



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

**PROPUESTA DE DESARROLLO DE TURISMO INTERNO EN EL
DISTRITO DE SAN MATEO DE HUANCHOR A TRAVÉS DEL
TURISMO RURAL COMUNITARIO, 2019**

**PRESENTADA POR
ROSSANA SORAIDA DIAZ PEREZ**

**ASESORA
ANA ALEMÁN CARMONA**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN TURISMO

LIMA – PERÚ

2019



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

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

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



**UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
HOTELERÍA**

SECCIÓN DE POSGRADO

TESIS

**PROPUESTA DE DESARROLLO DE TURISMO INTERNO EN EL
DISTRITO DE SAN MATEO DE HUANCHOR A TRAVÉS DEL
TURISMO RURAL COMUNITARIO, 2019**

PARA OPTAR EL GRADO DE

DOCTOR EN TURISMO

Presentado por

MAG. ROSSANA SORAIDA DIAZ PEREZ

ASESOR

DRA. ANA ALEMÁN CARMONA

Lima- Perú

2019

AGRADECIMIENTOS

A lo largo de mi vida he tenido la gran bendición de conocer a personas que han contribuido en mi formación personal y profesional. El presente trabajo de investigación es el resultado del apoyo, confianza y admiración hacia esas personas que forman parte de mi vida: en primer lugar, mi hija, Luz Andrea quien me da las fuerzas necesarias para continuar con mis metas profesionales, y de esa forma ser su modelo a seguir. Mi madre Luz Elena, mis hermanas Dayana, Mayra, Natalia y mi hermano David, quienes con su apoyo y amor incondicional me han motivado a seguir adelante. Pero no puedo dejar de mencionar a mis amigas quienes con sus conocimientos y sabidurías han contribuido al desarrollo de la presente investigación: Alejandra, Frida, Tania, Sarita, Anita y Paquita y mi profesora Cecilia Castillo.

También me permito agradecer a las instituciones gubernamentales que me apoyaron con su información, entrevistas y facilidades para cumplir los objetivos propuestos en este trabajo de investigación.

INDICE

	Página
AGRADECIMIENTOS	ii
INDICE	iii
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
SUMÁRIO	xi
INTRODUCCIÓN	xiii
a) Descripción de la Realidad Problemática	xiv
Formulación del Problema	xvii
Pregunta General.....	xvii
Preguntas específicas.....	xvii
Objetivos de la Investigación	xviii
Objetivo General	xviii
Objetivos Específicos.....	xviii
Justificación de la investigación	xviii
Viabilidad del Estudio.....	xix
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	xx
1.1 Antecedentes sobre el campo de la Investigación.....	xx
1.1.1 Antecedentes Nacionales:	22
1.1.2 Antecedentes Internacionales.....	28
1.2 Bases Teóricas	33
1.2.1 Turismo Rural Comunitario	33

1.2.2	Tipos de turismo que se pueden practicar en el destino.....	58
1.2.3	Generalidades del distrito de San Mateo de Huanchor.....	65
1.3	Definición de Términos Básicos.....	67
CAPÍTULO II METODOLOGÍA.....		102
1.1	Diseño Metodológico	102
1.2	Diseño muestral.....	106
1.3	Técnica de recolección de datos	108
1.3.1	Descripción de las técnicas	108
1.3.2	Validez y confiabilidad de los instrumentos.....	116
1.4	Técnicas para el procesamiento de la información.....	117
1.5	Aspectos Éticos	117
CAPÍTULO III RESULTADOS		121
3.1	Análisis de instrumentos cualitativos.....	121
3.1.1	Entrevistas	121
3.1.2	Focus Groups.....	127
3.1.3	Observación	128
3.2	Resultado de la investigación.....	138
3.3	Propuesta del Proceso de Planificación turística en el distrito de San Mateo de Huanchor.....	140
3.4	Fichas de atractivos y recursos	142
3.5	Imágenes del distrito de San Mateo de Huanchor	151
3.6	Propuesta de Capacitación	160
3.6.1	Silabo de taller de gestión de atención al cliente	161
3.7	Full day San Mateo de Huanchor	164
3.8	Taller de capacitación en turismo	167

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	167
4.1 Discusión.....	168
4.1.1 Conclusiones	170
4.1.2 Recomendaciones	172
FUENTES DE INFORMACIÓN	173
ANEXOS	183
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	183
Anexo 2: Tabla N° 14.....	184
Anexo 3: Tabla N° 15.....	186
Anexo 4: Tabla N° 16.....	189
Anexo 5: Tabla N° 17.....	190
Anexo 6: Tabla N° 18.....	191
Anexo 7: Guión de Entrevistas.....	192

RESUMEN

Es necesario reconocer la importancia del turismo interno en la actividad turística con referencia a la estabilidad económica social que logran los destinos turísticos al interior del país. Reconociendo la existencia de distintas tipologías de turismo en la actualidad como: El turismo rural comunitario, Turismo vivencial, Turismo ecológico, Turismo místico, Turismo esotérico, Turismo de naturaleza, entre otros. Estas nuevas tipologías representan alguna preocupación para los pobladores, los visitantes y los representantes de los gobiernos locales, especialmente en lo que concierne a la conservación y valoración de propuestas de las políticas de desarrollo turístico.

Tenemos la premisa si la actividad turística a desarrollar cumple con los estándares de conservación y valoración de los distintos atractivos turísticos, las costumbres y comportamientos oriundos del destino. Entonces ¿Desarrollar turismo interno en alguna de las modalidades mencionados aporta a la mejora del destino?

Las provincias de la Región Lima, carecen, en general, de instrumentos para una adecuada gestión de productos turísticos que permitan diversificar la oferta con el objetivo de potencializar el Turismo Rural Comunitario tema principal de la presente tesis, en donde se resalta la importancia del desarrollo de este tipo

de turismo interno, en forma sostenible, con la participación de los principales actores de la actividad (pobladores, turistas, gobierno local) y una adecuación a través de un plan estratégico de promoción y gestión turística que permita que el distrito de San Mateo de Huanchor (destino de investigación) logre un desarrollo social, económico y cultural a través del Turismo rural comunitario.

Palabras claves

Turismo Rural, promoción y desarrollo, turismo interno.

ABSTRACT

It is necessary to recognize the importance of domestic tourism in tourism with reference to the social economic stability achieved by tourist destinations within the country. Recognizing the existence of different types of tourism today such as: Community rural tourism, Experiential tourism, Ecotourism, Mystic tourism, Esoteric tourism, Nature tourism, among others. This great variety of new typologies represents some concern for the inhabitants, the visitors and the representatives of the local governments, especially as regards the conservation and evaluation of proposals of the tourism development policies

We have the premise if the tourism activity to be developed complies with the standards of conservation and valuation of the different tourist attractions, customs and behaviors native to the destination. Then, does developing domestic tourism in any of the mentioned modalities contribute to the improvement of the destination?

The provinces of the Lima Region, lack, in general, of instruments for an adequate management of tourism products that allow to diversify the offer with the objective of potentializing the Rural Community Tourism main theme of this thesis, where the importance of the development is highlighted of this type of internal tourism, in a sustainable way, with the participation of the main actors of

the activity (residents, tourists, local government) and an adaptation through a strategic plan of promotion and tourist management that allows the district of San Mateo de Huanchor (research destination) achieves social, economic and cultural development through rural community tourism

Keywords

Rural Tourism, promotion and development, domestic tourism.

SUMÁRIO

É necessário reconhecer a importância do turismo doméstico no turismo com referência à estabilidade econômica social alcançada pelos destinos turísticos no país. Reconhecendo a existência de diferentes tipos de turismo hoje, tais como: turismo rural comunitário, turismo experiencial, ecoturismo, turismo místico, turismo esotérico, turismo de natureza, entre outros. Esta grande variedade de novas tipologias representa uma preocupação para os habitantes, os visitantes e os representantes dos governos locais, especialmente no que diz respeito à conservação e avaliação de propostas das políticas de desenvolvimento do turismo

Temos a premissa de que a atividade turística a ser desenvolvida está em conformidade com os padrões de conservação e valorização das diferentes atrações turísticas, costumes e comportamentos nativos do destino. Então, o desenvolvimento do turismo doméstico em alguma das modalidades mencionadas contribui para a melhoria do destino?

As províncias da Região de Lima, carecem, em geral, de instrumentos para uma adequada gestão dos produtos turísticos que permitam diversificar a oferta com o objetivo de potencializar o tema Turismo Rural da Comunidade, desta tese, onde se destaca a importância do desenvolvimento deste tipo de turismo interno, de forma sustentável, com a participação dos principais atores da

atividade (moradores, turistas, governo local) e uma adaptação através de um plano estratégico de promoção e gestão turística que permite ao distrito de San Mateo de Huanchor (destino de pesquisa) alcançar um desenvolvimento social, econômico e cultural através do turismo comunitário rural.

Palavras chaves

Turismo Rural, promoção e desenvolvimento, turismo interno.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: “Propuesta de desarrollo del turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor a través del Turismo Rural Comunitario 2019”, tiene como intención aportar al desarrollo del turismo interno empleando como estrategia al turismo rural comunitario. Debido a que las características del destino, el interés de los actores locales y la diversificación de la actividad turística lo permiten.

Se inicia la presente investigación con la descripción de la realidad problemática, la formulación del problema general y específico, así como la justificación de la importancia del desarrollo del turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor mediante la validación de antecedentes nacionales e internacionales que aporten conocimientos para determinar las estrategias a aplicar.

En el capítulo I, se detallan los antecedentes tanto nacionales como internacionales, definición de términos básicos y bases teóricas según diferentes autores.

En el capítulo II, se determina el diseño y el método que se aplica en la investigación, las técnicas de recolección de datos, a través de encuestas a los

pobladores, turistas, y personal de las entidades gubernamentales del destino, los cuales serán los instrumentos seleccionados para la presente investigación, y en base a estos instrumentos se procederá a aplicar las técnicas estadísticas para el procesamiento de la información, sin dejar de lado los aspectos éticos.

En el capítulo III, se desarrolla la parte central de la investigación, a través de la descripción del distrito de San Mateo, un diagnóstico situacional y aspectos geográfico, físico, económico y social. La presentación de los resultados con el análisis de los instrumentos cualitativos empleados en la presente investigación.

En el capítulo, IV se culmina el trabajo de investigación con las conclusiones y recomendaciones, como también las referencias bibliográficas y anexos, que complementan la investigación realizada.

a) Descripción de la Realidad Problemática

El turismo se ha convertido en una actividad que reporta beneficios económicos siendo a su vez una herramienta de desarrollo que los gobiernos locales y regionales lo cual presentan en su plan estratégico.

“En el siglo XXI, el turismo se ha convertido en una herramienta de crecimiento económico y de desarrollo de los países, en especial de las economías emergentes, debido al aumento del tiempo libre, los negocios internacionales, la revolución del transporte, el rápido desarrollo de la tecnología y el crecimiento de la clase media a nivel mundial” (UNWTO (2014) Panorama OMT del Turismo internacional, edición 2014. PENTUR, 2025)

Podemos decir que existe una inclusión del turismo en la vida de los países y pueblos a nivel mundial, reconociendo que la actividad turística dinamiza la economía, crea conciencia, brinda experiencias a los pobladores, quienes están cada vez más involucrados en las actividades del turismo, dejando de ser simples espectadores. Las comunidades rurales han mostrado interés en participar del turismo interno como actividad económica, teniendo presente la conservación del patrimonio cultural y natural, comunidades que en algún momento de su historia carecieron de oportunidades de desarrollo económico social y ambiental basado en el buen empleo del patrimonio próximo a sus hogares y que ven en el turismo una forma de desarrollo e integración.

En base a lo expresado y a los retos que la humanidad afronta: “el Turismo rural comunitario es una actividad que contribuye y ayuda a reducir los problemas de las sociedades como: exclusión social y económica de las poblaciones rurales, impactos del medio ambiente, explotación desmedida de los recursos naturales y la pérdida de la identidad cultural a través de un adecuado plan estratégico de desarrollo de esta tipología de turismo” (MINCETUR, 2012, p.3).

Como resultado de la observación realizada el 05 de octubre del 2018, en el distrito de San Mateo de Huanchor, podemos afirmar que la actividad turística es muy pobre, existe una carente promoción turística, falta de concientización de la población local sobre la importancia de dicha actividad en el aspecto socio económico y cultural, el desinterés del gobierno local por presentar proyectos de desarrollo turísticos, entre otros factores.

Los factores mencionados han permitido que este sector (turismo) se muestre desatendido, muy a pesar que el distrito en mención, cuenta con recursos materiales e inmateriales como: las tradiciones y costumbres religiosas, la fuente de Agua Manantial San Mateo, zonas arqueológicas, comunidades rurales, centros turísticos, lagunas naturales, paisajes con presencia de flora y fauna típica del lugar y con una vía ferroviaria, como alternativa a la carretera central tan congestionada, que el poblador como los turistas desconocen la importancia económica- social – rural de esta actividad.

De acuerdo a lo expuesto, el desarrollo del presente trabajo de investigación busca realizar una propuesta de desarrollo del turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor, a través del turismo rural comunitario, por medio de la elaboración de un programa de desarrollo y promoción turística de la municipalidad con apoyo del poblador local, logrando la concientización de los beneficios que el turismo interno genera en el aspecto socio económico y rural.

Formulación del Problema

Pregunta General

¿Cómo la propuesta de desarrollo de turismo interno, a través del turismo rural comunitario puede beneficiar al distrito de San Mateo de Huanchor?

Preguntas específicas

- ¿Qué acciones se deben proponer para superar las deficiencias de promoción y gestión del desarrollo turístico en el distrito de San Mateo de Huanchor, a través del turismo rural comunitario, por parte de las autoridades locales?
- ¿Cuáles son los atributos con lo que cuenta la comunidad local del distrito de San Mateo de Huanchor, para lograr el desarrollo del turismo rural comunitario?
- ¿Qué tan comprometida está la comunidad local del distrito de San Mateo de Huanchor, con el desarrollo de este tipo de turismo?

- ¿Cuánto interés muestra el turista potencial interno, para visitar la comunidad?
- ¿Cómo proponer un programa de capacitación para involucrar a la población local del distrito de San Mateo de Huanchor en el desarrollo del Turismo rural comunitario?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar cómo la propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor se puede realizar a través del turismo rural comunitario.

Objetivos Específicos

- Determinar las acciones que permitirán superar las deficiencias de promoción y gestión del desarrollo turístico en el distrito de San Mateo de Huanchor, a través del turismo rural comunitario, por parte de las autoridades locales.
- Identificar los atributos con lo que cuenta la comunidad local del distrito de San Mateo de Huanchor, para lograr el desarrollo del turismo rural comunitario.

- Determinar qué tan comprometida está la comunidad local del distrito de San Mateo de Huanchor, con el desarrollo de este tipo de turismo.
- Conocer cuánto interés existe de parte del turista potencial interno, para visitar la comunidad.
- Proponer un programa de capacitación para involucrar a la población local del distrito de San Mateo de Huanchor en el desarrollo del Turismo rural comunitario.

Justificación de la investigación

Se justifica debido a la importancia que, a través del turismo, la población local del distrito de San Mateo de Huanchor, pueda desarrollar e incorporarse a la actividad turística de manera más directa con un producto turístico especializado y elaborado. La propuesta para desarrollar el turismo interno a través del turismo rural comunitario, en esta investigación, permitirá que los actores involucrados obtengan beneficios socioeconómicos requeridos para una mejora en la calidad de vida con el aprovechamiento de las potencialidades de sus recursos naturales y comunales.

La presente investigación permitirá, además, realizar un diagnóstico situacional de la actividad turística en el distrito para establecer con qué recursos y atractivos se cuentan actualmente y en qué estado se encuentran cada uno de ellos para poder incluirlos dentro de los circuitos turísticos de la localidad, como también es necesario investigar la existencia de proyectos de desarrollo

realizados por parte del gobierno local y su aporte en la actividad turística, así como identificar el interés de los actores locales, su nivel de participación y compromiso, con el fin de asignar roles para el desarrollo de la actividad que contribuya a la mejora de la calidad de vida, generando empleos e ingresos complementarios para las familias participantes.

Por último, la propuesta de turismo rural comunitario, creará una valoración y concientización del patrimonio cultural – natural con el que cuenta el distrito de San Mateo de Huanchor logrando reforzar la identidad del poblador local y despertando el interés del turista potencial interno en conocer el destino.

Viabilidad del Estudio

La presente investigación es viable debido a que la investigadora cuenta con los instrumentos requeridos para el proceso de recolección de información, para lo cual aplicará entrevistas a representantes del gobierno local, encuestas a pobladores locales que permitirán determinar el interés en el desarrollo y su participación del turismo interno. El distrito no cuenta con mucha información bibliográfica, ni datos estadísticos que faciliten el desarrollo de la investigación, por tanto, se superará en el trabajo de campo la información, apoyo del personal que ocupa un puesto laboral en el municipio y colaboración directa de la población.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes sobre el campo de la Investigación

A nivel local y nacional podemos mencionar algunos destinos como: Pachacamac, Matucana, Yauyos, Cañete, Santa Cruz de Cocachacra, y Huarochirí (Mincetur, 2016), los cuales presentan características similares al destino en investigación “San Mateo de Huanchor”: actividades económicas, cultura, historia, infraestructura, la presencia de comunidades. Existe alguna evidencia que en estos destinos mencionados se han puesto en marcha proyectos de desarrollo y promoción turística que han contribuido a lograr una mejora en la calidad de vida de los pobladores por medio de la participación de las entidades locales (municipalidades), quienes regulan la actividad turística con objetivos similares a la presente investigación.

Antecedentes que son necesarios identificar para realizar la propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor, esto a través del turismo rural comunitario, que permitirá generar beneficios para el poblador local, contando así con una nueva fuente de ingresos, mejora en la calidad de vida, y la trasmisión de la cultura local.

1.1.1 Antecedentes Nacionales:

La tesis "Impacto socio económico del turismo rural comunitario Karina Chucuito- Puno" (Mamani, L 2016), es un claro ejemplo de la importancia del turismo rural comunitario, en nuestro país. Con el objetivo de identificar los impactos socioeconómicos que genera del turismo rural de la comunidad de Karina - Chucuito. Menciona que la provincia de Puno, es la mejor oferta, con posibilidades para el desarrollar turismo rural comunitario. La presente tesis tomó como referencia el antecedente del Turismo rural en Amantani; donde se resalta el proceso de emprendimiento, el cual originó programas de promoción artesanal, existiendo también algunas iniciativas por recuperar los restos precolombinos enfocados en los dos templos situados en las partes altas que corresponden a la cultura Tiahuanaco.

Resaltando el proyecto turístico de Amantani (1970), cabe recalcar que da inicio a otro proyecto "Taquile", lo que permitió mejorar algunos errores cometidos y superar así las expectativas del turista. "Uno de ellos (errores superados)," ha consistido en mantener solido el vínculo comunitario en la gestión y prestación de servicios, gracias a lo cual la experiencia de convivencia con las familias resulta sosegada y ordenada" (p.27).

La tesis tuvo como conclusión principal que el turismo rural comunitario genera impactos socioeconómicos culturales, mencionados por el autor Barrera (2007). La autora por su parte menciona, que el impacto económico – social-cultural del Turismo rural comunitario, no pretende ser una actividad que

sustituya a las actividades tradicionales, por el contrario considera al Turismo rural comunitario como un complemento que dinamiza las economías rurales, en donde las familias que participan en la actividad turística mantienen su vida tradicional, realizando actividades, tales como: ganadería, agricultura, pesca, o en otras actividades del sector primario o de servicios. Esto permite que no se aprecie una pérdida cultural en las comunidades, por el contrario, fortalezca la identidad de los grupos además de su capacidad organizativa.

Según la tesis los pobladores de la comunidad Karina en Puno cuentan con conocimientos primordiales sobre el desarrollo del turismo rural comunitario, gracias a las capacitaciones y cursos que han ido recibiendo por parte de la municipalidad y algunas instituciones privadas no gubernamentales que han decidido contribuir con su desarrollo.

Uno de los temas de capacitación que han recibido, fue de atención al cliente, teniendo presente que cliente turístico busca una experiencia inolvidable y es necesario superar sus expectativas para fidelizarlo al producto y obtener su recomendación, logrando mayor interés de los turistas potenciales por este destino. También fueron capacitados respecto a las actividades que pueden incluirse dentro del turismo rural comunitario, actividades que logren potenciar y valorizar a la comunidad: el montañismo, trekking, remo, pesca, artesanía, tejido, técnicas de riego entre otras.

La Granja Porcón, en Cajamarca, en el catálogo “Experiencias Vivas, Catálogo de Productos” el MINCETUR (2015), hace referencia al caso de desarrollo y

promoción turística de “La Granja Porcón”. Este catálogo define a la Granja Porcón, como una de las mejores comunidades que ha destacado en turismo rural comunitario, tal vez atreviéndonos a decir una de las primeras y ejemplo de otras. A través de proyectos de desarrollo y promoción turística que se vienen aplicando desde hace algunos unos años, los cuales ha permitido lograr la potencialidad el turismo interno en Cajamarca.

Los habitantes de Granja Porcón comparten con los visitantes sus experiencias, su estilo de vida, sus actividades cotidianas, sus increíbles paisajes, a través de los circuitos diseñados por la cooperativa, los cuales ofrecen una vivencia totalmente diferente a los circuitos existentes. La nueva tendencia turística demanda experiencia de vida rural, contacto con la naturaleza, adquisición de nuevos conocimientos, inclusión de rituales, costumbres, creencias, la valoración, respeto al equilibrio ecológico, y la Cooperativa Granja Porcón, cumple con las exigencias de la demanda actual.

Por otro lado, no podemos dejar de resaltar la actividad pecuaria que se realiza en la Graja Porcón juega un rol muy importante dentro de sus actividades cotidianas, el método de pesca con técnicas ancestrales, llama mucho la atención del visitante. Sin embargo, podemos preguntarnos ¿Cómo el poblador ha sabido combinar los adelantos de la tecnología y las costumbres milenarias?, y tener como resultado una actividad controlada y sostenible. Los gestores de la Cooperativa Porcón, manifiestan que han sido capacitados por el gobierno local, que los pobladores están aptos a mejorar la calidad de atención al turista, que emplean ciertas herramientas tecnológicas con la

intención de generar mayor productividad, conscientes que es beneficiosos para todos(comunidad).

Analizando la información presentada, afirmamos que las comunidades rurales son expresiones de los pueblos indígenas del Perú, los cuáles aportan al bienestar de todos los peruanos como también al desarrollo de la economía nacional y a pesar de las desventajas que enfrenta, como la pobreza, carentes servicios públicos, y la falta de los programas de apoyo estatal, son parte importante del país y su aporte es vital en el desarrollo del turismo interno (COFOPRI, 2012).

Siendo el distrito de San Mateo de Huanchor un destino que cuenta con 7 comunidades, las cuales presentan características similares a la comunidad en mención, la propuesta de desarrollo de turismo interno a través del turismo rural comunitario permitirá superar aquellas desventajas antes mencionadas en los antecedentes, logrando una mejora en la calidad de vida del poblador, concientización, un aprovechamiento adecuado de los recursos y la valoración de la actividad turística.

En la tesis “El Turismo rural comunitario como nueva alternativa para la asociación de Extractores Artesanales de Recursos Hidrobiológicos Nueva Esperanza los Manglares – Tumbes (Becerra, D. y Purizaga, K, 2015), se define al turismo alternativo como un turismo activo y participativo, donde lo principal de la actividad es disfrutar e interactuar con la naturaleza y con la expresión cultural del medio rural. De acuerdo con la definición mencionada por

el autor, el turismo rural comunitario puede recibir el nombre de turismo alternativo, debido a que es una nueva tipología de la actividad turística en donde el turista participa en el desarrollo de las actividades de la comunidad como parte de su experiencia. Estas actividades proyectan nuevas inquietudes y preocupaciones tanto a los gestores de la actividad, pobladores y turistas, quienes llegan a los destinos cada vez más informados, comprometidos y consientes de la protección y conservación del medio ambiente, es aquí en donde encontramos relación entre lo mencionado del turismo alternativo con el turismo rural comunitario, debido a la similitud de las actividades realizadas en ambas tipologías de turismo.

En el presente antecedente, el autor Zamorano (2004), define al turismo rural comunitario como un turismo de bajo impacto en el aspecto sociocultural, que favorece vivencias y experiencias que acrecienta el desarrollo de la personalidad, fomentando la recuperación del equilibrio físico y psicológico del turista:

Hace accesible la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas, mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus pobladores, y atrae una derrama económica que llega de manera más íntegra a los prestadores de servicios de la localidad y a sus anfitriones. (Citado por Becerra, D, Purizaga, y K. 2015, pág.25).

Por otra parte, Guillén García (2001, citado por Becerra, D. Purizaga, K. 2015, pág.26), afirma que la participación comunal en el desarrollo de la actividad turística exige crear una relación entre el poblador local y el turista, en donde ambos actores mantienen una relación equitativa, respecto a los beneficios de realizar turismo rural comunitario, en donde no existe diferencia de tipo económica, social o cultural. La comunidad local se debe sentir orgullosa de mostrar y compartir sus labores cotidianas, no debe existir un sentimiento de invasión al hábitat. El autor pronuncia que el turismo rural comunitario busca crear un proceso de intercambio de aspecto social y económico logrando la satisfacción de los pobladores, turistas y agentes locales, también llamados actores de la actividad turística.

Bocanegra (2011 citado por Becerra, D. Purizaga, K. 2015, p.85), concluye que el turismo rural comunitario es una alternativa que se debe aplicar para mejorar la calidad de vida del poblador perteneciente a cualquier comunidad. Por otro lado, el autor, hace hincapié que el turismo rural comunitario es una nueva modalidad de turismo que se está desarrollando con más intensidad a nivel nacional y presentan expectativas positivas debido a que cada vez incrementa el índice de la demanda de “turistas”, que gusta de esta modalidad de turismo.

En base lo expuesto sobre el antecedente, concluimos que el desarrollo del turismo rural comunitario beneficia en la gestión de las asociaciones comunales, el impacto de la actividad debe ser positiva siempre y cuando se cuente con un plan estratégico que permita establecer los procesos para la actividad, logrando delegar y establecer funciones a cada asociado, de esta

forma se diversifica la oferta turística nacional, brindando una nueva opción a los turistas que buscan productos y servicios diferenciados a los tradicionales. Al estar en contacto con los pobladores locales, al observar y participar en las actividades cotidianas se logra el respeto y valoración de la identidad-costumbres propias de la comunidad, las cuales han permanecido a través del tiempo, y deben ser transmitidas a futuras generaciones tanto nacionales e internacionales a fin de conservar nuestra cultura.

Todo lo mencionado respecto a las actividades y beneficios de desarrollar este tipo de turismo se puede aplicar en el destino, el distrito de San Mateo de Huanchor, como estrategia para potencializar y fortalecer su identidad, integrando modo de vidas sustentables como motor para el crecimiento local.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

Plaza, (2013), en la tesis “Turismo rural comunitario como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó”, en la región del Maule en Chile, menciona que el Turismo rural comunitario es una alternativa de desarrollo teniendo en cuenta el gran auge de esta categoría de turismo vivencial, que poco a poco ha ido logrando expectativas y resultados en zonas de gran potencial turístico y que anteriormente no existía una proyección para el desarrollo turístico.

La autora, realizó al inicio un diagnóstico (teniendo como base la metodología del CICATUR, OEA), en donde reconocía las condiciones existentes, para luego plantear actividades y hacer que la zona desarrolle sus potencialidades a favor de la comunidad a través del turismo. Así mismo trabajó con actores

estratégicos y habitantes rurales con el fin de conocer su grado de disposición, capacidad y conocimiento para desarrollar la actividad turística. Actividades que ayudaron a reconocer el interés del poblador local en la actividad turística, y también en darles a conocer el verdadero significado de Turismo rural comunitario.

En el caso del distrito de San Mateo de Huanchor, después de las visitas realizadas por la investigadora, se comprobó que la población local como la entidad gubernamental local (MUNICIPIO), están interesados en recibir capacitaciones a fin de conocer y aplicar Turismo rural comunitario. Es ahí en donde el antecedente presentado aporta estrategias a seguir, con el objetivo de lograr el desarrollo de la actividad.

En Colombia, Combariza, J (2012), en la tesis “El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa (Cundinamarca)”, realizó una investigación de turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible, teniendo como resultado beneficios a favor de la comunidad de La Mesa, en Cundinamarca, Colombia. La autora enfocó la investigación como desarrollo humano sostenible, en donde para dar la respuesta a la investigación se formuló un análisis de conceptos del medio rural con la intención de construir un esquema de turismo sostenible con la metodología de Sistemas Suaves, adaptado de Checkland.

En palabras de Checkland (1999): “Yo asumo que una metodología es intermedia en estatus entre una filosofía, y una técnica o método, al utilizar un sentido más general que profesional” (p.187).

Figura N°1

ESQUEMA QUE ILUSTRAR LA METODOLOGÍA DE SISTEMAS SUAVES



Fuente: Checkland, P. (1999). Pensamiento de sistemas, practica de sistemas Mexico:Limusa.

El autor en mención, afirma que la filosofía es una forma de guiar las acciones sin tener que realizarlas, por lo contrario en el caso a una técnica que es un programa exacto para realizar una acción con resultados similares, aunque haya sido realizado por diferentes personas. Es en ese sentido que Combariza, propone crear un esquema “*programa*” de turismo sostenible en base al turismo

rural que cuente los procedimientos adecuados para efectuar la actividad turística “turismo rural comunitario”.

Posterior a la investigación, el esquema “*programa*” creado fue contrastado con lo realizado por el municipio local, dando como conclusión la propuesta de un nuevo esquema “*programa*”, en el cual pudo solucionar conflictos de opiniones divergentes en cuanto a la inmersión social a través de esta tipología de turismo “*turismo rural*”, estableciendo un nuevo sistema turístico para el manejo de sus recursos y atractivos en La Mesa, dando oportunidad a que toda la población se beneficie y no se vea afectado por diferencias de enfoques bajo un turismo rural claramente delimitado en el uso de sus recursos contribuyendo al desarrollo sostenible de sus habitantes en forma generalizada.

En Costa Rica, Barrantes, L (2010), en su publicación en la revista “Ambientico Revista mensual sobre la actualidad ambiental N°150”, realizó un estudio en donde se analizó al Turismo rural comunitario con la colaboración de expertos en el tema, a fin de destacar las potencialidades y resolver las deficiencias de la actividad y el involucramiento de los grupos locales que apoyan en los recorridos turísticos a visitantes a los Parques y Reservas Nacionales. Posteriormente se elabora una propuesta que destaca la necesidad de consolidar un producto turístico y la formación de un sistema de gestión con la participación de los actores influyentes sean públicos y/o privados que trabajan directamente con estos atractivos naturales en bien del turismo.

Barrantes, L (2010), resalta que el Turismo rural no tiene un solo concepto, por esa razón:

“Los autores europeos lo definen como las actividades compuestas por una oferta integrada de ocio y recreación dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que potencia a la interrelación con la sociedad local”. (p.4)

De acuerdo con Joaquín (Citado por Barrantes, L 2010, pag.4), el turismo rural surge en un contexto del turismo en un ambiente rural, los antecedentes de este término se presentaron a principios de la década de los 70 en Francia, para el año 1972 se creó la primera asociación de este género y se publicó el célebre *Manifeste du tourisme dans l' espace rural*. Esta publicación fue el primer instrumento de reanimación de la complementariedad entre turismo y agricultura, incluyendo un conjunto diversificado de actividades turísticas que, como resultado a nuestros tiempos, tenemos el turismo rural comunitario el cual tiene diversos objetivos, siendo uno de los principales, la necesidad de contribuir a la protección del patrimonio natural y cultural del destino local.

Para concluir con el aporte del antecedente en mención, los autores Martínez y Solsona, (Citado por Barrantes, L 2010, pag.4), clasifican al turismo rural en tres modalidades:

El turismo en “*espacio rural*” reconoce tres modalidades:
turismo de habitaciones, que consiste en el

aprovechamiento de casas antiguas con reconocido valor arquitectónico; “*turismo rural*”, que consiste en aprovechamiento de casas rústicas con las características propias del medio rural donde se inserte, y “*agroturismo*”, que consiste en utilización de casas de habitación de cualquier tipo de los antes mencionados integradas en explotaciones agrícolas (p.4).

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Turismo Rural Comunitario

Como organismo internacional, la OMT (2015), el principal agente internacional en el ámbito turístico, intercede por un turismo que colabora al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente, a la sostenibilidad ambiental, ofreciendo liderazgo y apoyo al sector para difundir por el mundo sus conocimientos, políticas turísticas, buscando obtener la mejor competitividad turística mundial.

Para lograr los objetivos mencionados, cuenta con la Agenda para Planificadores Locales - Turismo Sostenible y Gestión Municipal; en donde publica las proyecciones del sector turístico como actividad económica social y cultural. En el documento mencionado, la OMT brinda información cuantitativa y cualitativa de la actividad turística, y gracias a esta información se ha logrado determinar; que los turistas actuales y potenciales tienen como preferencia visitar destinos emergentes en desarrollo como es el Perú, siempre y cuando, el destino responda a las exigencias de la demanda actual y exista

una gestión local operativa - efectiva. Dos exigencias que en varios destinos a nivel nacional se cumplen logrando la satisfacción del turista o cliente turístico.

Por otro lado, la presente publicación determina que las nuevas motivaciones de la demanda están dirigidas primordialmente en la obtención de la valoración de los aspectos ambientales del destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto determinando estas características mencionadas como («excelencia turística»). Respecto a esta información podemos concluir que los destinos locales latinoamericanos ofrecen enormes potencialidades, que son necesarias encauzar y gestionar en aras a evitar riesgos e impactos, en razón a que la actividad turística debe favorecer en diferentes aspectos a los actores locales y al destino, más no debe afectarlo de forma negativa.

Respecto al Turismo Rural Comunitario, alberga a tres agentes que la OMT nombra como “*el triángulo mágico*”: la eficacia económica, la equidad social, y la sostenibilidad ambiental (2015).

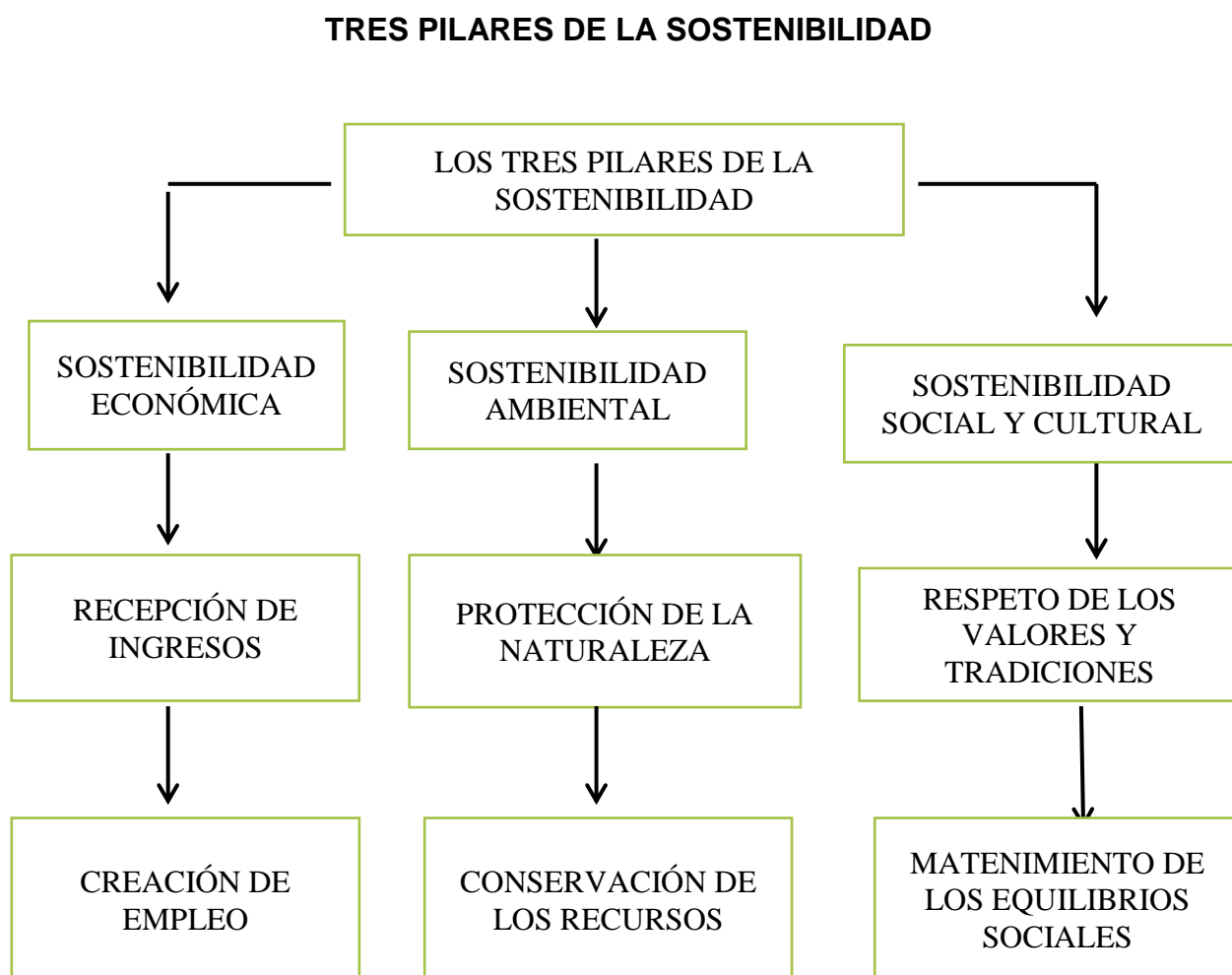
La eficacia económica implica que el turismo es una actividad generadora de rentas económicas para la sociedad, generando la posibilidad de crear empleo digno para los pobladores locales. No solo hablamos de rentabilidad empresarial como mucho piensan, sino más bien obtención de beneficios para la comunidad en general.

La equidad social hace referencia que gracias a la actividad turística se logre un reparto de costes y beneficios para todos los agentes participantes. Sin

embargo, la OMT menciona que lamentablemente aún no existe una gestión de desarrollo turístico juicioso sin el incremento de las discrepancias socioeconómicas.

El tercer pilar, la sostenibilidad ambiental refuerza la importancia de la conservación, respeto y valoración de los recursos naturales, siendo necesario asegurar la existencia de los mismos en un futuro para el sostenimiento de la actividad y el deleite – aprovechamiento del medio por parte de las próximas generaciones.

Figura N°2



Fuente: OMT 2015
Elaboración propia

Los tres agentes mencionados en el cuadro anterior, se encuentran a disposición en el destino de la investigación el distrito de San Mateo de Huanchor, siendo necesario realizar una propuesta de desarrollo del turismo interno a través del turismo rural comunitario, bajo parámetros establecidos, con una supervisión por parte de las entidades locales, y el compromiso de participación de los pobladores, logrando así el desarrollo socio económico esperado y principalmente afianzar la identidad y valoración del patrimonio local, que debe ser transmitido hacia futuras generaciones.

En el Plan Estratégico Nacional de Turismo, PENTUR, (2016), el turismo rural comunitario promueve la generación de negocios turísticos rentables y competitivos desarrollados por comunidades, permitiendo la generación de puestos de trabajo y propicia ingresos adicionales como parte de una política de estado, logrando una inclusión económica en las poblaciones rurales ubicadas en los destinos turísticos, todo lo mencionado con un enfoque de gestión que permita el mejoramiento del turismo local y modelo empresarial trabajado con sostenibilidad (económica, socio-cultural y ambiental) a través de la actividad turística, complementando actividades que se realizan en la localidad.

Esta inclusión económica social de las poblaciones rurales debe estar sustentada en el uso racional de los activos naturales, culturales, humanos, físicos, financieros y sociales, con la intención de generar beneficios y no dañar la identidad de la población rural. Cabe señalar que los principales aportes del turismo rural comunitario expuestos en el PENTUR son:

Tabla N°1
APORTES DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EXPUESTOS EN
EL PENTUR



La generación de actividades productivas propias del entorno rural



La conservación y el uso sostenible de los recursos naturales



La estimulación de la participación de la población, especialmente de las mujeres y los jóvenes.



El fortalecimiento de la identidad local, regional y nacional

Fuente PENTUR, 2016
Elaboración propia

El PENTUR (2016), menciona que, las principales iniciativas que el Perú tiene son los productos sostenibles, cada vez más competitivos, originales, reales, oriundos, los cuales dan muestra de las experiencias vivas de todos los pueblos que son parte de nuestra nación, estas experiencias a las que hace mención el PENTUR, las podemos reconocer a través de las actividades del turismo rural comunitario. Por otro lado, el PENTUR afirma que los productos

de Turismo rural comunitario se diferencian por la capacidad de estimular e impactar los sentidos, permitiendo mejorar en el aspecto personal y logrando un intercambio cultural enriquecedor, sustentado en actividades genuinas, la atención personalizada, la valorización de las diversas costumbres y la creación de lazos que unen a los pueblos.

PENTUR, contempla dos fases durante su proceso de desarrollo:

- Plantear y formular las bases estratégicas para el desarrollo del turismo.
- Validar los parámetros estratégicos por medio de talleres macro regionales en donde se definen los cuatro objetivos primordiales: oferta, calidad y seguridad, fortalecimiento institucional y la demanda.

Ambas fases son necesarias para dar inicio a la propuesta de desarrollo del turismo interno en zonas de gran potencial turístico, como es el caso del distrito de San Mateo de Huanchor en Huarochirí que cuenta con recursos, atractivos, tradiciones, costumbres, comunidades, flora y fauna típica de la zona, entre otras características que representan la oferta, calidad y seguridad como destino turístico, aún más con la participación del gobierno local actual se logrará el fortalecimiento institucional para cumplir con demanda potencial esperada.

Por otro lado, en la Estrategia del Turismo rural comunitario del MINCETUR planteada en el PENTUR TURISMO CON FUTURO (2016), se establecen tres líneas de acción que forman parte de las bases del proyecto:

Fortalecer las competencias y capacidades de los emprendedores rurales para el adecuado manejo de sus negocios turísticos.

Constituir productos únicos y altamente competitivos, que permita la articulación comercial mediante las Jornadas de Comercialización y otras plataformas de promoción.

Fortalecer la política institucional orientada a generar un turismo sostenible a través del rol protagónico de los emprendedores y el acompañamiento técnico del MINCETUR, así como del posicionamiento del país como líder latinoamericano en Turismo rural comunitario. (p.75)

Como resultado del continuo proceso contamos con productos turísticos competitivos, con alto valor agregado y que responden a las tendencias y exigencias del mercado.

Por ello, en el año 2015, en el marco del XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de la Organización de Estados Americanos (OEA); se reunieron para suscribir la “Declaración de Lima”, en la cual se establece las condiciones para lograr el impulso del desarrollo del Turismo rural comunitario en las Américas; reconociendo este proceso de buena gestión en turismo y al Perú por una política inclusiva desde el punto de vista de la gestión pública.

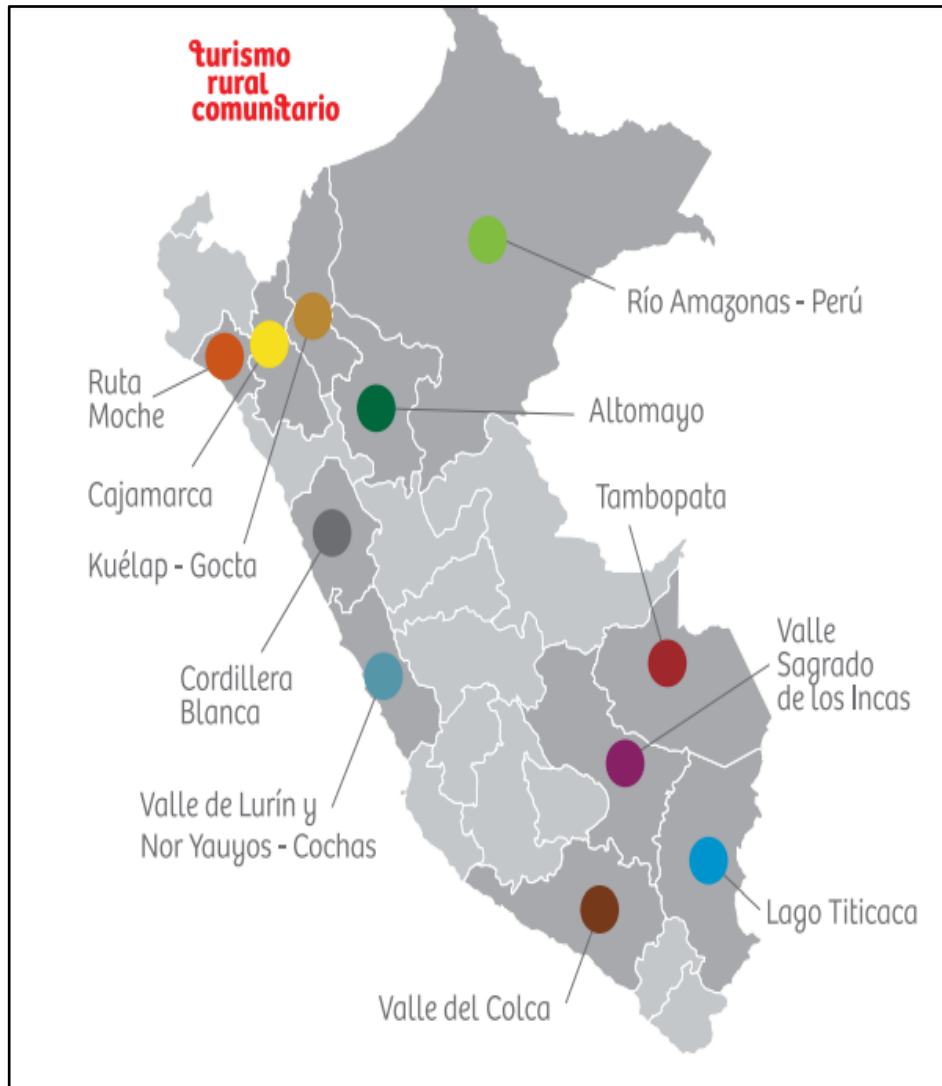
Tras la firma del acuerdo, el Secretario General Almagro consideró que “la dimensión y la profundidad histórica que tiene el turismo de comunidades en el Perú permitirá que en este Congreso otros estados conozcan esta experiencia y la enriquezcan con sus propias perspectivas”. “El turismo no es una tarea egoísta, sino que requiere cooperación y colaboración entre Estados. Cuanto mejores instancias de coordinación interamericanas haya, será mejor para nuestras sociedades y nuestras economías”. (Recuperado de: https://www.oas.org/es/centro_noticias/)

Podemos concluir que el PENTUR (2016), tiene como objetivo principal lograr que las zonas con potencialidad turística “*El distrito de San Mateo de Huanchor*”, sean autónomas para desarrollar, gestionar y promocionar un producto turístico sostenible y sustentable, que cumpla con los requisitos de la demanda actual y potencial.

Como también, la asociación con otras regiones o comunidades fomentando que presenten una oferta variada y diversificada, de esta forma el destino mostrará su potencialidad convirtiéndose en destino competitivo, impulsando la sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental.

Figura N° 3

DESTINOS NACIONALES DE TURISMO RURAL COMUNITARIO EN PERÚ



Fuente y elaboración PENTUR 2016

En la figura N °3, podemos reconocer 11 destinos nacionales que cumplen con las características, requerimientos de planta turística, compromiso de la población local, y la gestión de los gobiernos locales para la actividad de turismo rural comunitario, según el PENTUR (2016). Un aporte de mucho interés para continuar con la presente investigación.

Figura N° 4

DESTINOS NACIONALES CON ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL COMUNITARIO



Fuente y elaboración: PENTUR 2016

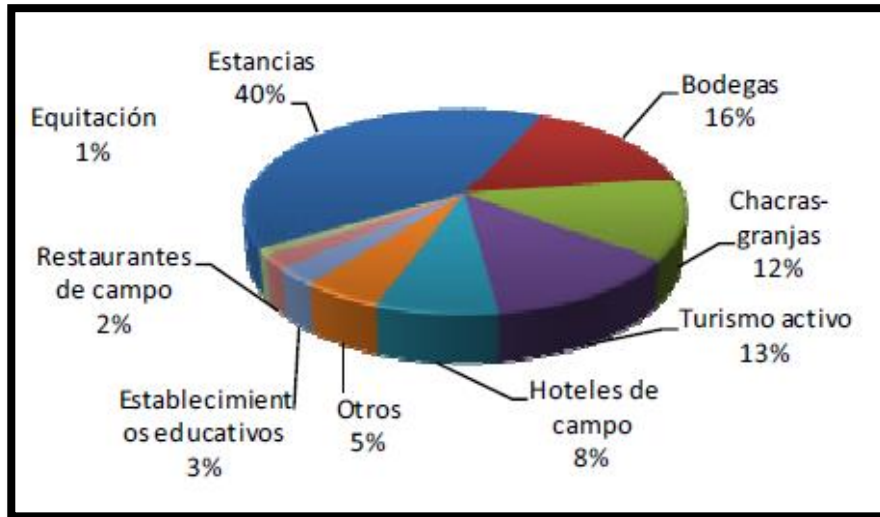
Por otro lado, en la figura N° 4, se observa la lista de destinos reconocidos por el PENTUR con proyección al 2025 como “Destinos nacionales con actividades de turismo rural comunitario”, este documento propone las determinaciones que el Perú debe tomar en consideración para adaptarse a nuevos escenarios contando con un Plan estratégico que brinde el soporte

requerido para lograr el fortalecimiento a través de la inclusión social, lo cual permitirá cumplir las metas propuestas para el año 2025. En el documento en mención MINCETUR hace hincapié, al ingreso proyectado gracias al turismo interno el cual generaría US\$ 63 mil millones, permitiendo 1,5 millones de empleos en el sector turismo aproximadamente.

Entre los destinos mencionados tenemos: La Ruta Moche, Cajamarca, el Valle del Colca, el Valle Sagrado de los Incas, Alto Mayo, Kuelap, Nor Yauyos Cochas entre otros, en todos los destinos se realizan actividades de turismo rural comunitario, resaltando la importancia, contribución y participación de esta tipología de turismo en el desarrollo de una localidad. Esta proyección presentada por MINCETUR a través del PENTUR ha incrementado la motivación para la presente investigación.

Según el Instituto Interamericano de Cooperación a la Agricultura-IICA, (2012), la oferta de turismo rural comunitario en Argentina es diversificada, presenta diversos actores sociales, algunos de ellos no tienen relación con las actividades agropecuarias, pero que deciden incursionan en la actividad turística, realizando diferentes actividades o reorientándolas hacia este tipo de emprendimientos que muestran un segmento de mercado en dilatación y crecimiento, sin dejar de aludir a los actores agropecuarios dueños de una identidad cultural y ancestral, siendo uno de las peculiaridades principales del turismo rural comunitario, sin restarle importancia a las otras actividades que esta tipología de turismo incluye.

Figura N°5
ESTABLECIMIENTO DE TURISMO RURAL POR TIPO
DE ARGENTINA



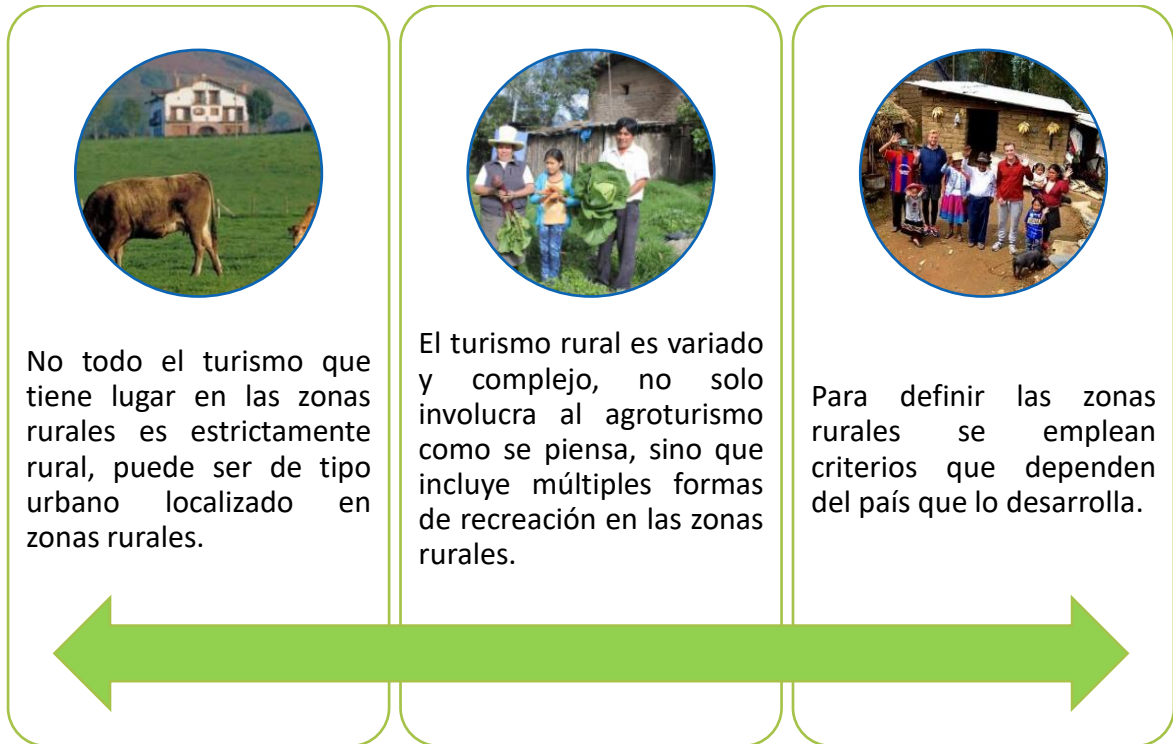
Fuente y elaboración: IICA, 2012

En la figura N°5, podemos observar los establecimientos de turismo rural por tipo de Argentina, según IICA 2012, dejando claro que el 40% de turistas que realizan turismo rural comunitario solicitan establecimientos de hospedaje tipo estancias, seguido de un 16% de turistas que prefieren las bodegas, tipos de hospedajes que se pueden proponer para potencializar el destino San Mateo de Huanchor.

El documento en mención enfatiza que como el turismo rural comunitario involucra una amplia y heterogénea gama de actividades, la delimitación del concepto es aún una tarea compleja. Algunos de los inconvenientes que señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2012) son:

Figura N°6

**INCONVENIENTES QUE SEÑALA LA ORGANIZACIÓN PARA LA
COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS**



Fuente: OCDE 2012
Elaboración: Propia

En el presente documento se incluyeron las pautas del Proyecto Red Argentina de Turismo rural comunitario en cual se desarrolló en el 2008, el cual se consideró uno de los mejores aportes para el turismo rural comunitario. El objetivo de estudio fueron las comunidades campesinas y los pueblos originarios en ámbitos rurales que realizaban emprendimientos vinculados a la actividad turística, lo que constituían los pilares de la organización local.

La propuesta metodológica del antecedente se basa en la participación y articulación interinstitucional y la motivación de la participación de todos los actores de la actividad a brindar sus aportes para el mejoramiento local. Para ello se realizó un trabajo de campo en el mismo territorio, de la mano de las comunidades locales, de esa forma el desenvolvimiento del turismo fue endógeno *“que busca potenciar las capacidades internas de una región o comunidad local;”*, inclusivo *“que permite la igualdad de oportunidades, de todas las personas, para desarrollar la totalidad de las acciones que componen la actividad turística”* y participativo *“es una forma alternativa de disfrutar del turismo, en la que tanto el cliente como el empresario se implican en la experiencia, única y personalizada”*. Cabe resaltar que el proyecto presentado, asumió el rol de facilitador e inicial coordinador de la actividad turística en el destino, actividad que permitió mejorar diferentes aspectos de las comunidades: formas de vida, generación de empleo, reducción de la migración del poblador local, capacidades y conocimientos de la actividad turística.

Por otro lado, la misión del proyecto fue contribuir al desarrollo local por medio del fortalecimiento de la gestión comunitaria del turismo en localidades y comunidades campesinas, empleando los principios de reciprocidad, participación y valoración del patrimonio natural y cultural, garantizando el respeto a los territorios y la identidad cultural.

Tabla N°2

OBJETIVOS DEL PROYECTO RED ARGENTINA DE TURISMO RURAL COMUNITARIO 2008

<input type="checkbox"/> Fortalecer el desarrollo participativo de emprendimientos turísticos comunitarios, en el marco de sus propias estrategias, miradas y procesos.
<input type="checkbox"/> Facilitar enlaces institucionales y herramientas técnicas entre organismos y organizaciones, para la planificación endógena y el desarrollo del TRC.
<input type="checkbox"/> Generar espacios de diálogo e intercambio de experiencias, como etapas de aprendizaje colectivo y construcción de saberes.
<input type="checkbox"/> Incentivar el abordaje del turismo rural comunitario, como una actividad complementaria en la diversidad tradicional y como herramienta de valoración del patrimonio y arraigo del territorio de pueblos originarios y campesinos.
<input type="checkbox"/> Acompañar la gestión local del turismo comunitario desde la facilitación técnica de procesos a la generación de estrategias de promoción y comercialización.
<input type="checkbox"/> Estimular procesos de adecuación e innovación de la normativa turística a favor de la inclusión de las particularidades de esta tipología turística.

Fuente y elaboración: IICA 2012

Para llevar a cabo una propuesta de desarrollo del turismo interno a través del turismo rural comunitario es necesario la planificación estratégica garantizando el interés y motivación de la comunidad; trabajar desde el interior de la organización; facilitar la distribución de roles y la administración transparente de la información, evaluar impactos positivos y negativos pensando en las mitigaciones posibles; relevar recursos y limitaciones; planificar la oferta turística acorde a la demanda; generar códigos de convivencia en la comunidad y con los turistas; establecer distribución justa de beneficios y diseñar planes de negocio.

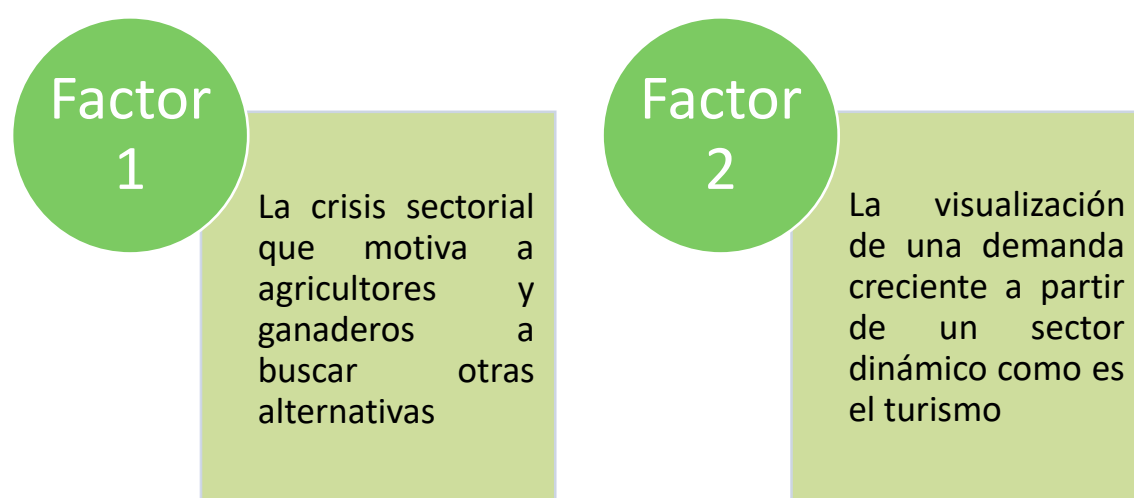
A partir de ello, se da inicio a un proceso de planificación participativa, con las propuestas de proyectos de inversión en infraestructura básica y para comercialización, con un plan de capacitación local que promueve la autonomía de cada uno de los emprendimientos y el trabajo en red.

Según IICA (2012), el Turismo rural comunitario es un mercado en constante progreso y desarrollo, en donde las comunidades que realizan esta actividad deben aprovechar la “tendencia contra urbana”, lo que quiere decir que cada vez existe una mayor demanda por destinos con naturaleza, con comunidades, flora y fauna y distintos estilos de vida. Esta tendencia contra urbana evidencia una revalorización por parte de los habitantes de las grandes ciudades hacia los espacios rurales como las primeras alternativas de turismo.

Por otro lado, el presente documento alega que el turismo rural surge por dos factores:

Figura N°7

DOS FACTORES POR LOS QUE SURGE EL TURISMO RURAL



Fuente y elaboración: IICA 2012

En la publicación, *El turismo como herramienta para el desarrollo sostenible de los destinos subdesarrollados* (Orgaz, F. 2013), se considera que el turismo se está consolidando como una de las principales industrias económicas a nivel internacional, siendo unos de los sectores más estudiados en ciencias sociales por diversos autores e investigadores. Desde hace años se viene planificando las nuevas formas de turismo alternativo frente al turismo de masas que es el más común, estas nuevas formas de turismo tienen por finalidad, respetar y conservar la naturaleza, como también mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales.

En ese aspecto, el turismo rural se configura como un turismo sostenible para los destinos que estén inmersos en esta modalidad de turismo y que cumplan con las exigencias de la demanda necesarias para el desarrollo de la actividad es ahí donde el presente autor concluye que entre estas nuevas formas de turismo alternativo podemos incluir al turismo rural comunitario.

En base a lo expuesto por la presente publicación se puede afirmar que el turismo rural comunitario es un elemento esencial en la sociedad actual, donde la comunidad local tiene un rol importante en la planificación y gestión de la actividad, ya que tiene que adaptarse a los cambios que la actividad genera en ella, abrir su mente a los cambios y comprender que son necesarios para el desarrollo de la misma. El turismo rural comunitario hace referencia a aquel tipo de turismo que se desarrolla en un destino específico, y donde los stakeholders locales son los encargados de planificar la actividad turística, siendo la

comunidad local el principal eje de la actividad y, por consiguiente, el principal beneficiario (Orgaz, F. 2013).

Enfatizando las características y beneficios del turismo rural comunitario se puede planificar estrategias para la conservación, protección y puesta en valor los recursos de diversas índoles con los que cuenta el destino: Patrimoniales, culturales o naturales. Debido a que el turismo rural comunitario se presenta como una forma de turismo sostenible y que tiene como primer objetivo mejorar el desarrollo socioeconómico de la población localizada en las comunidades locales, y como segundo objetivo conservar y fomentar el respeto hacia los recursos naturales, patrimoniales y culturales, a través de su puesta en valor y de la implementación de nuevas formas sostenibles de gestión. (Orgaz, F. 2013), el autor recomienda su aplicación y gestión en los destinos locales.

Los diferentes autores mencionados en la presente investigación concuerdan que esta forma de turismo adquiere más importancia en destinos subdesarrollados, en donde los temas relacionados con la generación de beneficios económicos, mejora de la calidad de vida y conservación de los recursos se hacen vitales para la supervivencia de las comunidades locales, enfocado en la actualidad y proyectado hacia el futuro. Sin dejar de recalcar que este tipo de turismo permite generar una mayor concienciación de la comunidad local, incentivando aspectos como la conservación respecto hacia la naturaleza y demás recursos existentes en el destino: cultura, patrimonio. (Citado por Castellanos Verdugo y Orgaz Agüera, 2013).

Castellanos Verdugo y Orgaz Agüera, (2013) aluden, que un ejemplo de un país donde se podría implementar esta forma de turismo, “República Dominicana” en donde la industria turística es una debería ser una de las actividades más importantes. En este destino el turismo de sol y playa es el tipo de turismo que tienen de mayor demanda, lamentablemente las poblaciones locales no se benefician, debido a que en la mayoría de casos las grandes empresas turísticas son extranjeras y se encuentran posicionados los lugares que son centros del turismo. Sin embargo, hay estudios que evidencian el gran potencial del país para proponer nuevos formatos de turismo, los cuales serían más sostenibles que el turismo de masas y que contribuirían al desarrollo de las comunidades locales como también a la conservación de los recursos naturales. Estos formatos de turismo con potencial permiten la implementación del turismo rural comunitario.

En este sentido, es necesario que el turismo rural comunitario aplique varias acciones para lograr el desarrollo sostenible del destino. Algunas consideraciones a seguir:

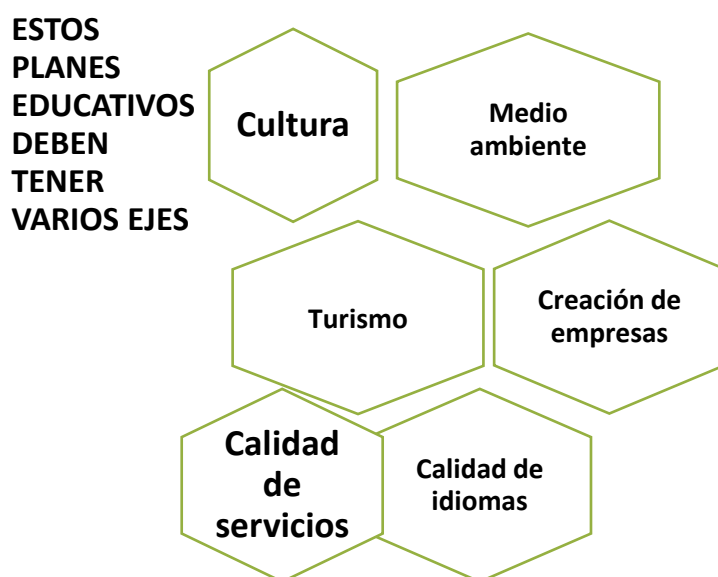
- En primer lugar, es necesario involucrar a la población local en el proceso de planificación y la posterior gestión de la actividad turística.
- Posteriormente, se debe elaborar una propuesta de un plan de desarrollo turístico y promoción del destino.
- El siguiente paso será, poner en valor aspectos como la cultura local (gastronomía, bailes locales, dialectos, estilos de vida, folklore, etc.), el patrimonio histórico tangible e intangible (edificios, industrias,

monumentos, bibliografía, etc.) y los recursos naturales (ríos, bosques, flora, fauna, etc.), y en todo momento, deben ser gestionados por las comunidades locales, quienes son los principales actores de la actividad.

- Finalmente, es obligatorio contar con un plan de concienciación y educación de la población local previo al inicio de la actividad turística, con lo cual se podrá formar mejores recurso humanos, capacitados e idóneos para el desempeño de la actividad turística en el destino (Citado por Castellanos Verdugo y Orgaz Agüera, 2013).

Figura N° 8

EJES DE LOS PLANES EDUCATIVOS



Fuente: Universidad Complutense de Madrid, España, 2013
Elaboración propia

Como conclusión, el desarrollo del turismo rural comunitario, por medio de una correcta planificación, en donde la comunidad local sea uno de los ejes principales en la gestión, la planificación del turismo y de la actividad, y de esta manera se pueden proponer realizar actividades económicas – naturales y culturales – sostenibles para la gestión del destino turístico, sobre todo en los países emergentes en desarrollo, donde esta forma de turismo es posible debido a que cuentan con destinos con potencialidad y características peculiares de la actividad rural comunitario, sin dejar de resaltar que el destino que enfoque sus actividades podrán contribuir a reducir la pobreza local y a emplear de una mejor manera los recursos del destino para el disfrute de las generaciones futuras.

1. Gestión y competitividad de Destinos Turísticos

Según Velazco, M (2016), resalta que hasta la fecha no ha sido sencillo definir el término gestión de destinos turísticos, sin embargo, menciona que un destino es flexible frente a las categorías administrativas que son totalmente inflexibles, respecto a que ambos términos, “*gestión y competitividad*” deben tener una coordinación de trabajo en conjunto para poder gestionar el destino turístico de forma satisfactoria.

Es necesario reconocer que los actores públicos (gobierno local) son decisores dentro de los espacios territoriales determinados, estos actores públicos deben organizarse funcionalmente en materias con límites competenciales estrictos, generalmente relacionados con ámbitos de desempeño tradicionales. Un destino supera, generalmente, el nivel territorial de un municipio y en su gestión

se exige la acción coordinada sobre asuntos que se vinculan con ámbitos de actuación diferenciados.

Para Kotler (1999), es necesario analizar una serie de pautas que deben responder a una visión estratégica con una planificación orientada al mercado; en donde la perspectiva del mercado esté dirigida hacia productos y cliente, como también es importante la valoración de los recursos humanos, la existencia de programas de calidad y servicios con capacidad para comunicar las ventajas propias y diversificar la base económica logrando mayor posibilidad de adaptación a los cambios del mercado; en ese sentido el desarrollo de habilidades empresariales y liderazgo del sector público ejecutivo que presenta siempre una mayor dependencia del sector privado, debe contar con la capacidad de adecuación y creación de sistemas para monitorear los planes en ejecución” del sector. Enfocando el concepto percibido por Kotler, todos los gestores de la actividad turística deben cumplir con estas capacidades y requisitos para ejercer una adecuada gestión en beneficios de los destinos, pobladores y turistas.

Perles, J, Ramón, A, Sevilla, M (2015). En su investigación “La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. Universidad de Alicante”, citan a Crouch y Ritchie alegan que el turismo es un sistema abierto, el cual está siendo influenciado por los continuos cambios que se producen en el entorno general o macro entorno (económicos, tecnológicos, ecológicos, políticos y legales, socioculturales y demográficos).

Estos cambios impactan en todas las actividades económicas que desarrolle el destino, sin dejar de lado la actividad turística en cualquier modalidad.

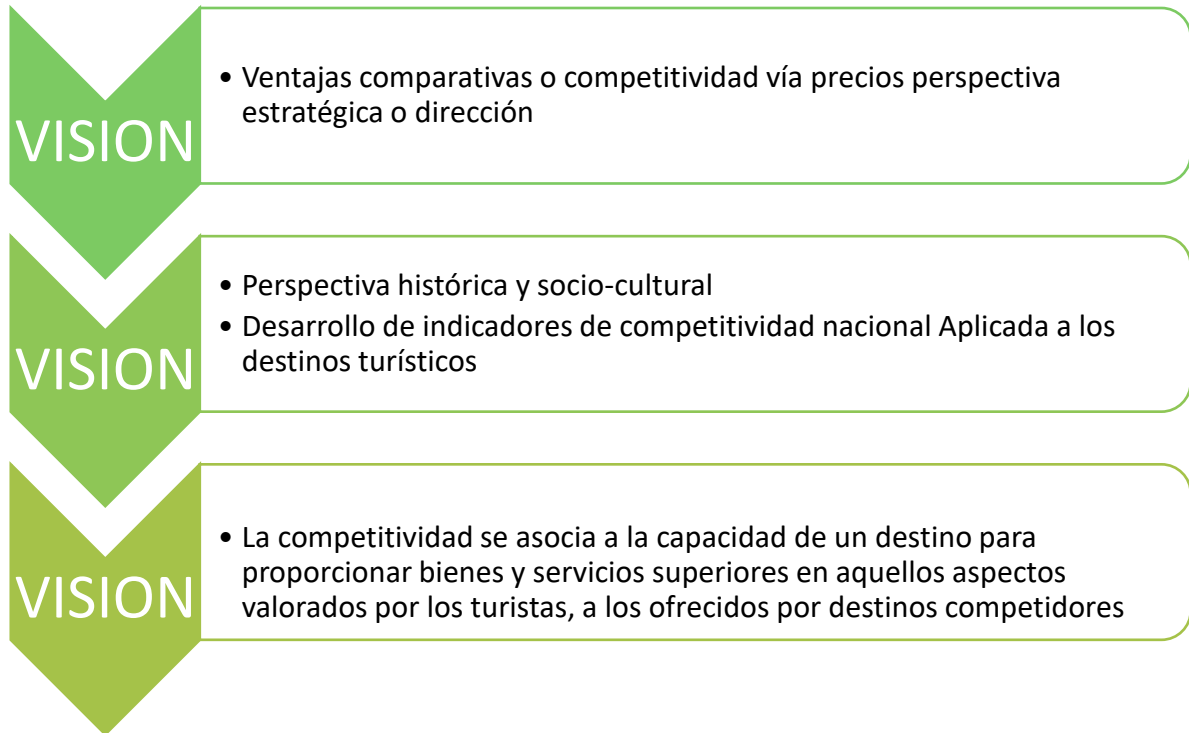
Entonces, cualquier suceso a nivel mundial puede afectar de manera trascendental en el desarrollo y competitividad de los destinos turísticos, las cuales son vistas como amenazas y oportunidades para estos. El aporte de los autores está en que es necesario realizar un análisis e identificar prematuramente las amenazas y oportunidades, para contribuir con éxito competitivo de los destinos turísticos, identificándose las siguientes seis categorías de factores en el macro entorno (Ritchie y Crouch, 2003:62-66).

En el caso de la actividad turística, los autores mencionan que existe una cuota de mercado como indicador de competitividad el cual está expuesto a un debate constante en los casos en los que se asocia a un punto de vista territorial bajo la cual se evalúa la competitividad de los destinos turísticos. Sin duda, para Crouch (2011), es muy difícil establecer medidas exactas de competitividad (datos cuantitativos o cualitativos), los cuales pueden ser aplicados como variables dependientes en el análisis de la competitividad de los destinos turísticos “La competitividad es uno de los conceptos más actuales de la economía del turismo” (p.268).

Spence y Hazard (1998), expresan que la competitividad es un concepto referente y multidimensional que puede ser asociada a las siguientes visiones:

Figura N° 9

VISIONES DE LA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO



Fuente: La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones (Citado por Perles, J, Ramón, a, Sevilla, M 2015)
Elaboración: Propia

Podemos concluir que la competitividad de los destinos turísticos mantiene una estrecha relación con la capacidad de un destino para obtener un conjunto variado de objetivos, algunos de los cuales están relacionados con la demanda, y otros tiene un alcance mucho más macro que les permite anexar objetivos económicos, sociales y medioambientales, que favorezcan el desarrollo de la localidad o destino turísticos en todos los aspectos.

Tabla N°3

**DEFINICIONES DE COMPETITIVIDAD EN TURISMO
DE DIVERSOS AUTORES**

Autor	Competitividad
Porter (1990)	El único significado del concepto de competitividad a nivel nacional es la productividad. El principal objetivo de una nación es producir un alto y creciente nivel de vida para sus ciudadanos. La capacidad de hacerlo depende de la productividad con la que una nación es capaz de utilizar sus recursos, trabajo y capital.
Ritchie y Crouch (2000)	La capacidad de incrementar el gasto turístico, incrementando los visitantes atraídos al mismo tiempo que se les provee un servicio satisfactorio con experiencias memorables y haciéndolo de forma rentable, mejorando el nivel de vida de los residentes en el destino y preservando el capital natural del destino para las generaciones futuras.
Dwyer (2003)	El objetivo último de la competitividad es mantener e incrementar el ingreso real de sus ciudadanos, que usualmente se refleja en el nivel de vida del territorio. Su último objetivo es incrementar el nivel de vida del país, bajo condiciones justas y de libre mercado
Enright y Newton (2004)	El grado con el cual una nación puede producir bienes y servicios que satisfacen las necesidades del mercado internacional manteniendo simultáneamente o incrementando el ingreso real de sus ciudadanos.
Hassan (2000)	La capacidad del destino para crear e integrar productos de valor añadido que sustenten sus propios recursos al tiempo que mantienen la posición en el mercado con relación a sus competidores.

Fuente: adaptado de Perles, J. F, Ramón, Ana. B, y Sevilla, M (2014). La Cuota de Mercado Como Indicador de Competitividad en los Destinos Turísticos: Sentido y Limitaciones.
Elaboracion: propia

1.2.2 Tipos de turismo que se pueden practicar en el destino

1.2.2.1 Agroturismo

Para los autores Marvin Blanco M. Hernando Riveros S (2010). En el análisis, *El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial*. Señalan que el turismo ha sido relacionado siempre con la agricultura como una alternativa de reactivación de las zonas rurales de diferentes destinos al interior del país.

Los antecedentes del Agroturismo hacen referencia a la actividad recreativa incluida dentro las modalidades de turismo desarrollado en los espacios rurales en donde se incluyen los procedimientos que se aplican en la actividad agropecuaria, artesanía, gastronomía, agroindustria que identifica un destino, que generan interés en el turista. Para desarrollar el agroturismo es necesario la participación de la población quienes ven una alternativa de obtener ingresos aprovechando la capacidad instalada con la que cuenta la localidad y los conocimientos tradicionales o ancestrales (técnicas), con la necesidad de incorporar los servicios complementarios propios de la actividad turística: venta de productos, alimentación, alojamiento, etc., por último la participación de los gestores locales quienes contribuyen con el ordenamiento de la actividad.

Esta actividad “agroturismo”, puede contribuir para que destino tenga una economía basada en actividades rurales y agropecuarias de los pequeños y medianos empresarios, como el aprovechamiento y valoración de los paisajes rurales, las costumbres y la cultura local. Claramente para que se de la

actividad va más allá de los alcances de los empresarios, es necesario contar con acciones concertadas entre los gobiernos locales y los operadores privados, dentro de una visión de territorio.

Sin embargo, para Budowski 2001, (citado por Marvin Blanco M. Hernando Riveros S. 2010)

El principal obstáculo para el desarrollo del agroturismo es la carencia de personal entrenado para interpretar de forma atractiva y con suficientes conocimientos científicos, las prácticas que más atraen a los turistas. (p.121)

El autor hace mención que aún no se ha “explotado” la forma de satisfacer el interés de los turistas por participar en las actividades agrícolas como: cosecha de productos agrícolas o en la elaboración de queso y ordeñar, observación de procesos agroindustriales, entre otras actividades (ver figura N°10).

Estas limitaciones de la oferta turística del turismo rural comunitario serán superadas a través de capacitaciones, conferencias, charlas y la planificación de actividades turísticas por parte del gobierno local.

Figura N° 10

ACTIVIDADES DEL AGROTURISMO

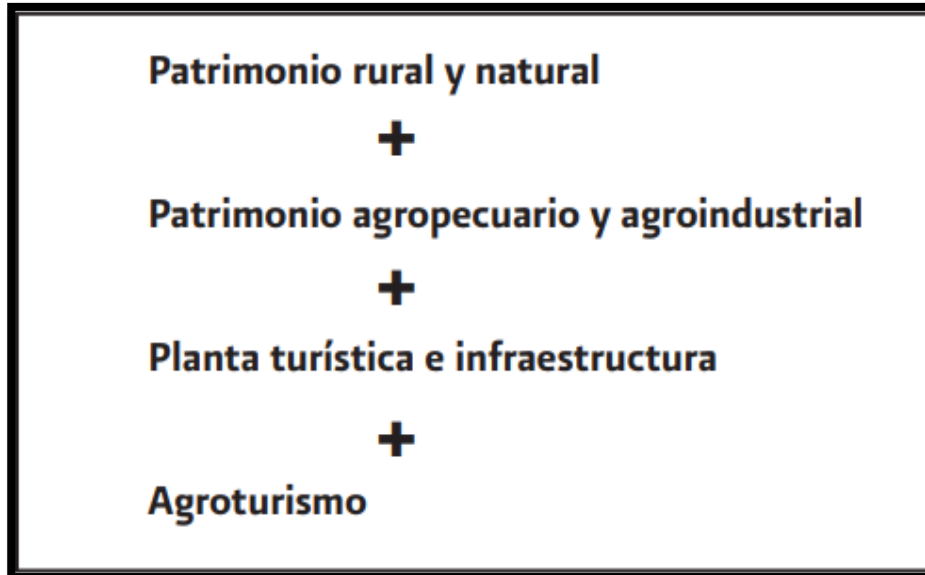


Fuente: elaborado con base en Barrera, 2006.

En la figura N°10, podemos observar las actividades relacionadas con el agroturismo: Observación de manejo de cultivo, pesca en ríos y estantes, paseos en bote, carreta o caballo, alimentación de animales de granja, observación de procesos agroindustriales, disfrute de gastronomía típica, fotografía rural, esquila de ovejas, ordeño y elaboración de quesos, talleres de elaboración de conservas. Con esta información podemos ampliar el conocimiento sobre el agroturismo y todas las actividades que se pueden realizar, las mismas que mantienen una estrecha relación con el turismo rural comunitario

Figura N° 11

CONFORMACIÓN DEL PRODUCTO AGROTURISMO



Fuente: Elaborado con base en IICA, 2010.

1.2.2.2 Ecoturismo

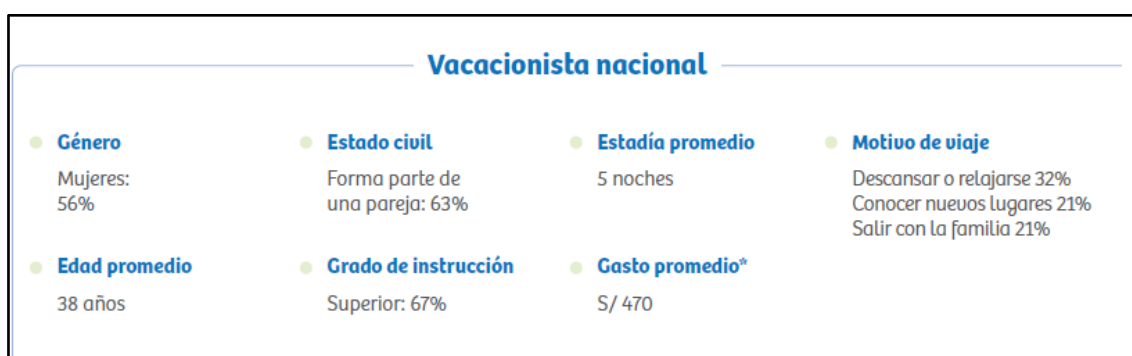
En la tesina, Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador). Aragón, M (2014), se reconoce el origen del ecoturismo como una alternativa para promover la conservación del medio ambiente, generando beneficios económicos, teóricos, culturales y sociales. Algunas posturas de expertos mencionan, que para el desarrollo del ecoturismo es necesario contar con una adecuada planificación y estrategias de promoción, orientadas a lograr sustentabilidad, debido a su carácter de actividad terciaria, que conlleva a la competencia y el beneficio económico, aspectos que ponen en tela de juicio la apropiación de territorios y los recursos.

1.2.2.3 Turismo interno (perfiles del vacacionista)

De acuerdo con el Perfil del Vacacionista Nacional 2017, publicado por PROMPERU. Menciona que en el 2017 se registraron alrededor de 4,36 millones de viajes vacacionales dentro del Perú. Dicho registro generó un movimiento económico de S/2049 millones para el Perú.

Figura N° 12

PERFIL DEL TURISTA INTERNO 2017

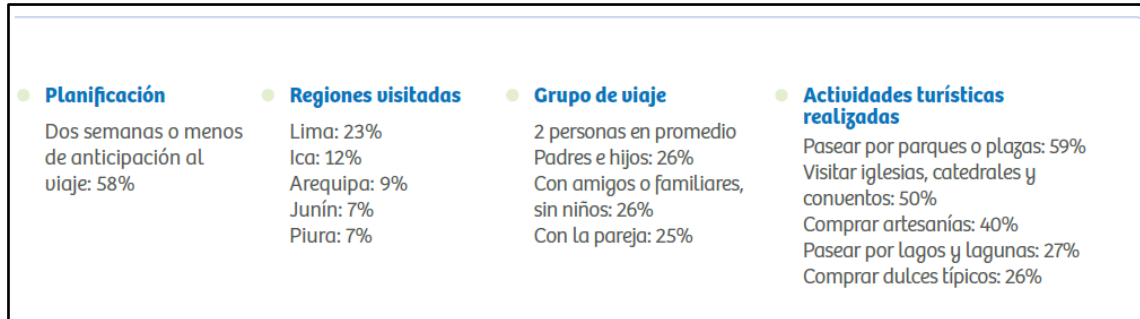


Fuente y elaboración Promperu (2018)

Interpretando la figura N°12, el 56 % de los turistas que se registró en este perfil, fueron del género femenino con una edad promedio de 38 años, el motivo de viaje, descansar, conocer nuevos lugares y compartir con la familia. Cabe resaltar que las tendencias en familias es que ambos padres trabajen muchas horas al día, esto ha generado que se dedique menos tiempo para compartir en el entorno familiar, pero otro lado, buscan realizar actividades donde puedan brindar un tiempo de calidad a la familia, conocer nuevos destinos y descansar, es por eso que el turismo interno ha incrementado considerablemente en el país.

Figura N° 13

PERFIL DEL TURISTA INTERNO 2017

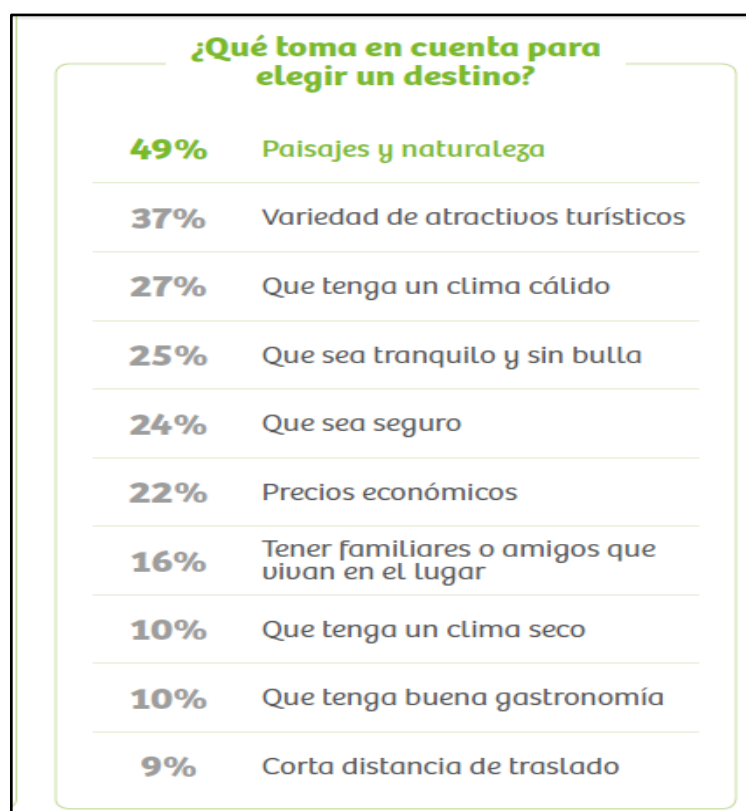


Fuente y elaboración Promperu (2018)

Otro dato resaltante del Perfil y en base a la figura N°13, es que la región más visitada es Lima, y que dentro de las actividades que realizan están: pasear por parques o plazas, visitar iglesias, conventos, comprar artesanías, pasear en lagos y lagunas y comprar dulces típicos. Todas las actividades mencionadas se pueden realizar en el destino que es motivo de investigación de la presente tesis el distrito de San Mateo de Huanchor, luego de una correcta planificación de la actividad y con la intervención de los actores locales.

Figura N° 14

¿QUÉ TOMA EN CUENTA EL TURISTA PARA ELEGIR UN DESTINO?



Fuente y elaboración Promperu (2018)

En la presente tabla (Figura N°14) del perfil del vacacionista 2017, muestra los aspectos más importantes del turista interno al seleccionar el destino a visitar. Observando que la tendencia del turista es buscar destino con naturaleza y paisajes como primera opción, seguido de la variedad de atractivos que pueda visitar en el destino. Comprobamos que el turista de hoy en día demanda mayor contacto con la naturaleza, valora los recursos, y atractivos turísticos. Características con las que cuenta el destino en investigación de la presente tesis.

1.2.3 Generalidades del distrito de San Mateo de Huanchor

San Mateo de Huanchor de la Región Lima, que fue creado a través del Decreto Ley 9390 el 30 de septiembre de 1941, se encuentra en la provincia de Huarochirí perteneciente al departamento de Lima, existen vestigios de que la zona de San Mateo de Huanchor fue habitada en sus inicios por pobladores pre incas, obteniendo de ellos sus técnicas agrícolas y ganaderas, las cuales se utilizan hasta la fecha como actividades cotidianas. Por otro lado, existen leyendas que narran la creación del pueblo; la más recordada por los pobladores, trata de un curaca o cacique Huanchor llegó a estas tierras que fueron conquistadas por el Inca Túpac Yupanqui en los años 1495, estableciéndose en Marcash, fue en este sector desde donde ejerció su curacazgo, en un área que comprendía el actual distrito de Yauli (Junín) hasta Lurigancho en la ciudad de Lima. (<http://municipalidadesanmateo.go.cr/>).

El distrito de San Mateo de Huanchor, presenta actualmente una extensión promedio de 41 917 km² y un perímetro de 122, 433,80 m; y una altitud promedio de 3,170 m.s.n.m, al norte de la provincia de Huarochirí, en el departamento de Lima. Conformado por 5 comunidades campesinas: San Miguel de Viso, San Mateo de Huanchor, San José de Parac, San Antonio y Yuracmayo, luego de la visita realizada a las comunidades los pobladores “denominados Huanchurino” se mostraron muy motivados e interesados en un desarrollo y crecimiento socio económico que será posible gracias al desarrollo del Turismo rural comunitario y dentro de las actividades a realizar:

tenemos actividades agrícola, pecuaria y ganadera. (Recuperado de: <http://municipalidadesanmateo.go.cr/>).

El distrito presenta un clima semi seco templado con deficiencia de lluvias en otoño, invierno y primavera, con humedad relativa, cuenta con la presencia de ríos (Rímac, Blanco), quebradas (Cutay, Aicagranja, Huallacocha, Quiullacocha), lagunas (Cutay, Llaeshacohca, Colorado, Rinconada, Pucushnioc), entre otras.

Como resultado de la observación realizada en 05 de enero del 2019, podemos afirmar que la actividad turística es relativa y lamentablemente existe una carencia de promoción turística por parte del gobierno local y entidades privadas. La falta de motivación de los actores locales, ha permitido que este sector se muestre olvidado, muy a pesar que cuenta con zonas arqueológicas, centros turísticos, lagunas naturales, paisajes con presencia de flora y fauna típica del lugar y con una vía ferroviaria, como alternativa a la carretera central tan congestionada, sin dejar de mencionar que el poblador desconoce la importancia económica social de esta actividad, pero de acuerdo a las encuestas, si tiene interés en participar de la actividad previa una capacitación y apoyo del gobierno local. (<http://municipalidadesanmateo.go.cr/>).

Figura N°15

MAPA DE LA PROVINCIA DE HUAROCHIRÍ



Fuente y elaboración: <http://municipalidadesanmateo.go.cr/>

1.3 Definición de Términos Básicos

1.3.1 Turismo Rural

Según la Organización Mundial de Turismo, (OMT), se debe emplear el término rural cuando la cultura rural de un destino sea el componente principal del producto ofrecido. Este producto rural debe tener el compromiso de permitir que los turistas o visitantes mantengan un contacto personalizado con el poblador local, a través de: disfrute del entorno físico, contacto con el entorno

humano, la participación de actividades cotidianas del poblador local, apreciación y valoración de las tradiciones, y estilos de vida. La OMT también enumera algunas actividades que los turistas pueden realizar a través del turismo rural son: equitación, deportes de aventura, visita a aguas termales, montañismo, entre otras, porque depende del destino rural.

Por su parte Guerrero (2013),

Llama turismo rural a aquella actividad de tipo turístico que se desarrolla dentro de un espacio de características rurales, pudiéndose tratar de una localidad pequeña con muy pocos habitantes o bien de una zona próxima a la ciudad, pero alejada de lo que se considera su casco urbano y que tiene como finalidad la realización de actividades propias del campo o en su defecto encontrarse cerca de ellas para poder apreciarlas. (p.14)

Pudiendo emplear antiguas estancias y haciendas recicladas, que presenten los servicios básicos que ofrecería cualquier hotel de la ciudad, establecimientos de hospedaje demandados por los turistas ávidos por desplegar las típicas actividades agrícolas que se desarrollan en la vida rural.

1.3.2 Turismo Rural Comunitario

Según el PENTUR (2016), el Turismo rural comunitario en el Perú es toda actividad turística que se realiza en un entorno rural, debiendo ser planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas

para beneficio de la comunidad local, en donde la cultura rural juega el rol importante.

Como política de estado MINCETUR (2016), con la intención de lograr una inclusión económica social fomenta el turismo rural comunitario en las poblaciones rurales las cuales se encuentran ubicadas en los principales destinos turísticos. Para lograr este objetivo, MINCETUR basa su perspectiva en modelos de gestión que accedan al desarrollo del turismo local y la gestión empresarial haciendo hincapié en la sostenibilidad de la actividad turística como actividad económica que es completaría a las actividades que ya se realizan en la localidad.

Sin embargo, MINCETUR (2016), en la publicación Evaluación del Turista rural comunitario en el Perú, resalta que no existe un término común que logre definir este tipo de turismo, “turismo rural comunitario” ... siendo un término que lo entienden quienes no lo usan espontáneamente y quienes son conscientes de la importancia de su desarrollo y aplicación, dependido de las características del destino y el compromiso del poblador local:

La idea es que haya un encuentro con la población local, aprender cómo es su vida diaria y no solo limitarse a conocer los principales atractivos del país (MINCETUR, 2016, p.5).

Dentro de la definición que menciona MINCETUR (2016), en la publicación Evaluación del Turista rural comunitario en el Perú afirma que el Turismo rural

comunitario viene a ser un encuentro de distintas culturas dentro del marco de una visita, al lugar de residencia de una familia o una comunidad, la cual obliga al poblador y turista a compartir durante unas horas su estilo de vida rural.

En la presente publicación se resalta que el contexto de este tipo de turismo es desarrollarse en zonas rurales como en zonas urbanas. En donde los turistas que optan por este tipo de turismo tienen como objetivo principal no realizar el clásico turismo masivo o convencional, por el contrario, realizar actividades fuera de lo común y por sus características mencionadas a este tipo de turismo lo denominan turismo sostenible y solidario. (MINCETUR, 2016).

Respecto al destino de la presente investigación el distrito de San Mateo de Huanchor, cuenta con comunidades rurales, interesadas en ser parte de la actividad turística, así lo manifestaron en las visitas realizadas al destino por parte de la investigadora. Los pobladores locales del distrito de San Mateo de Huanchor ven una oportunidad económica y cultural al turismo rural comunitario, sin embargo, manifestaron no contar con la motivación e interés del gobierno local, aspectos que deben ser reforzados para lograr la potencialidad de la actividad.

1.3.3 Comunidades Rurales

En el informe “Las comunidades que mueven al país, el estado de las comunidades rurales del Perú”, (Salazar, 2012) define a las comunidades rurales como la expresión de los pueblos indígenas del Perú, que conforma un tercio de la población nacional, con familias en comunidades campesinas de la

costa, los Andes, y de la Amazonia. Estas comunidades presentan ciertas desventajas como: pobreza, deficientes servicios públicos, carencia del apoyo estatal, pero aun así son parte vital del país, por su aporte en el desarrollo económico nacional. Las labores de agricultura, ganadería, pesca, artesanía, entre otras, proveen a los peruanos de diferentes recursos, aplicando técnicas ancestrales que se han preservado por muchos siglos, las cuales aportan al conocimiento nacional como patrimonio cultural inmaterial de la nación.

La Constitución de 1979 estableció que las comunidades campesinas y nativas tienen existencia legal y personería jurídica, que son autónomas en su organización, trabajo comunal y uso de la tierra, así como en lo económico y administrativo. Aunque la Constitución de 1993 le quitó el carácter proteccionista a las tierras comunales, introdujo dos conceptos importantes: el reconocimiento de la identidad étnica como derecho fundamental de toda persona y el de la jurisdicción indígena y el derecho consuetudinario dentro del territorio comunal. (p.10)

En estas comunidades se practica la solidaridad y el intercambio para distribuir con equidad la riqueza demostrando gran capacidad de gestión y liderazgo. La valoración de las comunidades va más allá de las costumbres ancestrales, según el presente informe, las comunidades producen la mayoría de los alimentos que abastecen a los mercados, han domesticado plantas preservadas por siglos, como la papa, el camote, la quinua, cañihua, fruta en

gran variedad, que acompañan la alimentación sostenible de la población actual. Por otro lado, usan responsablemente los bosques, la tierra, el agua, protegiendo la biodiversidad y el medio ambiente necesario para el desarrollo del destino turístico. Pero, ¿Dónde radica la fortaleza de las comunidades? En su enorme capital social del que casi no se habla. Dicho capital social está formado por el conjunto de relaciones sociales y de identidad, alimentados por valores como la reciprocidad, la solidaridad y la equidad.

Debido a esa solidaridad, la ayuda entre los miembros de la comunidad no es la excepción; es la regla, siendo lo que predomina y ordena las relaciones sociales. Haciendo un poco de memoria, recordemos que en la historia de las comunidades el ayni era la institución primaria de ayuda mutua (reciprocidad) los miembros de las comunidades eran involucrados en actividades cotidianas como el cultivo y la cosecha en los campos, el cuidado del ganado, la construcción de una casa, entre otras actividades.

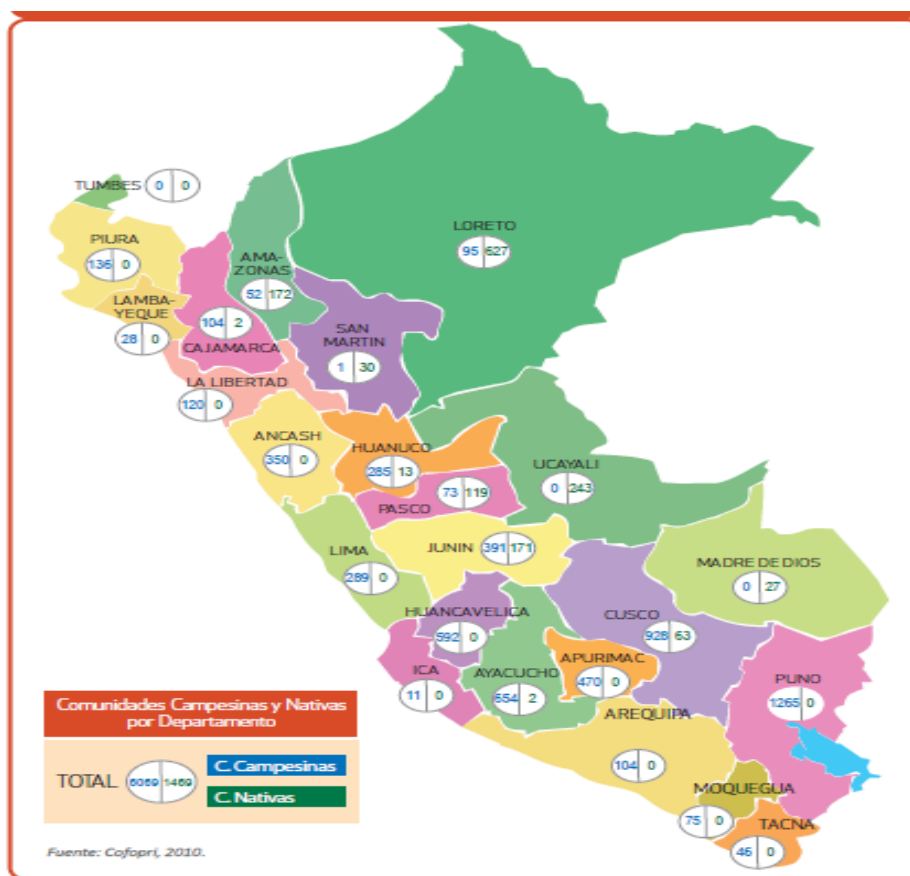
Por otro lado, la minka era el trabajo colectivo voluntario hecho en favor de la comunidad como la construcción de infraestructura para el bienestar de todos los comuneros como sucedió desde siempre (solidaridad). Ambas acciones, aun se aplican en las comunidades rurales, estos valores han permitido que las comunidades existan a lo largo del tiempo, es algo que rescatar y conservar por el bien del desarrollo del turismo rural comunitario.

Según el informe en mención, es imposible negar la importancia de las comunidades a nivel nacional, aproximadamente el 27% del territorio nacional está conformado por comunidades de la costa, los Andes y la Amazonía, que

son reconocidas y tituladas por el Estado, y un 55% de la superficie agropecuaria se gestiona bajo el régimen comunal. Para los autores del presente informe, pocos reconocen la contribución de las comunidades en el aspecto cultural y económico, mencionan que el poder político ha asociado un cierto grado de retraso, falta de conocimientos y hasta un margen de ociosidad justificando de esta forma el acceso a inversiones privadas en las tierras de las comunidades, ocasionando ciertas manifestaciones y reclamos por parte de pobladores locales quienes sienten que invaden sus espacios. Esta problemática se podría superar con una adecuada planificación de actividades del turismo rural comunitario.

Figura N°16

COMUNIDADES NATIVAS Y CAMPESINAS POR DEPARTAMENTO



Fuente y elaboración Cofopri, 2010

1.3.4 Planificación

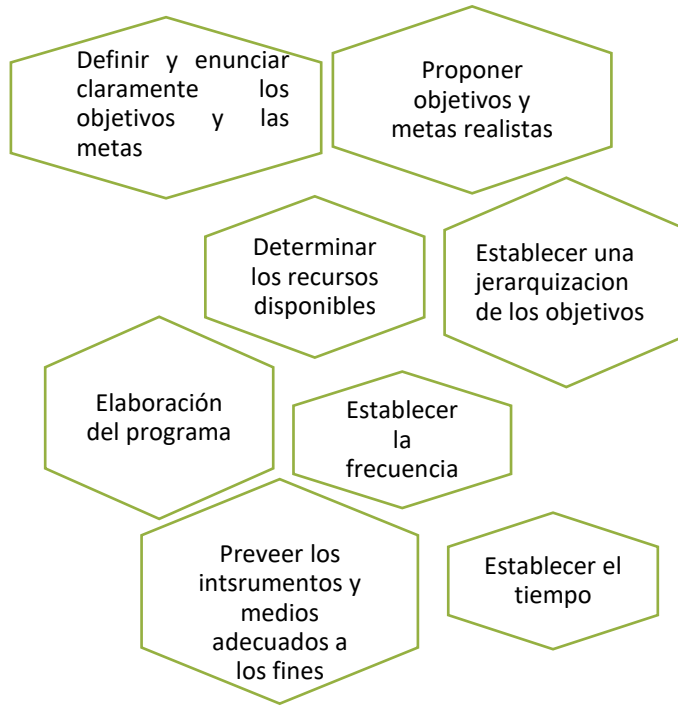
Según Kaufman (1980), la planificación procura determinar qué debe hacerse en base a un proyecto, con el fin poder tomar decisiones prácticas para la implantación del proyecto. El autor también lo define como un proceso para determinar adónde ir y establecer los requisitos para llegar a ese punto de la manera más eficaz y eficiente posible. (2012 citado de Ander – Egg, 1993:28),

El autor Marchioni, M (2012) define a la planificación con esta frase: “La planificación es al mismo tiempo una finalidad de la Acción Social, una necesidad implícita en ella, un método y un instrumento de trabajo” (Corvalán, J. L. M., 2012, citado de Marchioni, 1984, p.32).

Sin embargo, una definición precisa de planificación sería la de Ander-Egg: “La planificación consiste en introducir organización y racionalidad en la acción” Corvalán, (2012 citado de Ander – Egg, 1993:28), quien además establece una serie de pautas o criterios a seguir para una adecuada planificación, las cuales observamos en la figura N° 17.

Figura N °17

PAUTAS O CRITERIOS DE PLANIFICACIÓN



Fuente: Proceso de planificación para la elaboración de programas, 2012
Elaboración propia

Se ha afirmado que planificar es uno de los componentes de la ordenación del territorio, de la gestión territorial en sentido amplio, entendida como proceso globalizador de toma de decisiones (véase tabla 4). En concreto, planificar consiste en utilizar técnicas y visión lógica para establecer objetivos y acciones. No obstante, el concepto planificar tiene significado por sí mismo, tal como lo demuestra su uso generalizado; esta palabra es referida en términos operativos a dos acepciones distintas

En definitiva, la “planificación” puede ser entendida como una política del Estado para conseguir un desarrollo turístico sostenible o bien como un instrumento metodológico, de uso público o privado, para alcanzar objetivos turísticos a través de un proceso estructurado de medidas

Tabla N°4

ETAPAS BASICAS EN LA GESTION TERRITORIAL

Legislación	Definir los objetivos y los instrumentos de gestión territorial turística
Planificación	Elaborar y aprobar planes que definan las características del modelo territorial proyectado al futuro
Ejecución	Transformar la realidad de acuerdo con las determinaciones de los planes.

Fuente: Font 1998
Elaboración propia

1.3.5 Planificación Estratégica

Para García, J (2015) define a la planificación estratégica como una herramienta que facilita a las organizaciones prevenir algunas situaciones que se presentan en el futuro, logrando con ello a dirigir sus esfuerzos hacia metas veraces, siendo necesario para ello conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación.

A través de la planificación estratégica es posible que las instituciones puedan identificar las causas principales de algún problema, permitiendo tomar las acciones correctivas de forma inmediata minimizando el margen de error o desviaciones en el logro de objetivos y metas planteado por la institución.

Dentro de las acciones que se pueden realizar con la planeación estratégica tenemos:

- Establece los puntos de la planificación.
- Direcciona de forma correcta la misión, visión y objetivos de las instituciones
- Hace posible elaborar un programa de trabajo consistente y coherente que contemple objetivos, metas y recursos correctamente establecidos.

Figura N°18

**PARA REALIZAR UNA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA SE PUEDEN
APLICAR LOS SIGUIENTES PASOS:**



Fuente: García, J (2015)
Elaboración propia

Por otro lado, el planeamiento estratégico mantiene una estrecha relación con la precaución, con la prevención a los cambios, anticipación a los eventos futuros, con la intención de lograr el beneficio de un destino. Si bien es cierto los administradores de la gestión no pueden adivinar los cambios del futuro, sin embargo, pueden emplear herramientas de planeación para determinar objetivos concretos y correctamente direccionados estableciendo estrategias y el uso de los recursos necesarios para obtener los resultados esperados (Ander -Egg, 2007; Aramayo, 2006; Armijo, 2009; Medina Vásquez y Oortegón, 2006).

1.3.6 Planificación Turística

Duis, U. (2007), La planificación turística es una acción que se produce sobre el conjunto de elementos del hecho turístico, haciendo referencia tanto a la planificación en el aspecto económico y territorial.

Esta aproximación de conjunto, integral, de la planificación parece la más adecuada, por cuanto el espacio, la variable territorial, desempeña un papel determinante, singular, en los procesos de producción-consumo turísticos, sin olvidar que el propio lugar o destino es “producto” turístico. (p.64).

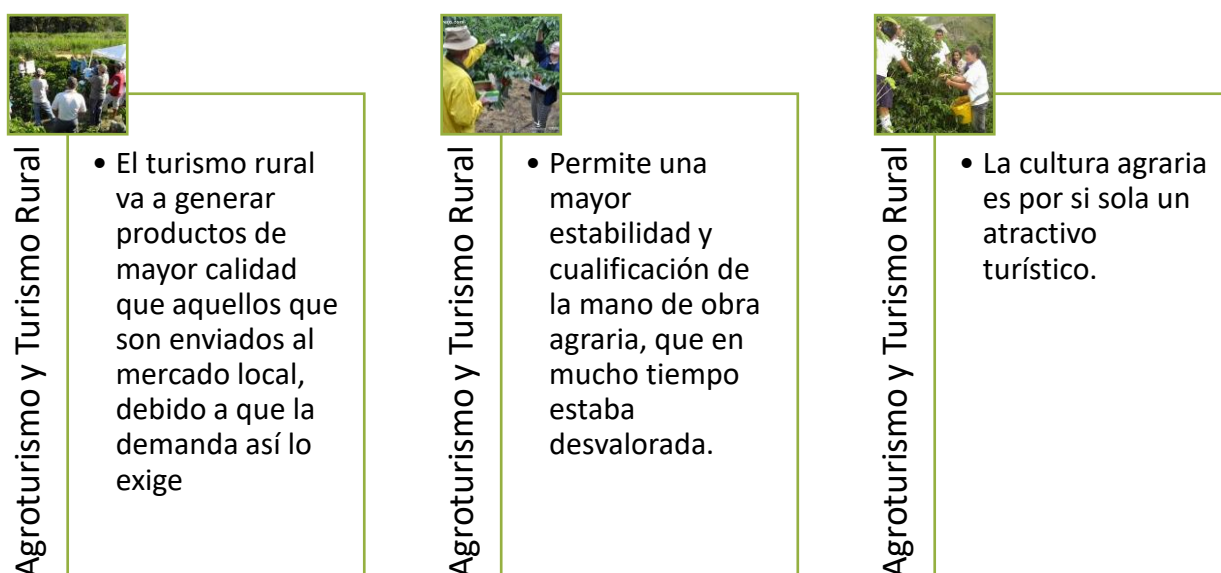
1.3.7 Agroturismo

Según Pulido, Juan (2011), es necesario contar con un espacio para la realización de la actividad agrícola lo que permite cumplir con la función productiva, sin descuidar las funciones territoriales o de espacios y ambientales. Luego de la aplicación de estas funciones se subdividen dos

acciones de mucha importancia: la repercusión del sistema agrario en la calidad de la oferta recreativa y la capacidad de la agricultura para crear paisaje. La integración de dos actividades “turismo y agricultura en un espacio rural” juegan un papel importante hoy en día, logrando reacciones positivas en los destinos, los pobladores locales, y turista porque:

Figura N °19

AGROTURISMO Y EL TURISMO RURAL



Fuente: Mercados de origen y destinos competidores del turismo rural español. 2011
Elaboración propia

Por lo tanto, el agroturismo es una tipología de turismo rural, en donde el turista participa de tareas agrícolas y preparación de alimentos utilizando métodos artesanales, y posteriormente el consumo de los mismos, que llaman mucho la atención y generan gran demanda el día de hoy.

Según Guerrero (2013), en lo que respecta a su vertiente económica del agroturismo como actividad, muy a parte de la cifra de negocios

correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restauración, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- La puesta en valor del patrimonio cultural y arquitectónico
- La acción de reavivar la economía local
- Mercantilizar de forma directa de los productos agroalimentarios y artesanos
- Divulgación del rol de la mujer en el medio rural
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad
- Intercambio cultural-urbano
- Trasmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad

1.3.8 Desarrollo Sostenible

Informe Brundtland (1987), afirma que el desarrollo sostenible es el aquel que satisface las necesidades existentes sin exponer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades. Luego de esta definición del Informe Brundtland el término “*desarrollo sostenible*”, será interpretado por diferentes instituciones quienes en el mismo documento expresarán su propia definición, como es el caso de:

La Unión Mundial de la Conservación (Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas y Fondo Mundial de la Naturaleza, 1991), define al desarrollo sostenible como una actividad que implica la mejora de la calidad de vida dentro de los límites de los Ecosistemas.

Por otro lado, el Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI) (1994), lo define de otra manera: aquella actividad que brinda servicios ambientales, sociales y económicos básicos a todos los miembros de una comunidad sin poner en riesgo la viabilidad de los ecosistemas naturales, construidos y sociales de los que depende la oferta de servicios y productos turísticos.

Podemos resaltar que la sostenibilidad implica brindar un servicio o producto que no compite en el mercado en aspectos de imagen, presentación o empaque, sino más bien provee bienes y servicios que reducen y ahorran consumo, energía, gasto de distribución, y anticipen efectos económicos, desgastes físicos, contaminación atmosférica y otras formas de daño ambiental, fomentando la actividad con cuidado y respeto a los recursos con los que cuenta el destino a visitar.

Es necesario acotar que sea cual sea el concepto que se emplee o se proponga, lo más importante y veraz, es que, es un concepto asociado a una reflexión económica y ecológica, su término apareció luego de la identificación de una necesidad de un mejor grado de incidencia del desarrollo económico sobre el medio natural y social, con la intención de redirigir las actividades logrando dicha sostenibilidad. Sin embargo, en la actualidad este término está siendo empleado de forma insustancial por los gobiernos, empresarios y ciudadanos que con frecuencia lo usan para sustentar proyectos y comportamientos insostenibles.

Por ello es necesario esclarecer el término, para una adecuada puesta en práctica, en el aspecto económico presupone la idea de crecimiento limitado de la producción y se refiere a los agregados monetarios homogéneos de esa producción. En el aspecto de sostenibilidad hace referencia a aspectos físicos de producción singular y heterogénea que van a ser sostenibles siempre y cuando se realicen respetando los principios de funcionamiento de los ecosistemas naturales y sin generar un perjuicio o daño.

En la Guía de conocimiento sobre desarrollo sostenible (2015), resalta la participación de los actores sociales y sus posiciones ante el desarrollo sostenible, mencionando la existencia de una crisis ecológica originada por la sociedad, para exista desarrollo sostenible se solicita la participación de los ciudadanos.

Es ahí donde resaltamos que las comunidades no son homogéneas, están formadas por diferentes actores, quienes cumplen diversas funciones dentro de su estructura social como comunidad; Uno de los actores en mención son las autoridades públicas de los gobiernos locales, los cuales por pocas excepciones y en la mayoría de casos, no conocen los principales términos relacionados a los principios básicos del desarrollo sostenible y cuál debe ser su participación.

Es posible que bajo el porcentaje de desconocimiento que muestran, asumen implícitamente planes de sostenibilidad relacionados básicamente con la conservación de los espacios naturales (por ejemplo, parques y jardines o,

incluso, los cultivos agrícolas intensivos, que son, a todas luces, ecológicamente insostenibles), con la limpieza de las ciudades, y con la disminución del ruido, sin embargo los expertos en el tema, dan fe que es necesario contar con mayor información, nuevas estrategias y métodos para aplicar el desarrollo sostenible.

Los actores denominados “ciudadanía”, excluyen a pocos ciudadanos ligeramente interesados en temas de desarrollo sostenible y usualmente relacionados de algún modo con las empresas con el movimiento social ecologistas, desconocen de un buen concepto del desarrollo sostenible, no muestran interés en participar de actividades relacionadas al término.

Sin embargo, para realizar una aseveración de esta índole, la presente guía afirma que se han realizado una serie de encuestas, las cuales dieron por resultados, que se ha producido un avance muy notable en la sensibilidad ecológica de los individuos, pero tal sensibilidad se ciñe a la adhesión afectiva a valores muy genéricos y confusos de carácter ecologista, los cuales deben ser mejorados para que los actores apliquen correctamente las estrategias para incrementar el desarrollo sostenible en su localidad.

Lamentablemente esta adhesión no va acompañada de una dimensión cognitiva de un conocimiento exacto sobre los problemas medioambientales, sus causas, las responsabilidades y las medidas de corrección necesarias para reducir el margen de impacto negativo, como tampoco afecta, en el nivel de las conductas, a un cambio en los comportamientos cotidianos; ni repercute de

manera significativa en la participación en asociaciones ecologistas ni en las actividades colectivas organizadas por tales asociaciones.

Tabla N°5

CRITERIOS AMBIENTALES Y SOCIALES DE SOSTENIBILIDAD

-Concebir la ciudad como ecosistema, integrando a aspectos económicos, sociales y ambientales.
-Asumir la gestión ambiental como una responsabilidad compartida entre instituciones y entre entidades y sociedad civil.
-Impulsar la participación ciudadana, con objetivos de elevar la calidad de vida comunitaria.
-Limitar el uso de los recursos naturales y la generación de residuos nocivos utilizando indicadores de sostenibilidad.
-Promover los flujos de información manteniendo a la vez la identidad cultural.
-Potenciar el consumo sostenible, racionalizado para vivir mejor.
-Fomentar la educación ambiental.

Fuente: Jiménez Herrero, L. M. (1997). *Desarrollo sostenible y economía ecológica*.

Elaboración propia

En base a la tabla N°5, debemos tomar en cuenta cada uno de los criterios propuestos el Jiménez Herrero, sin embargo es de vital importancia reconocer que un cambio de mentalidad en los actores de la actividad es algo lento y difícil, por tal motivo se requiere afianzar unos nuevos valores, siendo necesario contar con los programas educativos y divulgativos que fomenten

mucho interés por dar a conocer ejemplos de actuaciones sostenibles, promover declaraciones públicas y compromisos políticos, como también desarrollar programas que se propongan para fomentar este tipo de desarrollo.

Para lograr la sostenibilidad del medio ambiente es prioritario que los recursos naturales se consuman de forma astuta, amparando a los ecosistemas complejos de los cuales depende nuestra supervivencia. Se debe tener en consideración que no lograremos la sostenibilidad con los modelos de consumo actuales, debido a que hay evidencias de que los suelos se está degradando, las especies de animales y vegetales están desapareciendo a un ritmo sin precedentes, los cambios climáticos han producido una elevación del nivel del mar, ha generado sequias e inundaciones, perdiendo gran variedad de fauna y flora, que no podremos recuperar.

1.3.9 Ecoturismo o Turismo Ecológico

Couillaud, (2006) define ecoturismo como:

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consiente de viajar o visitar áreas naturales relativamente, sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestre) de dichas áreas...a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales (p.14).

Por su parte Del Cid, A. (2013), en su publicación Desarrollo territorial basado en una estrategia de turismo ecológico y cultural, San Juan Comalapa, Chimaltenango, Guatemala CA, señala que los grandes sectores de la sociedad identifican cual es la importancia de los ecosistemas naturales como parte del patrimonio, como protegerlos y respetarlos, sin olvidar el compromiso de inversión en el financiamiento para su adecuada conservación.

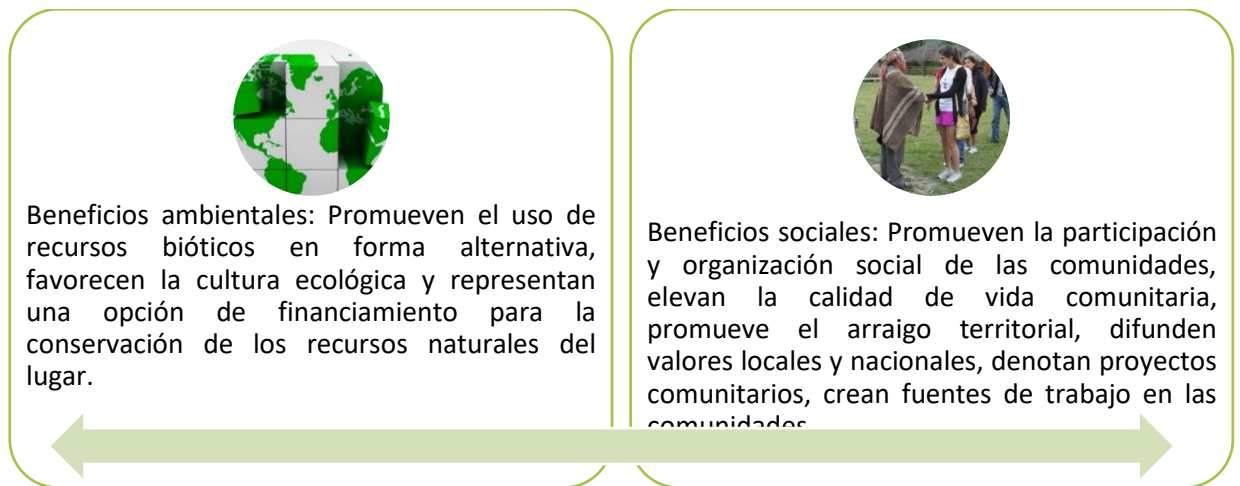
De esta manera se logra asegurar el caudal de los bienes y servicios ambientales promovidos por los ecosistemas, los cuales permitirán cubrir costos en diferentes rubros, como:

- ✓ Costos de indemnización también denominado costo de compensación a limitaciones o transformación en los derechos de propiedad.
- ✓ Costos de oportunidad de usos alternativos del territorio y sus recursos
- ✓ Costos de control, uso y acceso
- ✓ Costos de transacción y negociación en el establecimiento de áreas naturales protegidas y en su desarrollo institucional.
- ✓ Costos de manejo administrativo y vigilancia, y financiamiento a proyectos de uso sustentable.

Del Cid (2013) hace mención de los beneficios que el turismo alternativo genera, los cuales se pueden ser de tipos:

Figura N° 20

BENEFICIOS DEL TURISMO ALTERNATIVO



Fuente Del Cid (2013)
Elaboración Propia

1.3.10 Circuito Turístico

Es la articulación ordenada y priorizada de los atractivos turísticos con los que cuenta un destino buscando la máxima satisfacción del turista. La actividad turística va adecuándose a las nuevas tendencias del mercado no vemos en la necesidad de definir circuito turístico según los autores.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, lo define como un conjunto de una variedad de destinos, que al unirlos de una forma articulada y programadas, dan como final un producto denominado circuito, para ello necesitamos recursos naturales, culturales como también los recursos humanos, sin dejar de lado los servicios que se deben ofrecer al turista. Por otro lado, para Duarte y Fernández, (2007), el concepto de circuito turístico se entiende por el enlace de varios puntos de interés y los servicios que incluye un determinado recorrido, este concepto es empleado en diferentes regiones y o distritos, no solo en el distrito de estudio en el presente trabajo de

investigación, se busca integrar el desarrollo de algunas áreas que por varias razones se encuentran rezagadas.

1.3.11 Producto Turístico

Es el conjunto de servicios y bienes que se ofrecen con el objetivo del lograr la máxima satisfacción y cumplir con las expectativas del turista. La prestación de servicios de refleja en las actividades que el turista o consumidor puede desarrollar en el destino a visitar. Los componentes básicos del producto turístico son: las facilidades, los atractivos, y el acceso. Es conveniente contar con políticas de desarrollo que permitan que los destinos rurales cuenten con inversiones de proyectos turísticos que favorezcan a estos destinos para que cuenten con productos turísticos (Leiva, 1997, citado en Hamann, 2016, p.74).

Lo principal del producto turístico, son los atractivos, razón de ser del viaje, y se configura como la oferta principal, complementado con los servicios para su disfrute y confort, que constituyen la oferta secundaria, por tanto, se compone de elementos materiales e inmateriales, que en conjunto se ofrecen a un mismo precio y en un solo acto de compra.

Por otro lado, “consiste en la integración de los atractivos turísticos, equipamiento turísticos e infraestructura, los bienes y servicios de apoyo, la gestión que desarrollan los actores involucrados en la actividad turística, la imagen del destino y el precio” (Leiva, 1997, citado en Hamann, 2016, p.74).

1.3.12 Turismo Interno

Según MINCETUR, considera que el turismo interno es aquel que realizan los residentes en el Perú los cuales se trasladan fuera de su entorno habitual por un tiempo determinado menor a un año y dentro del país, por diferentes motivaciones, excepto temas laborales, nuevos lugares de residencia, u obligaciones remuneradas. En base a la definición presentada, MINCETUR en el 2013 realizó la encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR) realizada en septiembre 2012 a agosto 2013. En la mencionada encuesta se identificó que:

Durante el periodo de aplicación de las encuestas (septiembre 2012 a agosto 2013), se obtuvo como resultado que el 33,3% de la población del Perú a nivel nacional, desarrollo viajes de tipo turismo interno, mientras que el 41,7% hizo excursionismo interno, dato importante para el turismo rural comunitario, teniendo presente que existen diferentes destinos al interior del país, algunos cercanos a Lima como San Mateo de Huanchor, que cuentan con las características necesarias para el desarrollo de la actividad, lo cual evidencia que es recomendable contemplar la iniciativa de desarrollo de la potencialidad del turismo del turismo interno.

En ese sentido, la encuesta ENVIR destacó que, en el departamento de Lima, el 39,2% de la población efectuó por lo menos un viaje por turismo al interior del país, y un 30,2% lo hizo la población del resto de departamentos. De igual forma, más de la mitad de la población del departamento de Lima (52,0%) realizó excursionismo y en el resto de los departamentos lo hizo el 36,5%.

Demostrando el aporte del turismo del turismo interno en la economía nacional en la actualidad.

MINCETUR (2013), en la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes identifica las características del turismo interno.

Tabla N°6

ENCUESTA NACIONAL DE VIAJES DE LOS RESIDENTES

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO INTERNO
Los principales departamentos visitados por los residentes nacionales fueron Lima, Arequipa, Junín, Piura, La Libertad, Ancash y Ayacucho
El 32,8% de los turistas residentes en Lima visitó las provincias de su mismo departamento.
El gasto promedio por persona durante el viaje a nivel nacional fue de S/ 360.
El 69,6% de los turistas internos se hospedaron en viviendas de familiares y amigos.
El 94,9% viajó haciendo uso del transporte terrestre, siendo el de mayor demanda el transporte interprovincial en 90,0%.
El 96,9% de los turistas internos organizó el viaje por su cuenta
Entre setiembre 2012 y agosto 2013, el 41,7% de la población del Perú, realizó viajes por excursionismo interno.
El 72,1% de los excursionistas residentes en el departamento de Lima, prefirió visitar los lugares ubicados en la provincia de Lima.
El gasto promedio por persona fue de S/ 89 durante la visita del día
Durante setiembre 2012 y agosto 2013, el 33,3% de la población del Perú viajó por turismo interno.

Fuente Mincetur (2013)
Elaboración propia

1.3.13 Perfil del vacacionista nacional que visita Lima 2017

Figura N° 21

PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO

Lima - 2017	
I. Perfil demográfico y socioeconómico	
Sexo	Total %
Femenino	56
Masculino	44
Total 100%	
Edad	Total %
18 a 24 años	18
25 a 34 años	24
35 a 44 años	25
45 a 64 años	33
Promedio (en años)	38
Mediana (en años)	38
Total 100%	

Fuente y elaboración Promperu 2017

En la figura N°21, podemos notar que en base al perfil demográfico y socioeconómico de los turistas que visitaron Lima, el 56% es de sexo femenino, frente a un 44% del sexo masculino, lo cual demuestra que hay más interés por parte de las mujeres en realizar actividades turísticas. Por otro lado, la edad media de mayor movilización para el turismo, turistas de 38 años de edad, asumimos que son personas que cuentan con empleos, que en algunos casos tienen familias con hijos, que deciden hacer turismo como parte de sus actividades.

Figura N° 22

PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO

Estado civil	Total %
Forma parte de una pareja (Casado, conviviente)	64
No forma parte de una pareja (Nunca casado, divorciado, separado, viudo, soltero)	36
Total 100%	

Nivel socioeconómico	Total %
A/B	46
C	54
Total 100%	

Grado de instrucción	Total %
Primaria completa / Secundaria incompleta	1
Secundaria completa / Superior técnica incompleta	34
Superior técnica completa / Superior universitaria incompleta	44
Superior universitaria completa	20
Post grado / Maestría	1

Fuente y elaboración Promperu 2017

En la figura N°22, podemos identificar que en base al perfil demográfico y socioeconómico de los turistas que visitaron Lima, que el estado civil de los turistas que realizaron turismo interno es de 64% de casados o convivientes, y un 36 % de turistas que no forman parte de una pareja, esta información demuestra que existe una mayor valoración e interés por parte de las familias en compartir tiempos familiares en viajes de turismo.

Respecto al nivel socio económico, la encuesta da como resultado que el segmento C con un 54%, realizan más turismo interno, es decir que la inversión de la salida turística no es muy elevada, por eso deciden por aplicar turismo interno.

Por último, el grado de instrucción de los turistas con mayor porcentaje es técnica superior o universitario incompleta con un 44%, siendo turista que están motivados por aprender del destino turístico. Estas características se ajustan al perfil del turista potencial que se espera tener en el distrito en investigación: San Mateo de Huanchor.

Figura N°23

PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO

Sector donde trabaja	Total %
Soy trabajador independiente	35
Trabajo para el sector privado	31
Soy ama de casa	17
Soy estudiante	9
Trabajo para el sector público	6
Soy jubilado, cesante, pensionista	2
Total 100%	

Ocupación principal	Total %
Empleado en servicios, comercio, vendedor	34
Negocio Propio/Dueño de empresa	21
Profesional técnico	19
Profesional ejecutivo	9
Profesional Rango Medio	8
Obrero, artesano, agricultor	8
Trabajador independiente	1
Total 100%	

Tenencia de hijos	Total %
Si	61
No	39
Total 100%	

Fuente y elaboración Promperu 2017

En la figura N° 23, podemos identificar que en base al perfil demográfico y socioeconómico de los turistas que visitaron Lima, un 35% de los turistas entrevistados son trabajadores independientes, y el 31% de turistas entrevistados son trabajadores del sector privado, ambos segmentos de mercados son importantes para el desarrollo de estrategias en la potencialidad del turismo interno a través del turismo rural comunitario.

Otro dato resaltante de la encuesta es que, los turistas son empleados de servicio con un 34% y un 21 % cuentan con negocio propio, lo cual evidencia que ambos segmentos tienen nociones de atención al cliente, por ello es necesario que los destinos que oferten turismo cuenten con pobladores locales y personal capacitados en técnicas de atención al cliente, para maximizar satisfacción del cliente turístico. Es por ello que, para que se desarrolle el turismo rural comunitario en el distrito de San Mateo de Huanchor, se recomienda realizar capacitaciones a los actores de la actividad: proveedores, pobladores, y representantes del gobierno local. Con referencia al resultado de turistas con hijos en un 61%, es necesario contar con infraestructura y actividades en donde los niños puedan participar.

Figura N° 24

PERFIL DEMOGRÁFICO Y SOCIOECONÓMICO

II. Aspectos previos al viaje	
Motivador de viaje	Total %
Descansar / relajarse	32
Conocer nuevos lugares	22
Salir con la familia	21
Diversión	10
Conocer atractivos turísticos	9
Salir de la rutina	4
Conocer otras costumbres	2
Total 100%	
Medio que despierta interés en viajar	Total %
Comentarios y experiencias de familiares y amigos	49
Programas de televisión sobre viajes / reportajes	20
Internet / páginas Web	18
Publicidad en TV	8
Artículos en diarios o revistas	5
Total 100%	
Aspectos que toma en cuenta para elegir un lugar para viajar	Total %
Paisajes / naturaleza	50
Variedad de atractivos turísticos	38
Lugar tranquilo / sin bulla	27
Clima cálido	26
Lugar seguro	26
Precios económicos en los servicios (alojamiento, transporte, alimentación)	23
Tener familiares y amigos que vivan en el lugar	15
Clima seco	12
Buena comida / buena gastronomía	10
Corta distancia	8
Total múltiple	

Fuente y elaboración Promperu 2017

Los datos resaltantes del perfil del vacacionista nacional del 2017, nos permite comprender que existe un interés por conocer nuevos destinos nacionales, ya que contamos con una gran demanda interna, como parejas de esposos sin hijos con una edad promedio de 35 años quienes fuera de sus responsabilidades laborales y / o familiares deciden por vivir nuevas experiencias a través de sus viajes locales, en destino de naturaleza, paisajes,

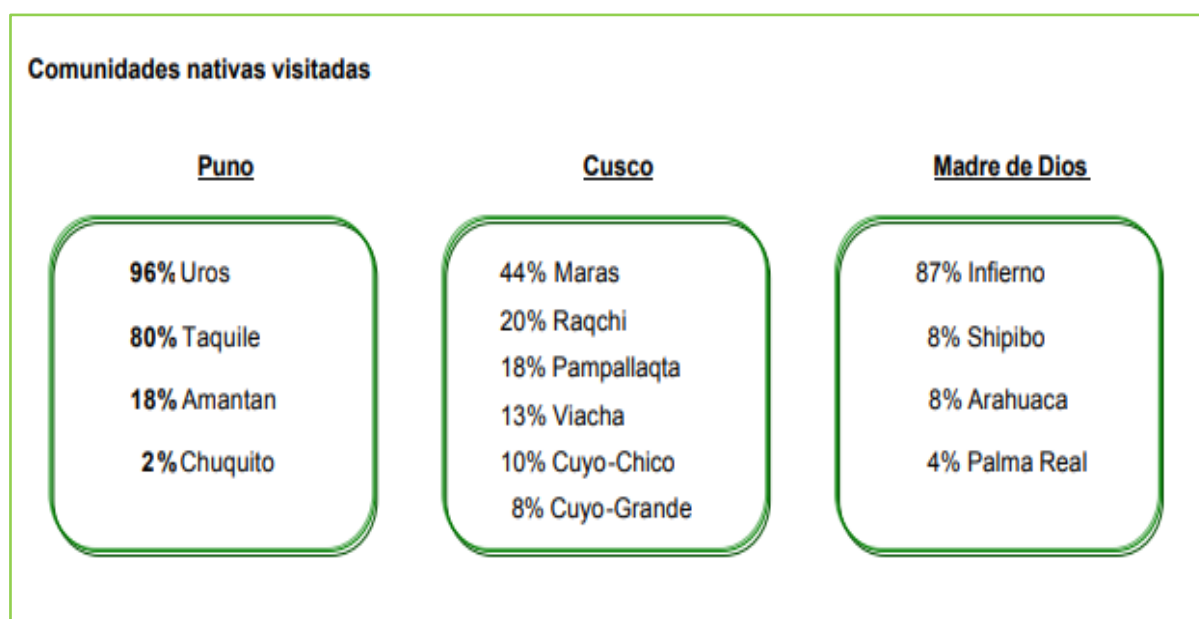
con variedad de atractivos y climas, con una inversión promedio, esta demanda sería la demanda potencial a la cual se proyecta el destino de investigación de la presente tesis, el distrito San Mateo de Huanchor.

1.3.14 Perfil del viajero que opta por el Turismo Rural Comunitario (TRC)

Referencia los destinos de: Puno, Cuzco y Madre de Dios

Figura N° 25

PERFIL DEL VIAJERO QUE OPTA POR EL TURISMO RURAL COMUNITARIO



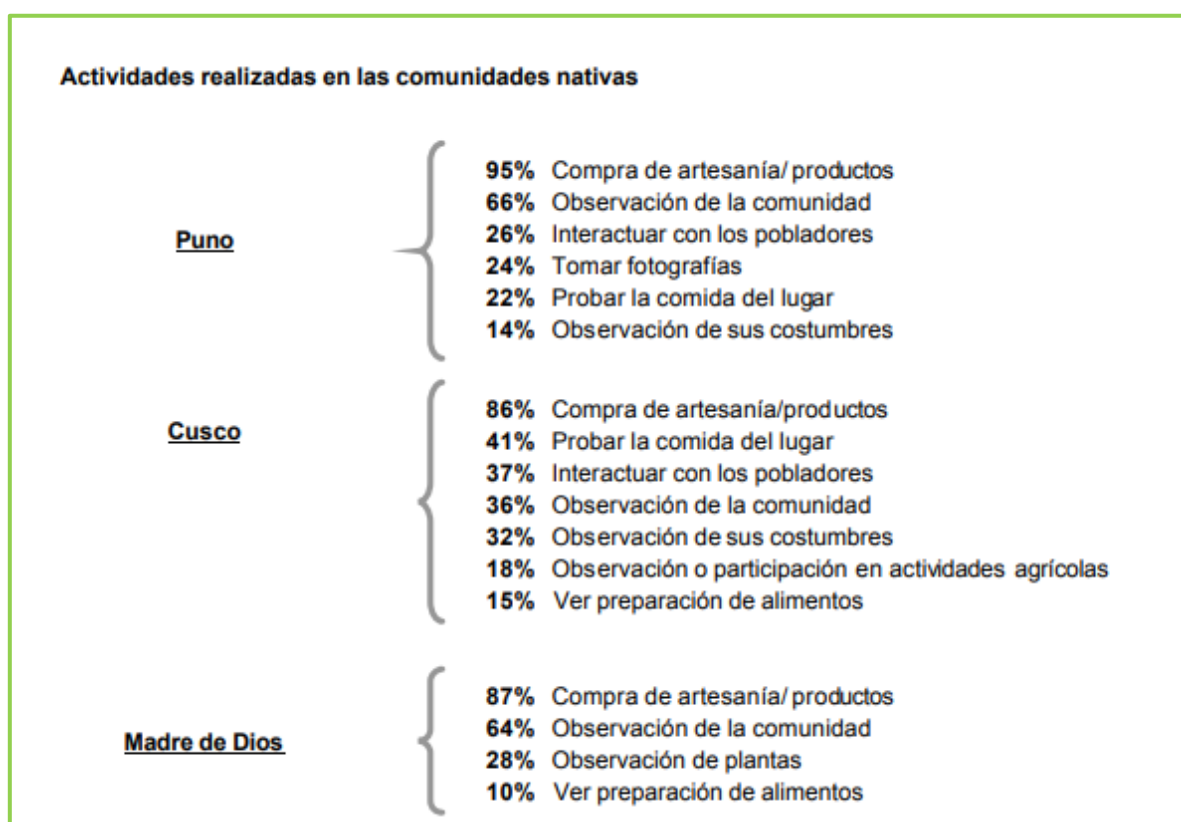
Fuente y elaboración Promperu 2017

Según Promperu,(2017), en el perfil del viajero que gusta del turismo rural comunitario, tiene como preferencia el destino de Puno, con un 96% de visitas a la comunidad de los Uros, y un 80% de visitas a la comunidad de Taquile, ambas comunidades andinas, conservar su valor cultural, costumbres, actividades agrícolas, ganaderas y textiles que son parte del producto turístico

que ofertan hoy en día, y que generan la demanda existente, logrando un desarrollo económico social y cultural para la comunidad.

Figura N° 26

**PERFIL DEL VIAJERO QUE OPTA POR EL TURISMO RURAL
COMUNITARIO**



Fuente y elaboración Promperu 2017

Según Promperu,(2017), en el perfil del viajero que gusta del turismo rural comunitario, las actividades más resaltantes que realizan los turistas al visitar las comunidades presentadas en esta investigación son: compra de artesanía, observación de la comunidad, interactuar con los pobladores a fin de conocer su historia, cultura y estilo de vida tan singular, observar y aprender de la preparación de algunos platos típicos para su posterior degustación, entre otras

actividades no menos importantes, esta información aporta a la presente investigación, respecto que en el destino San Mateo de Huanchor, también pueden realizar estas actividades luego de una propuesta de planificación del turismo interno por medio del turismo rural comunitario.

Figura N° 27

ASPECTOS QUE MOTIVAN A VISITAR COMUNIDADES

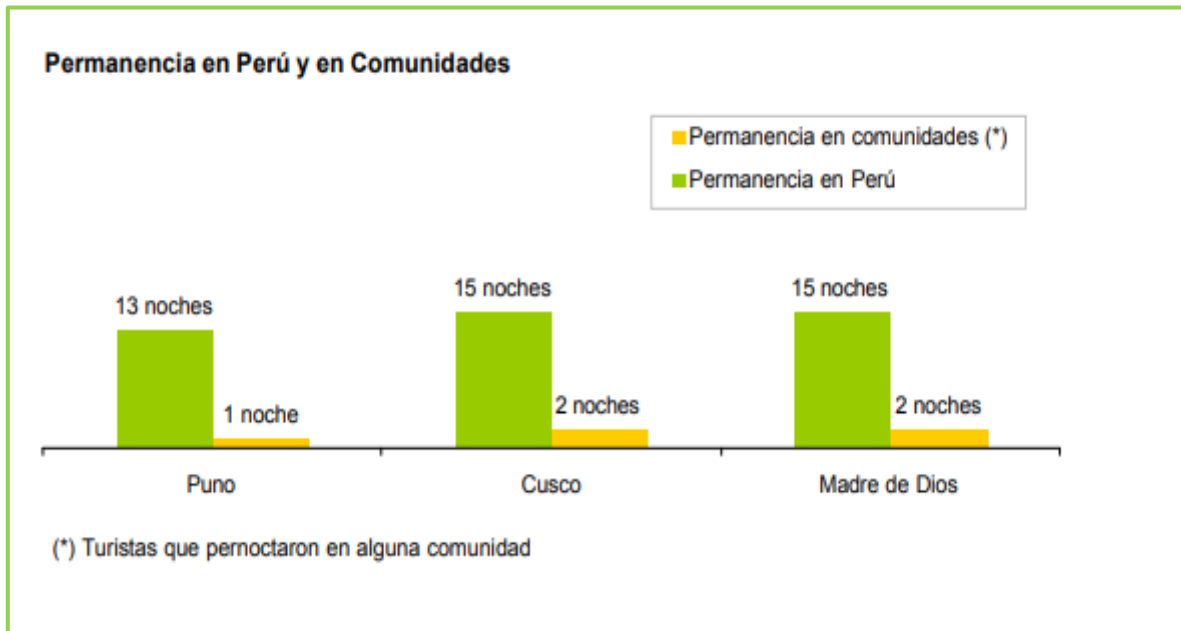
Aspectos que motivarían a visitar comunidades nativas en un viaje por vacaciones, recreación u ocio			
	Puno	Cusco	Madre de Dios
	%	%	%
Conocer nuevas culturas y costumbres	80	87	65
Tener contacto con la naturaleza/ paisajes	22	12	11
Interactuar con los pobladores	20	25	32
Observar y conocer su forma de trabajo	15	36	11
Conocer la gastronomía de la comunidad	9	27	10
Total Múltiple			

Fuente y elaboración Promperu 2017

Según Promperu, (2017), en el perfil del viajero que gusta del turismo rural comunitario, lo que más motiva al turista a visitar las comunidades nativas es conocer nuevas culturas, sus costumbres, tener contacto con la naturaleza y disfrutar de los paisajes, características con las que cuenta también San Mateo de Huanchor.

Figura N° 28

PERFIL DEL VIAJERO QUE OPTA POR EL TURISMO RURAL
COMUNITARIO

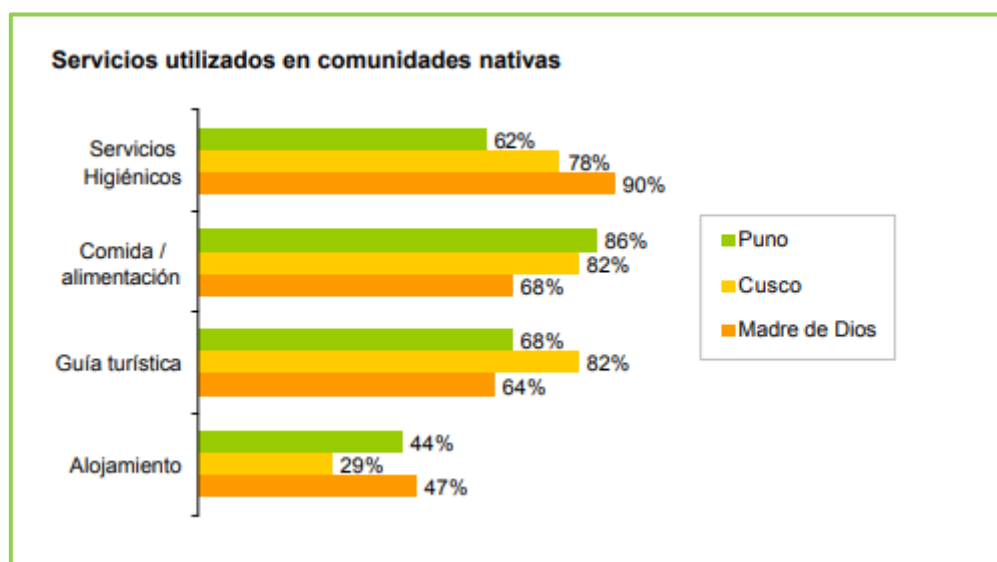


Fuente y elaboración Promperu 2017

Según Promperu, (2017), en el perfil del viajero que gusta del turismo rural comunitario, en el caso de Puno, los turistas permanecieron en la comunidad de los Uros, solo una noche, en el caso de Cuzco dos noches y en el caso de Madre de Dios dos noches también. Se considera reevaluar las actividades que realizan los turistas que visitan las comunidades, para fomentar más noches de pernoctación y consumo, pero también es necesario reconocer que las comunidades necesitan mejorar su infraestructura y servicios, que perfeccione la oferta turística.

Figura N° 29

PERFIL DEL VIAJERO QUE OPTA POR EL TURISMO RURAL
COMUNITARIO



Fuente y elaboración Promperu 2017

Según Promperu, (2017), en el perfil del viajero que gusta del turismo rural comunitario, los visitantes solicitan los servicios básicos de alimentación, guiado turístico, y en menor porcentaje alojamiento, en diferentes porcentajes dependiendo del destino que visiten.

Figura N° 30

ACTITUDES RESPECTO AL TURISMO RURAL COMUNITARIO

Actitudes respecto al turismo rural comunitario (Opinaron estar "De acuerdo / Totalmente de acuerdo")			
	Puno	Cusco	Madre de Dios
	%	%	%
Me gusta participar de las prácticas agrícolas de las comunidades nativas que visito	67	57	70
Prefiero alojamientos rústicos que me permitan vivir a plenitud mi contacto con la comunidad	62	68	86
Siempre planifico mis viajes donde visitaré comunidades nativas	38	43	71
Mis visitas a comunidades nativas siempre han sido organizadas por una agencia de viaje	24	38	55
Solo pernocto en una comunidad nativa si cuenta con los servicios básicos	38	38	74
Total 100%			

Fuente y elaboración Promperu 2017

Según Promperu (2017), en el perfil del viajero que gusta del turismo rural comunitario, menciona que la actitud del visitante que realiza turismo rural comunitario, es muy buena debido a que disfruta de realizar tareas agrícolas juntamente con los pobladores, tienen como preferencia alojamientos rustico que les permiten experimentar el contacto con la comunidad, aunque un gran porcentaje menciona que pernocta en la comunidad siempre y cuando cuenten con los servicios básicos, lo cual es una debilidad que aun presenta esta tipología de turismo.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

En este capítulo determinaremos la metodología a emplear para la elaboración de la tesis.

La presente investigación se inicia con una descripción de la situación real del distrito de San Mateo de Huanchor, la cual permite reconocer la problemática existente y cómo afecta al desarrollo socio económico de la localidad. Para ello se acudió a información bibliográfica, observación de campo a través de las visitas al destino, con el objetivo de conocer sus inquietudes y opiniones sobre el desarrollo del turismo interno a través del turismo rural comunitario en el distrito de San Mateo de Huanchor.

1.1 Diseño Metodológico

La presente tesis se enmarca dentro del paradigma cualitativo de investigación social. El diseño que se tomará dentro de este es el de Investigación- Acción.

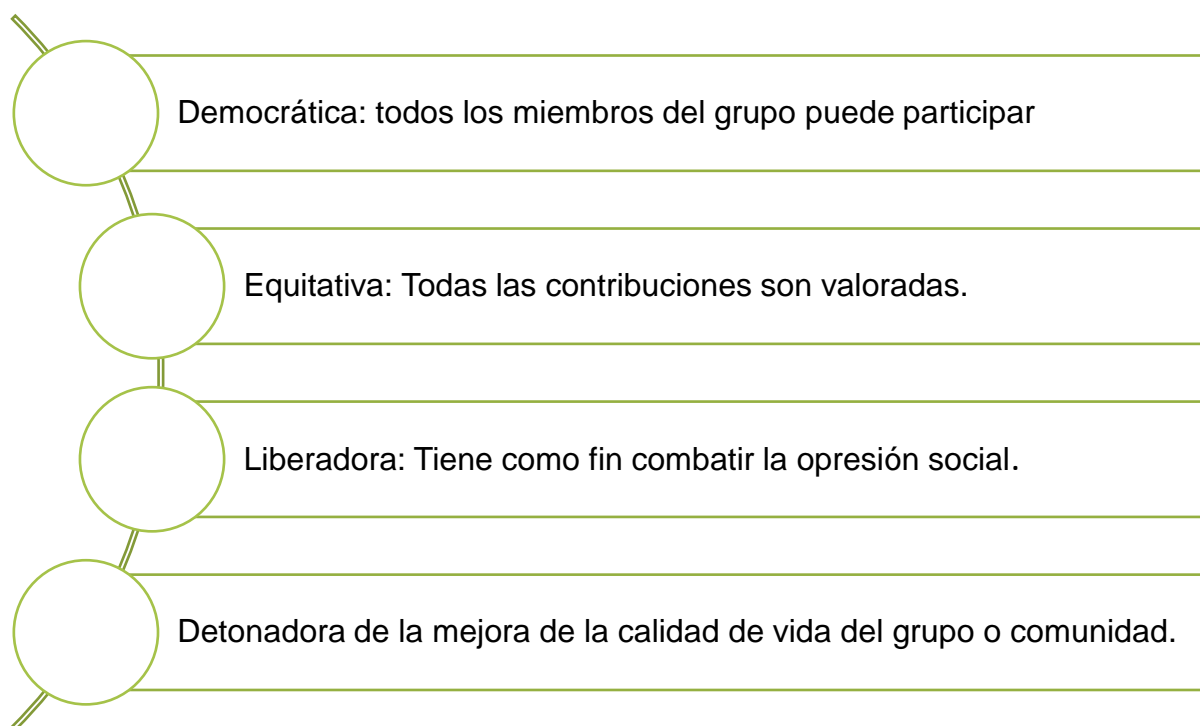
La Investigación-Acción tiene como objetivo “comprender y resolver problemáticas específicas de una colectividad vinculadas a un ambiente (grupo,

programa, organización o comunidad” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.496).

Sandín (2003, citada en Hernández, Fernández y Baptista, 2014), menciona que este diseño “pretende, esencialmente, propiciar el cambio social, transformar la realidad (social, educativa, económica, administrativa, etc.) y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación” (p.496).

Figura N° 31

CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO INVESTIGACIÓN-ACCIÓN:



Fuente: Stringer (1999, en Hernández, Fernández y Baptista, 2014).
Elaboración: Propia.

Según Stringer (1999, en Hernández, Fernández y Baptista, 2014), existe un proceso a seguir con este modelo de investigación.

Figura N° 32

PROCESO INVESTIGACIÓN – ACCIÓN



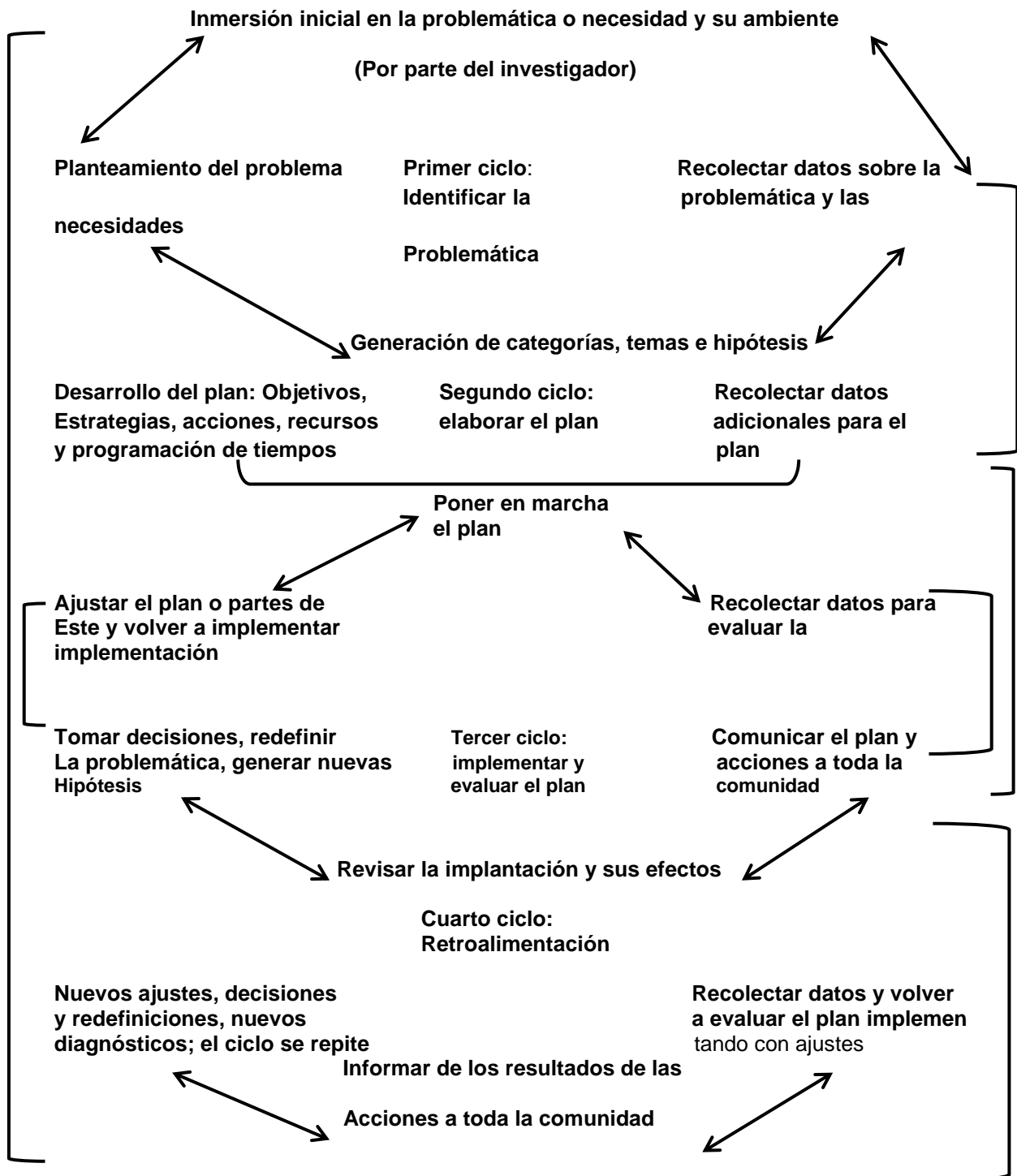
Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, 2014

Elaboración: Propia.

- ✓ Respecto a detectar el problema implica tener ideas claras, para ello es necesario diagnosticar los problemas existentes, pudiendo ser un problema social, una mejora en el proceso, o simplemente la necesidad de un cambio.
- ✓ Formulación de un plan o crear un programa que permita resolver el problema o dar inicio al cambio, para solucionar los problemas existentes.
- ✓ Implementar el plan o programa, evaluando posteriormente los resultados, y si es necesario corregir parte del programa a fin de lograr los objetivos determinados.
- ✓ Por último, la retroalimentación por medio de la cual obtendremos un nuevo diagnóstico y una nueva espiral de reflexión y acción.

Figura N°33

PRINCIPALES ACCIONES PARA LLEVAR A CABO LA INVESTIGACIÓN –
ACCIÓN



Fuente Fernández Collado Roberto. Metodología de la Investigación 2014
Elaboración propia

Como se observa en el gráfico anterior, para plantear el problema es necesario conocer a fondo su naturaleza mediante una inmersión en el contexto o ambiente, con el objetivo de comprender como ocurren los eventos, que tipo de eventos suelen ocurrir, identificar la problemática específica, las personas que tienen relación con la problemática, teniendo en cuenta que el término problemática es muy amplio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

1.2 Diseño muestral

Para la tesis se tomará, considerando los objetivos de estudio, un muestreo no aleatorio de tipo muestras por conveniencia. Debido a que buscamos conocer los puntos de vista y percepciones de informantes clave.

De acuerdo a Crespo, C y Salamanca, A (2007) del departamento de Investigación de FUDEN de NURE INVESTIGACION, sustenta que muestreo por conveniencia, se suele emplear al inicio de una muestra por conveniencia a la cual se denomina muestra de voluntarios, se aplica en caso que el investigador necesite que los probables participantes se presenten por sí mismos, como voluntarios. Si bien es cierto es muestreo es fácil y eficiente, no es uno de los preferidos por los investigadores porque que presenta cierto margen de error, debido a que en estos estudios la clave es extraer la mayor cantidad posible de información de los pocos casos de la muestra, y el método por conveniencia puede no suministrar las fuentes más ricas en información.

Sin embargo, el proceso de aplicación es fácil y económico, y según se va desarrollando permite pasar a otros métodos, a medida que se recolectan los

datos. Por estas razones, y en base a la poca información textual y evidencias de la actividad turística en el distrito de San Mateo de Huanchor, se decide emplear este muestreo para dar inicio, a manera que existan más datos estadísticos e investigaciones del destino, se podrá emplear nuevas formas de muestreo.

Tabla N°7

DESCRIPCIÓN Y CONFORMACIÓN DEL MUESTREO

INSTRUMENTO	POBLACIÓN	MUESTRA
Entrevista a expertos	<p>Personas expertas en marketing turístico y/o promoción turística, con experiencia en turismo rural comunitario.</p> <p>Vecinos de la comunidad con emprendimientos turísticos.</p> <p>Vecinos de la comunidad sin emprendimientos turísticos.</p> <p>Representantes de la municipalidad y gobierno local.</p>	<p>Se entrevistó a: Dra. Alejandra Rojas Rieckhof Mag. Tania Chávez Montes.</p> <p>Se entrevistaron 3 vecinos:</p> <p>Se entrevistaron 2 vecinos:</p> <p>Se entrevistaron 3 representantes:</p>
Focus group	Se entrevistaron a personas entre los 20 y 40 años que buscan realizar actividades turísticas alternativas. Además, estas personas suelen viajar dentro del Perú con intereses culturales y de naturaleza.	Se hicieron dos focus groups de 9 personas cada uno.
Observación participante	Se observaron aspectos relacionados a los parámetros de observación.	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos de la vida cotidiana, Estado de los atractivos y recursos turísticos (conservación y uso), • Características de las actividades rurales, • Implementación y condición de la planta turística y de la infraestructura • Participación de la superestructura • Comportamiento y participación de los turistas en el lugar.

Fuente Nure Investigación, nº 27, marzo-abril 07
Elaboración propia

1.3 Técnica de recolección de datos

1.3.1 Descripción de las técnicas

Se utilizaron para la recolección de datos las siguientes técnicas:

Entrevistas a expertos

Según Quintan, A. (2006) en su publicación Metodología de Investigación Científica Cualitativa menciona que esta técnica:

Implica la realización de varias sesiones con la misma persona. Se da inicio con una primera entrevista de carácter muy abierto, la cual parte de una pregunta generadora, amplia, que busca un primer relato no sesgado, que será el que servirá de base para la profundización ulterior. Se considera, en tal sentido, que la propia estructura, con que la persona entrevistada presenta su relato, es portadora en ella misma de ciertos significados que no deben ser alterados por la directividad del investigador, sobre todo al comienzo del proceso (p.70).

En la mencionada publicación, también indica que la entrevista en profundidad se da a través de una entrevista personal, directa y no estructurada (Mejía, 1999), en donde el investigador indaga de forma detallada logrando que el entrevistado se exprese libremente y minuciosa sus motivaciones, creencias y sentimientos sobre un tema. La técnica permite una interacción personal la cual posibilita un gran nivel de persuasión y armonía con el entrevistado, iniciando una relación sustentada en un clima de confianza donde fluye la confianza e

inclusive la información que normalmente se oculta o no se comparte con nadie, es decir, busca que el entrevistado hable sinceramente de lo que cree de sí mismo (Ricoeur, cit. por Kornblit, 2004).

El objetivo de esta técnica, es descubrir las razones del porqué de las actitudes y comportamientos del entrevistado, a fin de reconstruir el sistema cultural que origina la producción discursiva y aspectos no cognitivos de las personas como sus compromisos, afectos y emociones (Quintan, A., 2006, p.70).

Se realizaron entrevistas semiestructuradas con un guión que permitió orientar el desarrollo de estas, sin impedir que los entrevistados pudieran brindar datos extra a lo propuesto. Ello enriqueció el proceso de recolección de información. Para Denzin y Lincoln (2005, p. 643, tomado de Vargas, 2012) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador.

Entrevistas Semiestructuradas

Según los autores Denzin y Lincoln las entrevistas semiestructuradas presentan lineamientos a seguir para una adecuada investigación:

Tabla N°8

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Lineamientos de las Entrevistas semiestructuradas
- Es necesario que el investigador antes de la entrevista se prepare un guión temático sobre la información que necesita obtener del informante.
- El tipo de preguntas que se realizan son abiertas.
- El entrevistado puede expresar sus opiniones, matizar sus respuestas, e incluso desviarse del guión inicial pensado por el investigador, cuando se presenten temas emergentes que es preciso explorar.
- El investigador debe mantener la atención suficiente como para introducir en las respuestas del informante los temas que son de interés para el estudio, enlazando la conversación de una forma natural.
- Durante el desarrollo de la entrevista, investigador puede relacionar unas respuestas del informante sobre una categoría con otras que van fluyendo en la entrevista y construir nuevas preguntas enlazando temas y respuestas.

Fuente: Denzin y Lincoln (2005, p. 643, tomado de Vargas, 2012).
Elaboración propia

Las entrevistas se dividieron en las siguientes categorías

1. Personas expertas en marketing turístico y/o promoción turística, con experiencia en turismo rural comunitario. Se entrevistó a:

Dra. Alejandra Rojas Rieckhof: Doctora en Turismo. Magister en Marketing turístico y Hotelero. Especialista en sistemas hoteleros por de 20 años en instituciones académicas de nivel superior.

Mag. Tania Chávez Montes: Magister en Marketing Turístico y Hotelero. Docente de marketing en la Universidad de San Martín de Porres. Responsable del Área de Promoción Universitaria de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres.

2. Vecinos de la comunidad con emprendimientos turísticos. Se entrevistaron 3 vecinos

3. Vecinos de la comunidad sin emprendimientos turísticos. Se entrevistaron a 3 vecinos

4. Representantes de la municipalidad y gobierno local. Se entrevistó a:

✓ Christian Casimiro Cargo que ocupa: Asistente de Turismo de la municipalidad del distrito de San Mateo de Huanchor

✓ Jairo Bautista Cargo: Encargado de la Oficina de Turismo de la municipalidad del distrito de San Mateo de Huanchor

✓ Luz Caravantes Cargo: Mesa de partes de la municipalidad del distrito de San Mateo de Huanchor

B. Entrevistas Focus group

Según Hernández, R (2014), en la entrevista de focus group o también denominado entrevista de grupo de enfoque, existe un interés por parte del investigador por como del grupo de individuos seleccionados forman un esquema o se proyectan frente a un determinado problema a través de la interacción de los mismos (grupo de individuos).

El procedimiento a seguir consiste en reuniones de grupos de tres a diez personas, en donde los participantes debaten de temas de interés, en un ambiente relajado e informal, preparado por el observador previamente, bajo la dirección de un especialista en dinámicas grupales con el objetivo de generar y analizar la interacción entre ellos. Es recomendable que el moderador de las sesiones se encuentre capacitado para conducir de manera eficiente al grupo y lograr los resultados esperados.

En la presente investigación se entrevistaron a personas entre los 20 y 40 años que buscan realizar actividades turísticas alternativas. Además, estas personas suelen viajar dentro del Perú con intereses culturales y de naturaleza. Se hicieron dos focus groups de 9 personas cada uno.

Tabla N°9

AGENDA DE LA SESIÓN DE FOCUS GROUP

FECHA	SESION N°1
19/02/19	MODERADOR: ROSSANA DIAZ
	ACTIVIDADES
09:00	Revisar el salón
09:10	Seleccionar el materia visual del destino
09:20	Verificar el servicio de coffe break
09:30	Recibir a los participantes
09:45	Iniciar la sesión
11:15	Concluir la sesión
11:30	Entrega de souvenir a los participantes
11:45	Revisión de notas

Fuente Hernández, R (2014), Metodología de la Investigación
Elaboración propia

C. Observación participante

Según Hernández, R (2014), Metodología de la Investigación, la observación participante, se le denomina también autoseleccionada ya que las personas que participan se proponen como participantes voluntarios o en base a una invitación, la elección de los participantes depende de circunstancias muy variadas: la relación que tienen con el tema de investigación, el interés de los participantes.

El autor resalta la importancia de la preparación de los investigadores en la técnica de observación, debido a que este tipo de investigación no se limita al

sentido de la vista, sino también al empleo de todos los sentidos que permitirán captar todos los detalles del escenario observado.

Para Hernández, R (2014), Metodología de la Investigación existe un rol esencial del observador cualitativo

Tabla N°10

PAPELES DEL OBSERVADOR

No Participación	Participación Pasiva	Participación Moderadores	Participación Activa	Participación Completa
Por ejemplo, cuando se observan videos.	Está presente el observador, pero no interactúa.	Participa en algunas actividades, pero no en todas.	Participa en la mayoría de las actividades, sin embargo, no se mezcla completamente con los participantes, sigue siendo ante todo un observador.	Se mezcla totalmente, el observador es un participante más.

Fuente Hernández, R (2014), Metodología de la Investigación
Elaboración propia

Los propósitos de la observación cualitativa son:

- ✓ Explorar y describir medios ambientes comunidades, culturas y subculturas, interpretando significados y a los actores locales(pobladores)
- ✓ Entender los procesos relacionados a las personas y situaciones, experiencias y circunstancias

- ✓ Identificación de los principales problemas que afectan el desarrollo o crecimiento de la comunidad
- ✓ Realizar hipótesis para futuras investigaciones

Según Kawulich, B. (2005), define la observación como:

“La descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado” (p. 32).

Para realizar este tipo de observación se recomienda el empleo de equipos electrónicos para el registro de la información obtenida, cámaras fotográficas, grabadoras de mano, entre otros, que permitan un mejor registro de los datos obtenidos.

El autor menciona que existen aspectos relacionados a los parámetros de observación:

1. Aspectos de la vida cotidiana, estado de los atractivos y recursos turísticos (conservación y uso),
2. Características de las actividades rurales
3. Implementación y condición de la planta turística y de la infraestructura
4. Participación de la superestructura
5. Comportamiento y participación de los turistas en el lugar.

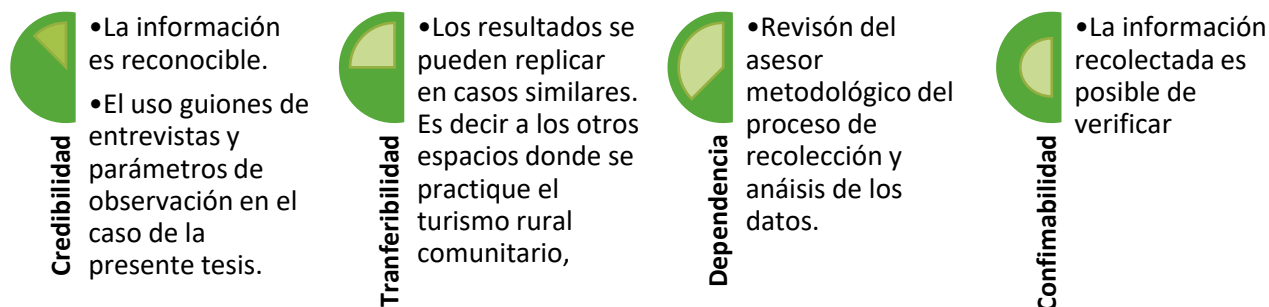
Todos los parámetros mencionados por el autor se pueden tomar en cuenta al realizar la observación participante en el destino motivo de investigación de la presente tesis.

1.3.2 Validez y confiabilidad de los instrumentos

En cuanto a la validez de los instrumentos de recolección, esta se definirá a través de la triangulación de los resultados y los criterios de confiabilidad de propuestos por Guba & Lincoln (1985).

Figura N°34

CRITERIOS DE CONFIABILIDAD CUALITATIVA



Fuente: Guba & Lincoln (1985)
Elaboración: Propia.

Tabla N° 11

CONSIDERACIONES DE CONFIABILIDAD DE LA TESIS

Criterio	Focus Group	Observación	Entrevistas a expertos
Credibilidad	Se hicieron focus groups para visitantes potenciales Guion de entrevista	Se hizo observación según los parámetros definidos en la metodología Matriz de observación	Se hicieron entrevistas a expertos en el tema Guion de entrevista.
Dependencia	Guion de entrevista	Criterios de observación	Guion de entrevista.
Confirmabilidad	Revisión de los criterios de observación por parte del asesor metodológico. Aplicación de la triangulación con la observación y entrevista.	Revisión externa del asesor metodológico. Triangulación de los métodos las entrevistas a expertos y los focus groups	Revisión externa del asesor metodológico. Triangulación con la observación y el focus groups
Transferibilidad	Guion de entrevista	Criterios de observación	Guion de entrevista.

Fuente y elaboración: Propias.

1.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Para el análisis de la información recolectada, se emplearon matrices de triangulación e interpretación.

1.5 Aspectos Éticos

En la presente investigación se respetaron los lineamientos éticos propios del quehacer científico y académico. Se respetó, además, la confidencialidad de los datos de los participantes cuando así se requirió.

Esta tesis aporta al cumplimiento del Código de ética de la OMT de manera que en el artículo 1: Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades, menciona:

1. El comprender y divulgar los valores éticos comunes de la humanidad, con tolerancia y respeto a la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales haciendo posible un turismo responsable. En donde los agentes del desarrollo turístico y los turistas demostraran atención y valoración a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, reconociendo su riqueza.

2. Se debe organizar actividades turísticas en sintonía con las cualidades y tradiciones de las regiones y países receptores, respetando sus leyes y costumbres.

3. El comportamiento de las comunidades receptoras y los agentes profesionales locales debe mostrando respeto a los turistas que los visitan, y a la vez deben estar informados sobre su forma de vida, sus gustos y sus expectativas, lo que permitirá brindar un mejor servicio. Cabe resaltar que la educación y la formación que se brinde a estos agentes “comunidades receptoras y los agentes profesionales locales” contribuirán a un recibimiento hospitalario de los turistas.

4. Las autoridades públicas deben cumplir con la misión de protección a los turistas y visitantes, tanto de su integridad física como de sus bienes, teniendo

mayor atención a la seguridad de los turistas extranjeros, por su particular vulnerabilidad. Para lograr esta misión se ven obligados a facilitar el establecimiento de medios de información, prevención, protección, seguro y asistencia específicos que correspondan a sus necesidades.

Todos los aspectos mencionados por el Código de Ética de la OMT mantienen relación con la investigación, respecto al tipo de turismo tema principal de la tesis.

En el artículo 3 del código de ética de la OMT: El turismo, factor de desarrollo sostenible hace hincapié a la necesidad de aplicar un turismo sostenible y menciona los siguientes aspectos que aportan datos resaltantes para la presente investigación:

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de proteger el medio ambiente y los recursos naturales de los destinos turísticos, para lograr un crecimiento económico sostenible y constante, por medio del cual se logre satisfacer de forma equitativa las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

2. Las entidades públicas nacionales, regionales y locales deben fomentar e incentivar el desarrollo turístico empleando diferentes estrategias que permitan un ahorro de recursos naturales en peligro de extinción pero que tienen un valor excepcional, como el agua y la energía, que eviten la producción de desechos.

3. Es necesario contar con una infraestructura adecuado al destino turístico y se programarán las actividades turísticas que cuiden el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre.

4. El ecoturismo y el turismo de naturaleza son formas de turismo que enriquecen y valoran el patrimonio natural y la población local que participan en la actividad

CAPÍTULO III

RESULTADOS

3.1 Análisis de instrumentos cualitativos

3.1.1 Entrevistas

a. Entrevistas a expertos

Respecto a la pregunta ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo del Turismo Interno?

Las expertas resaltan la importancia de la promoción turística en el desarrollo del turismo interno porque da a conocer el producto turístico nacional a los peruanos, incentivando así el turismo interno. Para ello se debe emplear estrategias de marketing turístico y lograr la difusión del destino, generando la participación del poblador local y del visitante.

Respecto a la pregunta ¿Cuál es la importancia de la promoción turística en el Desarrollo de Destinos Turístico? Las expertas consideran que es muy importante, a través de la promoción turística se puede dar a conocer el producto, empleando mediante campañas de promoción acorde a las tendencias del mercado locales o nacionales. De esta forma se fomenta el

turismo logrando que cada vez sea mayor número de viajeros y esto estimula a la mejora de la calidad y servicios que se brinden en el destino, así como al desarrollo de planes para mejora del destino. Como también su aporte en el posicionamiento, puesta en valor del destino, y oportunidades económicas teniendo presente la conservación y sostenibilidad del destino turístico.

Respecto a la pregunta ¿Qué herramientas de promoción serían las más recomendables para promocionar el distrito de San Mateo de Huanchor (DESCRUBIR SAN MATEO)? Las expertas mencionan:

- ✓ La publicidad en medios digitales y redes sociales dirigidas a un público objetivo
- ✓ La promoción de ventas con agencias de viajes en Lima que es el mercado emisor más grande que tiene cerca.
- ✓ Ferias turísticas con la intención de dar a conocer el destino y obtener el Patrocinio de empresas del sector privado

Respecto a la pregunta ¿Usted como experto, considera posible la promoción del sitio en su estado actual?

Las expertas consideran que sí es posible la promoción del sitio, siempre y cuando se desarrollen circuitos diversos, que tengan temáticas como: paisajismo y naturaleza, gastronomía y festividades o trekking y bicicleta de montaña, creando nuevas necesidades en los potenciales visitantes.

Respecto la pregunta ¿Qué opinan del Turismo Rural Comunitario (TRC), su importancia y aporte en la actividad turística? Las expertas opinan que el TRC es una modalidad de turismo que incluye a todos los actores de una comunidad, no solo los empresarios, sino a la comunidad en pleno, es la característica que le da mayor relevancia a este tipo de viaje, lo enriquece, y la óptica del visitante es más real y para la comunidad las ganancias se reparten de manera más equitativa. Para el desarrollo de esta actividad es necesario incluir la participación del poblador local debido que, mediante un adecuado uso de los recursos, se logre el conocimiento, realce y valoración del destino y desarrollar un turismo sostenible y lograr su posicionamiento.

Respecto a la pregunta ¿Cómo se lograría el posicionamiento del distrito de San Mateo de Huanchor? Las expertas recomiendan encontrar un elemento característico y diferenciado que tendrían que convertir en una marca a promocionar. Como también lograr la concientización turística local, posteriormente obtener el apoyo de entidades públicas (Promperú, Mincetur, MINCUL, etc) que favorezcan con la difusión y cuidado del destino y, de ser posible, contar con el apoyo de la inversión privada.

Respecto a la pregunta ¿Las estrategias de promoción se deben adaptar a cada segmento de mercado o pueda aplicarse una estrategia general con variaciones? Las expertas mencionan que cada estrategia de promoción debe ir dirigida a un segmento específico, de acuerdo a las necesidades y deseos de ese segmento. Por otro lado, al tratarse de un destino relativamente nuevo lo conveniente sería realizar variaciones a la estrategia general y dependiendo la respuesta de la demanda realizar los cambios necesarios.

Respecto a la pregunta ¿Qué habilidades y conocimientos deben tener la población local para promoción del distrito de San Mateo de Huanchor?

Las expertas consideran que la población local debe contar con:

- ✓ Conocimiento de su producto turístico
- ✓ Conocimiento de calidad e higiene, al brindar servicios
- ✓ Conocimiento de calidad en atención al visitante.
- ✓ Conciencia del beneficio que representa tener llegada de visitantes a su destino.
- ✓ Recibir capacitación de los organismos competentes a fin de poder brindar un buen servicio a los visitantes y poder estimular el desplazamiento de éstos hacia la zona
- ✓ Resaltar que los logros obtenidos por ellos serán en pro de la localidad.

b. Entrevistas a vecinos de la comunidad con emprendimientos turísticos.

Respecto a la primera pregunta de la entrevista: ¿La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas?

Los vecinos o pobladores del distrito de San Mateo de Huanchor, manifestaron estar interesados en recibir gustosamente al turista, mencionan que su destino cuenta con lugares hermosos: las diferentes lagunas, cataratas, y el cristo blanco, cuentan con fiestas costumbristas,

como la fiesta de las cruces que es muy tradicional. Resaltaron que ellos como comerciantes buscan la forma de cómo mantener a sus familias, por tal, al desarrollar turismo tendría una fuente de ingreso.

Respecto a la segunda pregunta de la entrevista: ¿La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el sitio?

Los vecinos o pobladores del distrito de San Mateo de Huanchor, están interesados en recibir capacitaciones, de cómo atender al turista, consideran que es una forma de mejorar tanto en el aspecto personal y como comerciantes.

c. Entrevistas a vecinos de la comunidad sin emprendimientos turísticos.

Respecto a la primera pregunta de la entrevista: ¿La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas?

Los entrevistados mostraron interés en que el distrito de San Mateo de Huanchor tenga actividad turística, incluso resaltaron que el gobierno local de la gestión 2018, no mostró iniciativa hacia la actividad, sin embargo, la gestión actual si están interesados en el turismo. La gestión actual ha ofrecido crear una página web de la municipalidad en donde publicaran todos los atractivos del destino. Sin embargo, los pobladores

manifestaron su preocupación por los cambios climáticos (lluvias y huaycos) que afectan la zona, y por ende afectarían la actividad turística.

Respecto a la segunda pregunta de la entrevista: ¿La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el sitio?

Los pobladores o vecinos del distrito de San Mateo de Huanchor, consideran que las capacitaciones son un apoyo para mejorar, para conocer la actividad turística. Resaltaron que están interesados en las capacitaciones en turismo y atención al turista.

d. Representantes de la municipalidad y gobierno local.

Respecto a la primera pregunta de la entrevista: ¿El gobierno local (Municipio), cuenta con algún Plan de Desarrollo Turístico?

La Municipalidad Distrital de San Mateo de Huanchor cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, pero esta inconcluso, le faltan datos para ejecutarlo.

Respecto a la segunda entrevista de la entrevista: ¿El gobierno Local está interesado en desarrollar actividades turísticas?

La Municipalidad Distrital de San Mateo si se encuentra interesado en poder desarrollar e implementar el turismo interno dentro del distrito, para promocionar el turismo interno

3.1.2 Focus Groups

Como resultado de las sesiones del focus group se concluye que a todos los participantes les interesa conocer el distrito de San Mateo de Huanchor. Las actividades que motivan a realizar la visita turística es practicar deportes de aventura como el trekking, degustar platos típicos y visitar centros culturales. Respecto a los platos típicos del destino, a la mayoría de los entrevistados les gustaría degustar cuy colorado y pachamanca. Aunque se evidenció un porcentaje menor de entrevistados que prefieren la patasca y caldo de gallina.

Todos los participantes del focus group mostraron interés en el tipo de turismo rural, lo cual favorece al desarrollo de la presente investigación debido a que existencia de turistas potenciales con intenciones por conocer las formas de vida de los pobladores San Mateinos. Respecto a la forma de viajes manifestaron que les gustaría viajar con amigos, algunos con parejas y con familia, que disponían de 2 a 3 noches para la visita, con un presupuesto de 200 a 300 soles.

3.1.3 Observación

Distrito de San Mateo – Provincia de Huarochirí

Ubicación

El distrito de San Mateo de Huanchor está ubicado en la Provincia de Huarochirí departamento de Lima en la cuenca alta del Río Rímac, a la altura del Km. 94 de la carretera central, a 3 horas y 30 minutos de la ciudad de Lima, en la Provincia de Huarochirí.

El distrito de San Mateo de Huanchor tiene sus orígenes en la cultura huarochirana, procedente de un conjunto de ayllus que en época del incanato se desarrollaron a ambas márgenes del río Rímac (según las evidencias arqueológicas de Cacray, Marcash, Rumar o Masak, Carcata y Tupihuaje). Sin embargo, el distrito fue fundado durante la época de la independencia republicana el 21 de septiembre de 1921, lleva el nombre San Mateo en homenaje al santo apóstol de Jesús y llevando también el nombre del Curaca que lideró la zona de Huanchor.

El distrito de San Mateo de Huanchor limita por el Norte con el distrito de Chicla y Carampoma, por el Sur con la cuenca del río Lurín (con el distrito de San Damián) y con la cuenca del río Mala (con los distritos de Juan de Tantaranché, Huarochiri y San Lorenzo de Quinti), por el Oeste con el distrito de Matucana y por el Este con la cuenca del río Mantaro (distrito de Yauli). En el plano urbano, San Mateo pueblo, como sede del distrito, es atravesado por el río Rímac dividiéndolo en dos barrios principales: San Mateo y San Antonio.

Figura N°35

MAPA DE LA PROVINCIA DE HUAROCHIRÍ



Fuente: Municipalidad Distrital de San Mateo, 2016

Figura N°36

MAPA DISTRITAL DE SAN MATEO



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016

Según la tesis de Licenciatura: Importancia del Plan Estratégico para promover el Desarrollo del Turismo Interno hacia el distrito de San Mateo, provincia de Huarochirí, 2017. El distrito de San Mateo de Huancho presenta la siguiente información geográfica y turística.

Vía de Acceso y distancias

La vía de acceso hacia el Distrito de San Mateo es la vía terrestre, partiendo de Lima hacia Chosica. Luego de Chosica se toman los buses hacia San Mateo.

1. Primera opción de la ruta a San Mateo de Huanchor es vía Javier Prado tomando el corredor azul 201 hasta Ceres, luego los buses con destino a Chosica (Jr. Arica), en donde se toman otros buses con destino a San Mateo de Huanchor. Tiempo aproximado de todo el recorrido 5 horas. Gasto promedio 15 soles
2. Segunda opción tomar los buses en la Av. Grau o plaza Bolognesi, los visitantes podrán tomar una camioneta con un costo de S/. 5.00 o de lo contrario tomar una minivan con un costo de S/ 7.00, el tiempo de recorrido hacia Chosica (Jr. Arica). Luego los buses hacia San Mateo de Huanchor. Tiempo aproximado de todo el recorrido 5 horas. Gasto promedio 15 soles.

Altitud y Clima

El clima de San Mateo de Huanchor es variado debido a las variables: altitud, latitud subtropical, circulación atmosférica, determinando que las características climáticas del área correspondan a un clima frío seco propio de la zona andina, con presencia de heladas moderadas entre mayo y octubre y precipitaciones entre diciembre y abril.

Área urbana y rural

En el distrito SMH el ámbito rural tienen una extensión aproximada de 361.84 Km² (36184.00 has, según Censo Agropecuario, 1994), que representa el (85) % del área total distrital; gran parte de esta área rural se dedica a la actividad agropecuaria, otra parte a actividades mineras. Por otro lado, el área urbana abarca una extensión de 63.76 Km² aproximadamente y representa el (15) % del área total distrital.

Tabla N°12

ÁREA URBANA Y RURAL EN EL DISTRITO SAN MATEO DE HUANCHOR

NOMBRE DE LA ZONA	ÁREA	CATEGORÍA
SAN MATEO	Urbano	Pueblo
MILLOTINGO	Urbano	Campo minero
PACOCOCHA	Urbano	Campo minero
HUAMUYO	Rural	Campo minero
YURACMAYO	Rural	Campo minero
MINA CORICANCHA	Rural	Campo minero
TAMBORAQUE	Rural	Otros
SAN JOSE DE PARAC	Rural	Anexo agropecuario
SAN MIGUEL DE VISO	Rural	Anexo agropecuario
CHOCCNA	Rural	Caserío agropecuario
TAMBO DE VISO	Rural	Caserío agropecuario
PACOTA	Rural	Caserío agropecuario
COLLATA	Rural	Caserío agropecuario
MAYOCO	Rural	Unid. Agropecuaria
SOCOCHA	Rural	Unid. Agropecuaria
OCATARA	Rural	Unid. Agropecuaria
ACHINCOCHA	Rural	Unid. Agropecuaria
QUISHCAPA	Rural	Unid. Agropecuaria
CARUYA	Rural	Unid. Agropecuaria
PORTILLO	Rural	Unid. Agropecuaria
HUAYCA	Rural	Unid. Agropecuaria
WARIPAMPA	Rural	Unid. Agropecuaria
MATIPARADA	Rural	Unid. Agropecuaria
AYAR ALTO	Rural	Unid. Agropecuaria
AYAR BAJO	Rural	Unid. Agropecuaria
CHANUYA BAJO	Rural	Unid. Agropecuaria
HUAQUECHA	Rural	Unid. Agropecuaria
PAUCACORRAL	Rural	Unid. Agropecuaria

Elaborado por ISAT (2004). Diagnóstico agropecuario del distrito de San Mateo de Huanchor
Provincia de Huarochiri

Recursos Naturales y Culturales

- Resto Arqueológico de Carcata
- Resto Arqueológico de Marcash
- Resto Arqueológico de Masak
- Resto Arqueológico de Huamurpa
- Cristo Blanco
- Laguna Puchus
- Laguna Rapagna
- Laguna Yuracmayo
- Nevado de Shayanca
- Nevado Sagrado del Pariakaka

Descripción de los restos arqueológicos

Según el Diagnóstico agropecuario del distrito de San Mateo de Huanchor Provincia de Huarochiri, 2004. En el aspecto cultural, San Mateo de Huanchor cuenta con zonas arqueológicas entre los que destacan Carcata, Marcash, Masak, Huamurpa, según algunas investigaciones y vestigios encontrados estas zonas arqueológicas pertenecieron a la civilización del pueblo de San Mateo, procedente de la época del incanato.

Lamentablemente se encuentran en estado de abandono y presentan un mal estado de conservación debido a la falta de interés por parte del gobierno local y la población.

La Municipalidad de San mateo de Huanchor no cuenta con un inventario de recursos turísticos, como tampoco con proyectos de desarrollo del turismo

interno. La intervención de las entidades gubernamentales (MINCETUR-PROPERU-CANATUR-MINISTERIO DE CULTURA), permitirían la valoración, protección del patrimonio cultural y natural del destino, logrando incentivar el turismo interno y un aprovechamiento adecuado de la actividad.

Comunidades de San Mateo de Huanchor

San Mateo de Huanchor cuenta con cinco comunidades: San Mateo, San Antonio, San José de Parac, San Miguel de Viso y Yuracmayo, tienen aparentemente un gran nivel de autonomía como dice el artículo 1 de la Ley Comunidades Campesinas 24656:

Declárese de necesidad nacional e interés social y cultural el desarrollo de las comunidades. El Estado las reconoce como instituciones fundamentales, autónomas en su organización, trabajo comunal y uso a la tierra, así como en lo económico y administrativo, dentro de los marcos de la Constitución, la presente Ley y disposiciones conexas (p. 2).

Comunidad de San Mateo

Cuenta con cuatro anexos identificados como Collata, Cacray, 3 de enero, Casapalca y Daza. Asimismo, la Comunidad Campesina de San Mateo no cuenta con un Plan definido de Trabajo en la actualidad. Sin embargo, se ha concluido una obra de irrigación en el sector de Wichucocha – Coto. Las organizaciones locales en San Mateo están representadas por; Comedores Populares (Daza, Marpa, Mayoc, San Mateo); Comités de riego (San Mateo,

Wuichucocha – Matapoma, Chaupe y Yanayacu); Juntas Vecinales (Yanamarca, Matipara, Marpa, Ayar, Pitic, Macón, Daza y Mayoc); APAFAS de los Centros Educativos y la Red de Vigilancia y monitoreo Ambiental.

Sobre los aspectos demográficos y sociales: La Comunidad de San Mateo tiene una población aproximada de 3,000 habitantes. La zona urbana tiene acceso a los servicios básicos de Agua y desagüe, Luz eléctrica, teléfonos públicos e Internet, Centro de Salud, Centro Educativos en los niveles de Inicial, Primaria y Secundaria. Asimismo, identifican la existencia de carreteras. Las actividades económicas y productivas se identifican a la agricultura, ganadería y el comercio como las actividades económicas más importantes.

Comunidad de San Antonio

Cuenta con dos anexos identificados como Chocna (3880 msnm) y Caruya. Las organizaciones locales en San Antonio están representadas por la Comunidad Campesina de San Antonio, La Empresa Comunal San Antonio, La Cooperativa y los Comités. Sobre sus aspectos demográficos y sociales tiene una población aproximada de 2,000 habitantes. La zona urbana tiene acceso a los servicios básicos de Agua y desagüe, Luz eléctrica, teléfonos públicos, servicio de fax e Internet, Posta Médica, Centro Educativo y carreteras. La empresa comunal tiene definido un plan de trabajo y en los proyectos actuales de la comunidad son de electrificación del Anexo de Chocna y un proyecto de piscicultura.

Dentro de sus actividades económicas y productivas se dedican a la agricultura, ganadería y el comercio son las actividades económicas más importantes de la localidad.

Comunidad San Miguel de Viso

Ubicada a la margen derecha del río Rímac a la altura del km. 85 de la carretera central. Sus comuneros se dedican específicamente a la agricultura y ganadería y algunos a la minería aun cuando su territorio se encuentra mineralizado con yacimientos poli metálicos. La comunidad tiene 3 anexos y son: Tambo de Viso, Pacota y Chacahuaro. No cuenta con los servicios higiénicos y son considerados como servicios básicos más urgentes. Sobre sus aspectos demográficos y sociales la comunidad posee una población aproximada de 200 familias. La zona urbana tiene acceso a los servicios básicos de agua y desagüe, luz eléctrica, centro de salud, centros educativos en los niveles de inicial, primaria y secundaria. Asimismo, identifican la existencia de carreteras.

Tabla N°13

LAS COMUNIDADES CAMPESINAS DEL DISTRITO DE SAN MATEO DE HUNCHOR

COMUNIDADES CAMPESINAS	CASERÍOS Y ANEXOS
SAN MATEO DE HUANCHOR	COLLATA, CACRAY, ANCHE Y CENTROS POBLADOS DE DAZA, MAYOC
SAN ANTONIO	CHOCNA, CARUYA
SAN MIGUEL DE VISO	TAMBO DE VISO, PACOTA, CHACAHUARO, TAMBORAQUE
SAN JOSE DE PARAC	PARAC
YURACMAYO	YURUCMAYO

Elaborado por ISAT(2004)

Diagnostico agropecuario del distrito de San Mateo de Huanchor Provincia de Huarochiri

Festividades

a) Los Corcovados

Se celebra en el mes de enero 1, 2 y 3. Los danzantes simbolizan el año viejo, los grupos participantes son de las comunidades del pueblo entre las cuales están San Mateo, San Antonio, Pite, Marpa, cada uno de ellos con sus respectivos atuendos multicolores realizan una representación a la guerra, danzan al ritmo de la música, recorriendo las calles, visitando casas y autoridades con mucha alegría.

b) Los Negritos

Esta danza es un homenaje al Santo San Jerónimo, los antecedentes datan desde la invasión española. La historia cuenta que, en la época de la españolización, los pobladores nativos eran expuestos a duros trabajos de faena en el campo, en donde eran maltratados y sometidos, la única forma de sobrellevar la vida que tenían era danzar en los depósitos a escondidas de los patrones. Cuando los patrones descubrieron sus actividades, los hacían trabajar más y en algunos casos los obligaban a danzar para ellos brindándoles alguna distracción. Esta festividad se celebra en el mes de junio del 28 al 30.

c) San Mateo

Siendo un evento de mucha importancia, el aniversario del distrito de San Mateo de Huanchor en honor al Santo Patrón quien fue un personaje bíblico, discípulo del Señor Jesucristo, celebrándose durante las fechas del 20 al 30 de setiembre en la que se realizan diferentes actividades cívicas, culturales y deportivas que son programadas por la municipalidad. Es admirable la

preparación e integración del pueblo en las actividades de esta festividad motivados por fe católica.

d) Los Huacadanzas

Actualmente en esta danza participan los niños, jóvenes y adultos en homenaje al santo San Jerónimo quien fue un célebre estudioso latín, considerado padre de la iglesia. Esta danza se celebra en la segunda semana de octubre. Los antecedentes de la danza provienen del culto ancestral de los Ayllus de la nación de los Lanka evidenciando la relación ancestral con pueblos de la región de Junín, imitan todas las costumbres del poblador de la sierra central del Perú (dialectos, alimentación, vestimenta, etc.).

e) El Jaylli

Esta danza se viene bailando desde 1855, se celebra en el mes de diciembre en las fechas 24, 25 y 26. Siendo una de las danzas más antiguas del destino. Su práctica es en honor al nacimiento del niño Jesús, las mujeres cumplen una función muy representativa como los pastores del establo, los varones a los capataces de la cuadrilla y el toro a los animales del establo.

3.2 Resultado de la investigación

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación que permite establecer y evaluar la situación real de un destino turístico. Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes,

programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

La presente investigación ha demostrado que el distrito de San Mateo de Huanchor cuenta con variedad de recursos turísticos, buena infraestructura, vías de accesos, y el interés del gobierno local y la comunidad en desarrollar actividades turísticas relacionadas a las comunidades. Sin embargo, existe la posibilidad de que el desarrollo del turismo en la comunidad local, podría traer algunos impactos negativos en el aspecto ambiental, social, y cultural sin un adecuado plan de capacitaciones sobre la conservación y protección del patrimonio cultural y ambiental.

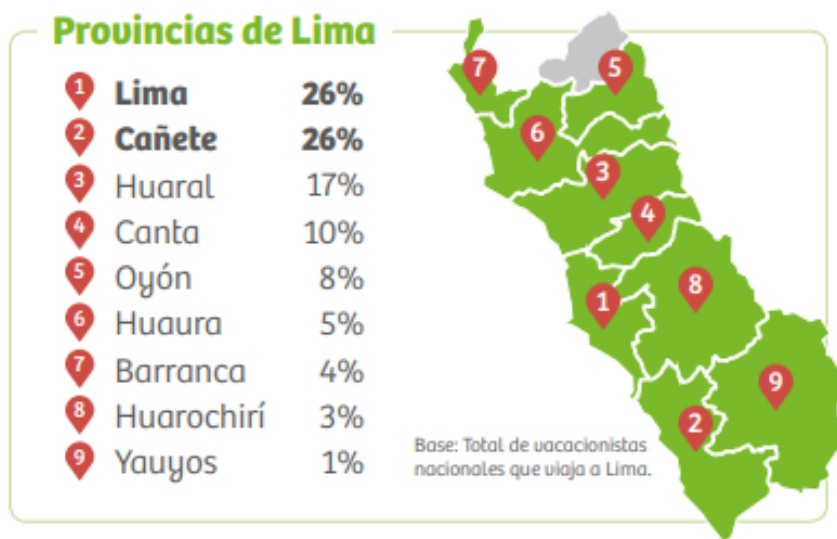
Como parte del diagnóstico turístico realizado en las visitas al destino San Mateo de Huanchor, se detectaron las siguientes premisas:

- ✓ Carente conocimiento sobre la importancia de la actividad turística
- ✓ Desconocimiento de los recursos turísticos con los que cuenta el destino
- ✓ Desinterés por parte de los gobiernos locales en planificación turística
- ✓ Ineficiencia en la capacidad administrativa de las entidades publicas
- ✓ Ausencia de una planta turística que facilite la prestación de servicios.
- ✓ Existencia de recursos turísticos culturales en estado de abandono.

3.3 Propuesta del Proceso de Planificación turística en el distrito de San Mateo de Huanchor

Figura N°37

PORCENTAJE DE VISITAS EN PROVINCIAS DE LIMA



Fuente: Perfil del vacacionista Nacional 2017

De acuerdo al cuadro del Perfil del vacacionista Nacional 2017 publicado por PROMPERU, podemos observar que hoy en día existe un mayor interés por visitar las provincias de la ciudad de Lima, destacando Lima capital y Cañete con un 26%, seguido por Huaral con un 17%, Canta con un 10%, Oyón 8%, Huaura 5%, Barranca 4%, Huarochirí con un 3%, y Yauyo 1%. Estos datos estadísticos dejan evidencia la necesidad de realizar planes de desarrollo estratégico de la actividad turística como una herramienta de gestión que contribuya con el mejoramiento socio económico – cultural de la localidad.

3.4 FICHAS DE ATRACTIVOS Y RECURSOS

FICHA:001

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		RESTO ARQUEOLÓGICO DE CARCATA		
UBICACIÓN – DIRECCION		DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
PROVINCIA DE HUAROCHIRI		LIMA	LIMA	SAN MATEO DE HUANCHOR
APROXIMACION AL POBLADO MAS CERCANO KLM. MINUTOS / HORAS		A 6 horas del centro de San Mateo de Huanchor		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	
Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas, cementerio), plazas,	2 Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.	
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION				
Manifestación cultural de tipo arqueológica perteneciente a la época del Incanato 8000 años A.C. Posiblemente cumplía la función de almacén funerario, se pueden observar algunos restos fósiles. Formado por rocas de diferentes dimensiones y colocados en diferentes posiciones				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
No tiene costo	No tiene horario	NO PRESENTA SERVICIOS		
TEMPORADA		MOTIVO DE VISITA		
Marzo – Octubre		Cultural – Arqueológico		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES		
NACIONAL	%	Se encuentra en estado de abandono, y se propone una puesta en valor por parte de la entidad pública correspondiente.		
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 002

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		RESTO ARQUEOLÓGICO DE MARCASH	
UBICACIÓN – DIRECCION		DEPARTAMENTO	PROVINCIA
PROVINCIA DE HUAROCHIRI		LIMA	LIMA
			DISTRITO
			SAN MATEO DE HUANCHOR
COMUNIDAD		SAN MATEO	
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas, plazas, cementerios...).	2 Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION			
<p>Manifestación cultural de tipo arqueológico perteneciente a la época del incanato de unos 8000 años A.C. Posiblemente cumplía de función de sitio de ofrendas y sacrificios a los dioses de la cultura incaica. Edificado cerca de las cuevas existentes en el lugar, modificado con rocas de diferentes dimensiones colocadas en posiciones específicas lo que permitía que cumpla su función.</p>			
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN	
No tiene costo	No tiene horario	NO TIENE SERVICIOS	
TEMPORADA		MOTIVO DE VISITA	
Marzo – Octubre		Cultural – Arqueológico	
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES	
NACIONAL	%	Se encuentra en estado de abandono, y se propone una puesta en valor por parte de la entidad pública correspondiente.	
EXTRANJERA	%		

Elaboración propia

FICHA: 003

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		RESTO ARQUEOLÓGICO DE MASAK		
UBICACIÓN – DIRECCION		DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
PROVINCIA DE HUAROCHIRI		LIMA	LIMA	SAN MATEO DE HUANCHOR
ANEXO		COLLATA		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	
Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas, plazas, cementerios...).	2 Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.	
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION				
Manifestación cultural de tipo arqueológico perteneciente a la época del Incanato de unos 8000 años A.C. se observa una construcción de piedras acompañadas de vigas. Se aprecia el uso de ventanas.				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
No tiene costo	No tiene horario	NO TIENE SERVICIOS		
TEMPORADA		MOTIVO DE VISITA		
Marzo – Octubre		Cultural – Arqueológico		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES		
NACIONAL	%	Se encuentra en estado de abandono, y se propone una puesta en valor por parte de la entidad pública correspondiente.		
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 004

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		RESTO ARQUEOLÓGICO DE HUAMURPA		
UBICACIÓN – DIRECCION		DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
PROVINCIA DE HUAROCHIRI		LIMA	LIMA	SAN MATEO DE HUANCHOR
COMUNIDAD		En San Miguel de Viso		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	
Manifestaciones Culturales	Sitios Arqueológicos	Edificaciones (templos, fortalezas, plazas, cementerios...).	2 Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.	
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION				
Pertenece al distrito de San Miguel de Viso declarado monumento histórico del Perú el 3 de junio de 1991, Huamurpa, está ubicado a 3,702 msnm. Este complejo arqueológico representa la cultura inca posicionada en este destino, simboliza la adoración a la naturaleza				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
No tiene costo	No tiene horario	NO TIENE SERVICIOS		
TEMPORADA		MOTIVO DE VISITA		
Marzo – Octubre		Cultural – Arqueológico		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES		
NACIONAL	%	Se encuentra en estado de abandono, y se propone una puesta en valor por parte de la entidad pública correspondiente.		
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 005

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		CRISTO BLANCO		
UBICACIÓN – DIRECCION		DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
PROVINCIA DE HUAROCHIRI		LIMA	LIMA	SAN MATEO DE HUANCHOR
COMUNIDAD		San Mateo		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	
Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Miradores	2 Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.	
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION				
Construido en 2006 por el gobierno local, ubicado en las faldas del cerro Yanamenco en San Mateo de Huanchor, con una altura de 25 mts aproximadamente. Manifestación cultural de carácter religiosa, considerado también un miador.				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
No tiene costo	No tiene horario	NO TIENE SERVICIOS		
TEMPORADA		MOTIVO DE VISITA		
Marzo – Octubre		Cultural – Religioso		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES		
NACIONAL	%	Se encuentra en buen estado. Los pobladores realizan un mantenimiento y limpieza periódica para su conservación.		
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 006

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		LAGUNA DE PUCHUS		
UBICACIÓN – DIRECCION		DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
PROVINCIA DE HUAROCHIRI		LIMA	LIMA	SAN MATEO DE HUANCHOR
COMUNIDAD		SAN MATEO		
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	
Manifestaciones Naturales	Sitio Naturales	Laguna	2 Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.	
CARACTERISTICAS / DESCRIPCION				
Se encuentra en las alturas del caserío Chocna, que esta camino a la represa Yuracmayo, queda aproximadamente a una hora de San Mateo, para llegar a esta laguna se necesita una caminata de 5 horas, durante el tiempo de trekking se apreciará bellos paisajes como la quebrada Tamboraque.				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
No tiene costo	No tiene horario	NO TIENE SERVICIOS		
TEMPORADA		MOTIVO DE VISITA		
Marzo – Octubre		Cultural – Arqueológico		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES		
NACIONAL	%	Se encuentra en buen estado de conservación ya que no cuenta con indicios de contaminación.		
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 007

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		NEVADO DE PARIAKAKA		
UBICACIÓN – DIRECCION PROVINCIA DE HUAROCHIRI		DEPARTAMENTO LIMA	PROVINCIA LIMA	DISTRITO SAN MATEO DE HUANCHOR
APROXIMACION AL POBLADO MÁS CERCANO KLM. MINUTOS / HORAS				
CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA 3	
Manifestaciones Naturales	Sitio naturales	Montañas / Áreas Nevadas	Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.	
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION				
El Nevado Pariacaca, ubicado en los andes centrales entre los departamentos de Lima y Junín, Pariacaca era considerada como una de las más importantes deidades del Tahuantinsuyo, por ello era motivo de peregrinación que era unido por el Camino Inca que recorre las cuencas de los ríos Lurín, Mala, Cañete y Mantaro.				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
No tiene costo	No tiene horario	NO TIENE SERVICIOS		
TEMPORADA Marzo – Octubre		MOTIVO DE VISITA Cultural – Arqueológico		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES		
NACIONAL	%	Se encuentra en buen estado de conservación ya que no cuenta con indicios de contaminación.		
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 008

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		LAGUNA DE RAPAGNA	
UBICACIÓN – DIRECCION PROVINCIA DE HUAROCHIRI		DEPARTAMENT O	PROVINCIA
		LIMA	LIMA
			DISTRITO SAN MATEO DE HUANCHOR
COMUNIDAD		RIO BLANCO	
CATEGORIA Sitio Naturales	TIPO CUERPO DE AGUA	SUBTIPO LAGUNA	JERARQUIA 3 Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION Laguna de Rapagna, se encuentra a 4550 m.s.n.m en el distrito de Chicla, limitando con San Mateo de Huanchor, en la provincia de Huarochirí, cuenta con diversidad de flora y fauna, se pueden observar llamas, alpacas, carneros así como algunas especies de aves.			
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN NO TIENE SERVICIOS	
NO TIENE COSTO	NO TIENE HORARIO		
TEMPORADA MARZO – OCTUBRE		MOTIVO DE VISITA CULTURAL – ARQUEOLOGICO	
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES Se encuentra en buen estado de conservación ya que no cuenta con indicios de contaminación.	
NACIONAL	%		
EXTRANJERA	%		

Elaboración propia

FICHA: 009

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		LAGUNA DE YURUCMAYO		
UBICACIÓN – DIRECCION PROVINCIA DE HUAROCHIRI		DEPARTAMENT O	PROVINCIA	DISTRITO
		LIMA	LIMA	SAN MATEO DE HUANCHOR
APROXIMACION AL POBLADO MÁS CERCANO KLM. MINUTOS / HORAS		A la altura del km. 100 de San Mateo 4600 msnm		
CATEGORIA Sitio Naturales	TIPO Cuerpo de Agua	SUBTIPO Laguna	JERARQUIA 3 Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros	
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION Ubicado a 4300 m.s.n.m, la represa de Yuracmayo es alimentada por el caudal del río Blanco, convertido en una mansa laguna artificial en la que viven enormes truchas, para llegar al lugar se deberá tomar la carretera Central, a la altura del km. 100 pasando el distrito de San Mateo, aproximadamente 5 kilómetros de extensión, junto a las lagunas de Antacoto y Marcapomacocha, son las más grandes, dentro de unas veinte lagunas cuyas aguas fluyen a la cuenca del río Rímac.				
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN		
NO TIENE COSTO	NO TIENE HORARIO	NO TIENE SERVICIOS		
TEMPORADA MARZO – OCTUBRE		MOTIVO DE VISITA CULTURAL – ARQUEOLOGICO		
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES Se encuentra en buen estado de conservación ya que no cuenta con indicios de contaminación.		
NACIONAL	%			
EXTRANJERA	%			

Elaboración propia

FICHA: 010

NOMBRE RECURSO/ATRACTIVO		MANANTIAL SAN MATEO	
UBICACIÓN – DIRECCION Localidad de la Sierra Central a 100 KM de Lima		DEPARTAMENTO LIMA	PROVINCIA LIMA
			DISTRITO SAN MATEO DE HUANCHOR
APROXIMACION AL POBLADO MÁS CERCANO KLM. MINUTOS / HORAS		3300 msnm localidad de la Sierra Central a 100 KM de Lima	
CATEGORIA Sitio Naturales	TIPO Cuerpo de Agua	SUBTIPO Manantial	JERARQUIA 3 Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros
CARACTERISTICAS /DESCRIPCION Ubicado a 3300 msnm localidad de la Sierra Central a 100 KM de Lima Las aguas descienden de las más altas cumbres de los Andes, contienen minerales como calcio, magnesio, potasio y sodio.			
COSTO DE INGRESO	HORARIO DE VISITAS	SERVICIOS QUE SE PRESTAN	
NO TIENE COSTO	NO TIENE HORARIO	NO TIENE SERVICIOS	
TEMPORADA MARZO – OCTUBRE		MOTIVO DE VISITA NATURALEZA	
DEMANDA		OBSERVACIONES CASOS PARTICULARES DE INTERES	

Elaboración propia

3.5 IMÁGENES DEL DISTRITO

IMAGEN N°1

MUNICIPALIDAD DEL DISTRITO DE SAN MATEO DE HUANCHOR



IMAGEN N°2

EDIFICIO DE LA PRIMERA MUNICIPALIDAD
ESTILO COLONIAL



IMAGEN N°3

IGLESIA DE SAN MATEO DE HUANCHOR



Imagen N°4

CRISTO BLANCO



IMAGEN N°5

CASA PINTORESCA DON GUILLERMO DE LA CRUZ



IMAGEN N°6

CALLES PINTORESCAS



IMAGEN N°7
CALLES PINTORESICAS





Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°8

DANZAS TÍPICAS DE SAN MATEO DE HUANCHOR

EL JAYLLI



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°9

LOS NEGRITOS



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°10

LOS HUANCADANZAS



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°11

LOS CORCOBADOS



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°12

ATRATIVOS TURISTICOS

LAGUNA DE YURACMAYO



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°13

RESTOS ARQUEOLÓGICOS DE CARCATA



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°14

RESTOS ARQUEOLÓGICOS DE MARCASH



Fuente: Municipal Distrital de San Mateo, 2016.

IMAGEN N°15

PLATOS TÍPICOS

PACHAMANCA



IMAGEN N°16

PATASCA



IMAGEN N°17
CUY COLORADO



3.6 Propuesta de Capacitación

Se ha diseñado una propuesta de capacitación para los prestadores de servicios locales, con la finalidad de lograr mejorar la percepción de calidad en la experiencia del visitante. Presentamos, así, el silabo y las herramientas de evaluación de la capacitación.

3.61 SILABO DE TALLER DE GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. DATOS GENERALES

MUNICIPALIDAD DE SAN MATEO DE HUANCHOR

**RESPONSABLE DE LA CAPACITACIÓN: MAG. ROSSANA DÍAZ
PÉREZ**

Número de horas:

Horas teórico- prácticas	Horas de evaluación	Total
15	3	18

2. FUNDAMENTACIÓN

En la comercialización de servicios en turismo y las nuevas tendencias del mercado. Se direccionan hacia lo que los clientes turísticos esperan. Uno de los mayores inconvenientes está en determinar de qué manera se puede medir la calidad del servicio, de tal manera que la organización de servicios turísticos conozca si el cliente está recibiendo el servicio adecuado. El curso de capacitación busca identificar el equilibrio entre lo propuesto y lo desarrollado en la práctica en el mercado de servicios turísticos respecto a la atención al cliente.

3. SUMILLA

El curso mostrará el manejo adecuado de las técnicas y herramientas fundamentales para brindar una adecuada atención y servicio a clientes, así

como los criterios empleados para calificar la actuación del personal y su efecto en los resultados de la organización. Los conceptos y principios básicos de calidad y las mejores prácticas en su aplicación a los servicios.

a. LOGROS DE APRENDIZAJE

- Comprende el término “Servicio al Cliente” y lo relaciona con estándares de calidad en cada proceso de la cadena productiva exigiendo superar las expectativas al convertirlas en la satisfacción del cliente final.
- Contribuye con ideas respecto a mejoras en el diseño del servicio que permitan la innovación en el servicio a través de estrategias que nos brinden ventajas y un diferencial de la competencia.
- Explica, aplica los instrumentos de gestión y modelos de certificación de la calidad en el sector turístico como elemento diferenciador en las empresas de servicios.

5. METODOLOGÍA

El curso pretende desarrollarse bajo metodología activa participativa, resolución de casos. Uso de material de lectura, videos.

6.FUENTES DE INFORMACIÓN

- HUERTAS García Rubén, Domínguez Galcerán Rosa. Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas. Ediciones de la Universidad de Barcelona- España.2008
- ESTEBAN Alberdi Cristina Esteban, Rubio Andrada Luis Empresas de intermediación turística y nuevas tecnologías: estudio de calidad en el segmento minorista para viajes de ocio. Editorial Visión Net- España. 2009.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

DÍAS	HORAS	CONTENIDO	Competencias
Día 1	3 horas	Calidad: conceptos Relación entre calidad, productividad y Competitividad y servicios. Los servicios en el turismo Tipos de servicios y clientes Importancia del nivel de calidad en el servicio turístico.	Identifica los conceptos básicos de calidad, productividad, competitividad y servicio .
Día 2	3 horas	Conceptos sobre servicio al cliente Perfiles de los clientes Expectativas del cliente frente a un servicio	Reconoce como debe ser el servicio al cliente con signos de calidad Realizan juegos de roles - Roll play de Tipos de clientes
Día 3	3 horas	Servicio esperado vs servicio percibido Proveedor de servicio Selección de proveedores de servicio Métodos de evaluación de proveedores de servicio	Identifican las fallas en el servicio al cliente Conocen las características de un buen proveedor de servicios. Presentación de videos y casos
Día 4	3 horas	El servicio en las ventas Satisfacción del cliente La venta como elemento de satisfacción Servicio post venta	Reconocen el procesos del servicio de ventas como elemento de satisfacción del cliente
Día 5	3 horas	Como cautivar al cliente Servicio al cliente interno Fidelización de los clientes	Conoce las técnicas para cautivar al cliente Realizan la Lectura La experiencia Starbucks 5 principios para convertir lo ordinario en extraordinario (Joseph Michelli).
Presentación final grupal	2 horas	El Manual de calidad en los Servicios. Taller de preparación de un manual de calidad en el servicio.	Desarrollan un modelo de manual de calidad de servicios enfocado al turismo

Elaboración Propia

3.7 FULL DAY SAN MATEO DE HUANCHOR NEVADO RAJUNTAY -

CARATA CARISPACHA

- **05:00 AM** Concentración en el punto indicado por el grupo.
- **07:30 AM** Primera Parada en Matucana para conocer su plaza de armas y bellos atractivos. Aquí también pueden aprovechar en comprar mate de muñita, algo ligero o algún snack para el camino.
- **08:30 AM** Llegada al pueblo de **San Mateo Huanchor**, conoceremos la Casa pintoresca de Don Guillermo de la cruz, Iglesia colonial colorida, Murales artísticos. Tiempo libre para tomar sus fotografías.
- **09:30 AM** FAUNA ANDINA: AUQUENIDOS Y BOBINOS. Durante en el trayecto podremos apreciar algunas vizcachas, llamas, alpaca, ovejas, en su hábitat natural y también la magnífica vegetación que se aprecia en la región puna como pajonales, totora y ichu durante el recorrido. Se les dará sus respectivos ponchos para el frío a cada participante.
- **10:00 AM** Visita al resplandeciente mirador del Nevado Rajuntay que es el más alto de la Cordillera Central con sus más de 4,750 metros de altura. Tiempo para sus fotos.
- **10:30 AM CATARATA CARISPACCHA:** 40 metros de alto y cuenta con 3 caídas de aguas cristalinas, No solo llegamos al mirador como las otras agencias de turismo sino los que deseen pueden bajar con su guía a la catarata hasta la caída de agua.

- **LLEGADA A MARCAPOMACOCHA. ALMUERZO**

- **14:00 AM** Visita al Pueblo “MARCAPOMACOCHA” es uno de los diez distritos de la Provincia de Yauli, Junín. Donde podremos apreciar su bella Laguna azul MARCACOCHA, rodeadas de montañas cubiertas con nevado, realizaremos el Pago a la Tierra, ofrendas coca y ron, así como la tradicional APACHETA.

- **16:00-17:00 PM** Retorno a Lima.

- **20:00 PM** Llegada al punto de recojo.



EI PROGRAMA INCLUYE:

- Transporte turístico ida y vuelta.
- Ofrenda Apacheta.
- Visita Plaza de Armas de Matucana.
- Visita a la Iglesia y plaza San Mateo de Huanchor.
- Historia del Pueblito de Sangrar.
- Visita a casa multicolor del Sr. Guillermo Cruz.
- Visita al Mirador del Nevado_Rajuntay.
- Visita y bajada a la Catarata de Carispacha también al mirador.
- Vista a Laguna Antacoto.
- Visita a la Laguna Marcacocha.
- Observación Alpacas, vicuñas y corderos.



- Guía Oficial de Turismo.

NO INCLUYE:

Desayuno, almuerzo, ni pastilla Sorochil.

Entrada a la Catarata Carispacha: **S/3.00.**

- **PRECIO POR PERSONA S/110.00.**

3.8 TALLER DE CAPACITACIÓN EN TURISMO

DURACION 5 DIAS

3 HORAS DIARIAS

ACTIVIDADES/DIAS	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5
Introducción al curso dinámicas de interacción / Formación de grupos de trabajos / Asignación de material para los trabajos en clases.					
En grupos de trabajo. Identificar los tipos de turismo y sus características presentación de infografías.					
En grupos de trabajo. Identificar los tipos de turismo oferta el distrito de San Mateo de Huanchor / Role Play.					
En grupos de trabajo. Identificar qué servicios ofertará el distrito de San Mateo de Huanchor según el tipo de turismo / Acciones para satisfacer la demanda potencial.					
Entrega de constancia del taller introducción al turismo ceremonia de clausura compartir.					

Elaboración propia

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

Dentro de los resultados obtenidos destaca el rol que cobra la promoción turística dentro del proceso de diseñar y asentar un producto turístico. Las expertas entrevistadas en la tesis manifestaron, además, que la promoción puede servirse de diversas estrategias para llegar a su cometido.

La promoción turística, nos dicen también, contribuye a la mejora de la calidad de vida de las personas de las comunidades anfitrionas en concordancia con lo que manifiesta Mincetur (2016) en su trabajo con comunidades como Matucana, Santa Cruz de Cocachacra, y Huarochirí. Esto debido a que el número de visitantes al destino puede incrementarse, tanto en cantidad como en capacidad de gasto.

Por otro lado, los vecinos entrevistados se manifestaron a favor de la práctica turística en su comunidad y a capacitarse de ser necesario para lograr un alto nivel de calidad en el servicio que ofrecen. Si bien el tema de capacitación es una variable que salió de los hallazgos en el trabajo de campo y no estaba contemplada dentro de los parámetros de promoción turística, no podemos

negar la relación que tienen. De nada sirve promocionar si no se cuenta con un producto/servicio de calidad.

Otro aspecto a considerar dentro de los resultados es que en San Mateo de Huanchor se practica el turismo de tipo rural comunitario, debido a las características propias del lugar. Este tipo de turismo tiene características bien definidas por la teoría especializada que la hacen no solo interesante para los visitantes sino también, para los académicos que decidan analizar los impactos de un turismo participativo. Ahora, es conveniente cuestionarnos ¿qué tan participativas son esas prácticas en todos los casos?, o mejor aún, ¿acaso todos los espacios rurales son apropiados para convertirse en destinos turísticos rurales participativos?

Hasta la fecha hay una amplia base de estudios de casos al respecto, en la esta investigación se han revisado tesis (Mamani, 2016; Becerra, 2015; Plaza, 2013, Combariza, 2012) así como documentos o informes de evaluación de proyectos (Mincetur, 2015), lo que observamos en todos es la mirada favorable sobre este tipo de turismo, sin embargo, falta una mirada crítica que aporte más a la mejora de la implementación turística en los medios rurales.

San Mateo de Huanchor es un territorio que cumple con los requerimientos suficientes para el desarrollo del turismo comunitario, tal como se evidencia en los recursos turísticos y la planta con la que cuenta. El problema más álgido es la promoción; esta no se ha diseñado de manera consistente con los valores e

imagen que quieren posicionar. Las propuestas hechas en la tesis en relación a la promoción y a la capacitación de los prestadores de servicio se encaminan en lograr los primeros pasos para convertir San Mateo de Huanchor en un destino de turismo rural comunitario reconocido a nivel nacional.

4.1.1 Conclusiones

- ✓ Proponer un plan integral que contemple todas las acciones tendientes a crear y mejorar los recursos y servicios existentes aplicando una puesta en valor de todas las bondades con las que cuenta el distrito de San Mateo de Huanchor, especialmente para el desarrollo del turismo rural comunitario.
- ✓ Se logró determinar las principales acciones como: la necesidad de contar con un inventario de atractivos y recursos turísticos, la necesidad de realizar capacitaciones a los pobladores como también al personal del gobierno local, la necesidad de fomentar la toma de conciencia y valoración de la importancia de la actividad turística en el destino. Todas las acciones mencionadas permitirán superar las deficiencias de promoción y gestión del desarrollo turístico en el distrito de San Mateo de Huanchor, a través del turismo rural comunitario.
- ✓ Al finalizar el estudio de investigación, se concluye que el distrito de San Mateo de Huanchor, cuenta con una gran variedad de recursos culturales y naturales que permitirán desarrollar el turismo interno a través del turismo rural comunitario, sin embargo, se identificó la poca capacidad

administrativa de los gestores para dar inicio al desarrollo de un plan estratégico para fomentar la actividad.

- ✓ Para identificar los atributos con lo que cuenta la comunidad para el desarrollo del turismo rural comunitario, se realizaron fichas de atractivos y recursos con sus principales características, las cuales facilitarían la creación de itinerarios en el destino.
- ✓ Luego de realizar las entrevistas a los pobladores, se logró determinar que la comunidad está muy interesada en participar de la actividad turística, debido a que reconocen los beneficios y aportes que el desarrollo del turismo interno puede brindarles. Siendo ello un aspecto positivo para dar inicio a la propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor a través de turismo rural comunitario.
- ✓ Por otro lado, luego de realizar el focus group, se logró reconocer el margen de interés que existe de parte del turista potencial interno, para visitar la comunidad, debido a que el turista de hoy en día disfruta de destinos con naturaleza, ya no es un simple espectador y busca destinos en donde pueda estar en contacto con el poblador local e involucrarse en sus actividades cotidianas, de esta forma conoce su cultura, su forma de vida, e incrementa su bagaje cultural.
- ✓ Con la intención de fomentar la cultura turística en los pobladores de San Mateo de Huanchor, se propone desarrollar un programa de capacitación para involucrar a la población local en el desarrollo del turismo rural

comunitario, con el propósito de potenciar el desarrollo económico y el bienestar de la comunidad local, mejorando la calidad de vida de los pobladores, fomentando la inclusión social, generación de empleo, calidad de servicios y el comercio justo en la localidad.

4.1.2 Recomendaciones

- ✓ Se recomienda realizar un inventario de atractivos y recursos turísticos a fin de reconocer el estado actual de cada uno, y emplear aquellos que cuenten con las características adecuadas para la creación de paquetes turísticos, tipo full day o con algunos días de pernoctación, que permitan desarrollar el turismo interno.

- ✓ Se recomienda realizar capacitaciones a los representantes del gobierno local, a fin de que reciban los conocimientos básicos de la actividad turística como: tipos de turismo, proveedores de servicios, calidad del servicio, características del cliente turístico, etc.

- ✓ Se recomienda realizar capacitaciones a los pobladores locales de San Mateo de Huanchor, a fin de que reciban los conocimientos básicos de la actividad turística como: tipos de turismo, proveedores de servicios, calidad del servicio, características del cliente turístico, etc.

- ✓ Se recomienda, que el gobierno local genere planes estratégicos con entidades gubernamentales (MINCETUR-PROMPERU-MUNICIPALIDAD), no gubernamentales (ONG-CAMARAS) y empresas privadas, a fin de desarrollar el turismo interno.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Acerenza, M. A. (2007). Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo. México. Editorial Trillas.

Acerenza, M.A. (2012). Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo México. Editorial Trillas.

Alberca, F. (2013). Tesis Magistral. Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología.

Alpala, S., & Verónica, C. (2016). Estudio de factibilidad para el desarrollo de turismo comunitario en las comunidades San Vicente y el puente, cantón San Miguel de Urququi (Bachelor's thesis).

Aragón, M (2014). Análisis del ecoturismo como alternativa de desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador). El Colegio de la Frontera Sur Université de Sherbrooke. México.

Barrantes, L (2010), Revista "Ambientico Revista mensual sobre la actualidad ambiental N°150". Escuela de Ciencias Ambientales de la Universidad Nacional Costa Rica

Becerra, T (2015). "El turismo rural comunitario como nueva alternativa para la asociación de extractores artesanales de recursos hidrobiológicos nueva esperanza los Manglares - Tumbes". Trujillo - Perú

Bravo, E. Importancia del Plan Estratégico para promover el Desarrollo del Turismo Interno hacia el distrito de San Mateo, provincia de Huarochirí. Tesis, Lima Perú (2007).

Brundtland, G. (1987). El desarrollo sostenible. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. Asamblea General de las Naciones Unidas. Recuperado de <https://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland>.

Boullón, R. (1998). Las Actividades Turísticas y Recreacionales. El Hombre como protagonista. México. Editorial Trillas.

Cabanilla, V. (2017). Configuración socio-espacial del turismo comunitario: caso República del Ecuador.

Cerezo Medina, A., & Galacho Jiménez, F. B. (2011). Propuesta metodológica con SIG para la evaluación de la potencialidad del territorio respecto a actividades eco turísticas y de turismo activo: aplicación en la Sierra de Las Nieves (Málaga, España)

Corvalán, J. L. M. (2012). Proceso de planificación para la elaboración de programas. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (2012-07).

Couillaud, D. (2006). *Marketing Turístico y Hotelero*, Lima: Universidad San Martín de Porres

Crespo, C y Salamanca, A (2007) del departamento de Investigación de FUDEN. *Nure Investigación*, nº 27. España

Díaz, J. (2004). Diagnóstico agropecuario del distrito San Mateo de Huachor-
Provincia de Huarochirí. Lima – Perú

Del Cid, A. (2013). Desarrollo territorial basado en una estrategia de turismo ecológico y cultural, San Juan Comalapa, Chimaltenango, Guatemala CA: una propuesta económica para lograr la transformación productiva del municipio. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales, Universidad Rafael Landívar.

De Segura, R. B. G. (2014). Del desarrollo sostenible según Brundtland a la sostenibilidad como biomimesis.

Duis, U. (2007). La valorización cultural, social y turística de los recursos culturales y naturales como instrumento para la planificación turística, la conservación del Paisaje Cultural Cafetero y el desarrollo sostenible del territorio turístico. *Turismo y sociedad*, 8, 69-80.

Gestión estratégica del Turismo. Parte III. Análisis Externo. Pp 243-255. Editorial Síntesis.

Estrada, V. (2012). Organización territorial y sostenibilidad turística en Panamá: Plan Maestro de Desarrollo Turístico Sostenible 2007-2020. Humanitates. Revista del Doctorado en Humanidades y Ciencias Sociales, 1, 77-81.

Hernández, R. Fernández, H. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. 6ta Edición México D.F. Pp.496-498

Fuller, N. (2009). Turismo y Cultura, entre el Entusiasmo y el Recelo. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fasabi Huamán, K. I. (2014). Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible.

Jurado, A. C. C., Domingo, A. S., & Pastor, V. J. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). Cuadernos de Turismo, (30), 91-108.

García, J. R., & Díaz, M. M. (2014). Planificación turística y desarrollo sostenible. Septem Ediciones.

García, E., & Valencia, M. (2007). Planeación estratégica. ML Estela García Sánchez, Planeación Estratégica (pág. 20). Mexico: Trillas.

García, R. F. (2013). La dimensión económica del desarrollo sostenible. Editorial Club Universitario.

Gilbert, D. (2012). Turismo rural y marketing: nuevas vías de trabajo. Papers de Turisme, (01), 26-89.

Guerrero Noboa, E. E. (2013). El agroturismo y el desarrollo turístico de la comunidad san pablo de la parroquia santa rosa, cantón ambato, provincia de tungurahua, durante el período noviembre 2010–abril 2011 (Bachelor's thesis).

Gurría Di – Bella, Manuel (1991) Introducción al Turismo México ed. Trillas

Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. Madrid: Organización Mundial del Turismo. (2015)

Hamann Pastorino, A. (2017). Canta, una visión de destino turístico sostenible. Turismo Y Patrimonio, (7), 71-80. Recuperado a partir de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/69>

Instituto del bien común. Lima: IBC; Las Comunidades que mueven al país. El estado de las comunidades rurales en el Perú – Informe 2012

La Gestión: Clave para la preservación y sostenibilidad del patrimonio cultural.
(2003). UNESCO.

Leiva, Victor (1997) "Turismo y gestión municipal". Manual N°9. Serie de manuales didácticos para la gestión municipal de la Asociación Chilena de Municipalidades, Santiago.

Ley General de Comunidades Campesinas LEY N° 24656. Publicada el 09-12-92, se transfiere las funciones y actividades comprendidas en la presente Ley a las Direcciones Regionales Agrarias y a la Unidad Agraria Departamental Lima - Callao.

Linares, H. L., & Morales Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12(2).

Kaufman, R.A. Planificación de Sistemas educativos. Ed. Trillas. 1980.

Kawulich, B. (2005, May). La observación participante como método de recolección de datos. In *Forum: qualitative social research* (Vol. 6, No. 2, pp. 1-32).

Kotler, P., (2004). Marketing para turismo. Tercera Edición. Madrid: Pearson Educación, S.A.

Malca, R., & Melissa, K. (2017). Gestión turística Municipal en la subgerencia de Turismo de la Municipalidad de Chepén. Fortalecimiento de la gestión de destinos turísticos año 2017

Marchioni, M. Planificación social y organización de la comunidad. Ed. Popular. 1984

Mazaro, R y Varzin, G. (2008). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad, Curitiba – Brasil (p. 62-66).

Nardone, A. (2016). Estrategias para desarrollar y posicionar destinos USMP. Fondo Editorial

Nigel Evans, David Campbell, George Stonehouse. (2008). Gestión estratégica del Turismo. Gestión Turística. Editorial Síntesis.

Oficina de Información Turística de la Municipalidad de Lima Metropolitana.

OMT. (1995). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía práctica. Madrid, España. (2006)

Orgaz, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), República Dominicana. Nómadas. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas.

Perles, J, Ramón, A, Sevilla, M (2015). La cuota de mercado como indicador de competitividad en los destinos turísticos: sentido y limitaciones. Universidad de Alicante. Cuadernos Turísticos N°34. pp. 265-285

Peña, A. Q. (2006). Metodología de investigación científica cualitativa. Psicología: Tópicos de actualidad, 47-84.

Plaza, D (2013). Turismo rural como actividad dinamizadora del desarrollo local en la comuna de Curicó. Santiago de Chile. Facultad de Arquitectura y Urbanismo Escuela de Pregrado

Pulido, J.I. (2008): «Mercados de origen y destinos competidores del turismo rural español», en PULIDO, J.I. (Coord.): El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España, Editorial Síntesis, Madrid, pp. 277-315.

Salazar, (2012). “Las comunidades que mueven al país, el estado de las comunidades rurales del Perú”. Instituto del Bien Común. Miraflores – Lima. Primera edición

Turismo y Sociedad. Vol. V. N°1 Universidad Externado de Colombia. Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de la Organización de Estados Americanos (OEA).2015. Lima – Perú.

Velasco, M (2016) Gestión de Destinos: ¿Gobernabilidad del Turismo o Gobernanza del Destino? CES Felipe II -Universidad Complutense. Madrid, España.

Zamorano, F. (2004). Turismo Alternativo. México: Trillas

ELECTRÓNICAS

Municipalidad de San Mateo de Huanchor

Recuperado de: <http://municipalidadesanmateo.go.cr/>

Consejo Regional de Turismo (2005), Plan Estratégico Regional de Turismo de

Lambayeque, sep. 2016. Recuperado de :

http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/turismo/pertur_lambayeque.pdf.

EMILIMA Recuperado de:

http://www.emilima.com.pe/transp_archivos/memoria%20anual/memoria_2013.pdf

PERTUR

Recuperado de: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Fi)

[content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Financial_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Financial_JULIO2016.pdf)

Perú Turismo Interno. Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR). septiembre 2012-agosto 2013.

Recuperado de: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/Peru_Turismo_Interno.pdf

PROMPERU- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Perfil del vacacionista del 2017

Recuperado de: <https://promperu.gob.pe/TurismoIN>

OEA

Recuperado de: https://www.oas.org/es/centro_noticias/

OMT Organización mundial de Turismo. (S/F). Organización mundial de Turismo. [En Línea] Recuperado el febrero de 6 de 2015, de Organización mundial de Turismo.

Recuperado de: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROPUESTA DE DESARROLLO DE TURISMO INTERNO EN EL DISTRITO DE SAN MATEO DE HUANCHOR A TRAVÉS DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO, 2019

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	JUSTIFICACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
¿Cómo la propuesta de desarrollo de turismo interno, a través del turismo rural comunitario puede beneficiar al distrito de San Mateo de Huanchor?	Determinar cómo la propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor se puede realizar a través del turismo rural comunitario.	Se justifica debido a la importancia que, a través del turismo, la población local del distrito de San Mateo de Huanchor, pueda desarrollar e incorporarse a la actividad turística de manera más directa con un producto turístico especializado y elaborado.	Tipo: No experimental Transaccional o Transversal
SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		Correlacional - Causal Población: Infinita Muestra: Instrumento de Recolección de Datos: Cuestionario
1. ¿Qué acciones se deben proponer para superar las deficiencias de promoción y gestión del desarrollo turístico en el distrito de San Mateo de Huanchor, a través del turismo rural comunitario, por parte de las autoridades locales?	Determinar las acciones que permitirán superar las deficiencias de promoción y gestión del desarrollo turístico en el distrito de San Mateo de Huanchor, a través del turismo rural comunitario, por parte de las autoridades locales.	La propuesta para desarrollar el turismo interno a través del turismo rural, en esta investigación, permitirá que los actores involucrados obtengan beneficios socioeconómicos requeridos para una mejora en la calidad de vida con el aprovechamiento de las potencialidades de sus recursos naturales y comunales.	Paquete Estadístico de Análisis de Datos: SPSS
2. ¿Cuáles son los atributos con lo que cuenta la comunidad local del distrito de San Mateo de Huanchor, para lograr el desarrollo del turismo rural comunitario?	Identificar los atributos con lo que cuenta la comunidad para el desarrollo del turismo rural comunitario.		
3. ¿Qué tan comprometida está la comunidad local del distrito de San Mateo de Huanchor, con el desarrollo de este tipo de turismo?	Determinar qué tan comprometida está la comunidad con el desarrollo de este tipo de turismo		
4. ¿Cuánto interés muestra el turista potencial interno, para visitar la comunidad?	Conocer cuánto interés existe de parte del turista potencial interno, para visitar la comunidad.		
5. ¿Cómo proponer un programa de capacitación para involucrar a la población local del distrito de San Mateo de Huanchor en el desarrollo del Turismo rural comunitario?	Proponer un programa de capacitación para involucrar a la población local del distrito de San Mateo de Huanchor en el desarrollo del Turismo Rural comunitario.		

Anexo 2

TABLA N° 14
FOCUS GROUP

Preguntas	Partic. 1	Partic. 2	Partic. 3	Partic. 4	Partic. 5	Partic. 6	Partic. 7	Partic. 8	Conclusiones
¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	A todos los participantes les interesa conocer San Mateo de Huanchor
De todas estas actividades marcar 3, según su interés	Deporte de aventura Treking Convivir con el poblador	Deporte de aventura Degustación de platos típicos Visitar centros culturales	Deporte de aventura Treking Visitar centros culturales	Deporte de aventura Trekking Degustación de platos típicos	Deporte de aventura Trekking Degustación de platos típicos	Deporte de aventura Treking Degustación de platos típicos	Deporte de aventura Convivir con el poblador	Deporte de aventura Treking Degustación de platos típicos Convivir con el poblador	Todos los participantes desean practicar deportes de aventura, trekking. La mayoría desea degustar platos típicos y alguno visitar centros culturales
De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?	Pachamanca Patasca	Cuy Colorado Pachamanca	Pachamanca Caldo de gallina	Cuy Colorado Pachamanca Patasca	Cuy Colorado Pachamanca Patasca	Cuy Colorado Pachamanca Caldo de gallina	Patasca	Cuy Colorado Pachamanca Patasca	Los platos preferidos para degustar Cuy colorado y pachamanca. Algunos patasca y caldo de gallina ,
¿Le gustaría realizar actividades de tipo rural?	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	Todos están interesados por las actividades de tipo rural
¿Le gustaría	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	A todos les

conocer las formas de vida del San Mateinos?									interesa conocer las formas de vidas de los San Mateinos
¿Cómo le gusta viajar?	Con amigos	Con amigos	Con amigos En pareja	Con amigos Con familia	Con amigos Con familia En pareja	En pareja	Con amigos	Con amigos Con familia	Les gustaría viajar con amigos, algunos con parejas y con familia
¿Cuánto tiempo sueles disponer para sus viajes?	2 a 3 noches	2 a 3 noches	2 a 3 noches	2 a 3 noches	2 a 3 noches	2 a 3 noches	2 a 3 noches	2 a 3 noches	Disponen de 2 a 3 noches
¿Cuánto es su gasto promedio en sus visitas locales (sin alojamiento)?	200 a 300 soles	200 a 300 soles	200 a 300 soles	200 a 300 soles	200 a 300 soles	200 a 300 soles	100 a 200 soles	200 a 300 soles	La mayoría de los entrevistados gastarían entre 200 a 300 soles. Alguno gastaría 100 a 200 soles

Anexo 3

TABLA N°15

EXPERTOS

Preguntas	Dra. Marialejandra Rojas	Mg. Tania Chávez	Conclusiones
¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo del Turismo Interno?	Es de suma importancia, porque da a conocer el producto turístico nacional a los peruanos, incentivando así el turismo interno.	Que se cumpla con el objetivo de dar a conocer el destino turístico de interés haciendo uso, por ejemplo, del marketing turístico y lograr la difusión del destino y genera la participación del poblador local y del visitante.	Respecto a la pregunta ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo del Turismo Interno? Las expertas resaltan la importancia de la promoción turística en el desarrollo del turismo interno porque da a conocer el producto turístico nacional a los peruanos, incentivando así el turismo interno. Se debe emplear estrategias de marketing turístico y lograr la difusión del destino y genera la participación del poblador local y del visitante
¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo de Destinos Turístico?	Es muy importante, porque al dar a conocer el producto mediante campañas de promoción, sean locales o nacionales, se incentiva a que el número de viajeros que lleguen sean cada vez mayor y esto estimula a la mejora de la calidad y servicios que se brinden en el destino, así como al desarrollo de planes para mejora del destino.	Contribuye al futuro posicionamiento, puesta en valor del destino, y oportunidades económicas para la localidad siempre y cuando se realice de manera sostenible.	Respecto a la pregunta ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo de Destinos Turístico? Las expertas consideran que es muy importante, para dar a conocer el producto mediante campañas de promoción, sean locales o nacionales, se incentiva a que el número de viajeros que lleguen sean cada vez mayor y esto estimula a la mejora de la calidad y servicios que se brinden en el destino, así como al desarrollo de planes para mejora del destino. Como también su aporte en el posicionamiento, puesta en valor del destino, y oportunidades económicas teniendo presente la conservación y sostenibilidad del destino turístico.
¿Qué herramientas de promoción serían las más recomendables para promocionar del distrito de San Mateo de Huanchor	Utilizaría: publicidad en medios digitales y redes sociales dirigidas a un público objetivo También la promoción de ventas con agencias de viajes en Lima que es el mercado emisor más grande que tiene cerca.	De contar con los recursos económicos se recomienda realizar publicidad, realizar ferias de manera que se pueda presentar y promocionar el destino, y de ser posible, el patrocinio de empresas del	Respecto a la pregunta ¿Qué herramientas de promoción serían las más recomendables para promocionar el Sito San Mateo de Huanchor (DESCRUBIR SAN MATEO) Las expertas mencionan: La publicidad en medios digitales y redes sociales dirigidas a un público objetivo La promoción de ventas con agencias de viajes en Lima que

(DESCRUBIR SAN MATEO)		sector privado.	es el mercado emisor más grande que tiene cerca. Ferias turísticas con la intención de dar a conocer el destino y obtener el Patrocinio de empresas del sector privado
¿Usted como experto, considera posible la promoción del sitio en su estado actual?	Creo que si se desarrollan circuitos diversos, que tengan temáticas como: paisajismo y naturaleza, gastronomía y festividades o trekking y bicicleta de montaña.	Si bien este producto turístico es cada vez más conocido se necesita la implementación de un adecuado marketing turístico a fin de divulgar y que se conozca más sobre este destino, además de crear nuevas necesidades en los potenciales visitantes.	Respecto a la pregunta ¿Usted como experto, considera posible la promoción del sitio en su estado actual? Las expertas consideran que si es posible la promoción del sitio, siempre y cuando se desarrollen circuitos diversos, que tengan temáticas como: paisajismo y naturaleza, gastronomía y festividades o trekking y bicicleta de montaña, creando nuevas necesidades en los potenciales visitantes.
¿Qué opinan del Turismo Rural Comunitario (TRC), su importancia y aporte en la actividad turística?	Es una modalidad de turismo que incluye a todos los actores de una comunidad, no solo los empresarios, sino a la comunidad en pleno, es la característica que le da mayor relevancia a este tipo de viaje, lo enriquece, desde la óptica del visitante es más real y para la comunidad las ganancias se reparten de manera más equitativa.	El TRC es una actividad que incluye la participación del poblador local para que, mediante un adecuado uso de los recursos, se logre el conocimiento, realce y valoración del destino y desarrollar un turismo sostenible y lograr su posicionamiento.	Respecto la pregunta ¿Qué opinan del Turismo Rural Comunitario (TRC), su importancia y aporte en la actividad turística? Las expertas opinan que el TRC es una modalidad de turismo que incluye a todos los actores de una comunidad, no solo los empresarios, sino a la comunidad en pleno, es la característica que le da mayor relevancia a este tipo de viaje, lo enriquece, desde la óptica del visitante es más real y para la comunidad las ganancias se reparten de manera más equitativa. Para el desarrollo de esta actividad es necesario incluir la participación del poblador local para que, mediante un adecuado uso de los recursos, se logre el conocimiento, realce y valoración del destino y desarrollar un turismo sostenible y lograr su posicionamiento.
¿Cómo se lograría el posicionamiento del distrito de San Mateo de Huanchor?	Tendrían que encontrar un elemento característico y diferenciado que tendrían que convertir en una marca a promocionar.	En primer lugar, sería importante lograr la concientización turística local, posteriormente lograr el apoyo de entidades públicas (Promperú, Mincetur, MINCUL, etc) en la difusión y cuidado del destino y, der ser posible, contar con el apoyo de la inversión privada.	Respecto a la pregunta ¿Cómo se lograría el posicionamiento del sitio, San Mateo de Huanchor? Las expertas recomiendan encontrar un elemento característico y diferenciado que tendrían que convertir en una marca a promocionar. Como también lograr la concientización turística local, posteriormente obtener el apoyo de entidades públicas (Promperú, Mincetur, MINCUL, etc) que favorezcan con la difusión y cuidado del destino y, der ser posible, contar con el apoyo de la inversión privada.
¿Las estrategias de	Cada estrategia de promoción	Una estrategia para segmento	Respecto a la pregunta ¿Las estrategias de promoción se

<p>promoción se deben adaptar a cada segmento de mercado o pueda aplicarse una estrategia general con variaciones?</p>	<p>debe ir dirigida a un segmento específico, de acuerdo a las necesidades y deseos de ese segmento.</p>	<p>sería desventajosa en tiempo y dinero. Por tratarse de un destino relativamente nuevo lo conveniente sería realizar variaciones a la estrategia general y dependiendo la respuesta de la demanda realizar los cambios necesarios.</p>	<p>deben adaptar a cada segmento de mercado o pueda aplicarse una estrategia general con variaciones? Las expertas mencionan que cada estrategia de promoción debe ir dirigida a un segmento específico, de acuerdo a las necesidades y deseos de ese segmento. Por otro lado al tratarse de un destino relativamente nuevo lo conveniente sería realizar variaciones a la estrategia general y dependiendo la respuesta de la demanda realizar los cambios necesarios.</p>
<p>¿Qué habilidades y conocimientos deben tener la población local para promoción del distrito de San Mateo de Huanchor?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de su producto turístico ✓ Conocimiento de calidad e higiene, al brindar servicios ✓ Conocimiento de calidad en atención al visitante. ✓ Conciencia del beneficio que representa tener llegada de visitantes a su destino. 	<p>Conocer el lugar, recibir capacitación de los organismos competentes a fin de poder brindar un buen servicio a los visitantes y poder estimular el desplazamiento de éstos hacia la zona. Resaltar que los logros obtenidos por ellos serán en pro de la localidad.</p>	<p>Respecto a la pregunta ¿Qué habilidades y conocimientos deben tener la población local para promoción del sitio San Mateo de Huanchor? Las expertas consideran que la población local debe contar con:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimiento de su producto turístico ✓ Conocimiento de calidad e higiene, al brindar servicios ✓ Conocimiento de calidad en atención al visitante. ✓ Conciencia del beneficio que representa tener llegada de visitantes a su destino. ✓ Recibir capacitación de los organismos competentes a fin de poder brindar un buen servicio a los visitantes y poder estimular el desplazamiento de éstos hacia la zona ✓ Resaltar que los logros obtenidos por ellos serán en pro de la localidad.

Anexo 4

TABLA N° 16

POBLADOR LOCAL CON EMPRENDIMIENTO

Pregunta	Poblador 1 Comerciante	Poblador 2 Comerciante	Poblador 3 Comerciante
1. ¿La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas?	Sería muy bueno que vengan a visitarnos porque San Mateo tiene muchos lugares hermosos, y es muy bonito cuando hay turistas. Nos gusta ayudar a los turistas y atenderlos, así podemos tener una fuente de ingreso. Muchas familias se dedican al campo, otras a la venta de productos, tenemos que buscar de mantener a nuestras familias.	Muy poco turismo tenemos, en la fiesta de las cruces más turistas vienen acompañando a pobladores que nacieron aquí pero solo vienen en fiestas, ahí tenemos turismo y el pueblo se ve lindo de muchas personas que llegan a visitarnos. Si me gusta mucho que vengan turistas, además así vendemos más nuestros productos.	Si nos gustaría mucho que vengan a visitarnos, SAN MATEO DE HUANCHOR tiene lugares bonitos para hacer turismo: EL CRISTO BLANCO, LAS LAGUNAS, LA CATARATA CARISPACHA, y en mayo esta la fiesta de las cruces
2. ¿La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el sitio?	Sí que nos capaciten en cómo hablar con los turistas y como atenderlos. En cómo vender turismo. Nos ayudaría mucho a mejorar como comerciantes, como personas	Claro como no deseáramos que nos capaciten, nunca hemos recibido capacitación sobre turismo, sería muy bueno porque aprenderíamos como atender al turista	Si nos gustaría mucho recibir capacitaciones de cómo atender al turista, y como mejorar para que vengan a visitarnos y conozcan SAN MATEO DE HUANCHOR

Anexo 5

TABLA N° 17

POBLADOR LOCAL SIN EMPRENDIMIENTO

Pregunta	Poblador 1 SEGURIDAD	Poblador 2 ADMINISTRATIVO
1. ¿La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas?	Tenemos interés de que se haga turismo aquí, el gobierno local anterior no se ha preocupado por el turismo, el nuevo alcalde si este interesado en hacer turismo, está creando la página web para que puedan encontrar información de SAN MATEO DE HUANCHOR ahí. Tenemos atractivos y actividades para el turismo	La comunidad tiene interés en el turismo, pero falta orientación de como iniciar las actividades en el pueblo. Los huaycos no favorecen el turismo en la zona. Sin embargo, tenemos muchos atractivos, restaurantes, comidas típicas, fiestas costumbristas y religiosas, y fácil acceso.
2. ¿La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el sitio?	Si deberían apoyarnos con las capacitaciones para conocer cómo hacer turismo Las personas de SAN MATEO DE HUANCHOR somos muy buenas y nos gusta que nos visiten, y queremos aprender de turismo	Estamos interesados en las capacitaciones, considero que la municipalidad debe capacitar a los pobladores para atender correctamente al turista, capacitarnos en cómo vender los atractivos turísticos.

Anexo 6

TABLA N° 18

REPRESENTANTES DEL GOBIERNO LOCAL

Pregunta	Jairo Bautista Encargado de la Oficina de Turismo	Christian Casimiro Asistente de Turismo	Luz Caravantes Mesa de partes de la municipalidad	Conclusiones
¿El gobierno local (Municipio), cuenta con algún Plan de Desarrollo Turístico?	En la actualidad, la Municipalidad Distrital de San Mateo de Huanchor sí cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico local, el cual se encuentra en observación por falta de datos.	En la actualidad, la Municipalidad Distrital de San Mateo de Huanchor sí cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico local, el cual se encuentra en observación por falta de datos	Según tengo conocimiento hay un Plan de Desarrollo Turístico que será ejecutado durante el presente gobierno local.	La Municipalidad Distrital de San Mateo de Huanchor cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, pero esta inconcluso, le faltan datos para ejecutarlo.
¿El gobierno Local está interesado en desarrollar actividades turísticas?	La Municipalidad Distrital de San Mateo si se encuentra interesado en poder desarrollar e implementar el turismo interno dentro del distrito, ya que a la fecha no se viene promocionando de forma adecuada	La Municipalidad Distrital de San Mateo si se encuentra interesado en poder desarrollar e implementar el turismo interno dentro del distrito, ya que a la fecha no se viene promocionando de forma adecuada	El gobierno anterior no desarrollo el turismo, sin embargo, el actual alcalde ha manifestado el interés por desarrollar el turismo, ya están creando la página web con algunos atractivos turísticos y tendrán los datos principales del distrito.	La Municipalidad Distrital de San Mateo si se encuentra interesado en poder desarrollar e implementar el turismo interno dentro del distrito, para promocionar el turismo interno

Anexo 7: Guión de Entrevistas

ENTREVISTA ESTRUCTURADA CERRADA A EXPERTOS

Dra. Alejandra Rojas Rieckhof

1. ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo del Turismo Interno?

Es de suma importancia, porque da a conocer el producto turístico nacional a los peruanos, incentivando así el turismo interno.

2. ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo de Destinos Turístico?

Es muy importante, porque al dar a conocer el producto mediante campañas de promoción, sean locales o nacionales, se incentiva a que el número de viajeros que lleguen sean cada vez mayor y esto estimula a la mejora de la calidad y servicios que se brinden en el destino, así como al desarrollo de planes para mejora del destino.

3. ¿Qué herramientas de promoción serían las más recomendables para promocionar el distrito de San Mateo de Huanchor (DESCRUBIR SAN MATEO)

Utilizaría: publicidad en medios digitales y redes sociales dirigidas a un público objetivo

También la promoción de ventas con agencias de viajes en Lima que es el mercado emisor más grande que tiene cerca.

4. ¿Usted como experto, considera posible la promoción del distrito en su estado actual?

Creo que si se desarrollan circuitos diversos, que tengan temáticas como: paisajismo y naturaleza, gastronomía y festividades o trekking y bicicleta de montaña.

5. ¿Qué opinan del Turismo Rural Comunitario (TRC), su importancia y aporte en la actividad turística?

Es una modalidad de turismo que incluye a todos los actores de una comunidad, no solo los empresarios, sino a la comunidad en pleno, es la característica que le da mayor relevancia a este tipo de viaje, lo enriquece, desde la óptica del visitante es más real y para la comunidad las ganancias se reparten de manera más equitativa.

6. ¿Cómo se lograría el posicionamiento del distrito de San Mateo de Huanchor?

Tendrían que encontrar un elemento característico y diferenciado que tendrían que convertir en una marca a promocionar.

7. ¿Las estrategias de promoción se deben adaptar a cada segmento de mercado o pueda aplicarse una estrategia general con variaciones?

Cada estrategia de promoción debe ir dirigida a un segmento específico, de acuerdo a las necesidades y deseos de ese segmento.

8. ¿Qué habilidades y conocimientos deben tener la población local para promoción del sitio San Mateo de Huanchor?

- ✓ Conocimiento de su producto turístico
- ✓ Conocimiento de calidad e higiene, al brindar servicios
- ✓ Conocimiento de calidad en atención al visitante.
- ✓ Conciencia del beneficio que representa tener llegada de visitantes a su destino.

ENTREVISTA ESTRUCTURADA CERRADA A EXPERTOS

Mg. Tania Chávez Montes

1. ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo del Turismo Interno?

Que se cumpla con el objetivo de dar a conocer el destino turístico de interés haciendo uso, por ejemplo, del marketing turístico y lograr la difusión del destino y genera la participación del poblador local y del visitante.

2. ¿Cuál es la importancia de la Promoción Turística en el Desarrollo de Destinos Turístico?

Contribuye al futuro posicionamiento, puesta en valor del destino, y oportunidades económicas para la localidad siempre y cuando se realice de manera sostenible.

3. ¿Qué herramientas de promoción serían las más recomendables para promocionar el distrito de San Mateo de Huanchor (DESCRUBIR SAN MATEO)

De contar con los recursos económicos se recomienda realizar publicidad, realizar ferias de manera que se pueda presentar y promocionar el destino, y de ser posible, el patrocinio de empresas del sector privado.

4. ¿Usted como experto, considera posible la promoción del sitio en su estado actual?

Si bien este producto turístico es cada vez más conocido se necesita la implementación de un adecuado marketing turístico a fin de divulgar y

que se conozca más sobre este destino, además de crear nuevas necesidades en los potenciales visitantes.

5. ¿Qué opinan del Turismo Rural Comunitario (TRC), su importancia y aporte en la actividad turística?

El TRC es una actividad que incluye la participación del poblador local para que, mediante un adecuado uso de los recursos, se logre el conocimiento, realce y valoración del destino y desarrollar un turismo sostenible y lograr su posicionamiento.

6. ¿Cómo se lograría el posicionamiento del distrito de San Mateo de Huanchor?

En primer lugar, sería importante lograr la concientización turística local, posteriormente lograr el apoyo de entidades públicas (Promperú, Mincetur, MINCUL, etc.) en la difusión y cuidado del destino y, de ser posible, contar con el apoyo de la inversión privada.

7. ¿Las estrategias de promoción se deben adaptar a cada segmento de mercado o pueda aplicarse una estrategia general con variaciones?

Una estrategia para segmento sería desventajosa en tiempo y dinero. Por tratarse de un destino relativamente nuevo lo conveniente sería realizar variaciones a la estrategia general y dependiendo la respuesta de la demanda realizar los cambios necesarios.

8. ¿Qué habilidades y conocimientos deben tener la población local para promoción del sitio San Mateo de Huanchor?

Conocer el lugar, recibir capacitación de los organismos competentes a fin de poder brindar un buen servicio a los visitantes y poder estimular el desplazamiento de éstos hacia la zona. Resaltar que los logros obtenidos por ellos serán en pro de la localidad.

**ENTREVISTA A REPRESENTANTE DEL GOBIERNO LOCAL
MUNICIPALIDAD DE SAN MATEO**

Sr. Christian Casimiro

Cargo que ocupa: Asistente de Turismo

1. ¿El gobierno local (Municipio), cuenta con algún Plan de Desarrollo Turístico?

No, ya que recién se está implementando un plan de trabajo para el desarrollo del turismo. En el plan de trabajo del presente gobierno local se menciona la intención por desarrollar la actividad turística, pero aún estamos en ello.

2. ¿El gobierno Local (Municipio), está interesado en desarrollar actividades turísticas?

Si, está interesado, pero aún nos falta organizarnos y contar con el apoyo de los pobladores y entidades públicas y privadas.

ENTREVISTA A REPRESENTANTE DEL GOBIERNO LOCAL
MUNICIPALIDAD DE SAN MATEO

Sr. Jairo Bautista

Cargo que ocupa: Encargado de la Oficina de Turismo

1. ¿El gobierno local (Municipio), cuenta con algún Plan de Desarrollo Turístico?

En la actualidad, la Municipalidad Distrital de San Mateo de Huanchor sí cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico local, el cual se encuentra en observación por falta de datos.

2. ¿El gobierno Local está interesado en desarrollar actividades turísticas?

La Municipalidad Distrital de San Mateo si se encuentra interesado en poder desarrollar e implementar el turismo interno dentro del distrito, ya que a la fecha no se viene promocionando de forma adecuada

ENTREVISTA A REPRESENTANTE DEL GOBIERNO LOCAL
MUNICIPALIDAD DE SAN MATEO

Sr. Luz Caravantes

Cargo que ocupa: Mesa de partes

1. ¿El gobierno local (Municipio), cuenta con algún Plan de Desarrollo Turístico?

Según tengo conocimiento hay un Plan de Desarrollo Turístico que será ejecutado durante el presente gobierno local.

2. ¿El gobierno Local está interesado en desarrollar actividades turísticas?

El gobierno anterior no desarrollo el turismo, sin embargo, el actual alcalde ha manifestado el interés por desarrollar el turismo, ya están creando la página web con algunos atractivos turísticos y tendrán los datos principales del distrito.

**ENTREVISTA AL POBLADOR LOCAL
(COMUNIDAD)**

Nombre: ...CARLOS GONZALES..... Fecha: 1feb del 2019

Edad:45 AÑOS..... Actividad:COMERCIANTE

3. ¿La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas?

Sería muy bueno que vengan a visitarnos porque San Mateo tiene muchos lugares hermosos, y es muy bonito cuando hay turistas. Nos gusta ayudar a los turistas y atenderlos, así podemos tener una fuente de ingreso. Muchas familias se dedican al campo, otras a la venta de productos, tenemos que buscar de mantener a nuestras familias.

4. ¿La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el distrito de San Mateo de Huanchor?

Sí que nos capaciten en cómo hablar con los turistas y como atenderlos. En cómo vender turismo. Nos ayudaría mucho a mejorar

Nombre: ...ELENA PEÑA Fecha: 1feb del 2019

Edad:39 AÑOS Actividad:COMERCIANTE

1. ¿La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas?

Muy poco turismo tenemos, en la fiesta de las cruces más turistas vienen acompañando a pobladores que nacieron aquí pero solo vienen en fiestas, ahí tenemos turismo y el pueblo se ve lindo de muchas personas que llegan a visitarnos. Si me gusta mucho que vengan turistas, además así vendemos más nuestros productos.

2. ¿La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el distrito de San Mateo de Huanchor?

Claro como no deseamos que nos capaciten, nunca hemos recibido capacitación sobre turismo, sería muy bueno porque aprenderíamos como atender al turista

Nombre: ...JORGE ROJAS Fecha: 1feb del 2019

Edad:43 AÑOS Actividad:SEGURIDAD

1. La comunidad tiene interés en participar en actividades turísticas

Tenemos interés de que se haga turismo aquí, el gobierno local anterior no se ha preocupado por el turismo, el nuevo alcalde si este interesado en hacer turismo, está creando la página web para que puedan encontrar información de SAN MATEO DE HUANCHOR ahí. Tenemos atractivos y actividades para el turismo

2. La comunidad está interesada en recibir capacitaciones en turismo para desarrollar esta actividad en el sitio

Si deberían apoyarnos con las capacitaciones para conocer cómo hacer turismo. Las personas de SAN MATEO DE HUANCHOR somos muy buenas y nos gusta que nos visiten, y queremos aprender de turismo

ENTREVISTA A TURISTAS POTENCIALES

Nombre y apellido: CARDENAS RAMIREZ ALISON Edad: 23

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor en Huarochirí?

Si

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. Deporte de aventura

b. Treking

c. Degustación de platos típicos

d. Convivir con el poblador

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. Pachamanca

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. ¿Le gustaría realizar actividades de tipo rural?

a. Si

b. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?
- a. Si
 - b. No
6. ¿Cómo le gusta viajar?:
- a. Solo
 - b. Con amigos
 - c. Con familia
 - d. En pareja
 - e.
7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para sus viajes?:
- a. 1 noche
 - b. 2 a 3 noches
 - c. 3 a más
8. ¿Cuánto es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?
- a. 50 a 100 soles
 - b. 100 a 200 soles
 - c. 200 a 300 soles
 - d. Otros montos

Nombre y apellido: FERNANDEZ DELGADO, Anderson Edad: 21

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

Si

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

g. Deporte de aventura

h. Trekking

i. Degustación de platos típicos

j. Convivir con el poblador

k. Visitar centros arqueológicos

l. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos ¿cuáles te gustaría degustar?

e. Cuy Colorado

f. Pachamanca

g. Patasca

h. Caldo de gallina

4. ¿Le gustaría realizar actividades de tipo rural?

c. Si

d. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

c. Si

d. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?

f. Solo

g. Con amigos

h. Con familia

i. En pareja

7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para sus viajes?

d. 1 noche

e. 2 a 3 noches

f. 3 a más

8. ¿Cuánto es el gasto promedio en sus visitas locales (sin alojamiento)?

e. 50 a 100 soles

f. 100 a 200 soles

g. 200 a 300 soles

h. Otros montos

Nombre y apellido: ALISSON DEYANIRA BAZAN RODRIGUEZ Edad: 20

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

Si

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. Deporte de aventura

b. Treking

c. Degustación de platos típicos

d. Convivir con el poblador

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos ¿cuáles te gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. Pachamanca

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. ¿Le gustaría realizar actividades de tipo rural?

a. Si

b. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

b. Si

c. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?

- a. Solo
 - b. Con amigos
 - c. Con familia
 - d. En pareja
 - e.
7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para sus viajes?
- a. 1 noche
 - b. 2 a 3 noches
 - c. 3 a más
8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?
- a. 50 a 100 soles
 - b. 100 a 200 soles
 - c. 200 a 300 soles
 - d. Otros montos

Nombre y apellido: SEBASTIÁN UNTIVEROS Edad: 20

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

Si, por las interesantes propuestas arqueológicas y por sus festividades patronales.

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

m. Deporte de aventura

n. Treking

o. Degustación de platos típicos

p. Convivir con el poblador

q. Visitar centros arqueológicos

r. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos ¿Cuáles le gustaría degustar?

i. Cuy Colorado

j. Pachamanca

k. Patasca

l. Caldo de gallina

4. ¿Le gustaría realizar actividades de tipo rural?

e. Si

f. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

e. Si

f. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?

j. Solo

k. Con amigos

l. Con familia

m. En pareja

7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para viajar?

g. 1 noche

h. 2 a 3 noches

i. 3 a más

8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?

i. 50 a 100 soles

j. 100 a 200 soles

k. 200 a 300 soles

l. Otros montos

Nombre y apellido: HIDALGO RAMÍREZ, DIEGO ALONSO. Edad: 29.

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

SI

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. Deporte de aventura

b. Treking

c. Degustación de platos típicos

d. Convivir con el poblador

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. Pachamanca

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. ¿Le gustaría realizar actividades de tipo rural?

a. Si

b. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

a. Si

b. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?
- a. Solo
 - b. Con amigos**
 - c. Con familia
 - d. En pareja
7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para viajar:
- a. 1 noche
 - b. 2 a 3 noches**
 - c. 3 a más
8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?
- a. 50 a 100 soles
 - b. 100 a 200 soles**
 - c. 200 a 300 soles
 - d. Otros montos

Nombre y apellido: CHOQUE LIZARBE MARICRUZ Edad: 29

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

SI

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. Deporte de aventura

b. Treking

c. Degustación de platos típicos

d. Convivir con el poblador

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. Pachamanca

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. Te gustaría realizar actividades de tipo rural

a. Si

b. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

a. Si

b. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?

- a. Solo
- b. Con amigos
- c. Con familia
- d. En pareja

7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para viajar:

- d. 1 noche
- e. 2 a 3 noches
- f. 3 a más

8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?

- a. 50 a 100 soles
- b. 100 a 200 soles
- c. 200 a 300 soles
- d. Otros montos

Nombre y apellido: VARGAS GALÁN LESLIE KATHLEEN Edad: 22

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

SI

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. Deporte de aventura

b. Treking

c. Degustación de platos típicos

d. Convivir con el poblador

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. Pachamanca

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. Te gustaría realizar actividades de tipo rural

a. Si

b. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

a. Si

b. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?

a. Solo

b. Con amigos

c. Con familia

d. En pareja

7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para viajar:

a. 1 noche

b. 2 a 3 noches

c. 3 a más

8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?

a. 50 a 100 soles

b. 100 a 200 soles

c. 200 a 300 soles

d. Otros montos

Nombre y apellido: CHICLAYO NAVARRO RENÁN ESTEBAN Edad: 29

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

SI

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. Deporte de aventura

b. Treking

c. Degustación de platos típicos

d. Convivir con el poblador

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. Pachamanca

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. Te gustaría realizar actividades de tipo rural

a. Si

b. No

5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?

a. Si

b. No

6. ¿Cómo le gusta viajar?

- a. Solo
- b. Con amigos
- c. Con familia
- d. En pareja

7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para viajar:

- a. 1 noche
- b. 2 a 3 noches
- c. 3 a más

8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?

- a. 50 a 100 soles
- b. 100 a 200 soles
- c. 200 a 300 soles
- d. Otros montos

Nombre y apellido: OLIVERA GARAGATE RENZO ALFREDO

Edad: 21

1. ¿Le interesaría conocer el distrito de San Mateo de Huanchor?

Claro que **sí**, siempre hay que conocer distintos lugares y no debemos de dejar de lado lo nuestro, es una buena opción ya que tenemos variedad de platos típicos los cuales podemos degustar y también un clima cálido. Además, es el primer distrito ecológico del Perú y del mundo.

2. De todas estas actividades marcar 3, según su interés

a. **Deporte de aventura**

b. **Treking**

c. **Degustación de platos típicos**

d. **Convivir con el poblador**

e. Visitar centros arqueológicos

f. Visitar centros culturales

3. De los siguientes platos típicos, ¿Cuáles le gustaría degustar?

a. Cuy Colorado

b. **Pachamanca**

c. Patasca

d. Caldo de gallina

4. Te gustaría realizar actividades de tipo rural

a. **Si**

- b. No
5. ¿Le gustaría conocer las formas de vida del San Mateino?
- c. Si**
 - d. No
6. ¿Cómo le gusta viajar?
- a. Solo
 - b. Con amigos**
 - c. Con familia
 - d. En pareja
7. ¿Cuánto tiempo suele disponer para viajar:
- a. 1 noche
 - b. 2 a 3 noches**
 - c. 3 a más
8. ¿Cuál es su gasto promedio en tus visitas locales (sin alojamiento)?
- a. 50 a 100 soles
 - b. 100 a 200 soles**
 - c. 200 a 300 soles
 - d. Otros montos