMENTOS

### I. DATOS GENERALES

1.1. TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: GESTION DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO Y LA SATISFACCION DEL TURISTA EN LA COMUNIDAD DE JANAC CHUQUIBAMBA DISTRITO DE LAMAY PROVINCIA DE CALCA 2018.

1.2. DATOS DEL EXPERTO:

Nombres y Apellidos: Mildred Olarte Sotomayor

Especialidad: Psicólogo

Lugar y Fecha: Cusco, 23 de Noviembre del 2018

Cargo e Institución donde Labora: Docente Universidad Andina del Cusco

COMPONENTE	INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20 %	Regular 21-40 %	Bueno 41-60 %	Muy Bueno 61-80 %	Excelente 81-100%
Forma	1. REDACCIÓN	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios					X
	2. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado.					X
	3. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observable.					X
Contenido	4. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
	5. SUFICIENCIA	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad.					X
	6. INTENCIONALIDAD	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación.				X	
Estructura	7. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
	8. CONSISTENCIA	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación educativa.					X
	9. COHERENCIA	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					X
	10. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X

### II. OPINION DE APLICABILIDAD:


Favorable

### III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

### IV. LUEGO DE REVISADO EL INSTRUMENTO:

Procede a su aplicación.

Debe corregirse.

  
Sello y Firma del Experto.

DNI: 4525 20 32