



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

**PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL OLIVO EN EL OLIVAR DE
SAN ISIDRO A TRAVÉS DEL DISEÑO DE UN CIRCUITO
GASTRONÓMICO, 2018**

**PRESENTADA POR
ALEJANDRO JESUS ALFERRANO MANDUJANO**

**ASESORA
ANA MARÍA ALEMÁN CARMONA**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

LIMA – PERÚ

2019



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

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

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



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

TESIS

**“PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL OLIVO EN EL OLIVAR
DE SAN ISIDRO A TRAVÉS DEL DISEÑO DE UN CIRCUITO
GASTRONÓMICO, 2018”**

TESIS

PARA OPTAR

**EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN MARKETING TURÍSTICO
Y HOTELERO**

PRESENTADA POR:

ALEJANDRO JESUS ALFERRANO MANDUJANO

ASESORA:

DRA. ANA MARÍA ALEMÁN CARMONA

LIMA - PERÚ

2019

**“PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL OLIVO EN EL OLIVAR DE SAN
ISIDRO A TRAVÉS DEL DISEÑO DE UN CIRCUITO GASTRONÓMICO,
2018”**

ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO

DEDICATORIA

A mis padres: Alejandro y Norma, presencia vital, quienes me motivaron con mucho amor, sencillez y naturalidad.

A mis hermanos: Rocío y Norma, por su especial consideración hacia mi persona.

En especial a mi amada esposa María Elena y mis amados hijos María Alejandra y Luciana, por su comprensión y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar y acompañar mí día a día, por motivarme a surgir en el campo profesional, por estar siempre conmigo y hacerme perseverante en la búsqueda del éxito profesional.

A mi alma mater, la Universidad de San Martín de Porres – Sección de Posgrado, por haberme dado la oportunidad de convertirme en un profesional exitoso.

A mis asesores, por su asesoría metodológica y temática en la formulación y culminación de mi estudio de investigación, muchas gracias.

ESTRUCTURA DE TESIS

PORTADA.....	i
TÍTULO	ii
ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ESTRUCTURA DE TESIS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO	20
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	20
1.1.1 Nacionales	20
1.2 Bases Teóricas	24
1.2.1 Promoción del Turismo del Olivo.....	24
1.2.2 Circuito Gastronómico	29
1.2.3 Marketing Digital	33
1.2.4 Marketing turístico.....	35
1.3 Definiciones Conceptuales.....	37
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	43
2.1 Diseño Metodológico.....	43
2.1.1 Tipo de investigación	43
2.1.2 Nivel de investigación	43

2.1.3	Diseño	43
2.2	Población y muestra.....	45
2.2.1	Población.....	45
2.2.2	Muestra	45
2.3	Técnicas de recolección de datos	45
2.3.1	Descripción de los instrumentos	46
2.4	Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	48
2.5	Matriz de consistencia.....	48
2.6	Aspectos éticos	48
CAPITULO III: RESULTADOS.....		49
3.1	Trabajo de Campo	49
3.1.1.	Entrevista a expertos	49
3.1.2.	Entrevista estructurada cerrada.....	61
3.2	Propuesta: Diseño del circuito gastronómico	67
CAPITULO IV: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		81
4.1	Discusión	81
4.2	Conclusiones.....	84
4.3	Recomendaciones	87
1.	Referencias bibliográficas	89
2.	Referencias electrónicas.....	92
ANEXOS.....		94
1.	Matriz de consistencia.....	100
2.	Entrevista de Estructura Cerrada.....	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de triangulación de entrevistas.....	55
Tabla 2. ¿Por qué viene al Parque de San Isidro?	61
Tabla 3. ¿Estaría de acuerdo con que exista recorridos turísticos relacionados al olivo?	62
Tabla 4. ¿Usted cree que un Circuito Turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo el Parque de San Isidro?.....	63
Tabla 5. ¿En su opinión tiene relevancia el programa de guiado turístico en el Parque de San Isidro?.....	64
Tabla 6. ¿Usted está de acuerdo con la práctica turística en el Parque el Olivar de San Isidro?	65
Tabla 7. ¿Considera que a través del diseño de un Circuito Gastronómico en el entorno del Parque del Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo?.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Por qué viene al Parque de San Isidro?	61
Figura 2: ¿Estaría de acuerdo con que exista recorridos turísticos relacionados al olivo?.....	62
Figura 3: ¿Usted cree que un Circuito Turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo el Parque de San Isidro?	63
Figura 4: ¿En su opinión tiene relevancia el programa de guiado turístico en el Parque de San Isidro?.....	64
Figura 5: ¿Usted está de acuerdo con la práctica turística en el Parque el Olivar de San Isidro?.....	65
Figura 6: ¿Considera que a través del diseño de un Circuito Gastronómico en el entorno del Parque del Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo?.....	66

RESUMEN

El trabajo de investigación titulado “Promoción del Turismo del Olivo en El Olivar de San Isidro a través del Diseño de un Circuito Gastronómico, 2018”; tuvo como objetivo general: Fomentar la Promoción del Turismo del Olivo en El Olivar de San Isidro a través del Diseño de un Circuito Gastronómico, 2018, trabajo que luego de desarrollar los diversos aspectos que tienen relación con el tema de esta investigación se pudo contrastar los objetivos y las hipótesis planteadas.

Los datos obtenidos permitieron conocer que la propuesta cumple el objetivo de fomentar las características turísticas que tiene el programa de guiado en El Olivar de San Isidro, mediante la ayuda de promoción de la página web del municipio de San Isidro, revistas institucionales, redes sociales como Facebook e Instagram. Asimismo, se debe promover el conocimiento sobre el aceite de oliva a través de la práctica turística en el entorno de El Olivar de San Isidro, tal como la propuesta de la práctica de cata, mediante la degustación del aceite de olivo, donde se explica acerca de la variedad de los olivos, y que sí es posible desarrollar la propuesta del circuito gastronómico sobre el óleo a diseñar en el entorno de El Olivar de San Isidro, con la finalidad de promocionar el bosque de olivos como un espacio patrimonial debido a su reconocimiento como “Monumento Nacional”, y resaltar el valor del olivo dentro de la historia del Perú, gastronomía y salud.

Palabras clave: Promover características turísticas, fomentar programa de guiado en El Olivar de San Isidro, promoción, promover el conocimiento, degustación de aceite de olivo.

ABSTRACT

The research work entitled "Promotion of Tourism in El Olivar de San Isidro, through the design of a gastronomic circuit, 2018" had as its general objective: To promote the Promotion of Tourism in El Olivar de San Isidro, through the design of a gastronomic circuit, 2018; work that after developing the various aspects related to the subject of this research, it was possible to contrast the objectives and the hypotheses proposed.

The data obtained allowed to know the proposal fulfills the objective of promoting the tourist characteristics that the guided program has in El Olivar de San Isidro, with the help of promotion through the website of the municipality of San Isidro, institutional magazines, Social networks like Facebook and Instagram. Likewise, knowledge about olive oil should be promoted through the tourist practice in the surroundings of El Olivar de San Isidro, such as the proposal of the tasting practice, by tasting the olive tree, where the variety is explained of the olive trees and if it is possible to develop the proposal of the gastronomic circuit on the oil to be designed in the surroundings of El Olivar de San Isidro, in order to promote the San Isidro Olive Grove as a heritage site due to its recognition as "National Monument", and highlight the value of the olive tree in the history of Peru, gastronomy and health.

Keywords: Promote tourist characteristics, guided program in El Olivar de San Isidro, promotion, promote knowledge, olive tasting.

INTRODUCCIÓN

El árbol del olivo tal como lo conocemos pertenece al género *Olea*, de la familia Oleácea. Es un árbol de copa ancha y hoja perenne que puede vivir varios siglos gracias a la particularidad que tienen las yemas temporales de su bajo-tronco para emitir raíces y brotes, y a una propagación de lo más variada que incluye reproducción (carozo) y multiplicación (injerto, esqueje semileñoso o herbáceo, óvulos, estacas, brotes de pie y micro-propagación).

Nació en Asia Menor hace más de 6,000 años, los fenicios llevaron el olivo hacia las islas griegas en el siglo XVI a.C. Desde la península helénica se propagó a todo el Mediterráneo, de Trípoli a Túnez, pasando por Sicilia y llegando al norte de Italia antes de ser cultivado por los romanos en el norte de África y España.

Con el descubrimiento de América (1492), el cultivo del olivo se extendió más allá de los confines del Mediterráneo. Los primeros olivos fueron llevados desde Sevilla a las Indias Occidentales, y luego al Continente Americano.

Desde el año 1560, se cultivaban olivos en México, y luego en Perú, California, Chile y Argentina, donde una de las plantas introducida durante la conquista –el viejo olivo Arauco- todavía vive. Su existencia se limita a una franja que abarca los paralelos 30 a 45 en ambos hemisferios.

El olivo es traído al Perú en 1559 por el procurador general de Lima, don Antonio de Ribera. El árbol milenario no ha dejado de viajar desde que se conoció sus bondades y cualidades.

Actualmente, en El Olivar de San Isidro, existen 1,483 plantas cuyas edades oscilan entre los 50 y 400 años y otras muy jóvenes reemplazan a los olivos muertos. Sin embargo, las características genéticas de las plantas jóvenes son idénticas a los de sus predecesoras, pues la reproducción y propagación ha sido vegetativa, conservándose de esta forma las características propias.

Para tal efecto, se propagan nuevas plantas a partir de estacas que son obtenidas de plantas madres, en el Vivero Municipal de San Isidro, el mismo que cuenta con 200 plantas listas para su próximo trasplante y 1,000 estacas en los almácigos.

Las labores de mantenimiento y conservación están a cargo de personal especializado que se ocupa diariamente del cuidado del Olivar. Además, todos los primeros viernes de cada mes se destinan dos tractores, cinco desbrozadoras y 28 jardineros que complementan y refuerzan el ornato del bosque.

En cuanto al riego, es muy importante para la supervivencia del Olivar, estos se efectúan por gravedad, mediante una vasta red de cauces, canales y tuberías, dos veces al mes durante el verano y una en los meses de invierno. Si el agua es escasa, se efectúan riegos nocturnos constatando la

penetración del agua cuando menos a un metro de profundidad. Una vez al año se efectúan podas de limpieza y sanidad con el objeto de eliminar ramas viejas, enfermas o muertas.

Por otro lado, en el año 1959 el Municipio de San Isidro auspició un Fórum para la conservación del olivar, con interesantes conclusiones: Proteger a los olivos contra la acción vandálica del hombre.

En los últimos tiempos, se conoce que el aceite de oliva extra virgen es rico en vitaminas A, D, E y K. Favorece la absorción de los minerales como el calcio, fósforo, magnesio y zinc. Mejora el control de la presión arterial y ayuda a controlar el nivel de glucosa en la sangre. Su elevada cantidad de polifenoles previene enfermedades degenerativas como el Alzheimer y actúa contra el envejecimiento. Además, reduce el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares.

De ahí la idea de esta investigación, que, por medio de la promoción del turismo del olivo a través del diseño de circuito gastronómico, los visitantes y turistas extranjeros puedan conocer el bosque El Olivar, su historia y además sobre las propiedades nutricionales del olivo.

Debido a que la gastronomía peruana se ha convertido en uno de los principales motivos para venir a visitar el Perú, un gran porcentaje de turistas muestran un alto grado de interés por la gastronomía peruana.

Para formular el problema de investigación se ha planteado la siguiente pregunta general:

¿Cómo promover el turismo del olivo en El Olivar de San Isidro a través del diseño de un circuito gastronómico, 2018?, y las correspondientes preguntas secundarias:

1. ¿Qué característica turística tiene el programa de guiado en El Olivar de San Isidro?
2. ¿Cómo promover el conocimiento sobre el aceite de oliva a través de la práctica turística en el entorno de El Olivar de San Isidro?
3. ¿Qué aspectos debe considerar el circuito gastronómico referido al óleo con el entorno de El Olivar de San Isidro?

Así el objetivo general de la tesis es: Fomentar la promoción del turismo del olivo en El Olivar de San Isidro, a través del diseño de un circuito gastronómico, 2018. Y los objetivos específicos son los que se presentan a continuación:

1. Conocer qué característica turística tiene el programa de guiado en El Olivar de San Isidro.
2. Promover el conocimiento sobre el aceite de oliva a través de la práctica turística en el entorno de El Olivar de San Isidro.
3. Identificar qué aspectos debe considerar el circuito gastronómico sobre el óleo a diseñar en el entorno de El Olivar de San Isidro.

La presente tesis es importante por el aporte que brinda en el conocimiento sobre el óleo y sus características tanto para los visitantes locales, como para los turistas extranjeros interesados en el tema gastronómico. Y, a través de esto revalorar El Olivar de San Isidro, que es considerado “Monumento Histórico”.

El óleo es un tema poco estudiado desde el aspecto del turismo en el entorno local, como lo hacen otros países como España, y, por lo tanto, es un aporte teórico importante. El Olivar de San Isidro es un bosque de olivos, que se encuentra en plena urbe capitalina, único en el mundo, por ello su estudio es de importancia.

Luego de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación, con fines metodológicos, el estudio lo delimitaremos en los siguientes aspectos:

Delimitación espacial: El ámbito en el cual se desarrolló la investigación fue San Isidro, el bosque El Olivar y alrededores.

Delimitación temporal: El período en el cual se desarrolló la investigación, comprendió el 2015-2017.

Delimitación Social: Las técnicas destinadas al recojo de la investigación fueron la encuesta a través del cuestionario y la guía de entrevista, aplicadas a la muestra seleccionada.

Delimitación Conceptual: Los principales conceptos que son desarrollados están dados por las variables que utilizó el trabajo de investigación:

a. Promoción del turismo del olivo

Palafox, Zizumbo, Arriaga y Monterroso (2010) señala que es la actividad que está formada por un grupo de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para hacer surgir y desarrollar el desplazamiento turístico, como también el crecimiento y mejora de la operación de la industria con el fin de aprovechar los fines de explotación económica.

b. Circuito gastronómico

Según Noticias de la semana (2005) señala que son rutas diseñadas con el fin de ofrecer un producto como el olivo.

El presente estudio, fue viable debido a que se contó con información, participación de los sujetos objetos de estudio. Por otro lado, se dispuso de los medios necesarios para la investigación, permitiendo aportar valor agregado para la optimización de recursos y mejoramiento del nivel de investigación.

La tesis se organiza de la siguiente manera:

La **Introducción**, presenta el **Planteamiento del problema**; en donde se describe la realidad problemática, se formula el problema y el respectivo objetivo de la investigación. Adicionalmente, se plantean la justificación, delimitaciones y viabilidad del estudio.

El **Capítulo I**, presenta el **Marco Teórico**; el cual está conformado por los antecedentes de la investigación, marco histórico, marco legal, bases teóricas de las variables independiente y dependiente, definiciones conceptuales. Y la respectiva formulación de la hipótesis.

El **Capítulo II**, presenta la **Metodología**; está referida al diseño metodológico, población y muestra, técnicas de recolección y procesamiento de datos y aspectos éticos.

El **Capítulo III**, presenta el **Resultado** de la recolección y procesamiento de datos.

El **Capítulo IV**, presenta la **Discusión, Conclusiones y Recomendaciones** de la investigación.

Finalmente, se presenta las fuentes de información y los respectivos anexos de la investigación: Matriz de consistencia (1), Cuestionario (2) y Guía de entrevista.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

1.1.1 Nacionales

Chapoñán y Montenegro (2014) en “Potenciales turísticos en las playas de Puerto Eten, agosto 2013 – marzo 2014”, cuyo objetivo fue evaluar el potencial turístico de las playas a través de un diagnóstico de la situación actual de su infraestructura y planta turística. Las técnicas aplicadas fueron el análisis documental, la observación y las encuestas, a través de instrumentos como guías de observación; asimismo, para evaluar el perfil del visitante se recurrió a encuestas dirigidas a 90 turistas. Los resultados revelan que, a pesar de las limitaciones en infraestructura y planta, es posible impulsar el desarrollo de la actividad turística. En conclusión, el potencial turístico de las playas de Puerto Eten, facilita el desarrollo de actividades turísticas de aventurismo, naturaleza y recreación, así mismo sus visitantes son en su mayoría de procedencia regional con una edad promedio de 18 a 34 años, los cuales viajan en grupos familiares con un gasto turístico considerable.

Amayo (2016) en la investigación titulada “Condiciones turísticas del distrito de Cascas para desarrollar el turismo de naturaleza aventura en el año 2016”. El objetivo fue determinar las condiciones turísticas del distrito de Cascas para desarrollar el turismo de aventura. Metodología: Descriptiva, diseño no experimental, de corte transversal, con población de 123,626 turistas que visitaron la ciudad de Trujillo y muestra de 368 personas, con interés de

practicar turismo en el distrito de Cascas. Se emplearon instrumentos de recolección de datos como las fichas de observación y un cuestionario. Llegando a la conclusión de que el estado de los recursos turísticos es deficiente, puesto que en los cuatro recursos identificados se encuentran contaminantes y escasa señalización; la infraestructura es regular, se puede apreciar que posee carreteras adecuadas para el tránsito, pero no todas están asfaltadas y señalizadas; también se observa que la planta turística no brindan todos los servicios necesarios para una cómoda estadía, y la demanda turística potencial que tiene el distrito de Cascas, principalmente son procedentes de la ciudad de Trujillo y Lima, con edades entre 18 y 45 años, con una necesidad de viaje en la que predomina el interés por la cultura y la naturaleza.

Rodríguez (2017) en “Patio Gastronómico La Colonial”. Llegó a las conclusiones: Se ha determinado una cantidad de 20 restaurantes de buen nivel y ticket similar al propuesto para el proyecto, los cuales actualmente gozan de buena aceptación y afluencia de público; pero las presentaciones son clásicas o tradicionales, no existe mucha oferta de fusiones contemporáneas, cocinas de autor o cocina regional lo que determina que esos conceptos pueden ser explotados con éxito. Según INEI en la última encuesta nacional 2011, se estimó que el 4% del total del consumo gastronómico corresponde al consumo extranjero, lo cual nos proporciona una brecha importante por desarrollar en referencia a la promoción de la cocina peruana.

1.1.2 Extranjeras

Rodríguez, D. (2012). "Plan de marketing para una nueva marca en el mercado del aceite de Oliva". Llegó a la conclusión: La industria de aceite de oliva en Argentina sufrió una importante crisis como resultado de la campaña de descrédito iniciada a comienzo de la década de 1970 hasta principios de la década del '90, el bajo consumo de este producto se relacionaba con el presunto contenido de colesterol que se le atribuía al aceite de oliva. Por último, aplicando de forma intensa las diversas estrategias de marketing que se han propuesto, se espera aumentar la participación en el mercado de Aceites Santa Augusta en un 20% en un periodo de 6 meses.

Alcívar y Olivo (2013) en su investigación "Diseño de un proyecto de capacitación en atención turística para los integrantes de la cooperativa en taxis ruta de los colorados N° 9, provincia Santo Domingo de los Tsachilas", presentan en la metodología técnicas, métodos y procedimientos utilizados en esta investigación. Se desarrolla la propuesta en la que se menciona todo el programa de capacitación como es su objetivo, fases de la capacitación, presupuesto, entre otros. Este evento de aprendizaje se creó con la finalidad de contribuir al desarrollo de Santo Domingo de los Tsachilas, para mejorar la atención al cliente y ofrecer un servicio de calidad.

Muñoz (2016). "Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del Cantón Chone". Tuvo como objetivo diseñar un circuito gastronómico de la comida típica manabita que posibilite el

desarrollo turístico en el destino cantón Chone. La metodología tiene cuatro fases: elaborar, estudio de mercado, diseño de circuito gastronómico y gestión de comercialización. Llegando al resultado que el producto turístico propuesto contribuirá al desarrollo turístico del cantón, valorizar y dar a conocer la gastronomía típica manabita incentivando el desarrollo socioeconómico de Chone.

Vera y Vera (2017) en la investigación “Circuito gastronómico para la preservación y fortalecimiento de la identidad cultural en la provincia de Manabí”, plantea como objetivo comprender todo el proceso, se elaboró un diagnóstico de los recursos naturales, culturales y productivos a través de una revisión y organización de información disponible, partiendo desde el método analítico sintético con la observación científica, utilizando herramientas como la ficha de inventario de atractivos turísticos y la matriz FODA, se logró caracterizar de manera general los aspectos pertinentes. El método fue también establecer la estrategia de difusión y comercialización del circuito, dentro de este objetivo lo elemental fue diseñar una imagen general, un blog y página de Facebook cuyo propósito fue compartir información y lograr su publicidad; las herramientas usadas fueron Word press y redes sociales. Resultado que implica una alternativa turística que tiene en cuenta el patrimonio natural y cultural como elementos trascendentales para contribuir al desarrollo sostenible de la provincia.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Promoción del Turismo del Olivo

Según Acosta (2013), la mejor fórmula para promover la inversión como también el desarrollo económico de nuestro país está en el sector público-privado, ya que ambos se ponen de acuerdo, apoyan y trabajan en forma colectiva protegiendo sus intereses, con la meta del beneficio del Perú. (p.XIV-1).

El turismo en nuestro país, es un sector que en los últimos tiempos ha venido incrementándose y generando aportes económicos no solo para el sector económico, sino influye en otros sectores, como lo social, el legal, entre otros.

Palacio (2005) realiza el siguiente aporte sobre la promoción del turismo:

No cabe duda, que la promoción de la actividad turística ha generado un nuevo impulso que posee un potencial que podría incorporar a más trabajadores y una activa participación de empresas privadas, principalmente. El desarrollo de esta actividad ha dado importantes resultados, tal como se ha venido resaltando anteriormente (p.48).

De otro lado, la Revista de Economía (2014) señala que la promoción y revalorización de la “cultura del Olivo” es un elemento que articula e imprime personalidad propia a determinadas comunidades, que se caracterizan por su economía, paisaje, urbanismo, ambiente, cultura, mercado laboral, historia, entre otros.

También se han desarrollado diversos proyectos con la idea de propagar y difundir la cultura del olivo, la organización de actos de carácter técnico, cultural, gastronómico, promociones turísticas, cursos, ferias y seminarios que tienen relación con la cultura del olivo.

Entonces en los lugares donde se promocionan la cultura del olivo, lo que se busca es favorecer y consolidar las experiencias en torno a la cultura del olivo.

De otro lado, la promoción de las rutas, también será un medio de promoción del olivo de la zona, proporcionando un valor añadido al servicio/producto ofrecido al consumidor turístico. La promoción del patrimonio gastronómico y culinario no solo incluye el consumo en el local, sino la adquisición de productos alimenticios, incrementado las rentas obtenidas por los productos autóctonos de la zona y posibilitando el posicionamiento en el mercado del producto ofrecido.

La promoción del olivo dinamizará el desarrollo socioeconómico del sector turístico, especialmente del distrito capitalino de San Isidro.

El olivo es un producto gastronómico, emblemático, dinamiza e incide en el turismo, para lo cual se puede planificar la promoción con el fin de difundir en el mercado turístico este valor gastronómico.

Entonces, con la finalidad de lograr el desarrollo socioeconómico del sector olivero, se precisa de medidas concretas de apoyo para lograr una relación entre el producto gastronómico y el turismo. Es importante para ello que la población tome conciencia y coordinación de los diferentes agentes

económicos, sociales e instituciones locales para lograr el progreso de estas zonas.

Por tanto, en cuanto a las oportunidades que se podría lograr es un incremento progresivo de consumidores de la promoción turística del olivo, los mismos que son exigentes de calidad, además en la actualidad se da un valor ecológico y apoyo de las administraciones públicas para la protección y mejora del patrimonio, así como también la multitud de acciones dirigidas al sector turístico, como la demanda creciente de productos turísticos culturales, ecológicos, etc.

Características turísticas del olivo

El turismo en general tiene diversas características, así lo describe el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2009: 21-27).

A. La oferta turística

Para Sancho (1992) está integrado por los diversos servicios, productos y organizaciones involucradas en la actividad turística (p.47). Donde es necesario analizar diversos aspectos que tienen que ver con el tipo de servicio que se ofrece al turista tanto interno como externo.

Es por ello que el incremento de la cantidad de establecimientos que atienden a la clasificación de aptos para el turismo, a pesar que falta un registro detallado de los servicios que se ofrecen por cada uno de ellos y la disposición (p.21)

B. Puestos de empleo del turismo

Es importante que los individuos empleados dentro de este tipo de turismo, por lo general sean del sector donde se sitúa el establecimiento y reciban capacitaciones por parte de los propietarios a partir de las funciones que deben cumplir. Puede darse el caso que contraten a los profesionales de diversas zonas para tareas específicas con la finalidad de mejorarlo o implementar nuevas técnicas.

C. Actividades ofrecidas por los establecimientos

No hay duda que en la gastronomía existe una importante oportunidad que permite preparar platos utilizando recursos como el olivo. Además, existe la posibilidad que el turista pruebe el producto y que lo caracterice al lugar específico que visita.

D. Tarifas promedio

Las tarifas dependerán del tipo de servicio que se ofrece, el tiempo y que lo conforma, sin embargo, por lo general es módico, ya que se paga el circuito que incluye un tiempo reducido de paseo guiado.

E. Medios y formas de promoción del turismo

Cuando se averiguan de los medios por lo general es Internet, porque la mayoría cuenta con páginas web o en la lista del municipio. También existen otras formas de promoción que son a través de las guías de turismo como el digital, por folletos, revistas, entre otros.

F. Relación comercial en el turismo

Casi siempre son los propietarios del negocio que son los encargados de ofrecer y realizar operaciones comerciales de los productos, así como el cobro, tanto a los turistas nacionales y extranjeros.

Es importante conocer que los operadores del turismo, a partir del servicio que ofrecen los establecimientos y en combinación con otras actividades ofrecidas en el mercado nacional, se crean paquetes especializados de acuerdo al tipo de demanda existente.

Asimismo, dentro de las características turísticas del olivo, está la propuesta gastronómica de elaboración de diversas preparaciones, convirtiéndose en un producto de primer nivel, formando parte de uno de los motores del desarrollo económico del sector.

El olivo viene a ser un elemento importante para El Olivar de San Isidro y se condice con su característica paisajística.

Conocimiento sobre el aceite de oliva

Con respecto a nuestro trabajo y especialmente referente a este punto, se puede decir sobre el conocimiento que tienen las personas que practican turismo sobre el aceite de oliva.

Lo que se busca es que las personas que practican turismo y tienen un interés especial por El Olivar, se identifiquen con este atractivo turístico por lo que saben de este lugar, así como de las propiedades, características y otros aspectos de interés para este público.

Pues conocer del olivo, no solamente es con respecto a sus plantaciones, sino a las propias características que tienen sus derivados, como por ejemplo el aceite de oliva, que es recomendable para mantener una buena dieta y salud.

Entonces, a pesar de que todavía existe un desconocimiento en muchos aspectos sobre el olivo y sus propiedades para la salud, es importante continuar impartiendo información sobre sus categorías, cualidades, características intrínsecas, y sobre la identificación de los distintivos y sellos de calidad existentes del producto, que se dan a través de campañas informativas.

1.2.2 Circuito Gastronómico

Nuestro país y especialmente Lima se ha convertido en un referente gastronómico a nivel mundial que ha motivado la aceptación de turistas tanto nacionales como extranjeros. Las municipalidades de diversos distritos, realizan gestiones para promocionar el arte culinario en nuestra gran capital.

Los restaurantes ubicados en los diversos distritos de Lima presentan sus mejores platos a fin de lograr la atención del público y se esmeran por ofrecer al turista una atención de calidad.

La gastronomía de la ciudad de Lima posee excelentes referencias, esto por la calidad de los productos provenientes de las diferentes regiones del país, y debido a la propuesta culinaria diferenciada por el tipo de preparaciones.

San Isidro, tiene un circuito gastronómico importante, el mismo que podría consolidar el desarrollo de un grupo de restaurantes representativos de la

riqueza culinaria del país dentro de un solo inmueble que enlace diversos tipos de comidas que resulten atractivas para el turista y visitante en general, sobre todo por sus diversos ingresos como el aceite de oliva, y de ahí su importancia del Bosque El Olivar (Rodríguez, 2017).

El turismo gastronómico nace en Europa cuando se empiezan a realizar las primeras guías gastronómicas, las cuales contenían una lista de los mejores restaurantes y posadas. Estas guías eran realizadas por famosos chefs, entre los cuales se destaca Maurice Edmond Sailland conocido como “curnonsky”, en Amberes (Bélgica), dedicado exclusivamente a la cocina francesa; fue nombrado el "príncipe de los gastrónomos" en 1927 y se dedicó a viajar por diversos lugares de Francia con amigos y aficionados a la gastronomía. (Monroy, 2004). Asimismo, Puig (2006) señala que los primeros relatos sobre productos gastronómicos, como atractivo turístico, datan a fines del siglo XIX cuando la guía de viaje Vogaye de Francia, destaca las tradiciones industriales y agrícolas de cada localidad relacionándolas con la alimentación y el turismo, y tiene un mayor impulso con la aparición del automóvil pues durante el viaje se realizaban paradas en la carretera con la finalidad de consumir alimentos locales.

El turismo gastronómico puede emplear como atractivos a los restaurantes y los bares, las ferias, los mercados, las fiestas y festividades y, principalmente, las rutas gastronómicas que tienen por objetivo potenciar el atractivo de las diferentes gastronomías locales a lo largo de una ruta que comprende lugares donde la gastronomía tiene características similares. (Puig, 2006).

Se puede decir que el turismo gastronómico es una modalidad de turismo en la que la gastronomía del lugar es la actividad principal durante una visita. Como ya se ha dicho este tipo de turismo está orientado a clientes exigentes, abiertos a nuevas culturas, decididos a experimentar una aventura culinaria, debido a que las actividades del turismo gastronómico no sólo incluyen la asistencia a restaurantes de comida típica, sino también, abarca otros aspectos relacionados con la experiencia vivencial como la visita a mercados, visita a la comunidad local, participación en fiestas locales e inclusive la participación en talleres de cocina local. En efecto, dentro de sus objetivos está que el turista experimente nuevos sabores, aromas y preparaciones culinarias.

En la actualidad existen varias rutas gastronómicas en el mundo dedicadas a diversos tipos de comida o insumos; por ejemplo, ruta del jamón Ibérico, ruta de los quesos de cabra, ruta de las frutas y licores, ruta de los vinos, etc. o también con aporte cultural como la ruta de los italianos en Brasil (Puig, 2006), o la ruta del Pisco al sur de Lima, en los que se eligen temas culinarios que remarcan la identidad de la ruta, se promueve la venta de un producto alimenticio, se desarrolla una economía local, se promueve la cultura e identidad de una región.

En el Perú este tipo de turismo gastronómico es viable, puesto que cuenta con una gran variedad de platos típicos a lo largo de su territorio. Se pueden desarrollar, distintas rutas gastronómicas como: la ruta del cebiche, o ruta del tamal, o bien dividir las por sectores como ruta de la cocina andina, costeña,

selvática, y muchas otras, que abarquen temas relacionados con la comida y sus orígenes.

Para Kouri (2015) el aceite de oliva en la gastronomía, viene a ser una delicia para disfrutar la vida, este producto lo que nos transmite es cultura, nos hace vivir sensaciones, como también experiencias gratificantes que pueden estar a nuestro alcance todos los días.

Es así que el noble de las grasas juega un papel fundamental en la buena mesa y arte de cocinar, porque no se trata de un simple ingrediente. Además de tener un aroma y un sabor determinado en cada gota el aceite de oliva nos revela un origen, la historia de una planta, la manera como esta fue cuidada, cómo se cosechó y procesó su fruto, cuánto cuidado y amor le puso el productor para obtener ese fino líquido, extracto puro de aceitunas.

Un chorrito de este aceite dará un giro distinto a cualquier ensalada, que será protagonista de exquisitos aliños y salsas, dará vida a guisos, salteados y frituras.

Entonces el aceite de oliva proporciona mejoras a la gastronomía, ya que le añade fuente de salud y bienestar, por lo que se debe valorar al olivo (p.120)

Por tanto, lo que se pretende brindar en un circuito gastronómico es un conjunto de actividades en un lugar específico, durante determinadas fechas, donde se presenten o exhiban diversos platos de comida; sin embargo, el circuito gastronómico de El Olivar está ubicado en el distrito de San Isidro, donde se ofrece al turista un recorrido por la historia y bondades de las

plantaciones del Olivo y los restaurantes del lugar ofrecen en su carta platos con este producto.

El circuito gastronómico propuesto incluye diversas actividades relacionadas con platos de comida que tienen como ingrediente principal al olivo, así como también se ofrece una sesión de cata de aceite de olivo, donde se da a conocer sobre las características de este producto y de su historia.

En las ciudades del país donde se ha presentado un circuito gastronómico se ha podido observar resultados positivos o muy alentadores para sus organizadores, es así que esta actividad culinaria relacionada al turismo se muestra como un buen referente para establecer un circuito gastronómico específicamente en el bosque El Olivar, donde se explicará todo lo referente al olivo, sus cualidades y como se puede emplear en las preparaciones de diversos platos.

1.2.3 Marketing Digital

Según Kotler (2008) existen tres factores importantes en la evolución de las relaciones comerciales y tecnológicas: La globalización donde las empresas trasladan su producción a lugares con costos más bajos e introducen productos en los países a precios menores a los que ofrecen los fabricantes locales. La hipercompetencia constituye una dura carrera para obtener los clientes y la tecnología, es una ventaja competitiva y factor que diferencia en los procesos. En tanto, el objetivo es encontrar la fórmula para mantener los precios y la rentabilidad ante las macro tendencias, por medio de los clientes objetivos, lograr diferenciarse y desarrollar una buena marca.

Por tanto, el marketing actual, se entiende como una disciplina que la empresa interpreta de otra manera su mercado. Es así que el profesional del marketing enfrenta muchos retos, donde el nuevo marketing tiene diversos factores que son necesarios al momento de planificar acciones concretas, observando las necesidades de construir la marca, no sólo simbólica, sino con atributos que la identifiquen con una oferta concreta, con un producto o con una promesa de valor (Osorio, Restrepo y Muñoz, 2016).

Asimismo, cabe señalar las estrategias del nuevo marketing está basada en tres fundamentales actividades: segmentación, donde se define el mercado objetivo a los que piensa ofertar, target o diferenciación, donde la empresa define una propuesta de oferta única y diferenciada que impida la copia por los competidores y el posicionamiento que a partir de una comunicación única en la segmentación.

Entonces, en el nuevo marketing el mercado está afectado por fuerzas controlables y no controlables de la empresa en función de la actividad de marketing; se encuentra representada por el micro-entorno y macro-entorno que envuelven a la organización.

Osorio et al. (2016), indica que el marketing digital debe tener en cuenta la interacción con el usuario en el momento de la necesidad, como también la búsqueda de la información en la fase crítica por cuanto los valores de Internet son básicos para recolectar datos de parte de los consumidores.

Por lo tanto, lo fundamental del nuevo marketing se basa en la construcción de relaciones duraderas basadas en la confianza con usuarios finales a nivel racional y emocional. Racionalmente, es obvio que la oferta proporciona valor

añadido a los productos y servicios que se ofrecen, mientras que en lo emocional se genera mayor interactividad con los usuarios por medio de la comunicación bidireccional que permite fortalecer la relación por medio del diálogo con el mercado.

No hay duda, que el marketing está vinculado al surgimiento de nuevas tecnologías y adopción en la vida cotidiana de los consumidores, considerando nuevos modelos que se adoptan por las organizaciones, en las cuales la relación cliente/empresa hace posible la segmentación y fidelización de los clientes.

Es importante destacar que el marketing digital trasciende las plataformas comunes, ya que la necesidad está en evolucionar y adaptarse a los cambios y a lo que exigen los consumidores obligándolos a unificar el mundo de las computadoras con dispositivos móviles, instando a que se adopten las tecnologías al servicio de la sociedad.

Por consiguiente, el marketing digital surge como respuesta a las necesidades de los usuarios, permitiéndoles satisfacer sus necesidades de una manera funcional y adaptable a sus requerimientos personales.

1.2.4 Marketing turístico

Según Kotler Bowen Makens y García de Madariaga y Flores (2011), señalan que el marketing en el sector turístico pretende que el departamento de ventas sea lo más visible. Afirman que la publicidad y las ventas son elementos de la

comunicación del mix de marketing, y que la gestión de marketing también incluye sistemas de información y planificación.

Ambos expertos consideran que la labor de los especialistas en marketing consiste en identificar las necesidades del consumidor, desarrollar un buen producto y fijar el precio, distribuir el producto y comunicarlo de forma eficaz para que los productos sean atractivos y los consumidores resulten satisfechos.

Es así que Drucker (1973), afirma que la finalidad del marketing es hacer que la venta no sea superflua, y tenga como objetivo conocer y comprender a los clientes buscando que el producto encaje en ellos y se venda por sí mismo.

Asimismo, añade que el marketing es la totalidad del negocio como conjunto, ya que dependerá de este para obtener el resultado final desde el punto de vista del cliente.

Por otro lado, los dos sectores principales que forman parte de la actividad turística son la hostelería y los viajes. El éxito en el marketing de hostelería depende mucho del sector de viajes en su conjunto.

En la actualidad, ya no se debe entender el marketing en el viejo sentido de alcanzar una venta, sino bajo el razonamiento de satisfacer las necesidades del cliente. Es decir, que el profesional de marketing comprenda las necesidades del consumidor, desarrolle productos y servicios que proporcionen un valor superior para el cliente, fije precios, distribuye, comunique productos y servicios de forma eficaz y venda mejores productos a los consumidores.

1.3 Definiciones Conceptuales

Turismo gastronómico del olivo.- Es una forma de hacer turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía o comida y cultura culinaria del país que se visita y que en este caso es el Perú.

Para la Revista Viajeros (2017) el aceite de olivo es el zumo de la aceituna, es decir, que se extrae del fruto del olivo a través de procedimientos mecánicos. La aceituna contiene diversos nutrientes y elementos que son saludables para el organismo a diferencia de otros vegetales.

También según Aceite de mi Pueblo (2015) la popularidad del aceite de oliva va creciendo en España, favorecido por su localización geográfica privilegiada, por su clima y sus terrenos, además el aporte de la tecnología en los campos de cultivo ha convertido a este país en un referente mundial.

Práctica turística. - Son actividades que realizan las personas durante sus viajes, con fines de ocio, negocios u otros intereses.

Circuito turístico del olivo.- Es un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos, en este caso El Olivar de San Isidro.

Para la Municipalidad de Pocito (2018) en estos tipos de eventos se recorre una ruta temática, donde se aprende cómo se realiza el riego por goteo, la poda, cosecha del olivo como también su fabricación.

Según San Rafael.Travel (s/f) indica que San Rafael es un lugar donde existe importante producción de aceite de oliva y aceitunas de mesa. En el circuito

se puede visitar plantaciones y fábricas, y se presencia procesos de producción. En este lugar existen familias que producen aceite de oliva de excelente calidad. La cosecha manual se inicia en abril o mayo y se extiende por dos meses, periodo en el cual los visitantes pueden recorrer los establecimientos que se dedican a la actividad olivícola.

Por su parte, San Juan al Mundo (2018) señala que es una Ruta Nacional No.40 que nos permite conocer una bella y próspera región. La zona sur se destaca por su gran desarrollo agrícola-industrial. El circuito combina riquezas arqueológicas y culturales, es decir combina la tradición con atractivos religiosos de gran convocatoria. Una zona donde se aprecia la belleza de la Cordillera y se prueba los mejores sabores del Valle de Tulum.

Asimismo, Marto (2010) cada año en el mes de abril, se realiza la fiesta del olivo, la misma que tiene afluencia y que se desarrolla dentro de una organización donde se realizan concursos de platos con la finalidad de potenciar la actividad productiva del olivo buscando incentivar la llegada de turistas.

El olivo.- Es un árbol de la familia de oleáceas. Es una planta corta, grueso, irregular, retorcido, color gris claro, con protuberancias y fisuras, a medida que se hace mayor (Sabor Artesano, s/f).

De lo anterior se desprende que este árbol con los años es protuberante, pero de tamaño corto.

También sus flores son pequeñas y están reunidas en inflorescencias. El olivo florece alrededor del mes de mayo y durante el verano y otoño sus frutos van

engordando y cambian su color, de verde al negro. Las aceitunas alcanzan su madurez en inicios del otoño, pero no a fines de noviembre o diciembre que es cuando se recolecta, para extraer el aceite de oliva importante en toda dieta mediterránea.

Según Árboles Frutales (2018) el olivo es un árbol frutal que pertenece a la familia oleácea del que proviene el aceite, que viene a ser el jugo de la oliva que se emplean en elaborar las comidas, aliñar ensaladas y en la elaboración de otros productos. Por sus diversas utilidades su demanda se va incrementando siendo los principales productores España e Italia.

Se podría señalar que el olivo es un árbol frutal porque nos provee de aceite, los mismos que tienen diversas utilidades.

Mientras que según Flores (2014) señala que es un árbol que nos provee de aceitunas y otros productos que se derivan del olivo, planta típica de climas mediterráneos. Pertenece a la familia oleácea porque produce aceite, mientras que su nombre científico es *olea europea*. Tiene un rol económico en muchas economías regionales. Cumple un rol simbólico en diversas y antiguas creencias.

Este árbol puede medir hasta 15 metros de altura, tiene un tronco recto, sus hojas tienen forma lanceolada, miden 8 cm de largo y están sostenidas en las ramas, en el haz tiene hojas de color verde brillante, mientras que en el envés son de color blanquecino por su pubescencia que la protege del frío.

Desde luego, tiene como fruto a la aceituna y se le da diversos usos. El fruto se distingue por tener componentes diferenciados. Tiene un pedúnculo

pequeño, llamado rabillo, el epicarpio o piel va cambiando de color según se desarrolla el fruto, el mesocarpio es abundante, un hueso de una gran dureza y una semilla. La aceituna puede medir entre 2 y 4 cm.

El Olivar de San Isidro.- Es un área de conservación ambiental que busca lograr su institucionalización y generar mecanismos y estrategias necesarias que garanticen su conservación y gestión sostenible del bosque de olivos en beneficio de la comunidad.

Turismo del olivo.- Se le conoce como oleoturismo que viene a ser un nuevo término que se utiliza para referirnos al turismo de actividades que tienen relación con el Aceite de Oliva. Se presenta como una alternativa al turismo tradicional donde se realizan actividades, visitas, alojamiento, restauración, compras, rutas, senderismo, relax y la difusión de información y la cultura gira en torno al Aceite de Oliva.

El oleoturismo además de incluir el paseo por las rutas de los olivares, su objetivo es difundir las diversas características y procesos de elaboración del Aceite de Oliva; desde luego, España es el principal destino de esta forma de hacer turismo ya que tiene el mayor olivar del mundo; sin embargo, Argentina también viene practicando el oleoturismo donde ha tenido una buena difusión (Esencia de Olivo, 2018).

A pesar que en España los oleoturistas son 60% españoles, otros países como Francia e Inglaterra, también han mostrado interés por este destino.

En cuanto a investigaciones realizadas, el oleoturista promedio son hombres mayores de 45 años que viven en las ciudades y de un nivel socioeconómico

medio/elevado; sin embargo, el oleoturismo también se proyecta como una actividad que lo puede realizar toda la familia.

Cuando se desarrollan estos tipos de tours, se complementan con catas de diversas variedades de Aceite de Oliva, con tratamientos de belleza donde se informa y aplican mascarillas faciales que han sido elaboradas con miel y aceite, como también tratamientos corporales que hidratan la piel.

Además, se recomienda que en España estos tipos de tours se hagan en diciembre y enero durante la temporada de recolección de la aceituna. El costo del tour es 40 euros y el turista tiene la oportunidad de participar en una visita guiada, además puede optar por un desayuno o comida, tomar un aperitivo en el campo o si lo prefiere fungir de aceitunero por un día, etc.

Es por eso que en Argentina-Mendoza, en la bodega Zuccardi se viene ofreciendo viajes vivenciales para vivir la experiencia de la cosecha y elaboración de aceite de oliva permitiendo a los turistas llevarse el aceite que participaron en crearlo. Asimismo, en el Kumelkan Wine & Olive Spa, se ofrecen tratamientos de todo tipo, tanto para el cuerpo como para el rostro y así mejorar la tonicidad y suavidad de su piel (Sandez, 2017).

Según Andina (2016) el Gobierno Regional de Arequipa aprobó la Ruta de Olivo como un nuevo atractivo turístico, ya que tiene uno de los primeros olivares de América, siendo su producción de alta calidad y reconocida mundialmente. Además, la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional, tiene por encargo la implementación de la ruta del olivo y

elaborar una Guía Estratégica de Turismo, para lo cual se deben implementar medidas para fortalecer y alcanzar su desarrollo sostenible.

Desde luego, se dispuso la promoción y difusión de este atractivo turístico, el mismo que estará inmersa en el ámbito del desarrollo turístico regional y servirá como una actividad complementaria del Corredor Turístico de Playas “Inka Sur”.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Diseño Metodológico

2.1.1 Tipo de investigación

De acuerdo al planteamiento de la investigación, es de tipo “aplicada”; porque su interés principalmente radica en fomentar la Promoción del Turismo del Olivo en El Olivar de San Isidro a través del Diseño de un Circuito Gastronómico, 2018.

2.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación indica que esta es “descriptiva”, debido a que se describe la promoción del turismo del olivo a través del diseño de un circuito gastronómico en el entorno de El Olivar de San Isidro, 2018.

2.1.3 Diseño

La investigación se encuentra dentro del paradigma cualitativo, ya que se buscó analizar un caso específico tanto por las características del lugar como por el tipo de interés turístico que este espacio puede despertar.

Dentro de este paradigma se eligió combinar el diseño de estudio de casos con el de investigación acción.

Al respecto de los estudios de caso podemos decir que se buscó una comprensión global, descriptiva e interpretativa tanto, de las personas que

suelen ir al bosque a pasar un tiempo libre y la interpretación de los expertos en turismo.

Sobre la investigación acción, se quería llegar a conocer si la propuesta de un circuito turístico en El Olivar de San Isidro era aceptado por la población de la investigación; para lo cual se eligió a un grupo de personas que visitan parques, vecinos y si conocen El Olivar de San Isidro. Para ello se siguieron una serie de acciones que permitieron desarrollar el diseño metodológico:

- Se revisó bibliografía referente a las variables, sus dimensiones, coincidencias, etc.
- Se plantearon las preguntas de la entrevista a los expertos y personas que visitan el bosque y la propuesta tentativa.
- Se determinó la metodología para recolectar los datos en la muestra designada. También el diseño de los instrumentos de medición implicó una revisión minuciosa de estudios realizados anteriormente.
- Se recolectó los datos de la entrevista de los visitantes y los expertos en turismo, los mismos que se analizaron, tanto en tablas y gráficos estadísticos, con la finalidad de encontrar coincidencias o puntos comunes entre las fuentes.
- Se realizó la matriz de triangulación de las entrevistas, con el fin de encontrar respuesta a nuestra pregunta.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Se consideró como población de estudio a personas que suelen ir al bosque a pasar su tiempo libre, así como a expertos en turismo que trabajan en la Municipalidad de San Isidro.

2.2.2 Muestra

La muestra estuvo conformada de la siguiente manera:

Para las entrevistas estructuradas cerradas: por 100 personas que asisten como muestra representativa a El Olivar de San Isidro. Se tomó ese número considerando un muestreo errático circunstancial no aleatorio.

Para la entrevista a expertos: se entrevistaron a tres expertos

1. Mariano Valderrama, vicepresidente de APEGA.
2. Soledad Cunliffe Seoane, Gerente de Cultura y Turismo de San Isidro.
3. Vanessa Quispe encargada del Área de Turismo de la Municipalidad de San Isidro.

2.3 Técnicas de recolección de datos

Las técnicas que se utilizaron para la recolección de datos fueron el cuestionario y las entrevistas.

2.3.1 Descripción de los instrumentos

Entrevista estructurada cerrada

Se aplicó el tipo de entrevista estructurada cerrada que se desarrolló de acuerdo a un listado fijo de preguntas y de elementos a tratar o sus interrogantes en un marco o tema establecido, a las personas de un circuito gastronómico en el entorno de El Olivar de San Isidro. Esta entrevista tuvo 8 preguntas de alternativas múltiples, tomadas en un período de tiempo de 3 meses (sábados y domingos).

Entrevista a expertos

Se planteó una entrevista con un guion semiestructurado a personas expertas tanto en el campo gastronómico como en turismo, especialmente en El Olivar de San Isidro.

Una vez realizada la acogida de datos a través de las encuestas y entrevistas descritas, comienza una fase esencial para toda investigación, referida a la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objeto de estudio y su presentación conjunta, es decir como indican Cavero y Fernández (1995) “tras la recogida de la información y previo a la presentación de los resultados, aparece el proceso de análisis de datos, que consiste en convertir los textos originales en datos manejables para su interpretación” (p.58).

Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad de las entrevistas, ha sido establecida considerando los parámetros propios del paradigma cualitativo, es decir la técnica establece su confiabilidad en sí misma más que en la validez estadística de las técnicas cuantitativas (Valles, 1997).

Guba y Lincoln (en Valles, 1997) proponen cuatro aspectos que deben de tomarse en consideración para la evaluación de la confiabilidad de las técnicas cualitativas:

1. **Credibilidad:** Este aspecto se consigue cuando el investigador recoge informaciones de los participantes del estudio que luego son reconocidos por estos.
2. **Transferibilidad:** Este criterio se sustenta en la posibilidad de ampliar los resultados del estudio a otras poblaciones de estudio.
3. **Dependencia:** Se trata de la revisión o mirada externa o interna del proceso de obtención de información.
4. **Confirmabilidad:** Es un paralelo a la idea de objetividad en el paradigma cuantitativo.

Otra forma de lograr esta confiabilidad es la triangulación, en este caso se ha propuesto la triangulación de las técnicas de levantamiento de información, se han usado dos para tener elementos de análisis que permiten el contraste de las respuestas y las acciones de la población estudiada.

Para el caso de esta tesis se ha evaluado la confiabilidad de la siguiente manera:

Tabla N°7 Confiabilidad de la entrevista

Aspecto	Entrevista
Credibilidad	<ul style="list-style-type: none">• Se entrevistaron a varias personas, conocedoras del tema y visitantes al Olivar.• Transcripción de las entrevistas
Transferibilidad	<ul style="list-style-type: none">• Guión de las entrevistas.
Dependencia	<ul style="list-style-type: none">• Revisión de los guiones por parte del asesor metodológico.• Aplicación de la triangulación entre las respuestas de los entrevistados.
Confirmabilidad	<ul style="list-style-type: none">• Guiones de las entrevistas.

2.4 Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento de los datos se utilizaron software como MS EXCEL- MS WORD, además, de matrices de triangulación.

2.5 Matriz de consistencia

Ver anexos.

2.6 Aspectos éticos

En la presente tesis se han respetado las normas propias de la ética y probidad académica y científica. Las personas que han participado de las entrevistas lo han hecho de forma voluntaria y conociendo el alcance y uso de sus respuestas en la investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Trabajo de Campo

3.1.1. Entrevista a expertos

En este capítulo se presentan los resultados de entrevistas realizadas a expertos relacionados con el turismo y la gastronomía, además se da a conocer el diseño de la propuesta.

Análisis de las entrevistas

Las entrevistas se aplicaron entre los meses de abril y mayo de 2018 empleando un guión semiestructurado, que nos permitió recabar información importante para conocer sobre la factibilidad de nuestro estudio.

Se pueden revisar la matriz de triangulación y las matrices de las entrevistas en los anexos N° 55 y 61.

Sobre el guiado peatonal en El Olivar de San Isidro

Al respecto los entrevistados coincidieron sobre la importancia del guiado peatonal para dar a conocer el atractivo de El Olivar de San Isidro y a la vez son conscientes que se necesita una mayor difusión. Así, Soledad Cunliffe Seoane, Gerente de Cultura y Turismo, al igual que Vanessa Quispe encargada del Área de Turismo de la Municipalidad de San Isidro comentan acerca de la actividad que ofrecen a los visitantes una vez al mes los días sábados por la tarde. En

tanto, Mariano Valderrana, Vicepresidente de APEGA, destaca que en los últimos tiempos el turismo se ha enfocado más a lo vivencial y cultural”.

SC

“Los sábados a las tres de la tarde se inicia el paseo peatonal en la Casa Museo María Núñez del Prado, los visitantes realizan un recorrido por todo el Olivar, se les explica un poco la historia de los olivos, como se extraía antiguamente el aceite de oliva, es un poco de historia, también se habla de los animales que están en el bosque, como las aves. El tour es un poco integral, dentro del olivar tenemos un circuito turístico, están la casa María Núñez del Prado, la Casa de la Cultura, el Centro Cultural. El tour es un poco mixto; incluye la parte del bosque como patrimonio, considerarlo Monumento Nacional.

VQ

“El punto de encuentro del paseo peatonal es el museo María Núñez del Prado, partimos a las 3:00 p.m. y aproximadamente esperamos un tiempo 10 minutos, se hace guiado de 20 minutos a media hora por la casa de la escultora boliviana y luego se procede con la visita al bosque, a la laguna que se ha reinaugurado, el olivo de la felicidad, el molino, la prensa de olivo. El guiado termina en 40 minutos a una hora, a partir de marzo iniciamos las visitas en el restaurante Tanta donde se ofrece bebidas y aperitivos a quienes participan del guiado previa inscripción”.

MV

“En los últimos tiempos el turismo empieza a tener características distintas, comienza a tener mucha fuerza lo que podíamos llamar un (turismo cultural,

vivencial); un turismo que tiene en una de sus variables el turismo ecológico, deportivo, comunitario, que busca acercarse a las comunidades para entender el modo de vida, las costumbres y compartir momentos con las comunidades rurales”.

Sobre el atractivo de El Olivar

Las funcionarias de la comuna de San Isidro aseguran que El Olivar tiene un gran atractivo y que cada vez más visitantes conocen acerca de la importancia histórica de dicho patrimonio. Por su parte, Valderrama comenta que el distrito tiene diversos atractivos que pueden combinarse para presentarse como un producto turístico mejor desarrollado.

SC

“Es el Bosque de Olivo más antiguo de América, estos olivos tienen 500 años, y justamente estamos en San Isidro empezando con todos los trabajos para presentarlo ante la UNESCO como Monumento de la Humanidad, es un trabajo duro, estamos en el estudio de prefactibilidad, y no sabemos si van a aceptar que lo presentamos o no, tú sabes que la UNESCO tiene lineamientos y estándares estrictos, la idea es proteger el bosque”.

VQ

“La importante escultora boliviana María Núñez del Prado residió 22 años en San Isidro con su esposo Jorge Falcón; hay una exposición de diversas piezas, de bronce, madera, piedra, fotografías de las diferentes etapas de su vida, las

diferentes habitaciones de la casona. En el guiado explicamos la temática que expresaba la escultora en sus piezas donde retrataba a las mujeres de antaño, animales como el toro, el halcón. Su casa fue construida 1926, parece que fue una de las primeras que se construyó en San Isidro. En esas épocas se empezó a urbanizar el distrito, vemos casa estilo, neocolonial, inglés, francés”.

“Es un conjunto de cosas, en 1959 el Bosque de San Isidro fue declarado Monumento Nacional. Manejamos información de que hay olivos que tienen una antigüedad de 200 a 250 años, esto lo sabemos por el tamaño del tronco”.

MV

“El Bosque de El Olivar tiene un gran atractivo, más si uno puede conocer un poco de la historia del lugar, y me parece creo es una magnífica oportunidad porque se puede combinar diversos atractivos que tiene San Isidro, el Bosque, las aceitunas, los restaurantes de la vecindad que hay varios, a los cuales se podría comprometer que también incorporen el olivo y la aceituna como un elemento importante para atraer productos a la zona. Las huacas que hay cerca como la Huaca Pucllana, la Huaca de San Isidro (Huallamarca), son atractivos que hay que combinar”.

Sobre la idea de complementar el paseo peatonal en El Olivar con una cata de olivo o un circuito gastronómico

Hay coincidencia en los expertos en turismo sobre la necesidad de que es necesario potenciar el guiado turístico con diversas actividades afines que

enriquezcan la experiencia de turistas y visitantes que llegan a la zona. Cunliffe, considera interesante vincular el patrimonio cultural con el patrimonio gastronómico, asimismo, Valderrama coincide con estos comentarios y recomienda poner avisos que reseñen e informen sobre las características del lugar.

SC

“Sería interesante la propuesta, podríamos ampliar el tour que sea más gastronómico y relacionar el patrimonio cultural con el patrimonio gastronómico que también es cultural finalmente, está ligado a nuestra identidad como peruanos y también a nuestra historia”.

VQ

“A mí me parece interesante, como toda actividad hacer cosas nuevas, vamos a ver cómo resulta, como a nosotros nos ha tocado hacer esta vez con el Tanta, yo pienso que sí, porque ese tema no es comercial, y no lo están haciendo otros distritos, porque no tienen esta facilidad, este atractivo del olivo, entonces sí podría funcionar. Yo estoy pensado hacer el tema de la cata de olivo al finalizar”.

MV

“Yo he visto que las ciudades se convierten en museos, ponen hitos que explican la historia de la ciudad; en el caso del oliva se puede hacer lo mismo, se puede poner alguna piedra o base de acero que explique la zona de la ciudad, cómo

surgió San Isidro, cómo es el tipo de oliva en la zona, cómo se procesa, es algo que se puede hacer acá, y no se ha hecho”.

“Los museos en Europa y EE.UU. cada vez están más fuera de los recintos, más cerca de la gente, ya no es la idea de que uno entra en un gran museo, en un ambiente cerrado, sino que ahora los parques se ubican delante de los museos, y hay una serie de actividades, exhibiciones, permitiendo a la comunidad insertarse más fácilmente a un museo”.

Sobre la promoción del guiado turístico

La funcionaria encargada del área de turismo de la comuna detalla sobre las acciones de promoción que vienen realizando con el fin de dar el conocer el guiado peatonal.

SC

“Promovemos por el boletín de actividades en nuestro periódico: El Vecino, que sale todos los meses, el tour peatonal que se realiza el último sábado de cada mes, tenemos una degustación en el Tanta donde se les explica a los participantes la preparación de platos con insumos andinos, allí se le habla de la chicha morada y de los diferentes productos peruanos.

Hacemos que los vecinos que acerquen, tenemos un teléfono, y un correo del área de turismo, y se forma un grupo para el guiado”.

Tabla 1: *Matriz de triangulación de entrevistas*

Temas	Entrevistado SC	Entrevistado QV	Entrevistado MV	Conclusiones
Sobre el guiado peatonal en El Olivar	Los sábados a las tres de la tarde se inicia el paseo peatonal en la Casa Museo María Núñez del Prado, los visitantes recorrido por todo el Olivar, se les explica un poco la historia de los olivos, como se extraía antiguamente el aceite de oliva, es un poco historia, también se habla de los animales que están en bosque, de las aves. El tour es un poco integral, dentro del olivar tenemos un circuito turístico, está la casa María Núñez del Prado, está la Casa de la Cultura, el Centro Cultural. El tour es un	El punto de encuentro del paseo peatonal es el museo María Núñez del Prado, partimos a las 3: 00 p.m. y aproximadamente esperamos un tiempo 10 minutos de espera, se hace guiado de 20 minutos a media hora a la casa de la escultora boliviana y luego se hace la visita al bosque, a la laguna que se ha reinaugurado, el olivo de la felicidad, el molino, la prensa de olivo. El guiado termina en 40	En los últimos tiempos el turismo empieza a tener características distintas, comienza a tener mucha fuerza lo que podíamos llamar un turismo cultural, vivencial; un turismo que tiene en una de sus variables el turismo ecológico, deportivo, comunitario que busca acercase a las comunidades para entender el modo de vida, las costumbres y compartir momentos	Entendemos que los entrevistados son conscientes sobre la importancia del Bosque de San Isidro y de la necesidad de potenciar su atractivo turístico, integrando elementos comunes vinculados al entorno del parque El Olivar.

	poco mixto, incluye la parte del bosque como patrimonio, como Monumento Nacional.	minutos a una hora, a partir de marzo iniciamos las visitas en el restaurante Tanta donde se ofrece bebidas y aperitivos a quienes participan del guiado previa inscripción.	con las comunidades rurales.	
Sobre el atractivo de El Olivar	Es el Bosque de Olivo más antiguo de América, estos olivos tienen 500 años, y justamente estamos en San Isidro empezando con todos los trabajos para presentarlo ante la <i>Unesco como Monumento de la Humanidad</i> , es un trabajo duro, estamos en el estudio de prefactibilidad, y no sabemos si van a aceptar que los	La importante escultora boliviana María Núñez del Prado residió 22 años en San Isidro con su esposo Jorge Falcón; hay una exposición de diversas piezas, de bronce, madera, piedra, fotografías de las diferentes etapas de su vida, las diferentes habitaciones de la	El Bosque de El Olivar tiene un gran atractivo, más si uno puede conocer un poco de la historia del lugar, y me parece creo es una magnífica oportunidad porque se puede combinar diversos atractivos que tiene San Isidro, el Bosque, las aceitunas, los	Hay coincidencias de que existen elementos vinculados al patrimonio y a la cultura, que hacen más interesante al parque san isidrino. Tal es así, que

	<p>presentamos o no, tú sabes que la Unesco tiene lineamientos y estándares estrictos, la idea es proteger el bosque.</p>	<p>casona. En el guiado explicamos la temática que expresaba la escultora en sus piezas donde retrataba a las mujeres de antaño, animales como el toro, el halcón. Su casa fue construida 1926, parece que fue una de las primeras que se construyó en San Isidro, en esas épocas se empezó a urbanizar el distrito, vemos casa estilo, neocolonial, inglés, francés. Es un conjunto de cosas, en 1959 el Bosque de San Isidro fue declarado</p>	<p>restaurantes de la vecindad que hay varios, a los cuales se podría comprometer que también incorporen el olivo y la aceituna como un elemento importante para atraer productos a la zona.</p> <p>Las huacas que hay cerca como la Huaca Pucllana, la Huaca de San Isidro, son atractivos que hay que combinar.</p>	<p>funcionarios de la comuna piensa postular al Bosque de El Olivar ante Unesco como Monumento de la Humanidad.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>Monumento Nacional.</p> <p>Manejamos información de que hay olivos que tienen una antigüedad de 200 a 250 años, esto lo sabemos por el tamaño del tronco.</p>		
<p>Sobre la idea de complementar el paseo peatonal con una cata de olivo</p>	<p>Sería interesante podríamos ampliar el tour que sea más gastronómico y relacionar el patrimonio cultural con el patrimonio gastronómico que también es cultural finalmente, está ligado a nuestra identidad como peruanos y también a nuestra historia.</p>	<p>A mí me parece interesante, como toda actividad que se hacer Cosas nuevas, vamos a ver cómo resulta, como a nosotros nos ha tocado hacer esta vez con el Tanta, yo pienso que sí, porque ese tema no es comercial, y no lo están haciendo otros distritos, porque no tiene esta facilidad, este atractivo del olivo, entonces sí</p>	<p>Yo he visto que las ciudades se convierten en museos, ponen hitos que explican la historia de la ciudad; en el caso del olivo se puede hacer lo mismo, se pude poner alguna piedra o base de acero que vayan explicando la zona de la ciudad, cómo surgió San Isidro, cómo es el tipo de oliva en la zona, cómo se</p>	<p>Se destaca a la gastronomía y en particular al olivo y a la aceituna, como elementos que pueden contribuir a complementar el atractivo turístico de la zona, enriqueciendo el guiado peatonal que se realiza una vez al mes</p>

		<p>podría funcionar. Yo estoy pensando hacer el tema de la cata al finalizar.</p>	<p>procesa, es algo que se puede hacer acá, y no se ha hecho. Los museos en Europa y EE.UU. cada vez están más afuera, más cerca de la gente, ya no es la idea de que uno entra en un gran museo, en un ambiente cerrado, sino que en los parques que se ubican delante de los museos hay una serie de actividades, exhibiciones, permitiendo a la comunidad insertarse más fácilmente a un museo.</p>	<p>en el parque de San Isidro.</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------

<p>Sobre la promoción del guiado turístico</p>	<p>Promovemos por el boletín de actividades en nuestro periódico El Olivar que sale todos los meses, del tour peatonal se realiza el último sábado de cada mes, tenemos una degustación en el Tanta donde se les explica de los platos que se preparan con insumos andinos, allí les hablan de la chicha morada, de los diferentes productos peruanos.</p> <p>Hacemos que los vecinos que acerquen, tenemos un teléfono, y un correo del área, de turismo, y se forma un grupo para el guiado; pero creemos que tenemos otras cosas por hacer.</p>			<p>Se ve un interés del área de turismo de la comuna por fomentar el turismo en el parque de San Isidro con la intención de vincular a los vecinos con el municipio. Pero queda claro que falta una mejor comunicación para motivar una mayor participación de los vecinos y de los turistas.</p>
------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2. Entrevista estructurada cerrada

La entrevista se realizó en diferentes períodos de tiempo, de acuerdo a la afluencia de público en El Olivar de San Isidro, a jóvenes, padres de familia que frecuentan con regularidad dicho parque.

Tabla 2. ¿Por qué viene al Olivar de San Isidro?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
(a) A distraerse	43	43.0
(b) A correr	21	21.0
(c) A compartir	26	26.0
(d) A tomar fotos	10	10.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia

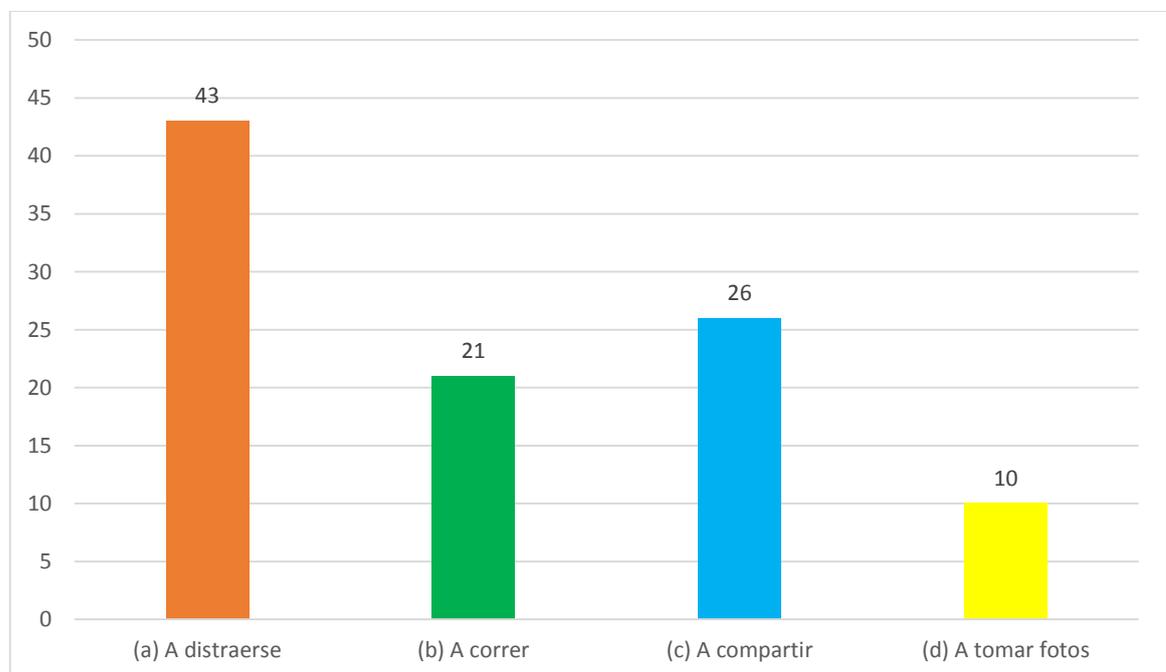


Figura 1: ¿Por qué viene al Olivar de San Isidro?

Interpretación:

De la tabla 2 y figura 1, se puede señalar que un 43% de los encuestados consideran que van al Olivar de San Isidro en búsqueda de distracción, mientras que un 26% a compartir, el 21% a correr y el 10% a tomar fotos, quedando claro que este parque los motiva a visitar por considerarlo muy atractivo y bueno para su salud.

Tabla 3: ¿Estaría de acuerdo con que exista recorridos turísticos relacionados al olivo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
(a) Mejora del entorno	17	17.0
(b) Cultura	35	35.0
(c) Esparcimiento	48	48.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia

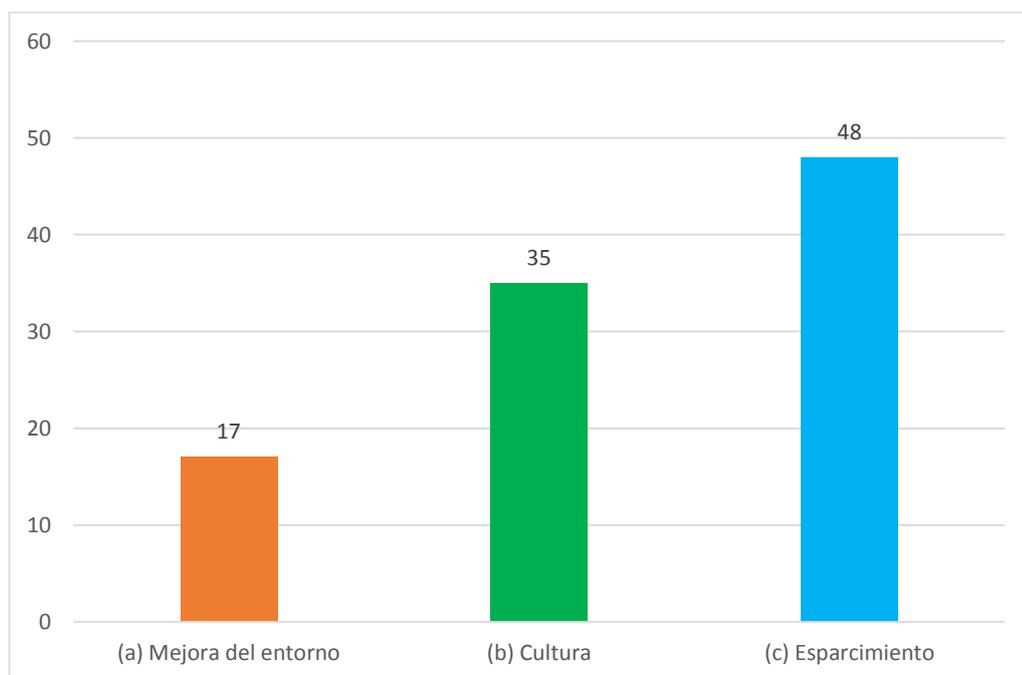


Figura 2: ¿Estaría de acuerdo con que exista recorridos turísticos relacionados al olivo?

Interpretación:

De acuerdo a los datos de la tabla 3 y figura 2, se puede indicar que efectivamente la mayoría en un 48% está de acuerdo con que existan recorridos turísticos relacionados al olivo, dado que les serviría como un momento de esparcimiento, mientras que el 35% considera que les permite incrementar su cultura y el 17% restante que mejoraría el entorno del parque.

Tabla 4: ¿Usted cree que un Circuito Turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo el Olivar de San Isidro?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
(a) Identidad	33	33.0
(b) Promoción	42	42.0
(c) Turismo	25	25.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia

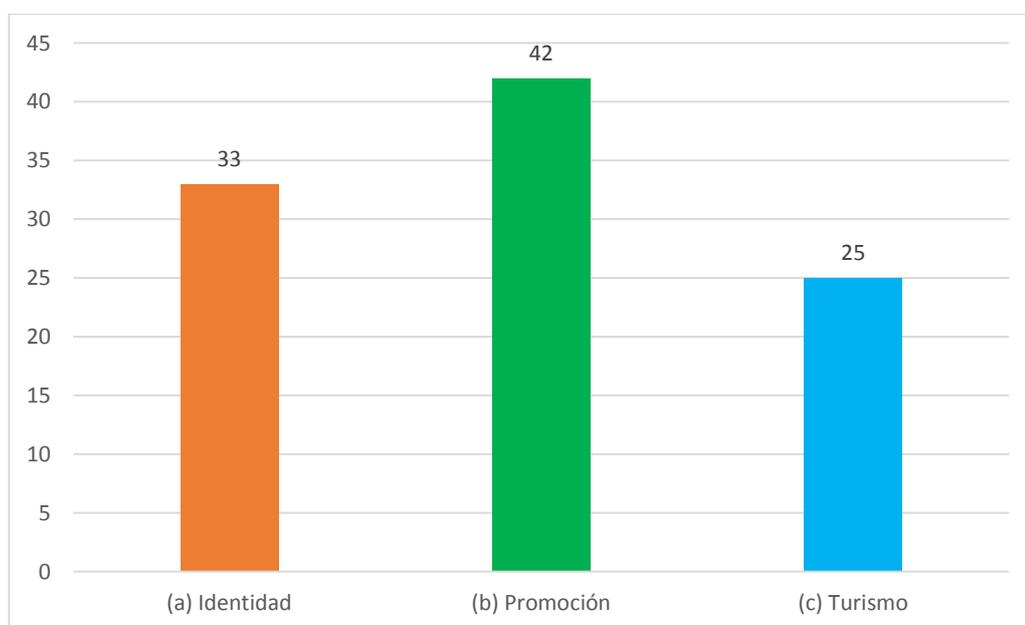


Figura 3: ¿Usted cree que un Circuito Turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo el Olivar de San Isidro?

Interpretación:

De acuerdo a los datos de la tabla 4 y figura 3, se puede observar que un 42% considera que la promoción un Circuito Turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo El Olivar de San Isidro, porque el 33% señala que la identidad de dicho parque se incrementaría y el 25% indica que lo convertiría en un verdadero atractivo para el turismo.

Tabla 5: ¿En su opinión tiene relevancia el programa de guiado turístico en El Olivar de San Isidro?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
(a) Publicidad	57	57.0
(b) Municipalidad	43	43.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia.

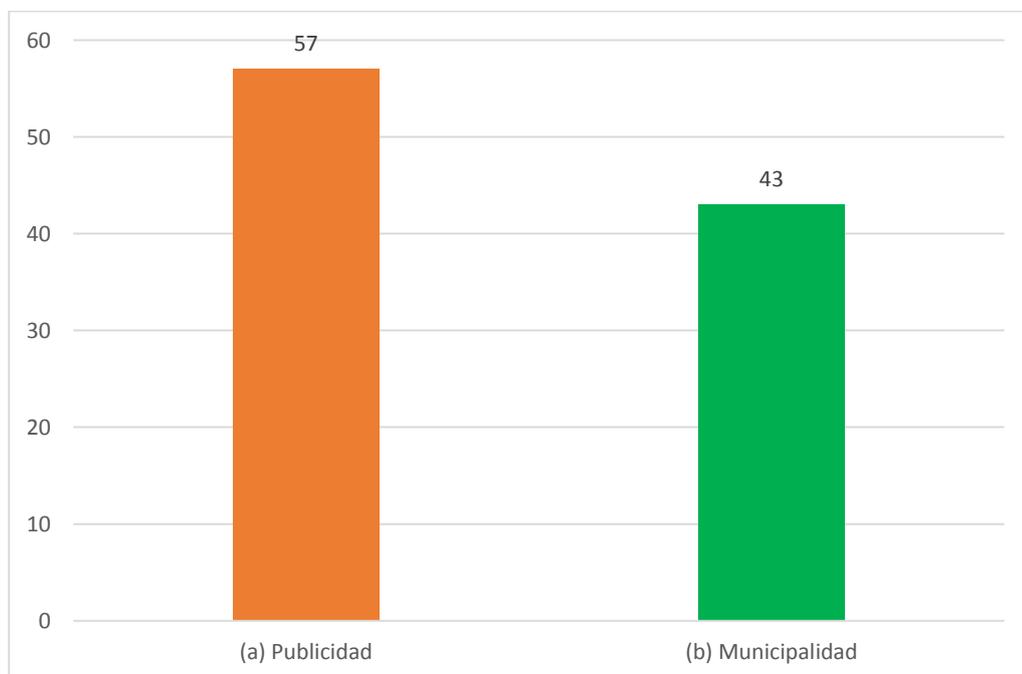


Figura 4: ¿En su opinión tiene relevancia el programa de guiado turístico en El Olivar de San Isidro?

Interpretación:

De acuerdo a la información de la tabla 5 y gráfico 4, los encuestados consideran que la publicidad en un 57% tiene relevancia sobre el programa de guiado turístico en el Parque de San Isidro y un 43% tiene incidencia la promoción que se hace por intermedio de la Municipalidad.

Tabla 6: ¿Usted está de acuerdo con la práctica turística en El Olivar de San Isidro?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
(a) Conocimiento	38	38.0
(b) Vecindario	36	36.0
(c) Cuidado	26	26.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia.

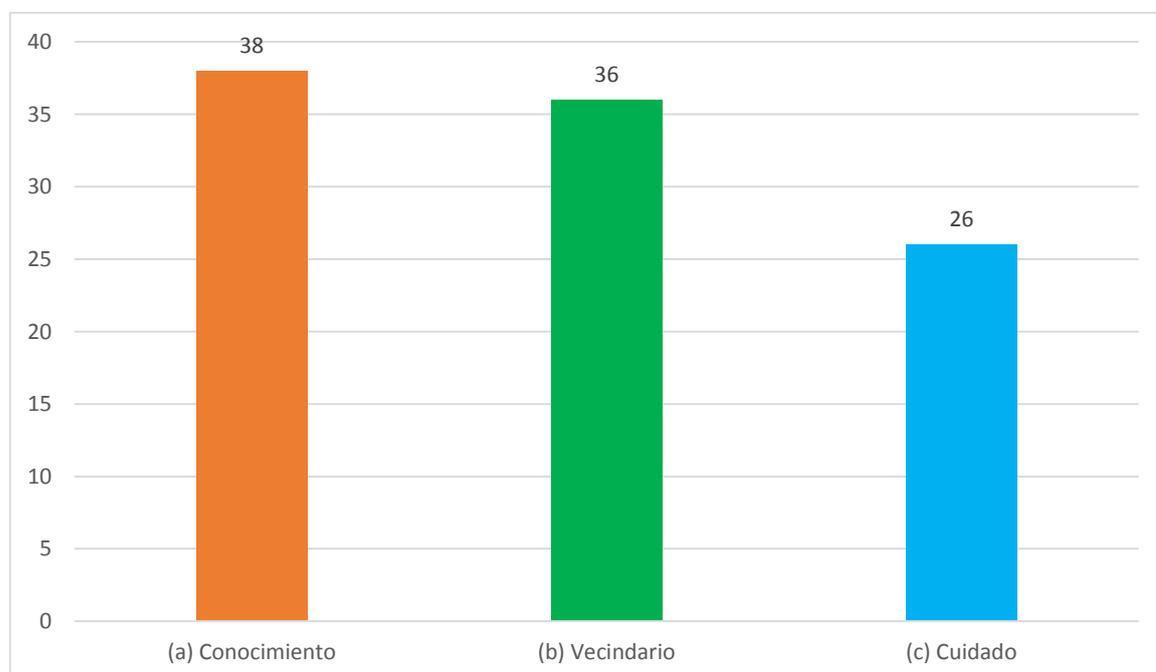


Figura 5: ¿Usted está de acuerdo con la práctica turística en El Olivar de San Isidro?

Interpretación:

Según la tabla 6 y gráfico 5, de acuerdo a los resultados se puede observar con respecto la práctica turística en El Olivar de San Isidro que en un 38% son por conocimiento, mientras que el 36% pertenece al vecindario y el 26% son ciudadanos de Lima.

Tabla 7: ¿Considera que a través del diseño de un Circuito Gastronómico en el entorno de El Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
(a) Degustar	42	42.0
(b) Aprender	58	58.0
Total	100	100.0

Fuente: Elaboración propia.

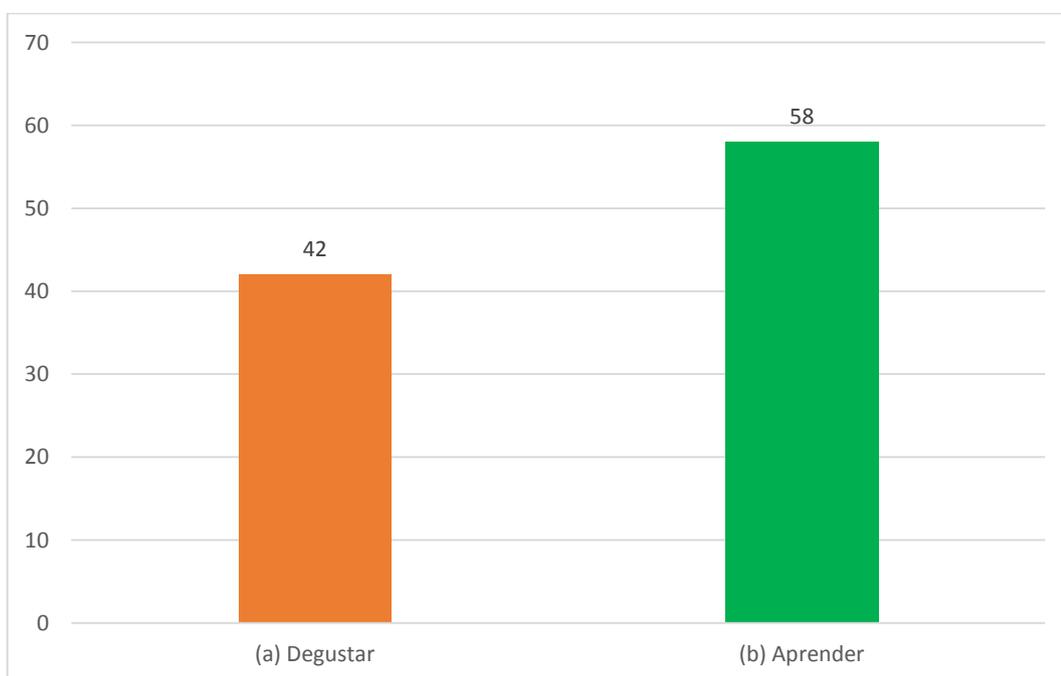


Figura 6: ¿Considera que a través del diseño de un Circuito Gastronómico en el entorno de El Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo?

Interpretación:

De acuerdo a los datos que se pueden observar tanto en la tabla 7 y la figura respectiva, los encuestados consideran que a través del diseño de un Circuito Gastronómico en el entorno de El Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo, en un 58% por medio del aprendizaje y el 42% por intermedio de la degustación.

3.2 Propuesta: Diseño del circuito gastronómico. El Olivo y su Historia en el Perú: Gustos y Sabores del Olivo

Introducción

La Municipalidad de San Isidro inició en enero de 2015 el programa “Al rescate del Bosque El Olivar”, con el objetivo de recuperar más de 1600 árboles de olivo, en su mayoría centenarios que se ubican en las 10 hectáreas que comprende el bosque.

Un aproximado de 15 toneladas de aceitunas se recolectan cada año durante los meses de abril y mayo, la variedad de aceituna que se cosecha es Sevillana también conocida como criolla y que es la más difundida en los campos de cultivos que se encuentran principalmente en el sur del país en las regiones de, Arequipa, Moquegua y Tacna.

La calidad de las aceitunas y del aceite de oliva que se cosecha en el Perú no tiene nada que envidiar al de España, de donde vinieron los primeros árboles que se plantaron en Lima en la época virreinal.

En España es muy común la práctica del Oleoturismo como una alternativa al turismo tradicional donde diversas actividades como: alojamiento, restauración, compras, rutas, senderismo, relax y en definitiva la difusión de información y cultura, giran en torno al consumo del aceite de oliva. Un caso similar ocurre con el vino y el EnoTurismo, que tiene como objetivo promocionar las zonas y bodegas vitivinícolas de los diferentes países productores de vinos.

El Oleoturismo, es una modalidad de turismo interno que se desarrolla activamente en España y Argentina. Es una actividad que permite conocer en profundidad el aceite de oliva y se presenta como una nueva forma de disfrutar del tiempo libre y que conjuga cultura, naturaleza y gastronomía. Es una forma de dar a conocer las bondades del óleo y disfrutar de alojamientos y restaurantes temáticos y de actividades relacionadas con el olivar.

Así, la práctica del Oleoturismo en España está muy relacionada principalmente a la provincia española de Jaén situada al noreste de la comunidad autónoma de Andalucía, y al sur de la península ibérica, aquí se puede encontrar la llamada “Vía Verde del Aceite” que tiene una extensión de 112 kilómetros y que se mezcla con el Turismo Cultural de ciudades consideradas Patrimonio de la Humanidad como son: Úbeda y Baeza rodeada por castillos medievales.

El olivo es un árbol noble que tolera la salinidad de los campos de cultivo y admite un clima semiárido y suelos pocos fértiles y superficiales. Aunque desde hace unas décadas las labores de agricultura del Olivo se han mecanizado parcialmente, la mecanización e industrialización se ha incorporado con más éxito a la labor de producción de Aceite (Elaiotecnia) que a las labores de cultivo del Olivo

(Olivicultura) para poder llevar aceitunas de máxima calidad a la Almazara (lugar donde se prensa la aceituna).

Fan-Page “Olivar de San Isidro y Gastronomía”

Se ha creado la página de la red social Facebook “Olivar de San Isidro y Gastronomía”, que cuenta con un importante número de seguidores y que en su mayoría son usuarios vinculados con la cultura gastronómica del país, entre ellos destacan: chef de restaurantes, sommeliers, asistentes de cocina, investigadores, administradores de negocios gastronómicos y restauradores.

Este espacio interactivo tiene como fin promocional dar a conocer las bondades del aceite de oliva del Perú traído por los españoles en la época del virreinato, y también pretende ganar adeptos de usuarios interesados en conocer más sobre la calidad de nuestro olivo y de los árboles plantados en El Olivar de San Isidro.

A través de este importante canal de comunicación se busca impartir cultura difundiendo información acerca del olivo peruano, es decir: variedad de olivos plantados en nuestro territorio, apreciación organoléptica del aceite de olivo (cata), acompañamientos en preparaciones de platos peruanos y además información nutricional y medicinal acerca de las bondades del aceite de olivo.

Para sustentar la calidad del olivo y tener una explicación didáctica por ejemplo se cuenta con un video en Facebook, donde el sucesor de la bodega española de vinos “Emilio Moro”, hace una cata donde comenta la calidad del olivo. Por su parte, el chef Enrique Blondet, quien hace unos años estuviera

dirigiendo la cocina del restaurante La Rosa Náutica, en otro video comenta sobre la calidad del producto; así también Hugo Aldon, ingeniero químico, miembro de la Master Brewers Association of the Américas, en una cata elogia la calidad del olivo peruano.

Todo este concepto y contenido sustenta la propuesta de “Cata de Olivo” que viene a complementar el guiado peatonal turístico que se realiza de una a dos veces al mes, los días sábados por la tarde, como parte de las actividades de la Oficina de Información Turística de dicha comuna.

La práctica de la cata:

Un sábado por la tarde previa coordinación con el agente turístico de la municipalidad, se habilita una sala en un espacio contiguo a la Casa de la Cultura en pleno corazón de El Olivar de San Isidro. Luego del guiado turístico, las personas participan de una sesión de cata de olivo donde los asistentes miran, huelen y prueban, y además conocen sobre la variedad de los olivos que hay en el bosque.

En el ejercicio organoléptico del olivo participan familias, y tanto adultos como niños aprenden a reconocer las características de un buen aceite de olivo.

Misión del circuito

Promocionar El Olivar de San Isidro como un espacio patrimonial dada su importancia por haber sido declarado “Monumento Nacional”, y destacar el valor del olivo dentro de la historia de la Lima antigua.

Descripción del espacio:

El recorrido turístico peatonal inicia en el museo de la escultora boliviana, Marina Núñez del Prado, ubicado en la calle Ántero Aspíllaga 300, en pleno corazón de El Olivar. Es una casa de estilo neocolonial que fue adquirida luego en 1973 por don Luis Alayza y Paz Soldán, considerada la primera casa declarada Patrimonio Cultural de la Nación. Luego el guiado continúa en conocer el “Olivo Histórico” sembrado por Fray Martín de Porres, que data de hace 380 años, según un estudio realizado por un grupo de especialistas en datación de olivos de la Universidad Politécnica de Madrid (2017). El olivo histórico está ubicado en el perímetro comprendido entre la avenida Los Incas y las calles Choquehuanca, Ántero Aspíllaga y Paillardelle.

El guiado también comprende la visita a la remodelada Laguna Artificial, que destaca por belleza significativa dentro de la historia del distrito, así como la renovada rotonda dirigida a la reunión y disfrute familiar.

Otro punto de encuentro es La Casa-Hacienda Moreyra, que en sus inicios fue considerada residencia campestre del antiguo fundo de San Isidro.

Finalmente, los visitantes hacen un recorrido por la Huaca Huallamarca, declarada monumento arqueológico y que está bajo la supervisión del Ministerio de Cultura.

Público objetivo

La propuesta del producto turístico está dirigida a vecinos de San Isidro y visitantes de distritos aledaños, en su mayoría jóvenes adultos de 35 a 45 años. De acuerdo

a su estilo de vida son personas que tienen familia, les gusta salir a pasear los fines de semana, así como hacer ejercicios al aire libre. Además, usan redes sociales para dar a conocer las actividades que realizan.

Actividades

La cata de olivo se viene realizando los sábados por la tarde con cierta regularidad dependiendo del número de participantes que se inscriben a través de la página web de la comuna de San Isidro. Para el ejercicio de la cata se cuenta con galletas de soda y vasos con agua, esto con el objetivo de limpiar el paladar para poder apreciar las bondades del aceite de olivo.

Adicionalmente a la cata de aceite previa inscripción se ofrece a los visitantes una degustación de platos en el restaurante del hotel Sonesta el Olivar a cargo de la chef Mailu Tang, otra alternativa es el Bar Olé cuyo propietario y chef es el Sr Javier Carvallo, estos dos restaurantes circundan el bosque y están considerados por Triadvisor como dos de los principales restaurantes del distrito. Aquí los chefs hacen una explicación sobre la importancia del aceite de olivo en la preparación de los platos y las técnicas culinarias que utilizan para las frituras y salteados en las preparaciones con el olivo, así también realizan una breve explicación de las características nutricionales del producto.



Sonesta Hotel El Olivar

10 de septiembre · 🌐



Menú Ejecutivo

¡Disfruta de nuestro menú ejecutivo!

Incluye: Entrada + Fondo + Postre + Bebida

[Ver más](#)



Como se conoce, nuestra gastronomía es variada y tiene mucha influencia española e italiana, es decir mediterránea y utiliza el olivo como elemento principal en la elaboración de sus cocinas. Entre los platos a degustar en el menú

degustación que se realiza en el hotel Sonesta El Olivar y en el Bar Olé están, por ejemplo: Tratar de Atún, Ensalada Fresca y Pastel de Patata, y como platos de fondo se ofrece Fettuccini Fruti de Mare y Arroz Apaellado con Mariscos. (El visitante puede elegir cualquier entrada y plato de fondo S/.50.00)

Actividades de promoción

Además, a través de la página web del municipio de San Isidro y de la revista institucional “El Vecino” y de sus redes sociales, se viene promocionando el guiado peatonal, la cata de aceite y la degustación de platos elaborados a base de olivo en el Bar Olé y en el restaurante del hotel Sonesta El Olivar.

En la red social Facebook se publican fotos y textos sobre las actividades que se realizan relacionadas al olivar y al óleo peruano, con el fin de dar a conocer los atractivos del parque y la propuesta sobre el cuidado de los árboles.

Dentro de las actividades de promoción también se contempla que todos los restaurantes aledaños al olivar ubicados principalmente en la avenida Conquistadores, cuenten con afiches y acrílicos publicitarios con información de las actividades relacionadas a la revalorización del bosque.



Fan-Page “Olivar de San Isidro y Gastronomía”

Se ha creado el fan-page “Olivar de San Isidro y Gastronomía” en la red social Facebook, el cual cuenta con un número importante de seguidores que en su mayoría son usuarios vinculados con la cultura gastronómica del país, entre ellos destacan: chef de restaurantes, sommeliers, asistentes de cocina, investigadores, administradores de negocios gastronómicos, restauradores y personas interesadas en la gastronomía peruana y en su salud.

Este espacio interactivo tiene como fin dar a conocer las bondades del aceite de oliva del Perú traído por los españoles y también pretende ganar adeptos

de usuarios interesados en conocer más sobre la calidad de nuestro olivo y de los árboles plantados en El Olivar de San Isidro.

A través de este importante canal de comunicación se busca impartir cultura difundiendo información acerca del olivo peruano, es decir: una variedad de olivos plantados en nuestro territorio, apreciación organoléptica del aceite de olivo (cata), acompañamientos en preparaciones de platos peruanos, y además información nutricional y medicinal sobre las bondades del olivo.

Para sustentar la calidad del olivo y tener una explicación didáctica del mismo se cuenta con una serie de videos donde por ejemplo el sucesor de la bodega española de vinos Emilio Moro hace una degustación y comenta sobre la calidad del olivo de El Olivar; otro personaje es el chef Enrique Blondet, quien hace unos años estuviera en el restaurante La Rosa Náutica y destacada también el olivo peruano. Además, Hugo Aldon, ingeniero químico, miembro de la Master Brewers Association of the Américas, participa en una cata comenta sobre las bondades del aceite de oliva peruano.

Todo este concepto y contenido sustenta la propuesta de “Cata de Olivo”, que viene a complementar el guiado peatonal turístico que realiza la Municipalidad de San Isidro como parte de las actividades de la Oficina de Información Turística de dicha comuna.

Los sábados por la tarde previa coordinación con el agente turístico de la municipalidad, se habilita una sala que se encuentra contigua a la Casa de la Cultura en pleno corazón del parque San Isidro. Luego del guiado turístico, las personas participan de una degustación de aceite de olivo donde por un

espacio de 45 minutos aproximadamente con la ayuda de copas, agua y galletas, ofrezco una sesión de cata de olivo. Empiezo explicando sobre la variedad de los olivos plantados en El Olivar y cómo reconocer un buen olivo, y luego culmino mi explicación con una cata donde los asistentes desarrollan un ejercicio organoléptico de reconocimiento.

Al final del ejercicio de cata resulto gratificado ya que niños y adultos salen agradecidos por lo aprendido.





Cata de Aceite de Olivo

Sábado 16 a las 3 pm
 Casa Museo Marina Núñez del Prado | Calle Antero Aspíllaga 300
 Inscripciones al 513-9000 anexo 1831



Inicio > Actualidad Municipal

+ Actualidad Municipal

Publicaciones
 Archivo de Noticias
 Comunicados

+ San Isidro en Imágenes

Galería de Videos
 Galería de Fotos
 San Isidro TV

+ Agenda de Actividades

Gestión por Precios

Cata de Aceite de Olivo en el Olivar de San Isidro



Cata de Aceite de Olivo

Sábado 16 a las 3 pm
 Casa Museo Marina Núñez del Prado | Calle Antero Aspíllaga 300
 Inscripciones al 513-9000 anexo 1831

Se realizará este sábado 16 al terminar el paseo peatonal por el Olivar de San Isidro. El ingreso es libre.

El sábado 16 de julio, la Municipalidad de San Isidro organiza una cata de aceite de olivo en la Casa de la Cultura al finalizar el tour peatonal por la Casa Museo Marina Núñez del Prado, el Bosque El Olivar, el Molino, Prensa y la Casa de la Cultura de San Isidro. La cita es a las 3 de la tarde en la Casa Museo Marina Núñez del Prado ubicada en la calle Antero Aspíllaga N° 300, el cupo es limitado y sin costo alguno. Inscripciones en el teléfono 513-9000 anexo 1831 o al correo turismo@munisidro.gob.pe.

El recorrido turístico se inicia con la visita a la Casa Museo Marina Núñez del Prado que alberga la obra de la escultora boliviana realizadas en ónix blanco, madera, piedra de granito y bronce. Luego el paseo continúa por el Bosque El Olivar, declarado Monumento Histórico en el año 1969, donde se podrá apreciar un antiguo molino y una prensa. Lo siguiente es conocer la Casa de la Cultura de San Isidro, un nuevo espacio dedicado a fomentar actividades culturales en el distrito. En esta casona, donde antes funcionaba el Palacio Municipal, hoy presenta un atractivo mural en la pared exterior de la calle Choquehuanca, creado especialmente para la Casa por los arquitectos Milagros Aguilar y Patrick Webb.

En el interior de la Casa de la Cultura se apreciará la exposición fotográfica "San Isidro Ayer y Hoy", una selección de imágenes sobre la historia y evolución del distrito a lo largo del tiempo. Asimismo, se exhibe una exposición de dibujos llamado "El ojo de los Olivos" realizados a lápiz y acuarela por el pintor José Enrique Malachowski.

El tour peatonal se complementará con una divertida y práctica sesión de cata de aceite de olivo que está dirigida por el periodista y experto en cata [Alejandro Allerman en el interior de la Casa.](#)





Proyección del impacto

Con la enseñanza de la cata de olivo y la propuesta del menú degustación con platos elaborados a base de aceitunas y olivo que ofrecen los restaurantes ubicados en el entorno de El Olivar, como son: el restaurante del hotel Sonesta El Olivar y el Bar Olé, se busca concientizar en los visitantes sobre la importancia de este atractivo turístico, y generar así un mayor impacto de promoción del circuito peatonal de El Olivar a cargo de la Oficina de Promoción Turística de la Municipalidad de San Isidro.

El marketing digital es de suma importancia hoy en día para las empresas en los diferentes sectores de la economía, y el turismo es una de ellas. Así por ejemplo, no hay agencia de viajes en el mundo que no promocioe sus paquetes turísticos a través de una página web, y más aún las redes sociales ayudan a la promoción de los destinos turísticos, y crea una audiencia de seguidores que son afines a los intereses de contenidos que se les ofrece.

El Olivar de San Isidro, tiene mucho potencial por ser un atractivo único en América, y porque además en plena urbe de la ciudad de Lima se puede encontrar olivos centenarios que son parte de la historia de las “tres veces coronada villa”. Sus casonas y huacas como la Huaca Huallamarca, hacen que este producto turístico se presente como un atractivo interesante. Existen muchos turistas extranjeros que llegan a conocer el Centro Histórico y sobre la gastronomía de Lima, y el distrito de San Isidro puede complementar la práctica del city tour que hacen las distintas agencias de turismo.



The image shows a screenshot of a TripAdvisor listing for a bicycle gastronomic excursion in Lima. The listing includes a photo of a group of people, a title, a price, and a 'Verify availability' button.

tripadvisor

América del Sur > Perú > Región Lima > Lima > Actividades en Lima > Miradores > Tours y boletos

Excursiones gastronómicas de Lima en bicicleta proporcionado por -usa

Excursiones gastronómicas de Lima en bicicleta

Por: Henrique Eike

8 opiniones

Desde **S/ 183.33**

Precios bajos garantizados

✓ Cancelación gratuita con hasta 24 horas de antelación

[Verificar disponibilidad](#)

[Guardar](#) [Compartir](#)

CAPITULO IV: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

En el objetivo general que planteábamos en nuestra investigación, incluimos la entrevista a expertos, la entrevista estructurada cerrada y la propuesta de diseño del circuito gastronómico que hemos aplicado para fomentar la Promoción del Turismo del Olivo en El Olivar de San Isidro, a través del Diseño de un Circuito Gastronómico, 2018.

Vamos a centrar la discusión en los aspectos más notables que se han extraído de los resultados que se han obtenido, dado que no disponemos de elementos específicos de comparación con los que se pueda contrastar nuestros resultados y los aportes.

Discusión sobre características turísticas que tiene el programa de guiado en el Bosque el Olivar de San Isidro

De acuerdo a la entrevista de expertos como también la entrevista estructurada cerrada tomada al público que asiste a El Olivar de San Isidro con respecto a la promoción del turismo en dicho bosque. Los resultados muestran que los expertos consideran que se debe potenciar el atractivo turístico del parque incluyendo elementos comunes vinculados al entorno, tal como el patrimonio y cultura; de igual modo, los visitantes en un 43% van a El Olivar de San Isidro a distraerse y a recorrerlo por considerarlo muy atractivo y bueno para su salud; así como el 42% considera que la promoción del

circuito turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo El Olivar de San Isidro.

El análisis de los resultados coincide con la investigación de Muñoz (2016) que “determinó” a través de un diagnóstico el potencial turístico que existe en el cantón Chone, así como también identificó los principales atractivos turístico y gastronómicos, además se constató que Chone no está desarrollado turísticamente y que esto abarca el sector gastronómico que no es valorizado” (p.84). Lo que nos indica que es efectiva la propuesta de fomentar las características turísticas que tiene el programa de guiado en El Olivar de San Isidro, tal como actividades de promoción por medio de la página web del municipio de San Isidro, revistas institucionales, redes sociales como Facebook.

Discusión sobre promover el conocimiento del aceite de oliva a través de la práctica turística

De acuerdo a la entrevista realizada a expertos como también la entrevista estructurada cerrada tomada al público que asiste a El Olivar de San Isidro con respecto a la promoción del turismo en dicho bosque. Los resultados muestran que los expertos consideran que puede contribuir a complementar el atractivo turístico de la zona, lo que enriquecería el guiado peatonal que se realiza; de igual modo, los visitantes en un 48% están de acuerdo que existan recorridos turísticos relacionados al olivo, porque sirve para compartir un momento de esparcimiento y cultura; como también el 38% considera que está de acuerdo con la práctica turística en El Olivar de San Isidro.

Los análisis de los resultados coinciden con la investigación de Amayo (2016) que promueve el desarrollo del turismo de aventura, como una propuesta vivencial, donde se desarrollan diversas actividades que promoverán el conocimiento sobre el olivo, tal como:

La propuesta turística de naturaleza y aventura de los recursos turísticos que hay en el bosque de Cachil dentro del cual se encuentran paisajes, especies de flora como olivo, chanca piedra, matíco, orquídeas, bromelias y helechos;... aquí se puede realizar tracking, camping, foto turismo... esta propuesta tiene una duración de 2 días y una noche, con pernocte en el camping que se realizará en el bosque de Cachil y la utilización de servicios como guiado, restauración y transporte (pp.62-63).

Todo esto nos indica que se debe promover el conocimiento sobre el aceite de oliva a través de la práctica turística en el entorno de El Olivar de San Isidro, tal como la propuesta de la práctica de cata, mediante la degustación de olivo, donde se explica la variedad de los olivos plantados en el bosque.

Discusión sobre aspectos del circuito gastronómico sobre el óleo a diseñar en el entorno de El Olivar de San Isidro

De acuerdo a la entrevista realizada a expertos así como también a la entrevista estructurada cerrada tomada al público que asiste a El Olivar de San Isidro con respecto a la promoción del turismo, los resultados muestran que los expertos consideran que se debe fomentar el turismo con la intención de vincular a los vecinos con el Municipio, para lo cual hace falta mejor

comunicación para motivar una mayor participación de los vecinos y turistas; igualmente, los visitantes en un 57% consideran que tiene relevancia en un programa guiado turístico en El Olivar de San Isidro; así como también, el 58% considera que a través del diseño de un circuito gastronómico en el entorno de El Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo por medio del aprendizaje.

El análisis de los resultados coincide con la investigación de Muñoz (2016) al sostener en su investigación que “Se diseñó el circuito gastronómico de comida típica manabita mediante aprovechamiento del recurso gastronómico existente en Cantón funcionándolo con los atractivos turísticos potencial de Chone, cubriendo las necesidades y expectativas del turista” (p.4). Lo que nos indica que se debe realizar la propuesta del circuito gastronómico sobre el óleo a diseñar en el entorno del bosque, a fin de promocionar El Olivar de San Isidro como un espacio patrimonial debido a su reconocimiento como “Monumento Nacional” y resaltar el valor del olivo dentro de la historia, gastronomía y salud.

4.2 Conclusiones

Se fomentó la promoción del turismo en El Olivar de San Isidro, 2018 a través del diseño de un circuito gastronómico. Ya que se aplicó un piloto del mismo, que incluía la cata de aceite de oliva, un menú elaborado con platos a base de olivo en el restaurante del hotel Sonesta El Olivar y el Bar Olé, ubicados en el entorno del bosque de olivos. La propuesta turística despertó interés de los participantes recibiendo comentarios positivos en la red social

Facebook y en otros canales de comunicación administrados por el área de prensa del municipio de San Isidro.

Se conoció las características turísticas que tiene el programa de guiado peatonal en El Olivar de San Isidro. El paseo peatonal se realiza aproximadamente una a dos veces al mes los días sábados por la tarde y participan vecinos del distrito, residentes de Lima y ciudadanos extranjeros, previa inscripción por correo electrónico con el área de turismo de la comuna. El guiado peatonal está dirigido por una funcionaria de la Oficina de Información Turística, en un principio este duraba aproximadamente 45 minutos y luego fue ampliado a 1:30 horas por la incorporación de la cata de óleo y la visita a la huaca Huallamarca. Los grupos que participan en el programa de guiado están compuestos por familias y parejas en un número aproximado de 12 personas.

El recorrido del circuito turístico peatonal inicia en el Museo Marina Núñez del Prado, vivienda que pertenecía a la escultora boliviana y que se encuentra ubicada en la calle Ántero Aspillaga 300 en pleno corazón del bosque El Olivar. Es una casa de estilo neocolonial que fue adquirida luego en 1973 por don Luis Alayza y Paz Soldán, fue la primera casa de El Olivar declarada Patrimonio Cultural de la Nación. En este lugar los visitantes pueden apreciar diversas muestras de arte creadas por la escultora en su residencia y taller que alberga hermosas obras en ónix blanco, madera, piedra de granito y bronce. El recorrido continúa con la visita al antiguo molino y prensa para

extraer aceite que tienen 200 años, ambas reliquias llegaron al distrito de San Isidro desde Arequipa en el año 1960.

Acto seguido, la guía del área de turismo de la comuna lleva a los visitantes a conocer el “Olivo Histórico” sembrado por Fray Martín de Porres hace 380 años, según un estudio realizado por un grupo de especialistas en datación de olivos de la Universidad Politécnica de Madrid (2017).

El olivo histórico se encuentra ubicado en el perímetro comprendido entre la avenida Los Incas y las calles Choquehuanca, Ántero Aspíllaga y Paillardelle. En el lugar se puede observar además un grupo de 11 árboles con más de tres siglos de plantados y que también fueron sometidos al análisis de los especialistas para conocer su antigüedad.

El guiado también comprende la visita a la remodelada Laguna Artificial que destaca por su belleza significativa dentro de la historia del distrito, y la renovada rotonda dirigida a la reunión y disfrute familiar.

Otro punto de encuentro es La Casa-Hacienda Moreyra, que en sus inicios fue considerada residencia campestre del antiguo fundo de San Isidro, su antigüedad data de la segunda mitad del siglo XVII y al parecer habría sido diseñada por Pedro de Noguera, arquitecto catalán. A mediados del siglo XVIII, luego del terremoto de 1746, la casa es reconstruida. En 1777 el fundo es adquirido por don Isidoro de Cortázar y Abarca, primer Conde de San Isidro. Desde ese año se le conoce como Hacienda de San Isidro.

Además, a los visitantes se les explica que el atractivo de El Olivar no sólo se limita al paisaje formado por sus señoriales árboles; sino que en sus frondosas copas habitan una gran variedad de especies de aves destacando el Turtupilín, el Botón de Oro, el Violinista y el Gavilán Acanelado, junto a otras bellas aves completando un total de 22 especies aproximadamente.

Por último, los visitantes conocen la Huaca Huallamarca, declarado monumento arqueológico que data entre los años 200 A.E al 200 D.E aproximadamente.

Al recorrido turístico peatonal se le ha incorporado la propuesta de cata de olivo que se realiza en una sala contigua a la Casa de la Cultura. En este espacio de reconocimiento organoléptico del óleo, similar a la práctica de cata de vino, el público aprende a reconocer las características un buen aceite de olivo, así como sus bondades nutricionales y medicinales.

4.3 Recomendaciones

Se recomienda continuar la investigación acerca de las posibilidades turísticas de El Olivar de San Isidro, 2018 a través del diseño de un circuito gastronómico. Ya que se aplicó un piloto del mismo, que incluía la cata de aceite de oliva que despertó interés en los participantes, recibiendo comentarios positivos en la red social Facebook.

Se promovió el conocimiento sobre el aceite de oliva a través de la práctica turística en el entorno de El Olivar de San Isidro, mediante las catas que se

realizaron y del paseo peatonal donde no solo se resaltó los aspectos naturales y paisajísticos del bosque, sino que también se tomó en cuenta temas históricos y gastronómicos. Todo esto permitió que se tenga una mirada holística y compleja de este espacio.

Se identificaron los aspectos que debe considerar el circuito gastronómico sobre el olivo peruano a diseñar en el entorno de El Olivar de San Isidro, utilizando para ello entrevistas a expertos y las encuestas a los visitantes. De este modo se han considerado diversos puntos de vista.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Referencias bibliográficas

Acosta, C. A. (2013). *Promoción del Perú para la exportación y el turismo: la Marca Perú*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Actualidad Gubernamental, N° 62, Diciembre 2013.

Alcivar, A. M. y Olivo, V. H. (2013). *Diseño de un proyecto de capacitación en atención turística para los integrantes de la cooperativa en taxis ruta de los colorados No.9, provincia Santo Domingo de los Tsachilas. Período 2012-2013*. (Tesis de Título de Ingenieros en Administración Turística y Hotelera). Escuela de Hotelería y Turismo. Sede Santo Domingo. Santo Domingo-Ecuador.

Amayo, J. F. (2016). *Condiciones turísticas del distrito de Cascas para desarrollar el turismo de naturaleza aventura en el año 2016*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería). Universidad Cesar Vallejo. Trujillo-Perú.

Chapoñan, R. y Montenegro, Ch. G. (2014). *Potenciales turísticos en las playas de Puerto Eten, agosto 2013-marzo 2014*. (Tesis para el Título Profesional de Licenciado en Administración Hotelera, Turismo, Ecoturismo y Gastronomía). Universidad Privada Juan Mejía Baca. Chiclayo-Perú.

- Drucker, P. F. (1973). *Management: Tasks, responsibility, practices*. New York: Harper & Row.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2009). *Documento de Trabajo No.5. Consideraciones sobre el Turismo Rural en el Paraguay*. Asunción-Paraguay, marzo.
- Kloter, P., García, J., Flores, J., Bowen, J. T. y Makens, J. C. (2011). *Marketing turístico*. 5ª ed. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Kotler, P. (2008). *Principios de marketing*. España: Pearson Printece Hall.
- Kouri, L. A. (2015). *El Olivo en el Perú. Una especie milenaria con auspicio futuro*. (1ª ed.). Lima-Perú: MAD CORP S.A.
- Molina, M. (2003). *Circuito gastronómico*. España: El país.
- Muñoz, L. A. (2016). *Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del Cantón Chone*. (Tesis para obtener el Título de Ingeniera en Turismo). Escuela Superior Politécnica. Calceta-Ecuador.
- Palacio, E. (2005). *Economía del Turismo I: Promoción y Desarrollo del Turismo Local*. 1ª ed., San Juan: Universidad Nacional de San Juan.
- Palafox, A., Zizumbo, L., Arriaga, E. G. y Monterroso, N. (2010). *Introducción al estudio del turismo a través del materialismo cultural*. Universidad de Quintana Roo, Universidad Autónoma del Estado de México. México.

Puig, A. (2006). *Los nuevos Negocios Turísticos*. Buenos Aires: Valletta Ediciones S.R.L.

Revista de Economía (2014). "Sociedad, Turismo y Medio Ambiente (RESTMA)". *Número 15, Septem Ediciones*.

Rodríguez, D. (2012). *Plan de marketing para una nueva marca en el mercado del aceite de Oliva*. (Tesis de Licenciatura en Administración). Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza-Argentina.

Rodríguez, G. (2017). *Patio Gastronómico La Colonial*. (Tesis de Magíster en Gestión y Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias). Pontificia Universidad Católica del Perú-Universidad Politécnica de Madrid. Madrid-España, Lima-Perú.

Sancho, A. (1992). *Introducción al turismo*. Argentina: Organización Mundial del Turismo/OMT.

Valles, M. (1997). *Técnicas Cualitativas de Investigación Social*. Madrid: Síntesis.

Vera, J. A. y Vera, F. A. (2017). *Circuito gastronómico para la preservación y fortalecimiento de la identidad cultural en la provincia de Manabí*. (Tesis para obtener el Título de Ingeniero en Turismo). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Calcuta-Ecuador.

2. Referencias electrónicas

Aceite de mi Pueblo (2015). *El turismo gastronómico incorpora el aceite de oliva dada su popularidad*. Recuperado de:

<https://aceitedemipueblo.com/blog/turismo-gastronomico-aceite/>

Andina (2016). *Ruta del Olivo es declarada atractivo turístico de la Región Arequipa*. Recuperado de: <https://peru.com/viajes/noticia-de-viajes/ruta-olivo-declarada-como-atractivo-turistico-arequipa-noticia-469041>

Árboles Frutales (2018). *Todo lo que debes saber sobre el Olivo*. Recuperado de: <https://arbolesfrutales.org/todo-lo-que-debes-saber-sobre-el-olivo/>

Esencia de Olivo (2018) *Oleoturismo*. Cultura del Aceite de oliva virgen extra. Recuperado de: <http://www.esenciadeolivo.es/oleoturismo/>

Flores (2014). *El Olivo*. Recuperado de: <https://www.flores.ninja/el-olivo/>

Marto, S. (2010). *Segunda Fiesta del Olivo. Circuito Turístico los Olivares*. Recuperado de: <http://www.sierradelaventana.org/patrimonio/segunda-fiesta-del-olivo.-circuito-turistico-los-olivares.html>

Municipalidad de Pocito (2018). *Ruta del Olivo*. Recuperado de: <http://www.pocito.gov.ar/pocito/circuitos-turisticos/ruta-del-olivo#!/catid=1>

Osorio, R., Restrepo, J. y Muñoz, H. (2016). *Marketing digital: una mirada al pasado, presente y futuro*. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/316342108_Marketing_digital_una_mirada_al_pasado_presente_y_futuro.

Revista Viajeros (2017). *Aceite y oleoturismo*. Recuperado de:

<https://www.revistaviajeros.es/viajes-con-sabor/turismo-gastronomico/aceite-y-oleoturismo>

Sabor Artesano (s/f). *El olivo*. Recuperado de: <http://www.sabor-artesano.com/olivo-caracteristicas.htm>

San Juan del Mundo (2018). *Circuito turístico del Sur*. Recuperado de:

<http://www.sanjuanalmundo.org/articulo.php?id=16534>

San Rafael.travel (s/f). *Circuito ruta del olivo*. Recuperado de:

<https://www.sanrafael.travel/circuito-ruta-del-olivo/>

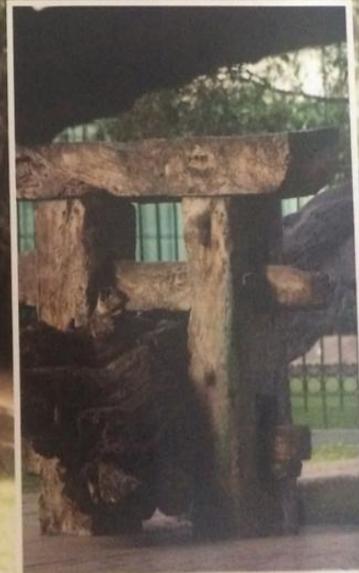
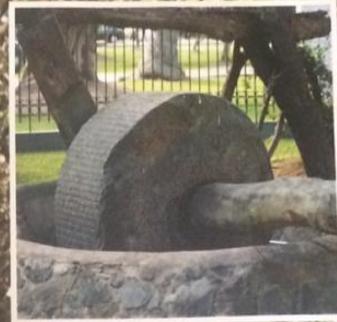
Sandez, F. (2017). *El camino del olivo*. Recuperado de:

<http://descubrirturismo.com/camino-del-olivo/>

ANEXOS

Cata de Olivo y Gastronomía en el Bosque el Olivar

Encuentran árbol plantado por San Martín de Porres hace más de 380 años.



Paseo Turístico:

SÁBADO: 3:30 - 5:00 pm

CONTACTO: T: 997004545





SOCIEDAD

El Olivar de San Isidro: Encuentran árbol plantado por San Martín de Porres hace 380 años

Investigadores ubicaron al **único árbol sobreviviente** que fuera plantado por el **fraile dominico**.

Compartir en Facebook

Compartir en Twitter



El Olivar de San Isidro alberga un "árbol histórico". (Foto: Difusión)

Redacción

La República

12 Sep 2017

16:53 h



Un grupo de investigadores logró determinar con exactitud la ubicación exacta del único árbol de olivo que fue plantado por **San Martín de Porres** en el antiguo El Olivar. Este árbol histórico que fue plantado por el fraile dominico se encuentra debidamente protegido y restringido al público visitante con el fin de preservarlo adecuadamente, informó la **Municipalidad de San Isidro**.

PUEDES VER



El rostro del fray San Martín de Porres cuando tuvo 60 años

Además, ha sido incluido en el conjunto de atractivos turísticos del distrito.

Un grupo de especialistas en detección de olivos de la **Universidad**

CONTENIDO PATROCINADO

El Gas Natural Vehicular: una alternativa económica y ecológica.

¿Vivimos en el que me traiga? **LA RESPUESTA SE encuentra en el Olivar**

¿Mi fondo sigue ganando si dejo de pagar por un momento?

Lanzarán naturaleza, viento y deportes extremos

TAMBIEN PUEDES VER

Te puede gustar **Enciclos Promovidas**

Trabajo + Inglés = More money de una vez

www.matsintopma.pe

¿5 billones de soles? ¡La mayor lotería del mundo! theLot.com

Inglés sin aprender gramática. ¡El cerebro absorbe! **Fast Process**

Spiroffsky Loza envió inesperado mensaje a Melissa tras escándalo

Sebastian Zurita causa indignación con polémico mensaje tras mu...

Mati Nazarena paraliza Instagram al mostrar de más en 'pollo' mojado

por Talcahu

Declaran la Ruta del Olivo como atractivo turístico de la región Arequipa

Se trata de uno de los primeros olivares de América



El Gobierno Regional de Arequipa aprobó la declaratoria de la Ruta del Olivo como nuevo atractivo turístico de dicha región, por ser uno de los primeros olivares de América y cuya producción de gran calidad es reconocida a nivel nacional. ANDINA/Archivo

11:22 | Arequipa, ago. 11.



El Gobierno Regional de Arequipa aprobó la declaratoria de la Ruta del Olivo como nuevo atractivo turístico de dicha región, por ser uno de los primeros olivares de América y cuya producción de gran calidad es reconocida a nivel nacional.

Mediante una Ordenanza Regional publicada hoy en el Diario Oficial El Peruano, se encarga a la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional la implementación de la Ruta del Olivo y la elaboración de una Guía Estratégica de Turismo; así como

Video más visto



Las más leídas

1. Nueva revista **Mujer Ecuato** se celebra hoy en Ica
2. Fiscal peruana será reconocida con premio **Mujeres de Coraje** de EE. UU.
3. ¡Alerta! Existe 17 zonas críticas en la región **Cajamarca**
4. Descubre el "tesoro climático" bajo ruinas arqueológicas mexicanas de Chichén Itzá
5. El lunes 1 de abril se cerrará plazo para postular a **Universidad Villarreal**
6. Lluvias y temperaturas de hasta 31 grados soportará **Loreto** desde este viernes 8
7. "A finales de marzo culminaría proceso para ratificar el **CPTPP**" [entrevista]
8. **Peri Service Summit**: México prevé superar los **US\$ 25 millones** en negocios
9. **TC** dará a conocer sentencias que preservan derechos de la mujer

Aprueban la declaratoria de la Ruta del Olivo atractivo turístico de la Región Arequipa

ORDENANZA REGIONAL

Nº 345-AREQUIPA

El Consejo Regional de Arequipa

Ha aprobado la Ordenanza Regional siguiente:

CONSIDERANDO:

Que en aplicación de lo dispuesto en los artículos 191, 192 de la Constitución Política del Perú, modificada por Ley 27680, establecen que las Regiones tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia (...); así como, promueven el desarrollo y la economía regional, fomentan las inversiones, actividades y servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacionales.

Que, por Ley 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, modificada por Ley 29053, en su artículo 13 dispone que: al Consejo Regional como órgano normativo, fiscalizador, le corresponde aprobar, modificar, derogar las normas que regulen o reglamenten los asuntos y materias de su competencia (...); concordante con su artículo 38 de la Ley, al establecer que mediante las Ordenanzas Regionales se norman asuntos de carácter general (...) y reglamentan materias de su competencia.

Que, en aplicación del artículo 39 la Ley 27867, Ley Orgánica de Gobierno Regionales, vinculada al artículo 38 de la Ley 27783, Ley de Bases de la Descentralización, establece como competencias compartidas de los Gobiernos Regionales, la promoción, gestión y regulación de actividades económicas (...) en su ámbito y nivel, correspondientes a los sectores turismo, (...), conforme a lo estipulado en su artículo 38, literal c).

Que por Ley 29408, Ley General de Turismo, se declara al turismo de interés nacional y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del País; estableciendo obligatoriedad en los tres niveles de gobierno su debida aplicación en coordinación con los distintos actores vinculados al sector.

Que de acuerdo a la "Carta de Compromiso por el Desarrollo del Turismo – Golden Book", celebrada entre el Estado Peruano, la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, suscrita en el año 2012, nuestro País, asumió el compromiso a garantizar un crecimiento integrado de la actividad turística; y que precisamente por su transversalidad, la articulación multisectorial es fundamental, toda vez que requiere de la convergencia de acciones de diversos sectores y actores con son el público y privado.

Que, el Oleoturismo es una nueva modalidad de turismo, una alternativa al turismo convencional, en la que sus actividades están centralizadas en el aceite de oliva; que a su interior, permite identificar la esencia de su cultura del Olivo y sus usos diversificados: gastronomía, medicinales, cosméticos; a su vez, teniendo actividades como: Agronómicos (visitas a campos a Olivares); Industrial (Mitas a plantas de extracción, bodegas); servicios (alojamientos rústicos de calidad, restaurantes temáticos); Gastronómicos (Gastronomía local, el aceite de oliva tiene un papel importante); Artesanía (piezas artísticas decorativas o utilitarias con madera de Olivo); complementarios (tratamientos de belleza, terapias física de rehabilitación); actividades en la naturaleza (caminatas, paseos en bicicleta, a caballo, observación de flora, fauna, deportes, eventos y festividades, entre otros). Que todo ello, permite conocer en profundidad la cultura que rodea el mundo del Olivo; y disfrutar de la naturaleza, historia, cultura y del modo de vida de estos pueblos.

Lima, 13 de Enero del 2014

Señor:

Dr. Raúl Cantella Salaverry, Alcalde de San Isidro

Presente.-

Estimado Dr. Cantella:

Es grato dirigirme a ustedes para presentarme y exponer el proyecto turístico denominado **"Fomento del Turismo del Olivo en el Olivar de San Isidro"**.

Esta iniciativa turística, del cual le alcanzo un perfil del mismo, forma parte de mi proyecto de tesis sobre la maestría en Marketing Turístico y Hotelero llevado a cabo en la facultad de Turismo y Hotelería de la universidad San Martín de Porres.

Mi interés en desarrollar este proyecto nace por mi actividad periodística en RPP (Radio Programas del Perú) relacionado al ámbito gastronómico en el programa La Divina Comida, que se transmite desde hace más de 15 años, y por una influencia familiar de parte de mis abuelos quienes tienen campos de cultivos de olivares en el distrito de Bella Unión, provincia de Caravelí en la región de Arequipa. www.donolivoverde.com

Soy un asiduo transeúnte del emblemático bosque del Olivar de San Isidro, rico en historia y admirado por los vecinos de este bello distrito capitalino lo que me lleva a querer contribuir con su acertada gestión al frente del municipio de San Isidro.

Espero que la propuesta que busca ser autofinanciable sea de su interés y del equipo de técnicos que lo asesoran. Copio la misiva a su Teniente Alcalde Magdalena de Monzarz Stier, según lo solicitado.

Atentamente,

Lic Alejandro Alferrano Mandujano
Tlf: 997-004545
e-mail: aalferrano@gruporpp.com.pe
Paseo de la República 3866 San Isidro

 **Municipalidad de San Isidro**
Subgerencia de Trámite Documentario y Archivo
Call Center 5139000

0000531772

N° Folios : 0008

Doc. Simple : 1702379 14
Solicitante : ALFERRANO MANDUJANO ALEJANDRO
Fecha Ingreso : 13/02/2014
Asunto : REF: FOMENTO DEL TURISMO DEL OLIVO EN EL OLIVAR DE SAN ISIDRO

Será derivado a : Alcaldía
Registrado por : CRONDON el 13/02/2014 a las 4:43 pm

Para cualquier consulta, deberá referirse a: **Doc. Simple 170237914**

Trámite no sujeto a lo normado por la ley N° 29060

Usuario

Señora:

Magdalena de Monzarz Stier, Teniente Alcalde de San Isidro

Presente.-

Es grato dirigirme a ustedes para presentarme y exponer el proyecto turístico denominado ***"Fomento del Turismo del Olivo en el Olivar de San Isidro"***.

Esta iniciativa turística, del cual le alcanzo un perfil del mismo, forma parte de mi proyecto de tesis sobre la maestría en Marketing Turístico y Hotelero llevado a cabo en la facultad de Turismo y Hotelería de la universidad San Martín de Porres.

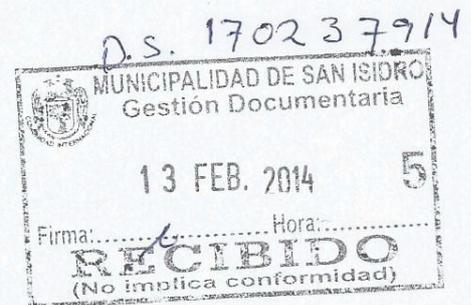
Mi interés en desarrollar este proyecto nace por mi actividad periodística en RPP (Radio Programas del Perú) relacionado al ámbito gastronómico en el programa La Divina Comida, que se transmite desde hace más de 15 años, y por una influencia familiar de parte de mis abuelos quienes tienen campos de cultivos de olivares en el distrito de Bella Unión, provincia de Caravelí en la región de Arequipa. www.donolivoverde.com

Soy un asiduo transeúnte del emblemático bosque del Olivar de San Isidro, rico en historia y admirado por los vecinos de este bello distrito capitalino lo que me lleva a querer contribuir con su acertada gestión en el municipio de San Isidro.

Espero que la propuesta que busca ser autofinanciable sea de su interés y del equipo de técnicos que la asesoran. La misiva ha sido dirigida al Dr Raúl Cantella Salaverry, según lo solicitado

Atentamente,

Lic Alejandro Alferrano Mandujano
Tlf: 997-004545
e-mail: aalferrano@gruporpp.com.pe
Paseo de la República 3866 San Isidro



1. Matriz de consistencia

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Título: “Promoción del Turismo del Olivo en el Olivar de San Isidro a Través del Diseño de un Circuito Gastronómico, 2018” Autor: Alejandro Jesús Alferrano Mandujano							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General:	Objetivo general:	Hipótesis general:	Variable 1: Uso de las TICS				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
Problemas Específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:					
			Variable 2: Comprensión Lectora La comprensión lectora es un proceso a través del cual el lector elabora un significado en su interacción con el texto (Carranza 2004).				
			Dimensiones	Indicadores	ítem	Escala de medición	Niveles y rangos

2. Entrevista de Estructura Cerrada

1. ¿Por qué viene al Olivar de San Isidro?

- (a) A distraerse
- (b) A correr
- (c) A compartir
- (d) A tomar fotos

2. ¿Estaría de acuerdo con que exista recorridos turísticos relacionados al olivo?

- (a) Mejora del entorno
- (b) Cultura
- (c) Esparcimiento

3. ¿Usted cree que un Circuito Turístico sobre el olivo ayudaría a ser más atractivo el Olivar de San Isidro?

- (a) Identidad
- (b) Promoción
- (c) Turismo

4. ¿En su opinión tiene relevancia el programa de guiado turístico en el Olivar de San Isidro?

- (a) Publicidad
- (b) Municipalidad

5. ¿Usted está de acuerdo con la práctica turística en el Olivar de San Isidro?

- (a) Conocimiento
- (b) Vecindario
- (c) Cuidado

6. ¿Considera que a través del diseño de un Circuito Gastronómico en el entorno del Olivar de San Isidro se puede promocionar el turismo?

- (a) Degustar
- (b) Aprender







ATENCIÓN

Este árbol de olivo
cuenta con más de 300
años de antigüedad y
forma parte de una
Zona Monumental.
Estamos trabajando
para su
recuperación
y mantenimiento.

00000