

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN CIENCIAS

MENCIÓN DIRECCIÓN DE PROYECTOS

TESIS

Análisis de la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapampa y La Victoria y propuesta para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada.

Para optar el Grado Académico de:

MAESTRO EN CIENCIAS

Presentado por:

ELVIRA GISELA VIGO PAREDES.

Asesor:

MG. ALFONSO ANTONIO TERÁN VIGO

CAJAMARCA, PERÚ

2018

COPYRIGHT © 2018 by
ELVIRA GISELA VIGO PAREDES
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN CIENCIAS

MENCIÓN DIRECCIÓN DE PROYECTOS

TESIS APROBADA

Análisis de la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapampa y La Victoria y propuesta para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada.

Para optar el Grado Académico de:

MAESTRO EN CIENCIAS

Presentado por:

ELVIRA GISELA VIGO PAREDES.

Comité Científico

M.Cs. Alfonso Antonio Terán Vigo
Asesor

Dr. Baltazar Vásquez Cruzado
Miembro de Comité Científico

Dr. Gricerio Delgado Vílchez
Miembro de Comité Científico

Dr. Maed Sánchez Vargas
Miembro de Comité Científico

Cajamarca – Perú

2018



Universidad Nacional de Cajamarca

Escuela de Posgrado

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

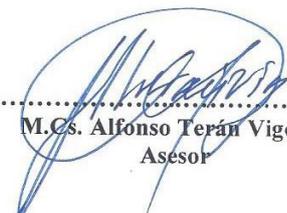
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

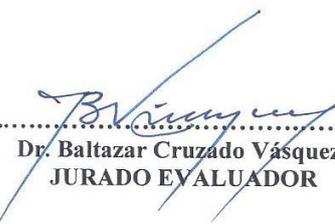
Siendo las 4.20 p.m. de la tarde del día 16 de marzo de dos mil dieciocho, reunidos en el Auditorio de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. GRICERIO DELGADO VÍLCHEZ**, y como integrantes del Jurado Titular **Dr. BALTAZAR VÁSQUEZ CRUZADO** y **Dr. MAED SÁNCHEZ VARGAS**, en calidad de Asesor el **M.Cs. ALFONSO TERÁN VIGO**. Actuando de conformidad con el Reglamento Interno y el Reglamento de Tesis de Maestría de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, se dio inicio a la Sustentación de la Tesis titulada “ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DEL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL DISTRITO DE LA ENCAÑADA, CASERÍOS DE CHAGMAPAMPA Y LA VICTORIA Y PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE CASAS RURALES EN EL DISTRITO DE LA ENCAÑADA”, presentada por la **Bach. en Turismo y Hotelería ELVIRA GISELA VIGO PAREDES**, con la finalidad de optar el Grado Académico de **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, con Mención en **DIRECCIÓN DE PROYECTOS**.

Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó APROBAR con la calificación de Dieciseis (16): Bueno la mencionada Tesis; en tal virtud, la **Bach. en Turismo y Hotelería ELVIRA GISELA VIGO PAREDES**, está apta para recibir en ceremonia especial el Diploma que la acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, con Mención en **DIRECCIÓN DE PROYECTOS**.

Siendo las 5.45 horas del mismo día, se dio por concluido el acto.


.....
Dr. Gricerio Delgado Vílchez
JURADO EVALUADOR


.....
M.Cs. Alfonso Terán Vigo
Asesor


.....
Dr. Baltazar Cruzado Vásquez
JURADO EVALUADOR


.....
Dr. Maed Sánchez Vargas
JURADO EVALUADOR

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial de mi vida, por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más. A mis padres por su apoyo incondicional durante toda mi formación profesional

AGRADECIMIENTO

A mis padres, hermanos y a todas las personas que han contribuido con el proceso y conclusión de este trabajo, gracias a cada una de ellas por su confianza y apoyo incondicional.

EPÍGRAFE

Del turismo se derivan grandes beneficios para las relaciones entre los pueblos y, en consecuencia, para la paz, para la promoción de la civilización y para la difusión de un más amplio bienestar.

Juan Pablo II

ÍNDICE

| | |
|--|--------------|
| ÍNDICE DE GENERAL | xi |
| ÍNDICE DE TABLAS | xiv |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xvi |
| LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS | xvii |
| GLOSARIO | xviii |
| ABSTRACT | xxiv |
| CAPITULO 1 | 25 |
| 1.1. Planteamiento del problema | 25 |
| 1.1.1. Contextualización. | 25 |
| 1.1.2. Descripción del problema. | 31 |
| 1.1.3. Formulación del problema. | 34 |
| 1.1.4. Justificación e importancia. | 35 |
| 1.1.5. Delimitación de la investigación | 38 |
| 1.1.6. Limitaciones..... | 39 |
| 1.1.7. Objetivos..... | 39 |
| CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO | 40 |
| 2.1. Marco referencial | 40 |
| 2.1.1. A nivel internacional..... | 40 |
| 2.1.2. A nivel nacional..... | 43 |
| 2.2. Marco doctrinal..... | 48 |
| 2.2.1. Teoría general de los sistemas. | 48 |
| 2.2.2. La teoría de la administración científica. | 51 |
| 2.2.3. Bases teóricas de la teoría general de los sistemas. | 54 |
| 2.2.4. Ente gestor. | 61 |
| 2.2.5. Formatos y escalas para un ente gestor. | 62 |
| 2.2.6. Aspectos prioritarios para la gestión de un destino turístico competitivo..... | 63 |
| 2.2.7. Lineamientos del turismo rural comunitario enfocado en la gestión | 64 |
| 2.2.8. Tipos de gestión para el desarrollo del turismo rural comunitario..... | 65 |
| 2.2.9. Líneas Estratégicas. | 66 |
| 2.2.10. Establecimientos de hospedaje rurales..... | 68 |
| 2.2.11. Definiciones. | 69 |
| 2.2.12. Concepto de deficiencia y elementos de gestión en el turismo rural comunitario. | 70 |
| 2.3. Definición de términos básicos | 72 |
| CAPITULO 3. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y DE LAS VARIABLES | 77 |
| 3.1. Hipótesis | 78 |
| 3.1.1. Hipótesis general..... | 78 |
| 3.1.2. Variables..... | 78 |
| 3.2. Operacionalización/categorización de los componentes de las hipótesis | 79 |

| | |
|---|------------|
| CAPITULO 4. MARCO METODOLÓGICO | 80 |
| 4.1. Ubicación geográfica..... | 80 |
| 4.2. Diseño de la investigación | 81 |
| 4.3. Métodos de investigación..... | 81 |
| 4.4. Población y muestra, unidad de análisis y unidades de observación. | 81 |
| 4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información | 82 |
| 4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información..... | 82 |
| 4.7. Confiabilidad de Instrumentos | 82 |
| 4.7.1. Matriz de consistencia metodológica..... | 84 |
| CAPITULO 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | 86 |
| 5.1. Presentación de resultados | 86 |
| 5.1.1. Gestión de las instituciones públicas y privadas que promueven el desarrollo del turismo rural comunitario. | 86 |
| 5.1.2. Diagnóstico situacional para implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada..... | 104 |
| 5.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados | 118 |
| 5.3. Prueba de hipótesis | 125 |
| 5.3.1. Hipótesis general | 125 |
| CAPITULO 6. PROPUESTA..... | 126 |
| 6.1. Estudio estratégico..... | 127 |
| 6.1.1. Oportunidad identificada..... | 127 |
| 6.1.2. Descripción de la idea de negocio..... | 128 |
| 6.1.3. Descripción del equipo emprendedor..... | 128 |
| 6.1.4. Análisis del macroentorno | 129 |
| 6.1.5. Procedencia del turismo nacional..... | 135 |
| 6.1.6. Procedencia del turismo internacional..... | 135 |
| 6.1.7. Atractivos turísticos más visitados en Cajamarca | 135 |
| 6.1.8. Factor económico | 136 |
| 6.1.9. Factor ambiental..... | 139 |
| 6.1.10. Factor tecnológico | 141 |
| 6.1.11. Factor legal | 142 |
| 6.1.12. Factor cultural..... | 142 |
| 6.1.13. Análisis del microentorno | 143 |
| 6.1.14. Planeamiento estratégico | 146 |
| 6.1.15. Análisis FODA | 147 |
| 6.2. El Servicio | 149 |
| 6.2.1. Generalidades del proyecto..... | 149 |
| 6.2.2. Principales características del servicio..... | 149 |
| 6.2.3. Hospedaje..... | 149 |
| 6.2.4. Alimentación | 152 |
| 6.2.5. Actividades complementarias al servicio de hospedaje | 154 |
| 6.2.6. Transporte | 155 |
| 6.3. Análisis del cliente potencial | 155 |
| 6.3.1. Perfil del turista extranjero | 156 |
| 6.3.2. Flujo de turistas exterior | 157 |
| 6.3.3. Gasto turístico receptivo..... | 157 |
| 6.3.4. Oferta de establecimientos..... | 158 |

| | | |
|--------|---|------------|
| 6.3.5. | <i>Conclusiones perfil turista extranjero</i> | 158 |
| 6.3.6. | <i>Análisis de la demanda hotelera</i> | 159 |
| 6.4. | Comercialización | 168 |
| 6.4.1. | <i>Canales de distribución</i> | 169 |
| 6.4.2. | <i>Sistema WEB 2.0</i> | 169 |
| 6.4.3. | <i>Aplicación móvil</i> | 169 |
| 6.4.4. | <i>Agencias de turismo</i> | 170 |
| 6.5. | Estructura de la Asociación | 170 |
| 6.5.1. | <i>Organigrama organizacional</i> | 170 |
| 6.6. | Plan de Marketing | 171 |
| 6.6.1. | <i>MARKETING MIX</i> | 171 |
| 6.7. | Plan de operaciones | 176 |
| 6.7.1. | <i>Evaluación de localización de proyecto</i> | 176 |
| 6.7.2. | <i>Ubicación geográfica</i> | 177 |
| 6.7.3. | <i>Capacidad instalada de las casas rurales</i> | 177 |
| 6.8. | Análisis financiero de la implementación de las casas rurales | 178 |
| 6.8.1. | <i>Inversión inicial</i> | 178 |
| 6.8.2. | <i>Costos de prestación del servicio</i> | 181 |
| 6.8.3. | <i>Punto de equilibrio</i> | 182 |
| 6.8.4. | <i>Financiamiento</i> | 182 |
| 6.8.5. | <i>Estados financieros</i> | 183 |
| 6.8.6. | <i>Indicadores de viabilidad</i> | 187 |
| 6.8.7. | <i>Conclusiones indicadores financieros</i> | 188 |
| | CONCLUSIONES | 190 |
| | RECOMENDACIONES | 193 |
| | REFERENCIAS | 209 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1. Operacionalización de Variables..... | 79 |
| Tabla 2. Alfa de crombach..... | 83 |
| Tabla 3. Rango Alfa de cronbach..... | 83 |
| Tabla 4. Matriz de consistencia metodológica | 84 |
| Tabla 5. Proyectos turísticos terminados. | 87 |
| Tabla 6. Proyectos Turísticos Región Cajamarca | 87 |
| Tabla 7. Presupuesto del sector | 89 |
| Tabla 8. Presupuesto por instituciones..... | 90 |
| Tabla 9. Inversión destinos turísticos periodo 2011-2016..... | 90 |
| Tabla 10. Proyectos turísticos terminados. | 91 |
| Tabla 11. Proyectos Cajamarca | 92 |
| Tabla 12. Situación infraestructura- Casa 1 | 115 |
| Tabla 13. Situación infraestructura- Casa 2 | 116 |
| Tabla 14. Situación infraestructura- Casa 3 | 117 |
| Tabla 15. Tabla cruzada gestión del turismo y planificación TRC | 125 |
| Tabla 16. Prueba estadística de Chi- Cuadrado..... | 125 |
| Tabla 18. Llegadas internacionales países competidores..... | 131 |
| Tabla 19. Flujo turístico nacional. | 131 |
| Tabla 20. Indicadores Económicos..... | 132 |
| Tabla 21. Flujo turístico Cajamarca..... | 134 |
| Tabla 26. Procedencia turismo nacional..... | 135 |
| Tabla 27. Procedencia turismo internacional | 135 |
| Tabla 28. Atractivos Turísticos | 135 |
| Tabla 29. Matriz FODA | 147 |
| Tabla 30. Escala puntuación FODA | 147 |
| Tabla 31. Cruce matriz FODA | 148 |
| Tabla 32. Oferta de hospedajes periodo 2015-2016..... | 158 |
| Tabla 33. Arribos y pernoctaciones turista extranjero | 160 |
| Tabla 34. Pernoctaciones | 160 |
| Tabla 35. Proyección de la demanda de hospedajes..... | 161 |
| Tabla 36. Indicadores mensuales de ocupabilidad | 162 |
| Tabla 37. Histórico de la demanda centros de hospedaje Cajamarca | 163 |
| Tabla 38. Demanda proyectada Cajamarca centros de hospedaje..... | 163 |
| Tabla 39. Proyección Plaza cama | 167 |
| Tabla 40. Proyección Plaza – cama Periodo 2017-2025 | 168 |
| Tabla 41. Paquete propuesto | 171 |
| Tabla 42. Precio | 175 |
| Tabla 43. Principales ferias turísticas en el Perú..... | 175 |
| Tabla 44. Criterios evaluación de localización de planta..... | 176 |
| Tabla 45. Evaluación | 176 |
| Tabla 46. Capacidad de las casas rurales | 178 |
| Tabla 47. Inversión inicial | 179 |
| Tabla 48. Inversión en intangibles | 180 |
| Tabla 49. Resumen de inversión..... | 180 |
| Tabla 50. Sistema de costeo | 181 |
| Tabla 51. Punto de equilibrio | 182 |
| Tabla 52. Financiamiento bancario | 182 |
| Tabla 53. Estado de resultados..... | 183 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 54. Balance general | 184 |
| Tabla 55. Flujo de caja | 185 |
| Tabla 56. VAN económico y financiero | 187 |
| Tabla 57. TIR económico y financiero | 187 |
| Tabla 58. TIR económico y financiero | 188 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1. Mapa provincias de Cajamarca..... | 80 |
| Figura 2. Presupuesto vs ejecución presupuestaria..... | 89 |
| Figura 3. Obras de diversificación y desarrollo turístico por departamento periodo 2011-2016.... | 91 |
| Figura 4. Actividad turística..... | 94 |
| Figura 5. Desarrollo Turístico..... | 95 |
| Figura 6. Desarrollo TRC..... | 96 |
| Figura 7. Participación TRC..... | 97 |
| Figura 8. Instituciones del estado..... | 98 |
| Figura 9. Gestión de Vivencial Tours..... | 99 |
| Figura 10. Presupuesto..... | 100 |
| Figura 11. Capacitaciones..... | 101 |
| Figura 12. Buen servicio..... | 102 |
| Figura 13. Presupuesto..... | 103 |
| Figura 14. Edad pobladores..... | 104 |
| Figura 15. Genero pobladores..... | 105 |
| Figura 16. Formación pobladores..... | 106 |
| Figura 17. Infraestructura TRC..... | 107 |
| Figura 18. Material de infraestructura..... | 108 |
| Figura 19. Condiciones de infraestructura - comedor..... | 109 |
| Figura 20. Condiciones de infraestructura habitaciones..... | 110 |
| Figura 21. Condiciones de infraestructura Servicios higiénicos..... | 111 |
| Figura 22. Buenas Prácticas..... | 112 |
| Figura 23. Contacto directo..... | 113 |
| Figura 24. Servicio deficiente..... | 114 |
| Figura 25. Flujo de viajes internacionales en el mundo..... | 130 |
| Figura 26. Perfil del turista nacional..... | 132 |
| Figura 27. PBI Turísticos..... | 137 |
| Figura 28. Población viajera excursiones..... | 138 |
| Figura 29. Gasto turístico interno..... | 139 |
| Figura 30. Fuerzas de Porter..... | 145 |
| Figura 31. Requerimientos básicos casas rurales..... | 150 |
| Figura 32. Cocinas mejoradas..... | 151 |
| Figura 33. Terma Solar..... | 152 |
| Figura 34. Fuente de información..... | 156 |
| Figura 35. Visitantes extranjeros..... | 157 |
| Figura 36. Gasto turístico..... | 157 |
| Figura 37. Ecuación de la demanda millones de turistas..... | 161 |
| Figura 38. Demanda proyectada..... | 164 |
| Figura 39. Instituciones Hoteleras existentes..... | 164 |
| Figura 40. Oferta de habitaciones ciudad de Cajamarca..... | 165 |
| Figura 41. camas y habitaciones periodo 2011-2016..... | 165 |
| Figura 42. Ocupabilidad plaza- cama..... | 166 |
| Figura 43. Gráfico de plaza cama anual..... | 167 |
| Figura 44. Proyección oferta 2017-2026..... | 168 |
| Figura 45. Organigrama..... | 170 |
| Figura 46. Flujo grama reserva de paquetes..... | 172 |
| Figura 47. Flujograma de traslado y alojamiento..... | 173 |
| Figura 48. Localización geográfica del proyecto..... | 177 |

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

COPESCO: Comisión especial para coordinar y supervigilar

DIRCETUR: Dirección de comercio exterior y turismo

DRC: Dirección Regional de Cultura

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática

MINCETUR: Ministerio de comercio exterior y turismo

OMT: Organización mundial del turismo

OPI: Oficina de Programación de Inversiones

PENTUR: Plan estratégico nacional de turismo

PERTUR: Plan estratégico regional de turismo

PIP: Proyecto de Inversión Pública

PROMPERÚ: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

SERNANP: Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas

SNIP: Sistema Nacional de Inversión Pública

TRC: Turismo rural comunitario

UE: Unidad Ejecutora

UF: Unidad Formuladora

VMT: Vice Ministerio de Turismo

GLOSARIO

Actividad turística

La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.

Atractivo turístico

Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.

Casas rurales

Vivienda del ámbito rural que destina algunas de sus habitaciones al servicio de alojamiento no permanente, incluyendo servicio de desayuno, así como el disfrute de espacios comunes. La Casa Rural también podrá ser puesta en forma exclusiva a disposición de los huéspedes, pudiendo en este caso, prestar o no servicios complementarios.

Circuitos turísticos

Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan dentro de éstos recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista teniendo como punto final de destino el de origen.

Corredor turístico

Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos, debiendo estar dotadas de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo.

Competitividad

Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.

Destino

Espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. El Destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

Gasto turístico

El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.

Gestión

Acción y consecuencia de administrar o gestionar algo. Gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

Gestión ambiental

Conjunto estructurado de principios, normas técnicas, procesos y actividades, orientado a administrar los intereses, expectativas y recursos relacionados con los objetivos de la política ambiental y alcanzar así, una mejor calidad de vida y el desarrollo integral de la población, el desarrollo sostenible de las actividades económicas y la conservación del patrimonio ambiental y natural del país.

Infraestructura

Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre las más importantes se tienen aeropuertos, carreteras, puertos, reservorios, rellenos sanitarios, plantas de energía, estaciones, centrales de comunicación.

Oferta turística

Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Planta Turística

Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc.

Prestadores de servicios turísticos

Personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.

Producto turístico

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

Recurso turístico

Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.

Ruta turística

Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. Por ejemplo: “La ruta del Pisco”, “La Ruta de los Museos”, etc.

Turismo

Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.

Turismo rural comunitario

El Turismo Rural Comunitario en el Perú es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto.

RESUMEN

El turismo rural comunitario es una actividad no convencional, participativa, donde la cultura rural es un componente clave del producto; el Perú debido a la gran diversidad cultural y natural con que cuenta es un potencial destino para desarrollar este tipo de actividad, por ello el sector público en coordinación con el sector privado vienen gestionándolo a través de emprendimientos en diversas regiones.

Cajamarca, región reconocida por su espacio natural y su trascendente cultura, ha empezado a desarrollar en diferentes lugares esta actividad, sin embargo, a la fecha no han logrado consolidarse, por ello, la presente investigación titulada “análisis de la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapampa – La Victoria y propuesta para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada” tiene como objetivo analizar la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el caserío de Chagmapampa y La Victoria para la implementación de casas rurales comunitarias en el distrito de La Encañada, las que son uno de los productos más importantes para el desarrollo de esta actividad y va a involucrar la participación de la comunidad generando un medio para mejorar su calidad de vida de la población.

De acuerdo a los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados como encuestas, entrevistas, ficha de observación, fichaje, se contrasta la hipótesis, y afirma que la gestión del turismo rural comunitario es deficiente y que con emprendimientos como la implementación de casas rurales, donde la comunidad es el activo más importante y el involucramiento de los entes públicos y privados es fundamental se lograría un desarrollo eficiente de la actividad, consolidándola a nivel nacional e internacional, generando beneficios sociales, culturales, ambientales.

El método que se utilizó en la investigación es analítico – sintético, el diseño de la investigación fue no experimental, nivel explicativo y transversal.

Palabras clave: turismo rural comunitario, casas rurales, comunidad, gestión, planificación, organización, presupuesto.

ABSTRACT

Community rural tourism is an unconventional, participatory activity, where rural culture is a key component of the product; Our country, due to the great cultural and natural diversity it has, is a potential destination to develop this type of activity, for this reason the public sector in coordination with the public sector has been managing it through ventures in different regions of our country.

Cajamarca, a region recognized for its natural space and its transcendent culture, has begun to develop this activity in different places, however to date they have not been able to consolidate, therefore the present research entitled "analysis of the development management of rural community tourism in the district of La Encañada, hamlets of Chagmapamapa - La Victoria and proposal for the implementation of rural houses in the district of La Encañada" aims to analyze the management of the development of rural community tourism in the hamlet of Chagmapampa and La Victoria for the implementation of rural cottages in the district of La Encañada, which are one of the most important products for the development of this activity and will involve the participation of the community by generating a means to improve their quality of life of the population.

According to the results obtained from the instruments applied, the hypothesis is contrasted, and affirms that the management of rural community tourism is deficient and that with undertakings such as the implementation of rural houses, where the community is the most important asset and the involvement of the public and private entities is fundamental, an efficient development of the activity would be achieved, consolidating it nationally and internationally, generating social, cultural and environmental benefits.

The method used in the research is analytical - synthetic, the design of the research was non - experimental, explanatory and transversal level.

Keywords: TRC, rural houses, community, management, planning, organization, budget.

CAPÍTULO 1

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización.

Según los lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú, el Turismo alrededor del mundo se ha convertido en una actividad que reporta beneficios económicos al mismo tiempo que se constituye como una herramienta de desarrollo que muchos colectivos y gobiernos promueven. Esta inclusión del Turismo en la vida de los países y pueblos del mundo responde a la comprensión, cada vez mayor, que esta actividad es capaz de dinamizar la economía, crear conciencia, permitir experiencias que mejore ciudadanos, conservar el patrimonio de la humanidad, tanto en lo natural como en lo cultural, así como incluir poblaciones que por años han carecido de oportunidades vinculadas al desarrollo económico, social y ambiental basado en el buen uso del patrimonio más próximo a sus hogares y las especificidades que poseen como nación, cultura y/o grupo social.

La gestión de destinos es un tema de relevancia en los últimos decenios, como consecuencia del desarrollo sostenido del turismo tanto del lado de la demanda como de la oferta, y se ha desarrollado como respuesta a las nuevas tendencias observadas en el mercado turístico, marcadas, de una parte, por el incremento de la competitividad a escala global, y de otra por la irrupción con fuerza de paradigmas como el de la sostenibilidad y del desarrollo local como alternativa de respuesta a la crisis económica global y los procesos de globalización (Manente, 2008; Gómez, Torres y Menoya, 2012, citado en Menoya Sandys, 2014).

En el mundo se han desarrollado algunos modelos teóricos de gestión de destinos, pero en aquellos que han sido llevados a la práctica se ha impuesto la visión economicista del turismo, y cuando no, ha primado la verticalización de la actividad y se ha priorizado el papel de los entes privados en el éxito de dichos mecanismos de gestión.

El papel de la gestión de destinos es administrar y apoyar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes involucrados a través de políticas y medidas apropiadas, lo que requiere de competencias tanto gubernamentales en materia de toma de decisiones como funcionales (planificación, organización y control de actividades empresariales) (Manente, 2008, citado en Menoya Sandys, 2014).

Un modelo de gestión local de destinos turísticos sostenibles debe entenderse como herramienta de gestión pública que posibilite integrar los diversos componentes de la localidad como destino turístico sostenible, de manera que se asegure tanto su rentabilidad económica a largo plazo como la conservación y manejo de los factores que la pueden posicionar competitivamente en el mercado turístico internacional; poniéndose de relieve la importancia que reviste medir, supervisar e interpretar el turismo como fenómeno económico a nivel de localidad, entendida como la dimensión más apropiada para los planes de desarrollo y la toma de decisiones en materia de turismo.

El Turismo Rural Comunitario es una de las actividades que si se logra gestionar adecuadamente puede colaborar y aportar a paliar los problemas que tanto países como regiones afrontan en las últimas décadas tales como la exclusión social y económica de las poblaciones rurales pobres, el deterioro del medio ambiente, la explotación desmedida de los recursos naturales y la pérdida de identidad cultural.

“El turismo rural se origina en Europa por la crisis en la agricultura iniciada en los años 60, que generó la emigración masiva de los agricultores a las ciudades y ocasionó que los que se quedaban en los espacios rurales despoblados, tuvieran que buscar un complemento en su renta. En los años 80, la concertación de políticas agrícolas comunes de la Unión Europea, a través de los Programas Leader de desarrollo rural, buscaron dar una alternativa

productiva a las familias campesinas. El 90% de los recursos de la política de subsidios se aplicó a proyectos de turismo rural, se realizaron importantes aportes a la recuperación de la calidad de vida rural europea y su revalorización” (Leal de Rodríguez, 2008, citado en Sepúlveda, H. et al, 2010).

Este tipo de turismo es adecuado en los países latinoamericanos, ya que es una herramienta fundamental para reducir el nivel de pobreza de las áreas más deprimidas y contribuir a su crecimiento económico.

En el Perú se tienen proyectos de turismo rural comunitario que han sido gestionados exitosamente, que han contribuido a incrementar el ingreso de las comunidades involucradas y disminuir la pobreza. El Perú es un país rico en recursos turísticos, culturales y naturales, lo cual, convierte al turismo rural comunitario en una alternativa para la mejora en la calidad de vida de las comunidades rurales donde se practica.

Los emprendimientos de turismo rural comunitario aunque han tenido el soporte de algunas entidades del estado en cuanto a la financiación, no han tenido una gestión adecuada por parte del gobierno para que logren desarrollarse de una manera exitosa.

En el Perú, existen emprendimientos exitosos de turismo rural comunitario, siendo los más reconocidos el proyecto de Taquile y el de Granja Porcón en los Departamentos de Puno y Cajamarca, respectivamente. Estos

proyectos han sido pioneros en el Perú y se han forjado gracias a la permanente asesoría y soporte de Organismos No Gubernamentales (ONG) y organismos del Estado. Otros proyectos de importancia en el sur andino altiplánico son: Llachón, Anapia, Amantaní y Urkos Khantati. En el nororiente: Kuelap. En los Andes centrales, encontramos los proyectos de Konchucos Tambo Trek y Inka Naani. En la costa: Manglares de Tumbes, Túcume y Chaparrí.

En la Región Cusco se encuentran los emprendimientos de Raqchi, el proyecto Pacha-Paqareq que comprende las comunidades de Patabamba, Chillca y Kharhui, el proyecto “Inkaq Kusi Kausaynin”, que agrupa más de 12 comunidades del Valle Sagrado; Chinchero y el Parque de la Papa en Chahuaytire. Por su parte, el Gobierno Regional del Cusco ha registrado un total de 75 emprendimientos de turismo rural comunitario en esta región, con diferentes niveles de desarrollo.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025 adopta el modelo de desarrollo turístico de “destinos turísticos”, de acuerdo al concepto planteado por la Organización Mundial del Turismo, en el año 2007.

Partiendo de ello, el destino turístico, si bien comprende una delimitación territorial que lo circunscribe a una determinada área geográfica con características similares; también puede comprender uno o más productos turísticos, presentados de forma estructurada e integrada, adaptados de

manera que se impulse su comercialización, así como el desarrollo económico y el bienestar de su población.

Así, éste deberá ser gestionado mediante la unión de sus representantes públicos y privados, organizados bajo la forma de “Ente Gestor” u otra forma asociativa de naturaleza público-privada, involucrando a los principales actores que intervienen en la gestión del desarrollo turístico del destino, con un adecuado nivel de representatividad y capacidad de aporte de ambas partes.

Por ende, tiene como objetivo general consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país. (PENTUR, 2016).

El trabajo de la gestión privada ha dado los primeros indicios para implementar este tipo de turismo en otros espacios naturales dotados de muchos recursos naturales, culturales, sin embargo se necesita más que buenas intenciones, e ideas, para poder ofertar un destino turístico para una demanda que hoy en día se caracteriza por ser exigente, la gestión que se realiza en la región de Cajamarca, se está basando en promocionar recursos que no han sido adecuadamente acondicionados.

La participación de la comunidad receptora es uno de los elementos más importantes en el desarrollo del turismo rural comunitario, ya que son ellos los que interactúan con el visitante y, además, para ellos este tipo de turismo se convierte en una oportunidad para mejorar su calidad de vida. Es deficiente su participación debido a que no existe concientización de la importancia del desarrollo del turismo para sus vidas y su involucramiento es limitado.

1.1.2. Descripción del problema.

El Perú tiene fortalezas para ser uno de los destinos turísticos más importantes de la región, por su gran diversidad cultural y natural. El turismo rural comunitario es una forma de turismo que, gestionado adecuadamente, permite el desarrollo social y económico de las comunidades rurales donde se practica. (Aranda, 2009, citado en Sepúlveda, H. et al, 2010).

Los principales elementos que confluyen y aportan indicios que fundamenten el desarrollo del turismo en el ámbito rural y con la participación de las comunidades, son por un lado, la existencia de amplios espacios rurales con características idóneas, nutridos de recursos culturales y naturales diversos e importantes, y por otro lado, los cambios en las necesidades y preferencias de los habitantes de las ciudades, orientados hacia una revalorización de las culturas tradicionales y un interés creciente por el medio ambiente. De acuerdo a las tendencias, y en concreto a los cambios en las necesidades de la demanda, es donde encaja el progresivo desarrollo de una serie de oportunidades para el turismo vinculado a los espacios rurales importantes,

que en nuestro país al poseer un territorio vasto y predominantemente rural, se encuentran presentes en casi todas las regiones que lo conforman. (“Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú”, 2008)

Los emprendimientos pioneros de turismo rural comunitario han demostrado que pueden ser una herramienta importante para incrementar el nivel de ingreso en las comunidades rurales con potencial turístico, lo cual se ha traducido en una mejora de la calidad de vida, con respeto a la cultura local y al medio ambiente. Las experiencias de desarrollo de Turismo Rural Comunitario surgidas a la fecha en el Perú, se han dado por iniciativa, en su mayoría, de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda, así como proyectos desarrollados en los últimos años con el apoyo de organizaciones de cooperación al desarrollo, empresas privadas y personas emprendedoras. Estos emprendimientos surgieron y se desarrollaron con éxito en algunos casos, y en otros con resultados negativos principalmente porque se omitieron algunos principios básicos para el desarrollo de la actividad turística (“Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú”, 2008).

Por ello, el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú, y en particular en la Región Cajamarca, se ha visto limitado debido a la escasa gestión que se ha realizado para poder emprender y desarrollar este tipo de turismo, tomando en consideración que a la fecha según el Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025 en la Región de Cajamarca solamente se tiene en cuenta

el emprendimiento en Granja Porcon, no considerando otros lugares que se habían puesto en marcha, un claro ejemplo es el Distrito de La Encañada, que posee un gran potencial turístico debido a la riqueza cultural y natural de la que está rodeada en todos sus caseríos. El desarrollo del turismo rural comunitario en este distrito nace de la idea del Ingeniero Forestal Pablo Sánchez, sin dar buenos resultados, años después la idea es retomada por la agencia de viajes Vivencial Tours, quiénes en la actualidad ofrecen paquetes turísticos a dicho lugar, sin embargo las acciones emprendidas no están apegados a los principios básicos que implica desarrollar esta actividad, por ejemplo, las casas rurales ubicadas en los caseríos de Chagmapampa y La Victoria, no cuentan con las condiciones necesarias para albergar flujos turísticos significativos, las habitaciones no son suficientes y no cumplen con los estándares de calidad establecidos en el reglamento de hospedajes rurales, los espacios exteriores son pequeños y carecen de acondicionamiento, el equipamiento de la cocina que presentan no están en buenas condiciones de higiene; es decir, las casas no están acondicionadas adecuadamente para recibir a los visitantes, además no existe un compromiso de las autoridades locales, un seguimiento de su gestión de desarrollo que determine las falencias en que han incurrido y que han limitado su crecimiento y que posicionen en el mercado turístico a nivel nacional e internacional al igual que otros emprendimientos.

1.1.3. Formulación del problema.

1.1.3.1. Pregunta general

¿Cómo es la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en los Caseríos de Chagmapampa y La Victoria, distrito de La Encañada para el diseño de la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada?

1.1.3.2. Preguntas específicas

- ¿Cómo es la gestión de las instituciones públicas y privadas que promueven el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de la Encañada?
- ¿Cómo se involucra la comunidad del Caserío de Chagmapampa y La Victoria en el desarrollo del turismo rural comunitario?
- ¿Qué propuesta puede diseñarse para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada?

1.1.4. Justificación

1.1.4.1. Justificación científica

Se vive una revolución del conocimiento sin precedentes en la historia. En nuestros días la revolución del conocimiento y sus consecuencias sociales, técnicas y económicas, los problemas de conocimiento científico de la realidad, su explicación prospectiva y propuesta de soluciones a los complejos problemas que entraña, llevan a revalorar el rol de la investigación científica.

El siglo XXI está asociado a la evolución del conocimiento, con dos características fundamentales: la rapidez y la profundidad de cambio. Rapidez, porque nunca hasta ahora se habían intercambiado globalmente tan de prisa ideas, tecnologías y bienes. Profundidad, porque afecta globalmente a todas las capas de la sociedad sin distinción del sector, actividad o localización geográfica (Bueno, 1994, citado en Bueno, 2003).

El desarrollo de la disciplina del turismo necesita de la investigación científica para aproximarse y comprender la complejidad y globalidad de la realidad del pasado y la realidad contemporánea, para adquirir competencias que permitan que esta actividad se desarrolle teniendo como sustento criterios ordenados y fundamentados de los cuales basarse para desarrollar propuestas que beneficien el crecimiento de ésta actividad.

1.1.4.2. Justificación técnica-práctica

Debido a su gran importancia como una actividad capaz de dinamizar la economía de los destinos, por sus inmensas posibilidades de desarrollo social, el turismo ha demostrado su capacidad de incrementar la competitividad, crear oportunidades de empleo, frenar el éxodo rural, generar ingresos para invertir en conservación y cultivar un sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades receptoras.

Según estudios de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en la actualidad, se están presentando cambios graduales en el comportamiento y el deseo de nuevas experiencias que estén más cerca de la naturaleza y de la cultura de los países en donde se realiza la visita por parte de los turistas (“Organización Mundial de Turismo”, 2003)

Entonces las nuevas tendencias del turismo apuntan hacia una actividad no convencional, donde el turista busca salir de lo tradicional para compartir nuevas experiencias en un medio rodeado de flora y fauna, de la tranquilidad que solamente puede encontrar en espacios naturales.

En el Perú existe un gran potencial para generar inversiones orientadas a crear una nueva y variada oferta turística, debido al abundante y variado patrimonio turístico cultural y gastronómico,

así como a una mega diversidad que favorece el turismo de aventura y ecoturismo. Se estima que el Perú tiene más de 100 mil restos arqueológicos y elementos monumentales por rescatar distribuidos a lo largo de su territorio” (Bákula, 2007, citado en Sepúlveda, H. et al, 2010). Por otro lado, desafortunadamente el Perú también posee numerosas zonas con comunidades pobres que, debido a la falta de medios de capacitación información, no tienen la posibilidad de aprovechar eficientemente los recursos naturales y culturales que poseen.

El turismo rural comunitario genera beneficios a las comunidades que lo practican. Estos beneficios pueden ser económicos, sociales, ambientales e incluso culturales. De esta manera en el Perú, y en particular en la Región Cajamarca, se han venido realizando emprendimientos de turismo rural comunitario que tienen por finalidad la creación de capacidades y desarrollo de oportunidades para beneficio de las comunidades que lo practican.

Es importante conocer que en la Región de Cajamarca, el Distrito de La Encañada, lugar donde se ha desarrollado emprendimientos de este tipo de turismo, cómo se ha ido desarrollando, identificando de qué manera la comunidad se ha involucrado y ha participado para su implementación, y la gestión que se ha realizado hasta la fecha por parte de las autoridades para dinamizar ésta actividad, y a partir de ello proponer alternativas que contribuyan a su

crecimiento y posicionamiento como un destino competitivo y reconocido a nivel nacional e internacional.

1.1.4.3. Justificación institucional y personal

El presente trabajo de investigación es importante para mi desarrollo profesional ya que me permitirá ampliar conocimientos sobre el sector turismo, de la planificación y gestión de emprendimientos y/o proyectos que buscan el desarrollo social, además me permitirá aportar conocimiento científico y poder contribuir al crecimiento del turismo rural comunitario en la realidad en la Región de Cajamarca, donde los principales beneficiarios sean la comunidad de La Encañada de tal forma que esta actividad se convierta en un alternativa para mejorar su calidad de vida y los turistas, quienes vivan experiencias únicas, logrando satisfacer todas sus expectativas.

1.1.5. Delimitación de la investigación

El presente proyecto se centrará en el análisis de la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada en un periodo de 5 años, con el propósito de implementar casas rurales comunitarias adecuadas que cumplan con estándares necesarios que se adecuen a las exigencias de la demanda, de esta manera se pueda dinamizar el flujo turístico en el distrito de La Encañada, convirtiéndolo de esta manera en un atractivo altamente competitivo.

1.1.6. Limitaciones

Con respecto a las limitaciones de investigación estas están compuestas por la falta de información actualizada por parte de las instituciones encargadas de promoción y difusión del turismo en el departamento de Cajamarca, falta de especialistas en turismo rural comunitario dedicados a la gestión pública y privada.

1.1.7. Objetivos

1.1.7.1. Objetivo general

Analizar la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, Caserío de Chagmapampa y La Victoria y diseño para la implementación de casas rurales comunitarias en el distrito de La Encañada.

1.1.7.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la gestión actual de las instituciones públicas y privadas que promueven el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada.
- Determinar la participación de la comunidad del Caserío de Chagmapampa y La Victoria en el desarrollo del turismo rural comunitario.
- Diseñar propuesta para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco referencial

2.1.1. A nivel internacional.

- En la tesis un modelo de *gestión de turismo científico en la Patagonia*, desarrollado por el Ingeniero Juan Andrés Enricci en 2004 en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco presenta un análisis sobre la importancia de la gestión del turismo de manera sustentable, como una alternativa relevante para el desarrollo de la región de Patagonia, además resalta que es crucial la valorización de los recursos naturales y culturales de la región, ya que es la única manera de contribuir a la conservación del patrimonio. Es muy importante una eficiente gestión que sirva para diseñar un modelo de organización adhocrática, altamente flexible, de permanente retroalimentación y actualización, basada en un sistema laboral de alto rendimiento.

- En el proyecto final para optar por el título de máster *en gestión de turismo sostenible, desarrollado* por Karianne Karlijn de Rave en 2010 de la Universidad para la Cooperación Internacional sostiene que actualmente la sostenibilidad turística está ganando cada vez más importancia, a nivel mundial y en Costa Rica. El aumento del ecoturismo y el turismo rural, modalidades que aplican los principios de la sostenibilidad, ha resultado en casos de lavado verde. Para mitigar esta tendencia, han surgido muchos diferentes programas de certificación, que tienen como objetivo otorgar un sello o certificación a aquellas iniciativas que cumplen con ciertos criterios. En Costa Rica, el programa Certificado de Sostenibilidad Turística (CST) diseñado por el Instituto costarricense de turismo (ICT) es el programa más importante y conocido. El tema principal de esta investigación es la posibilidad para los pequeños emprendimientos de Turismo Rural Comunitario de alcanzar el máximo nivel de certificación en el CST. El hecho de que los hoteles de precios altos hayan logrado la certificación más alta de CST ha empezado la discusión sobre los costos de la sostenibilidad y las buenas prácticas. Diferentes fuentes han confirmado que existen parámetros de difícil cumplimiento para pequeñas empresas en el programa, entre ellos el consultor Amos Bien, y diferentes

representantes de hoteles en proceso de certificación y de hoteles que ya cuentan con la certificación.

- En la Tesis *Doctoral Turismo Rural Comunitario como una propuesta metodológica de innovación para comunidades en conflicto*. Caso Montes de María, por Netty Consuelo Huertas Cardozo en 2015 en la Universidad de Girona expone la importancia de la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario para las comunidades en conflicto (caracterizados por la pobreza, pero con gran riqueza natural y cultural), a través de una propuesta metodológica de Innovación Social, tomando al Turismo Rural Comunitario (TRC) como impulsor de procesos de construcción para la paz y cuyo objetivo último es el Desarrollo Humano Sostenible de los territorios; en ese sentido el turismo es un medio y no el fin.

Se revisaron cuatro experiencias en Colombia de TRC, cada una con sus propios conflictos y condiciones especiales, en los que se determinaron las lecciones dejadas. El turismo comunitario es una forma de gestión que promueve la inclusión de comunidades vulnerables; la clave del éxito estará asociada al surgimiento de liderazgo dentro de las comunidades; la participación de las comunidades es esencial en el proceso de planeación; la cultura es la base del atractivo turístico, por tanto la cultura se convierte en generadora de desarrollo. Existen

diversas dificultades a las cuales enfrentarse en los procesos de implementación de este tipo de turismo, entre ellas la comercialización y la financiación son dos de los obstáculos más grandes a superar.

2.1.2. A nivel nacional.

- ***Olivera M, Negrón C, Muñoz J, Paucar. (2008) en la tesis magistral Planeamiento estratégico para el turismo rural comunitario en Cuatro Lagunas Cusco***, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, presentan un trabajo de investigación que tiene por finalidad proponer el planeamiento estratégico para desarrollar el turismo rural comunitario en esta zona, el mismo que podría ser implementado por los gobiernos locales. Como resultado del análisis se ha determinado que los factores críticos de éxito para el turismo rural son: (a) la cantidad y condición de los recursos, (b) accesibilidad, (c) nivel de capacitación de los recursos humanos, y (d) el posicionamiento y grado de desarrollo del producto turístico. La investigación concluye en que el turismo es una industria atractiva por tener un crecimiento sostenido y ser dinámica en la generación de empleo con la participación de sub sectores económicos, el turismo rural comunitario se integra a las actividades cotidianas de las comunidades campesinas para mejorar la calidad de vida de poblaciones menos favorecidas con el desarrollo socio económico, el turismo rural comunitario

en el Perú está representado por las experiencias de las regiones de Puno, Cusco y Madre de Dios; las mismas que han sido puestas en marcha con el apoyo de instituciones públicas y privadas así como con la participación de la población y sus actores económicos; sin embargo, esta oferta está basada principalmente en el aprovechamiento de ventajas comparativas, como: el legado cultural, recursos naturales y arqueológicos; y no en la creación de ventajas competitivas, como el desarrollo de capacidades de los recursos humanos, los servicios diferenciados, instalaciones de calidad en restaurantes, hospedajes y transporte, así como una cultura empresarial con visión de futuro.

- Ballón, S; Mena, E; Santos, B; Vásquez, C. (2013) *en la tesis magistral Plan Estratégico para el Turismo Rural Comunitario en el Corredor Turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo –Cusco*, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, presenta un plan estratégico en el cual sostiene que el corredor turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo es un potencial producto que debe ser aprovechado sobre la base de la situación actual, en la que Perú viene experimentado un desarrollo económico resaltable a nivel mundial desde hace 10 años.

En el plan estratégico formulado identifica factores clave para que se aproveche las oportunidades existentes en la actual perspectiva de crecimiento del turismo a nivel mundial y tendencia favorable de preferencias por visitar lugares que

ostentan gran diversidad cultural y lograr experiencias únicas y diferentes de un turismo convencional, y, por otro, minimice las amenazas y riesgos existentes.

Una de sus mayores oportunidades viene a ser el papel protagónico que tiene el turismo en el crecimiento económico mundial, dando oportunidad para los países en vías de desarrollo potencializar ésta actividad en sus diversas modalidades, entre las que se encuentra el TRC o turismo de base comunitaria, el cual constituye una opción sostenible para el incremento de los ingresos económicos de las comunidades rurales en las que se desarrollan estos servicios y actividades, así como para la conservación de su cultura, tradiciones y medioambiente que las rodea.

Según el estudio realizado el TRC se encuentra en la etapa de desarrollo del ciclo de vida de esta industria, lo que permitirá modelar, adaptar y diseñar sus estrategias de modelación del proceso de productos y de desarrollo de mercados para la consecución de los objetivos de la organización, aprovechando la coyuntura de estabilidad sociopolítica y económica, que crea un escenario favorable para la inversión nacional y extranjera. Por ende concluye que resulta importante implementar el planeamiento estratégico para el TRC en el corredor turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo, más aún cuando este modelo de

negocio puede replicarse en otras comunidades rurales, para lograr así transformar sus ventajas competitivas y alcanzar competitividad en el mercado del TRC.

- Carbajal (2005), en su tesis para obtener el grado de magister, *llamada el planeamiento estratégico como instrumento de desarrollo del sector turismo en el Perú* da a conocer la importancia de proponer un planeamiento estratégico, tomando en cuenta una proyección de cinco años (2005- 2010), donde se ha aplicado la teoría de los Ciclos de vida del producto de (Raymond Vernon, 1962). Según Vernon los productos (y las empresas) muestran un ciclo de desarrollo que comprende: la aparición, crecimiento, expansión, madurez y declinación de la vida del producto u empresa, donde la última fase del ciclo (declinación) aparecen sustitutos del producto con nuevos, gustos y nuevas tecnologías. Además de la presente investigación se rescata la siguiente información: El turismo arqueológico ha durado todo el siglo XX en el Perú, en los últimos diez años está emergiendo un nuevo turista: el turista ecologista, que prefiere las caminatas (treks), escalamiento de glaciares, canotaje observación de flora, fauna y panoramas selváticos. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), hacia el año 2010, el turismo de aventura será de, mayor expansión (25%) que el turismo arqueológico (4%). Se recomienda por ello preparar el turismo de aventura en Iquitos,

San Martín, Ucayali y Madre de Dios hacia el año 2010. Así mismo, el estudio de los turistas en Perú ha encontrado que 52% provienen de la Unión Europea, 17% de los Estados Unidos de Norte América y el 17% de Asia. Se ha encontrado que el 82% de los turistas visitan Cusco y 86% de éstos la región amazónica. Se recomienda contactar a personal de museos, facultades de biología y Ciencias Naturales y en especial a estudiantes de pre-grado de ciencias naturales para promover el turismo de aventura en el país. Finalmente se ha encontrado que el 82% de los turistas de aventura que arriban al Perú poseen instrucción universitaria.

- ***Cetraro (2008) en la revista del instituto de investigaciones económicas y Sociales “UNI. Número 6. Lima, Facultad de Ingeniería Económica y Ciencias Sociales, IECOS, pp. 81 – 130.*** Resume un diagnóstico de la realidad puneña que destaca las condiciones de pobreza en las que vivían el 80,4% de los habitantes, pese a las mejorías de ciertos indicadores a lo largo de los últimos 40 años en aspectos como el analfabetismo y el nivel educativo. El estudio mostró las difíciles condiciones en que se desenvuelven los pueblo de Puno que han concentrado sus esfuerzos en tener empleo, alimentarse y disfrutar de algunas condiciones básicas de agua y electrificación; y que a pesar de ello, son pueblos que trabajan duro produciendo y comerciando, que persisten en el hermoso y complicado medio

físico y que desarrollan su cultura danzando, cantando y haciendo música.

A nivel de identificación del número de comunidades y familias comuneras ubicadas en la región Puno, la información recogida de la Oficina Zonal del Organismo de Formalización de la Propiedad Informal (COFOPRI - Puno) establece 1265 Comunidades al 2008 y 123 659 familias comuneras. Sin embargo, cabe señalar que la información proporcionada por el Directorio de COFOPRI Puno, registra únicamente el número de familias comuneras; no ofrece datos estadísticos sobre el total de la población comunera.

2.2. Marco doctrinal

2.2.1. Teoría general de los sistemas.

La Teoría General de Sistemas (TGS) se presenta como una forma sistemática y científica de aproximación y representación de la realidad y, al mismo tiempo, como una orientación hacia una práctica estimulante para formas de trabajo transdisciplinarias. En tanto en el paradigma científico, la TGS se caracteriza por su perspectiva holística e integradora, en donde lo importante son las relaciones y los conjuntos que a partir de ellas emergen.

Entre las disciplinas que explícitamente han aportado a la formulación actual de la TGS, se encuentran la física, química,

biología, y más recientemente algunas ramas de la psicología y la gestión. Dado el isomorfismo entre estas disciplinas científicas, se puede ahora transportar y adaptar sentidos de una de ellas a otra u otras, enriqueciendo en mucho la comprensión de las mismas.

Simón, (citado en el libro de Ludwig von Bertalanffy, 1989); Afirmó que ha sido útil ver el comportamiento de sistemas adaptativos en términos de los conceptos de retroacción y homeostasis, y analizar la adaptabilidad en términos de la teoría de la información selectiva (la información selectiva explica lo que más adelante se denominan puntos de bifurcación). También permiten ver un amplio rango de situaciones las ideas de evolución, relativismo y operacionalización. Esta teoría se refiere primariamente a la complejidad de los sistemas con poca referencia a los detalles de estructura. Se entiende que un sistema es complejo cuando está constituido por una gran cantidad de partes que interaccionan de forma no simple. En tales sistemas, el conjunto es más que la suma de las partes (holismo); dadas las propiedades de las partes y las leyes de su interacción no es una tarea trivial inferir las propiedades del conjunto. Dado el alcance de la expresión “jerarquía organizacional formal” Simon incluye en esta teoría los sistemas en los cuales no hay subordinación entre los subsistemas. En realidad, en las organizaciones humanas, la jerarquía formal existe solo en el papel mientras que la organización de “carne y

hueso” tiene muchas relaciones entre sus componentes que son diferentes de la autoridad formal.

Todo sistema es parte de otro sistema que le incluye, y a su vez incluye otros subsistemas. Una consecuencia de ello, es que la velocidad requerida por un sistema complejo que evoluciona por razones naturales o artificiales, va a ser mucho menor si está compuesto por uno o más niveles de subsistemas componentes estables, que si los componentes elementales están todos en el mismo nivel. Para ejemplificar ello da el siguiente ejemplo: si una persona arma un conjunto interrelacionando todos los elementos entre sí (en la medida de lo necesario), cuando uno “colapsa”, se “cae” todo el conjunto. En cambio si está armado por subconjuntos integrados en niveles, cuando colapsa un elemento no arrastra tras sí a los demás, o sea que la falla actúa solo localmente. Simón lo denomino el ejemplo de Horus y Tempus. Propiedades de las relaciones en este alcance lo relevante son las relaciones entre los subsistemas, dos propiedades pueden tener los sistemas, una es la dirección entre los sistemas y la otra es la intensidad o frecuencia.

Introduce la bien conocida parábola de los subconjuntos. Afirma que el tiempo de hacer un reloj es diferente si se lo construye a) como un solo conjunto, o b) como un ensamble de subconjuntos. Si ocurriera una interrupción por falla en el proceso de construcción, en la alternativa a) se destruye todo el conjunto, y en

la b) solo el subconjunto en producción. O sea que la construcción por integración de subconjuntos es más segura y rápida. De lo anterior se deduce que el tiempo de evolución a partir de elementos simples depende críticamente del número y distribución de formas estables intermedias potenciales. Para toda cadena de cualquier tamaño, lo sustancial es el estado de equilibrio relativo. Para el proceso evolutivo que estamos describiendo, el equilibrio de los estados intermedios debe ser solamente local y no global. Se observa que la teoría no supone mecanismos teleológicos. Las formas complejas pueden surgir a partir de las simples, por procesos puramente azarosos. El direccionamiento se proporciona luego que existen las formas complejas. Es decir que la teoría de los objetivos organizacionales viene luego de que la organización compleja exista, y sea direccionada por las fuerzas que pueden darle dirección (stakeholders). Y esto no es más que la supervivencia del más adaptado, es decir, del estable.

2.2.2. La teoría de la administración científica.

Surgió en parte por la necesidad de elevar la productividad. A mediados del siglo XX, en Estados Unidos, había poca oferta de mano de obra. La manera de elevar la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores. Así fue como Frederick W. Taylor, Henry L. Gantt y Frank y Lilian Gilbreth desarrollar un conjunto de principios que se conocen como la teoría de la administración científica.

Entre los principales pioneros de la administración científica tenemos:

- Taylor, (citado en Hernández, 2011): Por lo general se reconoce a Taylor como “el padre de la administración científica”. Probablemente ninguna otra persona ha tenido una repercusión mayor sobre el desarrollo inicial de la administración. Sus experiencias como aprendiz, como obrero común, capataz, maestro mecánico y luego ingeniero en jefe de una compañía aserrera, le dieron una amplia oportunidad para conocer de primera mano los problemas y las actitudes de los trabajadores y observar las grandes posibilidades para mejorar la administración en la empresa.
- Henry L. Gantt, (citado en Hernández, 2011): Realizó mucho trabajo de desarrollo en la selección científica de los trabajadores y el desarrollo de sistemas de incentivos mediante bonos, el sistema de tasas diferenciales porque consideró que era fuente de muy poca motivación y, a cambio, presentó otra idea. Donde los trabajadores que terminará la porción de trabajo diaria que se le hubiera asignado, obtendría una bonificación de 50 centavos, aumentó otro aliciente. El supervisor obtendría una

bonificación por cada uno de los trabajadores que cumpliera con la ración diaria, más otro bono extraordinario si todos los trabajadores lo hacían. Según, (Vargas Tellez & Nava, citado en Hernández, 2011), establece un sistema de tarea y bonificación y el adiestramiento de los trabajadores. Por consiguiente los motivaría que los supervisores prepararan a sus trabajadores para desempeñar mejor su trabajo. El desarrollo de su filosofía es “instruir y dirigir” será la técnica del futuro, en comparación con la entonces prevaleciente de “forzar”.

- Frank y Lilian Gilbreth (citado en Hernández, 2011): Se interesaron en los movimientos desperdiciados en el trabajo; al reducir de 18 a 5 números de los movimientos necesarios para colocar ladrillos, hizo posible duplicar la productividad de un albañil sin necesidad de un esfuerzo mayor. Pronto su empresa constructora se dedicó principalmente a la consultoría sobre el mejoramiento de la productividad humana. Después de conocer a Taylor en 1907, combinó sus ideas con las de éste para poner en práctica la administración científica. Para un mejor aporte de la administración científica, según Garcia, (citado en Hernández, 2011), la Administración Científica es lo que

es, no solamente por la aplicación del método científico, sino por dos razones más:

a) Por el hecho de que su discurso esta complementado por ciencias formalmente constituidas -economía, psicología, sociología, derecho, matemáticas, antropología, entre otras.

b) Por el hecho de que busca crear principios para mejorar la eficiencia organizacional, Soto (citado en Hernández, 2011) da a conocer los elementos que integran el contenido de la administración, proponiendo la sustitución del empirismo y la improvisación en la administración, por un enfoque científico que asegurara mayor productividad del operario en la fábrica. Para este propósito, propuso seleccionar y entrenar adecuadamente a los operarios, ubicándolos según sus cualidades físicas, en aquellas actividades en las que aseguraran mejores resultados; a través del estudio de tiempos y movimientos en el trabajo, estableció estándares de producción que debían ser alcanzados por los operarios.

2.2.3. Bases teóricas de la teoría general de los sistemas.

El primer antecedente de la aplicación de la teoría de sistemas al turismo es la de Cuervo (citado por José Luis Bosch, María Carolina Merli, 2013), quien en su publicación “El turismo como medio de comunicación humana” reconocía la necesidad de adoptar este enfoque para la interpretación del turismo en su complejidad. Para Cuervo el turismo “es un conjunto bien diferenciado de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos”. Dentro de ese conjunto diferencia grandes subconjuntos: transporte, servicios alimentarios, alojamientos, diversión y amenidades, considerados como servicios básicos y otros subconjuntos complementarios: agencias de viajes, alquiler de automóviles y otros. Este autor dice que el desplazamiento de turistas origina la intervención de los subconjuntos mencionados “convirtiendo el gran conjunto de turismo en un sistema”. Este autor plantea un acercamiento al estudio del fenómeno desde un enfoque económico aunque no considerando específicamente todos los elementos que forman parte del intercambio como la demanda o las prácticas de intercambio de bienes y servicios, su esquema se centra en identificar, clasificar y relacionar los elementos que componen la oferta. Este autor no consideraba el ambiente como un componente del sistema turístico.

- Leiper (1979), propone un simplificado modelo geográfico para dar cuenta de las relaciones entre elementos que se

producían a partir del turismo. Este autor identifica las áreas de origen, ruta de tránsito y destino de los viajes haciendo una especial distinción de los desplazamientos referidos a la actividad del turismo respecto de los demás desplazamientos y las zonas de origen y destino que no pertenecen a la misma. También es muy valiosa la distinción que hace del ambiente físico, cultural, social económico, político y tecnológico que encuadra la dinámica general del sistema. El modelo de sistema turístico de Leiper permite la localización de varios sectores del turismo y asociarlos como pertenecientes al origen, al destino o al espacio de tránsito

- Boullón (1985), su perspectiva focalizada en el proceso de venta de los productos turísticos, reconoce fundamentos del enfoque sistémico para el estudio del turismo dando énfasis a la oferta y la demanda turística como los principales elementos. Identifica la planta turística como el conjunto de servicios que favorece el consumo de actividades turísticas y constituyen la estructura de producción del sector. También identifica un sector denominado superestructura como subsistema de gestión y control del turismo.
- Beni (1998), Este autor plantea la existencia de tres grandes conjuntos de elementos: de relaciones ambientales, de

organización estructural y de acciones operacionales. A su vez cada uno de estos está conformado por subsistemas. Al conjunto de relaciones ambientales lo integran los subsistemas ecológico, social, económico y cultural. El Conjunto de Organización Estructural está integrado por los subsistemas Superestructura e Infraestructura. Finalmente el conjunto de relaciones operacionales está integrado por el subsistema de mercado; por relaciones de producción, distribución y consumo. Es muy interesante el enfoque de este autor porque representa muy ampliamente las relaciones que se producen en el sistema turístico.

Además de considerar las relaciones ambientales en su amplitud como subsistemas interconectados y con los cuales se relacionan el subsistema de mercado, hace referencia a la utilización de elementos de estos subsistemas como así también a la modificación que puede producir en los mismos. En relación a los subsistemas de superestructura e infraestructura, que forman parte del conjunto de la organización estructural son subsistemas de apoyo a las relaciones de mercado en tanto aportan por un lado, servicios básicos de comunicación, transporte, saneamiento, energía, educación entre otros y por otro lado son productores de políticas que inciden en la actividad turística. Es un instrumento de gestión de la actividad

turística a nivel nacional, plantea nueve objetivos estratégicos que permitirán lograr que el destino Perú sea competitivo y sostenible. Dichos objetivos buscan: el incremento de las divisas, el incremento de los turistas nacionales e internacionales, la diversificación de la oferta para la atracción de nuevos segmentos de mercado, el fortalecimiento del recurso humano en turismo, el fomento de una cultura turística y la oferta de servicios con estándares de calidad internacional. Es importante destacar que para el cumplimiento de los objetivos estratégicos del sector, la articulación público-privada constituye uno de sus principales pilares. Por lo tanto, el rol de ambos sectores es trascendental y contribuirá a la consolidación del sector turismo en el país. Por la transversalidad de la actividad turística, la articulación multisectorial juega un papel fundamental, toda vez que se requiere de la convergencia de acciones de diversos sectores del Estado. Finalmente, y con el propósito de lograr que el turismo se convierta en un instrumento tangible de desarrollo económico, social, cultural y ambiental. (“Plan Estratégico Nacional de Turismo” 2016)

- Lineamientos del Turismo Rural Comunitario: Es un instrumento de gestión que tiene por objetivo “Contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un turismo

sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú.”

Donde expone que: “El Turismo Rural Comunitario en el Perú es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural un componente clave del producto”. En nuestro país esta actividad se basa en el megadiverso binomio cultura y naturaleza, presente en el medio rural a nivel nacional y en la reincorporación de las comunidades rurales, campesinas y/o nativas, al manejo responsable del territorio de este medio, al uso sostenible de los recursos naturales, culturales y humanos que promuevan su conservación y la generación de beneficios económicos, que incidan principalmente en la mejora de los ingresos y condiciones de vida de estas poblaciones.

En este enfoque se encuentra intrínseco el desarrollo de capacidades en la comunidad para el manejo y gestión del desarrollo local y del turismo como actividad económico-social importante en el escenario de la nueva ruralidad, así como para el mejoramiento de los destinos y servicios acorde a las características del producto y las necesidades del mercado teniendo como fundamento de éxito la calidad.

Así también, alienta a la comunidad a asumir un compromiso de respeto, valoración y conservación del patrimonio e incentiva a los mismos a darlo a conocer y promoverlo al Perú y al mundo.

Planificación, presupuesto, organización de proyectos, planes y actividades en el Perú se da a través de un nuevo Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones, más conocido como Invierte Perú, el cual se crea a través del Decreto Legislativo N° 1252 y se deroga al Sistema Nacional de Inversión Pública – SNIP.

Invierte Perú fortalece la fase inicial con una programación estratégica que agilizará la formulación y evaluación de los proyectos, evitando procesos innecesarios. Este nuevo sistema identifica y prioriza proyectos que cierran brechas sociales y económicas, nos trae perfiles simplificados y estándares o fichas técnicas para montos hasta 60 millones, se ajustan los criterios de evaluación y la información con la que se sustente debe ser consistente (los costos, la determinación de costos al detalle, la ficha al resumen y la información adicional que sustente ese tipo de proyecto para que la unidad formuladora los evalúe y los apruebe). Tiene cuatro fases: programación multianual, formulación y evaluación, ejecución y funcionamiento.

Marco conceptual

2.2.4. Ente gestor.

Según la OMT el ente gestor es una coalición de diversas organizaciones públicas y privadas, junto con otros actores, que busca el logro de objetivos comunes en favor del destino turístico. Dicha asociación asume la coordinación de actividades bajo una estrategia coherente, sin que ello signifique el control directo de las actividades de los socios del ente gestor. Su labor es generar compromisos a favor del destino turístico, que sumen recursos y experiencia, pudiendo igualmente trabajar por encargo y también ejercer su capacidad propositiva.

Debido a esta condición, el éxito del ente gestor requiere alta capacidad para desarrollar y establecer alianzas al interior del destino turístico y también con otros destinos. Para lograr esto, cada ente gestor debe estar en capacidad de:

- Asumir la coordinación con los actores para la planificación del destino, estableciendo el plan de trabajo del ente gestor a corto, mediano y largo plazo.

- Definir las prioridades de acción a desarrollarse en el destino turístico y presentar una propuesta de desarrollo de productos en los espacios de coordinación.

- Gestionar la estrategia de comunicación del destino a los mercados a los que quiera dirigirse.

2.2.5. Formatos y escalas para un ente gestor.

El formato que pueden adoptar estos espacios de gestión es variado y dependerá del contexto del país y de las necesidades operativas de cada caso. La Organización Mundial de Turismo (OMT) propone algunas opciones:

- Oficina dentro de una institución pública.
- Alianza entre instituciones públicas, gestionada por cada uno de los socios.
- Alianza entre instituciones públicas, gestionada por una unidad de gestión.
- Instituciones públicas brindando servicios a empresas privadas.
- Alianza público-privada para ciertas funciones, generalmente sin fines de lucro.
- Asociación o empresa creada únicamente por el sector privado, para ejecutar ciertas funciones.

El formato más adecuado será aquel que le permita a la organización ejecutar las tareas que los actores le asignen y fundamentalmente generar ingresos para sostener la institución y sus actividades.

Los entes gestores regionales, provinciales o nacionales son los responsables de la gestión y promoción del turismo en la región geográfica o ámbito definido para tal propósito. Este ámbito no

siempre coincide con los límites administrativos o de gobiernos locales, como distritos, estados o provincias.

Desde esta perspectiva, se necesita construir una red de espacios de gestión a partir de los propios destinos, que incluyan organizaciones de gestión local o de sitios de visita, de manera que se conviertan en los brazos de la organización de un destino turístico.

2.2.6. Aspectos prioritarios para la gestión de un destino turístico competitivo

La gestión de un destino turístico varía de acuerdo a su situación y necesidades particulares. Sin embargo, existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo:

- ***Planificación y desarrollo del destino:*** Establecer el plan de trabajo o plan de acción del destino ejecutado por el ente gestor, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, contemplando una agenda de corto, mediano y largo plazo. De esta manera se logrará consensuar estrategias, proyectos e inversiones turísticas que logren mejoras en infraestructura, desarrollo de capacidades y la competitividad del destino.

- ***Desarrollo de productos y servicios turísticos:*** Desarrollar productos y servicios, de acuerdo al mercado turístico, que definan

los ejes centrales de acción del destino y constituyan una experiencia excepcional para el turista.

- ***Promoción y comunicación del destino turístico:***

Desarrollar, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, estrategias de promoción y comunicación del destino turístico, que contribuyan a su posicionamiento en los segmentos de mercado objetivos. Esto puede significar a su vez orientar esfuerzos para mejorar la cadena de comercialización del destino en los niveles local, nacional o internacional.

2.2.7. Lineamientos del turismo rural comunitario enfocado en la gestión

El Turismo Rural Comunitario en el Perú comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas (MINCETUR)

En nuestro país esta actividad se caracteriza por ser vivencial e integral ya que promueve la incorporación de las comunidades en el manejo responsable de sus recursos naturales, culturales y humanos. Plantea una interrelación más estrecha con las comunidades, contribuyendo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área en que se efectúa la actividad turística.

2.2.8. Tipos de gestión para el desarrollo del turismo rural comunitario

2.2.8.1. Gestión Pública

El Estado (a través de sus gobierno locales y en particular de las municipalidades distritales y provinciales) debe ejercer sus competencias en la dotación de bienes públicos básicos, el ordenamiento del territorio, en la planificación local y en la creación del entorno adecuado para el desarrollo de los emprendimientos locales, entre otras funciones relacionadas más específicamente con el desarrollo del Turismo Rural Comunitario, como por ejemplo, la zonificación de áreas turísticas o planes de desarrollo turístico o la gestión de residuos.

2.2.8.2. Gestión Empresarial

Incluye Gobiernos Locales (empresas municipales), empresarios privados y parte de los miembros de una comunidad, siempre y cuando estos últimos conformen una empresa.

2.2.8.3. Gestión Comunitaria

La comunidad en su mayoría, participa en la toma de decisiones y beneficios.

2.2.8.4. Gestión Mixta

- Emprendedores locales más ONGs.
- Emprendedores locales más empresa privada.
- Emprendedores locales más ONG más empresa privada.
- Emprendedores locales más gobierno local.

2.2.9. Líneas Estratégicas.

- Crear el Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario, que incluya el Plan de Desarrollo del Turismo Rural y promueva el desarrollo de las comunidades rurales.
- Desarrollar el marco legal y tributario, que promueva y formalice la actividad.
- Desarrollar proyectos piloto, que se constituyan en ejemplos para el desarrollo de proyectos en otras localidades.
- Creación de un fondo de apoyo financiero para poner en marcha el Programa Nacional de Turismo Rural.
- Establecer vínculos con entidades nacionales, ya sean regionales, provinciales, municipales, sector académico, de carácter público o privado tendientes a fomentar y apoyar el turismo rural, así como con la cooperación técnica internacional.

- Crear mecanismos que permitan una fluida comunicación y coordinación entre los actores que intervienen de tal manera que permitan armonizar los intereses de las partes.
- Diseñar e implementar un programa de capacitación y difusión, orientado a sensibilizar y preparar a los actores involucrados, tales como gobiernos locales, regionales, comunidades, ONGs, sector privado, entre otros, para promover el desarrollo sostenible del Turismo Rural Comunitario y el fortalecimiento de las redes sociales.
- Diseñar e implementar un programa de incentivos para promover la creación de negocios dentro del marco de la actividad.
- Diseñar e implementar un programa de asistencia técnica dirigido a los negocios turísticos que se vayan generando por esta actividad a fin de dotarlos de los mecanismos e instrumentos necesarios que les permitan ser competitivos.
- Levantamiento de información, actualización, diagnóstico y difusión permanente de la actividad turística rural a nivel nacional.
- Promover la certificación de buenas prácticas contempladas dentro del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR.
- Diseñar el Plan de Marketing Estratégico que permita conocer las características de la demanda y otros componentes del mercado, la presentación correcta del

producto, determinación de canales de distribución, la promoción y publicidad acorde con las características del mercado.

- Sensibilizar a los gobiernos locales y a la comunidad sobre la importancia del ordenamiento turístico territorial, respetando las áreas rurales.
- Fortalecer al MINCETUR con asesoría externa para el manejo del Programa Nacional de Turismo Rural.

2.2.10. Establecimientos de hospedaje rurales

- Una de las líneas estratégicas de trabajo obligatorio en el desarrollo de turismo rural comunitario es la de “diseñar e implementar un programa de incentivos para promover la creación de negocios dentro del marco de la actividad”. La creación de negocios o emprendimientos permitirían sostener una actividad turística en el tiempo, ya que los servicios de alimentación y alojamiento son necesarios en la satisfacción de las necesidades de los turistas, además de contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población local a través de la generación de trabajo directo e indirecto. Para brindar el servicio de alojamiento en el ámbito rural es importante promover la creación e implementación de establecimientos de hospedaje que satisfagan la necesidad de pernoctación del visitante.

Clasificación Establecimientos Rurales: De acuerdo al reglamento que establece MINCETUR, los establecimientos de hospedaje se clasifican en: Hotel Rural, Casa Rural, Campamento Rural, Albergue Rural.

2.2.11. Definiciones.

- a) Casa Rural: Vivienda del ámbito rural que destina algunas de sus habitaciones al servicio de alojamiento no permanente, incluyendo servicio de desayuno, así como el disfrute de espacios comunes. La casa rural también podrá ser puesta en forma exclusiva a disposición de los huéspedes, pudiendo en este caso, prestar o no servicios complementarios.
- b) Clase: Identificación del establecimiento de hospedaje rural, de acuerdo a la clasificación a que se refiere el reglamento respectivo.
- c) Contrato de Hospedaje: Es la relación jurídica que se genera entre los huéspedes y el establecimiento, por la sola inscripción y firma del Registro de Huéspedes, regulada por el derecho común, las disposiciones contenidas en el presente Reglamento y las normas del propio establecimiento.
- d) Establecimiento de Hospedaje Rural: Establecimiento de hospedaje ubicado en zona rural, destinado a prestar servicio de alojamiento no permanente, a efecto que sus huéspedes pernocten en éste, con la posibilidad de incluir servicios

complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente convenida.

- e) Servicios complementarios: Servicio de comidas y bebidas, lavandería, planchado, venta de productos artesanales, información turística, actividades de esparcimiento y recreación, entre otros, prestados en el establecimiento con el fin de facilitar la estadía del huésped.
- f) Servicios higiénicos: Ambiente que cuenta por lo menos con un lavatorio, inodoro, ducha, espejo, jabón y papel higiénico.
- g) Zona Rural: Espacio geográfico caracterizado por presentar una escasa densidad de población, ausencia de aglomeración urbana y concentración industrial; asimismo, se distingue por el acentuado desarrollo de actividades agropecuarias y presencia de patrimonio arqueológico, cultural y/o natural. (Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Rural-Mincetur).

2.2.12. Concepto de deficiencia y elementos de gestión en el turismo rural comunitario.

Deficiente, este vocabulario se define como el falto, desprovisto, necesitado, mermado, inacabado, defectuoso, insuficiente, incompleto, escaso o carente de algo o de alguien.

La gestión pública – privada y la participación de la comunidad receptora son considerados elementos esenciales en el sistema

turístico. Aunque su incorporación en los procesos de planificación y gestión turística es frecuentemente mínima, su importancia radica en el apoyo u obstaculización al desarrollo turístico. Para que se pueda desarrollar óptimamente la actividad turística en un destino es fundamental que los elementos que conforman el sistema turístico sean gestionados adecuadamente, puesto que, si existe deficiencia en uno de ellos, el desarrollo del turismo no se podría consolidar ni tener productos turísticos capaces de generar una demanda turística potencial.

La gestión del turismo rural comunitario es esencial para poder ofrecer un producto diferenciado y único, teniendo en cuenta los elementos que lo conforman como la infraestructura, planta turística, recurso turístico, la superestructura; es fundamental que los entes encargados de poner en valor cada uno de estos elementos realicen una eficiente gestión.

La gestión del turismo rural comunitario en la Región de Cajamarca se considera actualmente deficiente debido a que no existe el suficiente interés por parte de las autoridades de la Dirección Regional de comercio exterior y turismo, Municipalidad distrital de la Encañada y otras autoridades públicas involucradas, por desarrollar un producto turístico competitivo, prueba de ello es que actualmente de los 75 emprendimientos que existen, solamente en Cajamarca cuenta con Granja Porcón, pese a que es una de las

Regiones con más espacios rurales, idóneos para desarrollar éste tipo de turismo. Partiendo de la planificación de las actividades que pro del desarrollo del turismo, a nivel nacional en Ministerio de Comercio exterior y Turismo tiene como instrumento de gestión el Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025, descentralizándolos en cada región el llamado PERTUR, muchas de las acciones que se plasman en estos planes no llegan a realizarse debido a que la gestión tanto del sector público, sector privado y la participación de la comunidad no son eficientes.

2.3. Definición de términos básicos

- **Turismo Rural Comunitario:** En el Perú comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación de las comunidades campesinas y/o nativas.

- **Circuito Turístico:** Oferta conjunta de productos turísticos diferenciados y que generalmente se ubican en regiones distantes, los circuitos pueden generarse en cuatro niveles: local, regional, nacional e internacional. Corresponde a una vía de conexión cuya función es importante para vincular zonas y áreas turísticas.

- **Comunidad campesina:** Son organizaciones de interés público, con existencia legal y personería jurídica, integradas por familias que habitan y controlan determinados territorios, ligadas por vínculos ancestrales, sociales, económicos y culturales, expresados en la propiedad comunal de la tierra, el trabajo comunal, la ayuda mutua, el gobierno democrático y el desarrollo de actividades multisectoriales, cuyos fines se orientan a la realización plena de sus miembros y del país.

- **Destino turístico:** Producto o conjunto de productos capaces de atraer importantes flujos de viajeros por sí mismo. Identidad. Designa el carácter de todo aquello que permanece único e idéntico a sí mismo, pese a que tenga diferentes apariencias o pueda ser percibido de distinta forma.

• **Infraestructura:** Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socio económico de un país y que son aprovechados para impulsar alguna actividad en especial, en este caso el turismo. Entre estos encontramos: (a) servicios básicos; redes de suministro (energía eléctrica, luz, agua, desagüe, sistema de eliminación de residuos, etc.); (b) vías de acceso, pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, aeropuertos, terminales, etc.; (c) telecomunicaciones, abarca los servicios de telefonía, correo, Internet, etc.; (d) servicios públicos: seguridad, ornato, educación, etc.

• **Instalaciones turísticas:** Todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas. Inventario turístico. Es el catálogo ordenado de los recursos naturales, culturales y arqueológicos que posee una región, su elaboración implica dos pasos: (a) registro de información; y (b) evaluación de los atractivos turísticos.

• **Oferta turística:** Es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado.

- **Perfil del turista:** Características particulares que definen con precisión al turista que visita una región. Entre los principales componentes que definen el perfil de un turista se encuentran: edad, nacionalidad, sexo, gasto promedio, motivo de visita, estadía promedio, modo de transporte, atractivos deseados.
- **Planta turística:** Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin. Está compuesto por: servicios de transporte, alojamiento u hospedaje, restaurantes, servicios de recreación, servicios complementarios.
- **Producto turístico:** El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios (prestaciones materiales e inmateriales) puestos a disposición del turista en un lugar determinado. Está compuesto principalmente por: recursos turísticos; atractivos turísticos, infraestructura, planta turística.
- **Recurso turístico:** Son los recursos naturales, culturales, el folclore, las realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y los acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes. Estos han sido categorizados en: (a) sitios naturales: esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son consideradas parte importante del potencial turístico; (b) manifestaciones culturales: se consideran

las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros; (c) folclore: es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado; (d) realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas: comprenden aquellas obras actuales, pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico; (e) acontecimientos programados: categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

- **Turismo sostenible:** Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe: (a) dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica; (b)

respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural; (c) asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

CAPÍTULO 3

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

H₁: La gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria, distrito de La Encañada es deficiente debido a la falta de planificación, organización y presupuesto en los tres niveles de gobierno.

3.1.2. Variables

V1: Gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario.

3.2. Operacionalización/categorización de los componentes de las hipótesis

Tabla 1.
Operacionalización de Variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN | DIMENSIÓN | INDICADORES | ITEMS | INSTRUMENTOS |
|--|--|----------------------|--|---|------------------------------------|
| Gestión turismo rural comunitario | Conjunto de acciones, o diligencias fundamentadas en la planificación, presupuesto, organización y control que permiten la realización y el desarrollo de la actividad turística en un medio rural, donde la comunidad receptora a través de la demostración activa de sus tradiciones, costumbres, modo de vida se convierten en el atractivo principal y generador de beneficios económicos. | Planificación | - Proyectos de implementación de turismo rural comunitario. - Planes de desarrollo turísticos | -Proyectos de inversión pública turísticos -Proyectos privados de turismo - Planes públicos de desarrollo turístico. -Planes privados de desarrollo turístico. | Fichaje Entrevista |
| | | Presupuesto | -Recursos Económicos | -Monto del sector público asignado para promover el turismo -Monto del sector privado asignado para proyectos privados | Fichaje Entrevista |
| | | Organización | -Actividades de desarrollo turístico de las oficinas de turismo a nivel regional, provincial y distrital. -Participación de la comunidad en el turismo rural comunitario. | -Planes para el desarrollo turístico del área de estudio. -Fomento de la actividad turística. | Entrevista Encuesta |
| | | Control | Infraestructura | -Habitaciones -Servicios básicos en las viviendas | Guía de Observación |
| | | | Equipamiento | -Camas -Roperos -Mesas de noche | Guía de Observación Encuesta |
| | | | | -Cocina mejorada -Instrumentos de cocina | Guía de Observación Encuesta |
| | | | | -Terma de agua caliente -Cortinas -Repisa | Guía de Observación Encuesta |
| | | Servicio | - Capacitación atención al cliente y calidad del servicio. | Encuesta | |

CAPÍTULO 4

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica

El trabajo de investigación se ubicó en el Caserío de Chagmapampa- La Victoria Km. 15, 12.5, 16, Distrito de La Encañada, Provincia Cajamarca, Región de Cajamarca.



Figura 1. Mapa provincias de Cajamarca
Fuente: Gobierno Regional de Cajamarca

4.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación aplicado a este trabajo de investigación fue no experimental debido a que se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Transversal ya que el propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Nivel: Descriptivo - propositivo.

4.3. Métodos de investigación

El método que se utilizó en la investigación es analítico – sintético ya que distingue los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado para ver las relaciones entre las mismas y finalmente comprender la totalidad el fenómeno estudiado.

4.4. Población y muestra, unidad de análisis y unidades de observación.

- **Población:** Familias involucradas en el TRC, pobladores de los caseríos involucrados, autoridades locales, regionales público y privadas involucradas en el desarrollo del turismo, comunidad de los caseríos involucrados.
- **Muestra:** Tres familias que actualmente están involucradas en el TRC y las autoridades del área de turismo del distrito de La Encañada, Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Agencia de Viajes Vivencial Tours y 40 pobladores de la comunidad de los caseríos de Chagmapampa y La Victoria.

- **Unidad de análisis:** Instituciones Públicas, Privadas, familias involucradas en el desarrollo del turismo y comunidad de los caseríos involucrados.
- **Unidad de Observación:** Autoridad de la Municipalidad Distrital de la Encañada, del área de turismo, Autoridad de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, del área de proyectos; Gerente y/o Administrador de la Agencia de Viajes Vivencial Tours, Casa Uno: Sra. Rosa Abanto Urbina, Casa Dos: Sr. Jesús Requelme Bringas, Casa Tres Sr. Quirino Marín Sánchez, La Victoria, Km. 16. Y 40 pobladores de la comunidad de los caseríos involucrados.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

Las técnicas utilizadas en el trabajo de investigación fueron la observación en sus dimensiones organización, dirección, infraestructura y equipamiento; revisión documental con sus dimensiones, planificación y presupuesto, con su instrumento guía de observación, cuestionario y fichaje respectivamente.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Se ingresaron los datos al programa SPSS para luego ser procesados y presentados en tablas y figuras con sus respectivas interpretaciones y discusiones.

4.7. Confiabilidad de Instrumentos

Con respecto a la confiabilidad del instrumento aplicado a los pobladores del caserío la Chagmapampa y La Victoria está compuesto por 18 elementos o preguntas, divididos según las variables de estudio. El método utilizado para

determinar la confiabilidad es el coeficiente de alfa de Crombach, debido a que el cuestionario se encuentra desarrollado bajo la escala de Likert.

Tabla 2.
Alfa de crombach

| Alfa de Cronbach | Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados | N de elementos |
|------------------|---|----------------|
| .939 | .943 | 18 |

Fuente: SPSS versión 23

Interpretación: los resultados obtenidos teniendo en cuenta el índice de correlación de el alfa de crombach es igual a 0.939; se considera que los resultados tienen una confiabilidad alta según la escala de valoración; se considera que el instrumento desarrollado es totalmente valido al ser mayor que 0.60.

Tabla 3.
Rango Alfa de crombach

| Rangos Magnitud |
|----------------------|
| 0,81 a 1,00 Muy Alta |
| 0,61 a 0,80 Alta |
| 0,41 a 0,60 Moderada |
| 0,21 a 0,40 Baja |
| 0,01 a 0,20 Muy Baja |

Fuente: SPSS versión 23

4.7.1. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 4.
Matriz de consistencia metodológica

| Formulación del problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | indicadores | Fuente | Metodología |
|--|---|---|---|-----------------------|--|---------------------------|----------------------------------|
| | | | | | - Proyectos de implementación de TRC | - Fichaje - Entrevista | Analítico Técnica: Fichaje |
| | | | | | -Recursos Económicos | -Fichaje | Entrevista Encuesta |
| | | | | | -Actividades de oficina de turismo | - Entrevista | Diseño: No experimental |
| | | | | | - Participación de la comunidad en el turismo rural comunitario. | -Fichaje -Encuesta | Tipo: Transversal |
| Formulación del problema | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | indicadores | Fuente | Metodología |
| | Objetivo General Analizar la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, Caserío de Chagmapampa y La Victoria para la implementación de casas rurales comunitarias en el distrito de La Encañada. | H1. La gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el distrito de La Encañada es deficiente. | V ₁ : Gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario | - Presupuesto | | | |
| Pregunta General ¿Cómo es la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada? | | | | - Organización | | | |

| Preguntas Específicas | Objetivos específicos | Control | Infraestructura | Guía de Observación Encuesta |
|--|---|---------|-----------------|------------------------------|
| ¿Cómo es la gestión de las instituciones que promueven el desarrollo del turismo rural comunitario en la Encañada? | -Determinar cómo es la gestión actual de las instituciones públicas y privadas que promueven el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada. | | | |
| ¿Cómo se involucra la comunidad en el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de la Encañada? | Conocer la participación de la comunidad del Caserío de Chagmapampa y La Victoria en el desarrollo del turismo rural comunitario. | | -Equipamiento | Guía de Observación Encuesta |
| ¿Qué propuesta puede generarse para la implementación de casas rurales en el distrito de la Encañada? | Desarrollar propuesta para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada. | | Servicio | Encuesta |

CAPÍTULO 5

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se da a conocer los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación descritos en el capítulo IV. Los datos se presentan en función a los objetivos de la investigación y a las dimensiones expuestas en la operacionalización de las variables. Está dividido en presentación de resultados; análisis, interpretación y discusión de resultados y prueba de hipótesis.

5.1. Presentación de resultados

5.1.1. Gestión de las instituciones públicas y privadas que promueven el desarrollo del turismo rural comunitario.

Planificación: Proyectos turísticos a nivel nacional desarrollados en el periodo 2011-2016: Como se puede observar, los principales proyectos turísticos que permiten la diversificación y desarrollo del sector turísticos en las diferentes regiones de nuestro país.

Tabla 5
Proyectos turísticos terminados

| NOMBRE ABREVIADO | SNIP | LOCALIZACIÓN |
|--|-------------|---------------------|
| Marcahuasi | 182170 | Lima |
| Señalización Selva Central | 252948 | Junín/Pasco |
| Yarinacocha | 107180 | Ucayali |
| Kuélap | 268002 | Amazonas |
| Circuito Norte de la Reserva Nacional de Paracas | 180222 | Ica |
| Morro de Calzada | 259317 | San Martín |
| Coberturas de Túcume | 110296 | Lambayeque |
| Valle del Colca – Chivay | 289798 | Arequipa |

Fuente: Plan Copesco

El Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Gerencia de Desarrollo Económico - Unidad Formuladora y en coordinación con DIRCETUR Cajamarca, vienen impulsando la elaboración de Proyectos de Inversión Pública en el marco del SNIP, para construir o mejorar diferentes recursos turísticos; cada uno de ellos se encuentran en diferente etapa del Proceso de Inversión Pública, esto permitirá brindar un buen servicio al visitante y mejorar la oferta turística de la Región Cajamarca.

Tabla 6.
Proyectos Turísticos Región Cajamarca

| NOMBRE DEL PROYECTO | CÓDIGO SNIP | LOCALIZACIÓN |
|--|--------------------|-----------------------|
| Mejoramiento Turístico de la calles del Centro Urbano Quechua Hablante del Distrito de Chetilla – Cajamarca. | 227180 | Chetilla- Cajamarca |
| Instalación de los Servicios Turísticos de Disfrute del Entorno Paisajístico e Interpretativo del Centro Ceremonial. | 256701 | Layzon- Cajamarca |
| Instalación de Infraestructura Turística para la Observación del Paisaje de las Cataratas de Carhuaquero y su entorno. | ---- | Chetilla- Cajamarca |
| Construcción e Implementación del Museo Regional de las Culturas de Cajamarca. | ---- | Cajamarca |
| Mejoramiento y Ampliación de los Servicios Turísticos en el Complejo Arqueológico Kuntur Wasi. | 235871 | San Pablo - Cajamarca |

| | | |
|--|---------|----------------------------|
| Instalación de Servicios Turísticos en las Ventanillas de Combayo. | 248009 | Encañada - Cajamarca |
| Instalación y mejoramiento de servicios turísticos en los Sitios Arqueológicos de Montogrande. | 245560 | San Ignacio- Cajamarca |
| Instalación de Servicios Turísticos en el Circuito Turístico Udimá – Poro Poro | 239537 | Santa Cruz - Cajamarca |
| Instalación de los Servicios Turísticos Públicos en la Zona Arqueológica de Pacopampa. | ----- | Chota - Cajamarca |
| Mejoramiento, ampliación de los servicios turísticos públicos en el complejo turístico Baños del Inca. | 2307454 | Baños del Inca - Cajamarca |
| Mejoramiento del camino de herradura turístico. | 224540 | Porcon - Cajamarca |
| Mejoramiento del camino de herradura turístico Cumbe Mayo – Magdalena. | 224518 | Cumbe Mayo - Cajamarca |
| Mejoramiento de camino de herradura turístico Cumbemayo. | 224492 | Cumbe Mayo- Cajamarca |

Fuente: UF GDE GR, 2016

De la investigación a través de la aplicación de los instrumentos de fichaje y entrevista en la Municipalidad Distrital de La Encañada, los datos obtenidos sobre los proyectos, planes, actividades que contribuyan al desarrollo de la actividad turística en dicho distrito no existen debido a que dentro de sus planes de gobierno no están contemplado realizar actividades de esta índole puesto que no existe presupuesto asignado para desarrollar la actividad turística y consideran prioritarios otros tipos de brechas sociales.

Presupuesto: Como se observa en la siguiente tabla, la ejecución del presupuesto asignado al sector turismo rodea el 80 al 90% de ejecución. Esto debido a la política de diversificación y desarrollo de los destinos turísticos desarrollado por el MINCETUR durante los últimos años. Esta gestión ha permitido implementar una nueva oferta de atractivos turísticos y el desarrollo del turismo rural comunitario (TRC). Con la creación de proyectos en los que intervienen y participan de manera activa cada uno de los integrantes de las diferentes comunidades.

Tabla 7.
Presupuesto del sector

| AÑO | PIM | EJECUCIÓN | % |
|------|-------|-----------|------|
| 2011 | 311,9 | 272,8 | 87,5 |
| 2012 | 405,1 | 364,5 | 90,0 |
| 2013 | 531,4 | 443,4 | 83,4 |
| 2014 | 487,5 | 461,8 | 94,7 |
| 2015 | 602,3 | 586,2 | 97,3 |
| 2016 | 572,6 | 496,6 | 86% |

Fuente: Plan Copesco

En la siguiente figura analizaremos el nivel de ejecución del presupuesto asignado al sector turístico.



Figura 2. Presupuesto vs ejecución presupuestaria.

El presupuesto económico del sector turismo se encuentra repartido en cada una de las instituciones que componen al mismo como son el MINCETUR, PROMPERU y CENFOTUR. Siendo estas instituciones las encargadas de la promoción y diversificación de los activos turísticos en la diferente actividad internacionales en las que participa nuestro país.

Tabla 8.
Presupuesto por instituciones.

| <i>PRESUPUESTO POR ORGANIZACIONES</i> | <i>Año</i> | | | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | <i>PERIODOS EN AÑOS</i> | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| MINCETUR | | 196.4 | 166.8 | 283.2 | 283.9 | 367.6 |
| PROMPERU | | 160.1 | 245 | 196.9 | 199.7 | 199.7 |
| CENFOTUR | | 21.5 | 19.4 | 19.3 | 21.7 | 20.9 |
| TURISMO | | 2391 | 431.2 | 499.4 | 505.3 | 588.2 |
| VARIACION (%) | | | 14.10% | 15.80% | 1.20% | 16.40% |
| PRESUPEUSTO NACIONAL (PN) | | 108418.9 | 118934.3 | 130621.3 | 138490.5 | 142471.5 |
| PARTICIPAICON DEL SECTOR PN (%) | | 0.3% | 0.4% | 0.4% | 0.4% | 0.4% |

Fuente: MINCETUR

Como se observa en la tabla anterior el presupuesto general del sector presenta un incremento creciente durante los últimos años, esto está acorde a las estrategias plasmadas en el PENTUR, que permitieron el desarrollo de diferentes propuestas y servicios turísticos, que han beneficiado a las comunidades inversas en el desarrollo de los proyectos. La inversión realizada por la cartera de turismo a través del Plan Copesco Nacional, para la diversificación y desarrollo de destinos turísticos. Esta inversión se ha realizado durante el periodo 2011- 2016, en infraestructura Turística en 14 departamentos a nivel nacional es de S/ 104,7 millones.

Tabla 9.
Inversión destinos turísticos periodo 2011-2016

| DEPARTAMENTO | S/ Millones |
|----------------------|--------------------|
| Lima | 39.8 |
| Lambayeque | 33.2 |
| Ica | 9.2 |
| Arequipa | 4.1 |
| Puno | 3.7 |
| Ayacucho | 3.1 |
| Amazonas | 2.8 |
| La Libertad | 2.2 |
| Cajamarca | 2.1 |
| Huancavelica | 1.8 |
| Cerro de Pasco/Junín | 1.3 |
| San Martín | 0.4 |
| Piura | 0.2 |
| Tumbes | 0.2 |
| Total | 104.7 |

Fuente: Plan Copesco

El principal departamento en el que desarrollo obras para la diversificación y desarrollo de destinos turísticos es Lima con un total de 17 obras o S/.39, 80 millones de soles, el departamento de Lambayeque presenta un total de 4 proyectos con una inversión total de S/.33, 20 millones de soles, seguidas por los demás departamentos que las obras realizadas en promedio son de 2 a 4 con una inversión promedio de 4 millones de soles.

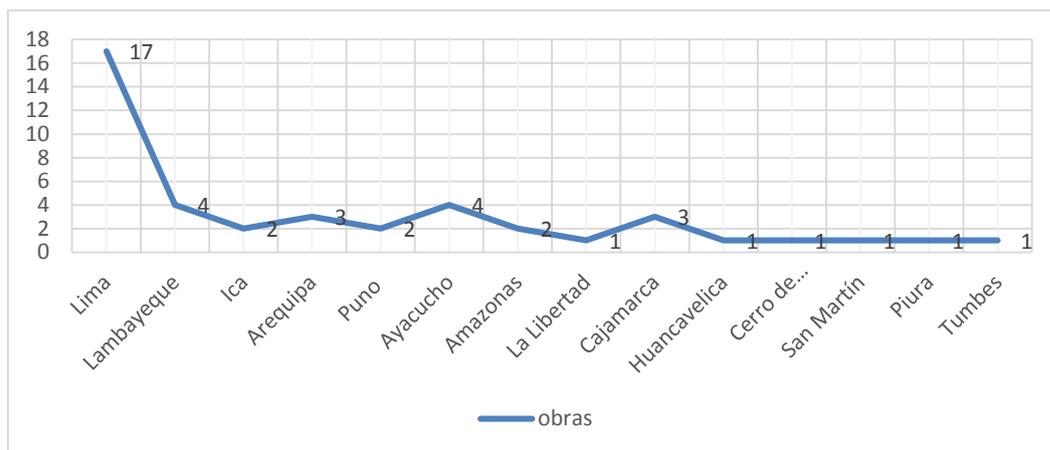


Figura 3. Obras de diversificación y desarrollo turístico por departamento periodo 2011-2016.

Fuente: Plan Copesco

Como se puede observar, los principales proyectos turísticos que permiten la diversificación y desarrollo del sector turísticos en las diferentes provincias de nuestro país.

Tabla 10.
Proyectos turísticos terminados.

| NOMBRE ABREVIADO | INVERSION (millones S/) |
|--|-------------------------|
| MARCAHUASI | 12,5 |
| SEÑALIZACIÓN SELVA CENTRAL | 1,4 |
| YARINACOCHA | 92,9 |
| KUÉLAP | 81,4 |
| CIRCUITO NORTE DE LA RESERVA NACIONAL DE PARACAS | 17,9 |
| MORRO DE CALZADA | 12,5 |
| COBERTURAS DE TÚCUME | 7,0 |
| VALLE DEL COLCA – CHIVAY | 5,2 |

Fuente: Plan Copesco

Los proyectos desarrollados en la región Cajamarca anteriormente mencionado se encuentran en la etapa de levantamiento de observaciones según el procedimiento del Sistema Nacional de Inversión Pública por lo cual no cuentan con presupuesto asignado, sin embargo de aquellos proyectos los que resultaron viable y se están ejecutando son.

Tabla 11.
Proyectos Cajamarca

| Nombre del Proyecto | Código Único/SNIP | Monto Viabilidad |
|---|--------------------------|-------------------------|
| Mejoramiento, ampliación de los servicios turísticos públicos en el complejo turístico Baños del Inca | 2307454 | S/. 18,985,816.00 |
| Mejoramiento del camino de herradura turístico Cajamarca - Granja Porcón y accesos | 224540 | S/. 829,768.00 |
| Mejoramiento del camino de herradura turístico Cumbemayo – Magdalena. | 224518 | S/. 690,033.00 |
| Mejoramiento de camino de herradura turístico Cumbemayo – Chetilla. | 224492 | S/. 325,186.00 |

Fuente: MEF, 2016

Los proyectos anteriormente mencionados se encuentran con la asignación presupuestaria completa y su estado está en proceso de ejecución.

No existe presupuesto asignado a nivel distrital para poder gestionar proyectos, planes, actividades que contribuyan el desarrollo turístico del distrito, puesto que han destinado dicho valor monetario a actividades de otra índole.

Organización: La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en coordinación con el gobierno regional, a través de las oficinas de turismo, se encuentran fomentando y promocionando diversos activos turísticos. Dentro

de los más importantes y relacionados con el turismo rural, según las entrevistas realizadas a los diferentes entes públicos, tenemos:

- Capacitación a jóvenes de la comunidad de La Encañada en atención al turista que visita la iglesia de Polloc.
- Primera etapa del inventario turístico del distrito de La Encañada.
- Capacitaciones a los propietarios y colaboradores de los restaurantes, alojamientos y otros servicios turísticos en la Laguna San Nicolás-Namora para desarrollar el turismo rural comunitario.
- Sensibilización y concientización a la comunidad de Chetilla para el fortalecimiento de su identidad cultural (idioma, tradiciones).

La gestión que ha realizado el ente privado en el distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapampa y La Victoria ha sido por parte de la agencia de viajes Vivential Tours, quienes como empresa analizaron el potencial turístico de la zona y tuvieron la intención de desarrollar el turismo rural comunitario, en ese sentido, contrataron a tres familias que fueron escasamente capacitadas para recibir, alojar y brindar actividades complementarias a los turistas que la agencia se encargaba de captar. Dicho proyecto ha tenido una duración de 5 años aproximadamente, sin embargo a la fecha este se encuentra en estancamiento debido a una serie de factores como por ejemplo la pésima infraestructura de las casas, escasa promoción y difusión, falta de capacitación al personal, y la gestión cerrada que limitó el involucramiento del sector público y de la comunidad.

Participación de la comunidad de La Encañada, Caserío de Chagmapampa y La Victoria en el desarrollo del turismo rural comunitario se determinó a través de la aplicación de una encuesta a cuarenta pobladores de los caseríos de Chagmapampa y La Victoria.

1. El turismo como actividad que contribuye con el desarrollo de las comunidades

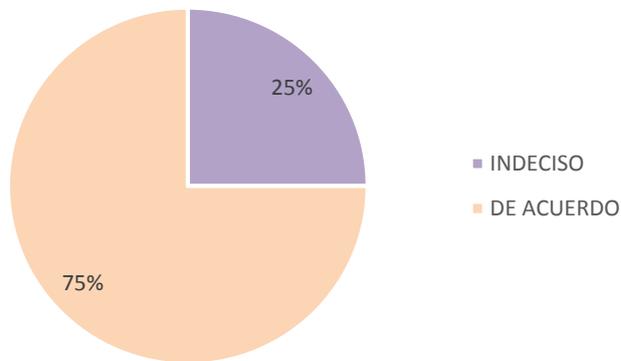


Figura 4. Actividad turística y su contribución al desarrollo de las comunidades.

De los 40 entrevistados el 75% está de acuerdo con que el turismo es una actividad que contribuye con el desarrollo de las comunidades, puesto que piensan que es una actividad generadora de trabajo y de ingresos y el 25% está indeciso ante la afirmación anterior.

2. Gestión inadecuada del desarrollo del turismo rural comunitario

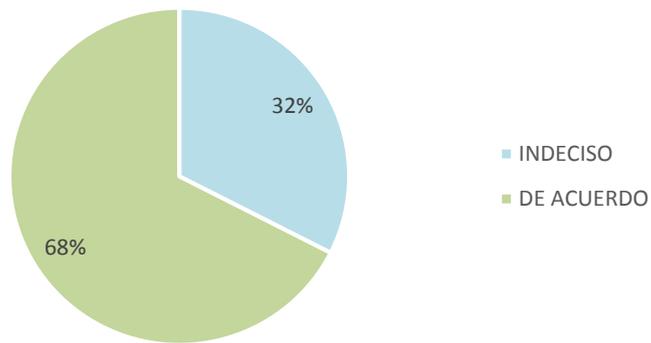


Figura 5. Gestión del desarrollo turístico

De los 40 encuestados el 68% está de acuerdo en que las acciones que se realizaron para desarrollar el turismo rural comunitario en el caserío de Chagmapampa y La Victoria no fueron gestionadas adecuadamente ya que la empresa encargada de la ejecución del proyecto, se enfocó básicamente en las familias involucradas, dejando de lado a la población; además consideran que faltó promoción, planificación y una mejor organización con entidades públicas; y el 32% desconoce de la gestión que se realizó por ello se marcó indeciso

9. Desarrollo del TRC y su contribución al fortalecimiento de la cultura y calidad de vida.

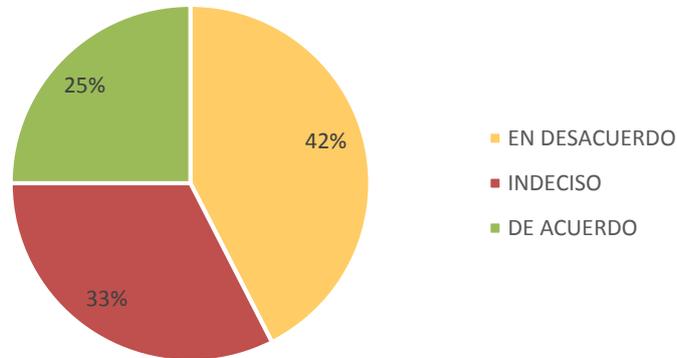


Figura 6. Desarrollo TRC

De los 40 encuestados el 42% está en desacuerdo por ende piensa que el desarrollo del turismo rural comunitario no ha contribuido a fortalecer su cultura y mejorar su calidad de vida, manifiestan que no se han revalorizado, ni fortalecido sus costumbres, muchas de las personas consideran que durante el arribo de turistas no han encontrado la forma de manifestar sus modos de vida, por temor al rechazo, vergüenza, pérdida de identidad, el 33% desconoce de la contribución del turismo y a su cultura ya que no se han interesado e involucrado en el desarrollo de la actividad y el 25% está de acuerdo y cree que el turismo es generador de beneficios y contribuye con el mejoramiento de los ingresos, empleo, les ha permitido generar algún negocio, trabajo, por ende consideran que sería una alternativa de desarrollo.

10. Participación de la comunidad en el desarrollo del turismo rural comunitario.

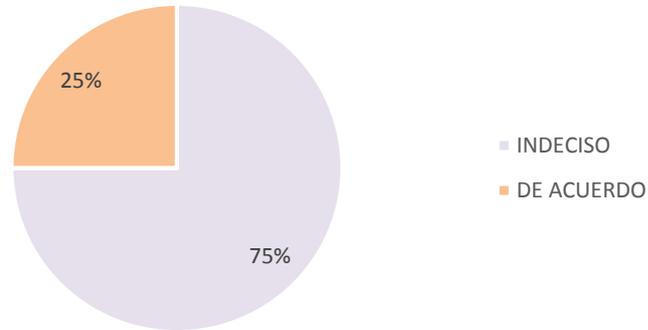


Figura 7. Participación TRC

De las 40 personas encuestadas el 75% se muestra indeciso ante la posibilidad de recibir a turistas en su hogar y participar del desarrollo del turismo rural comunitario, manifiestan que no están preparados para entablar contacto con los visitantes; además no han percibido cambios significativos para la comunidad; el 25% están de acuerdo y les interesaría invertir y participar en el desarrollo del turismo rural comunitario a través de la implementación de sus casas rurales puesto que consideran que con las visitas y la convivencia que se genere, ellos van a tener oportunidades de generar ingresos a través de la oferta de diferentes actividades.

3. Importancia de la intervención del sector público (Gobierno Regional, Gerencia de Turismo, Municipal Distrital de La Encañada) en el desarrollo del turismo rural comunitario.

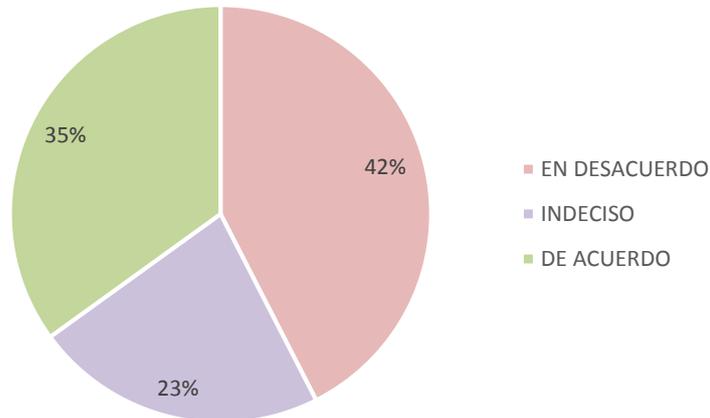


Figura 8. Participación de las instituciones del estado

De los 40 encuestados el 42% está en desacuerdo con la importancia de la intervención del sector público (Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la MPC, Dircetur, Municipal Distrital de La Encañada) en el desarrollo del turismo rural comunitario, afirman esto puesto que no han visto la intervención de las autoridades en ninguna actividad, el 35% se muestra indeciso, ya que desconoce del desarrollo de la actividad y la participación de las autoridades del sector público; el 23% está de acuerdo en la importancia de la intervención del sector público y privado y afirman que si las autoridades se involucraran más en el desarrollo de actividades como el turismo, los beneficios se harían más tangibles.

4. Gestión deficiente de la agencia de viajes Vivential Tours

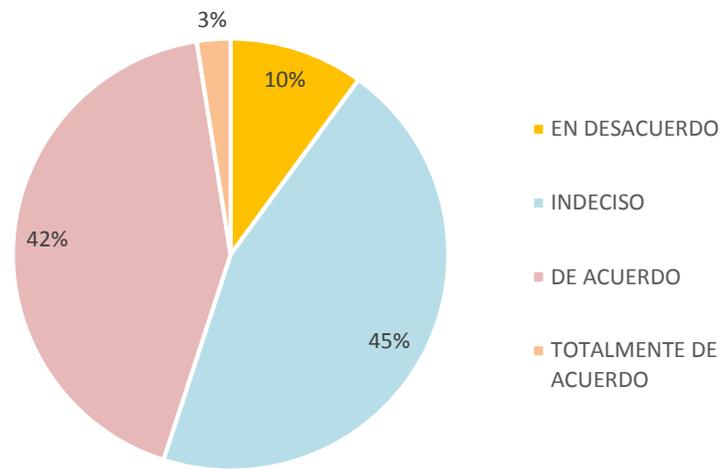


Figura 9. Gestión de Vivential Tours

Del 40% de encuestados el 45% está indeciso sobre la gestión que realizó la agencia de viaje, ya que ellos no se han visto involucrados directamente, el 42% está de acuerdo en que la agencia Vivential Tours tuvo errores en su gestión, puesto que consideran que las actividades emprendidas carecieron inversión, organización, el 10% está en desacuerdo y el 3% está totalmente de acuerdo sobre la deficiente gestión que realizó este ente privado.

6. Promoción del desarrollo del turismo rural comunitario en el caserío de Chagmapampa y La Victoria, distrito de La Encañada a nivel regional y su impacto en el incremento de la demanda.

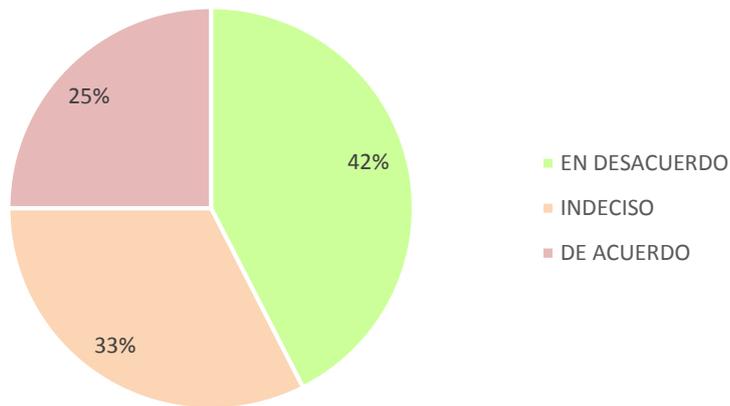


Figura 10. Presupuesto

De los 40 encuestados el 42% está en desacuerdo, quiere decir que piensan que la promoción del desarrollo del turismo rural comunitario en el caserío de Chagmapampa y La Victoria, distrito de La Encañada a nivel regional no ha tenido impacto por ello no se ha generado flujos turísticos significativos, el 33% está de acuerdo, quiere decir que creen que la promoción que se realizó fue la adecuada y suficiente para generar demanda y el 25% desconoce de la importancia de la promoción y su impacto en la generación de demanda ya que no estaban involucrados directamente.

7. Desarrollo del turismo rural comunitario a través de capacitaciones.

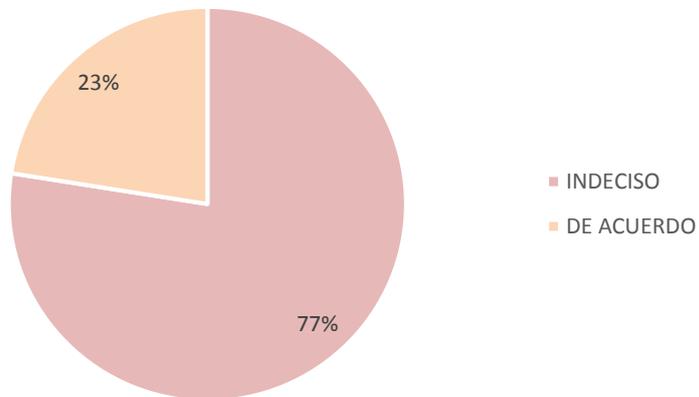


Figura 11. Capacitaciones

De los 40 encuestados el 77% de las personas desconoce de las capacitaciones que se brindaron para desarrollar el turismo rural comunitario, debido a que no estaban involucrados directamente en la prestación de los servicios turísticos, el 23% está de acuerdo en que las capacitaciones han sido poco frecuentes e insuficientes para que se fortalezcan las capacidades y desarrollar el turismo rural comunitario de manera eficiente, por ejemplo manifiestan que su primera capacitación fue en Granja Porcón durante una semana, luego éstas no han sido constantes, y el monitoreo que se ha dado al desarrollo de la actividad ha sido escaso.

Pregunta n° 8: Fortalecimiento de las capacidades a través de las capacitaciones.

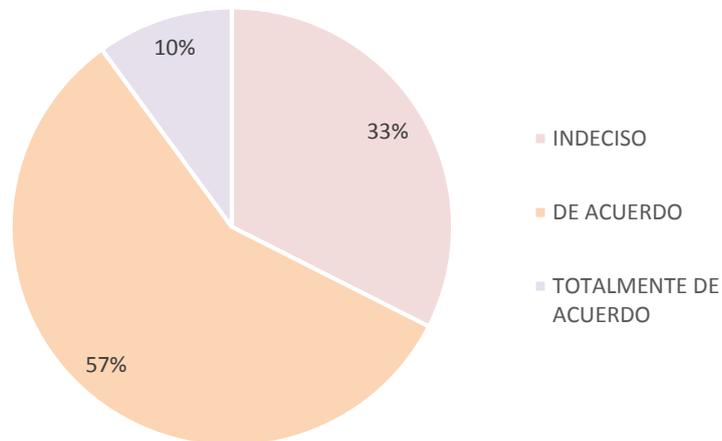


Figura 12. Buen servicio

El 10% y el 57% de las 40 personas encuestadas están totalmente de acuerdo, y de acuerdo, respectivamente, en que las capacitaciones han contribuido a fortalecer sus capacidades y brindar un buen servicio al turista, esos porcentajes es de aquellas personas que han brindado directamente el servicio en alguna de las actividades que implica el desarrollo del TRC y se han beneficiado con el desarrollo de las mismas, el 33% desconoce del aporte de las capacitaciones al no estar involucrados en el desarrollo de las actividad turística.

5. Presupuesto limitado para la implementación de casas rurales

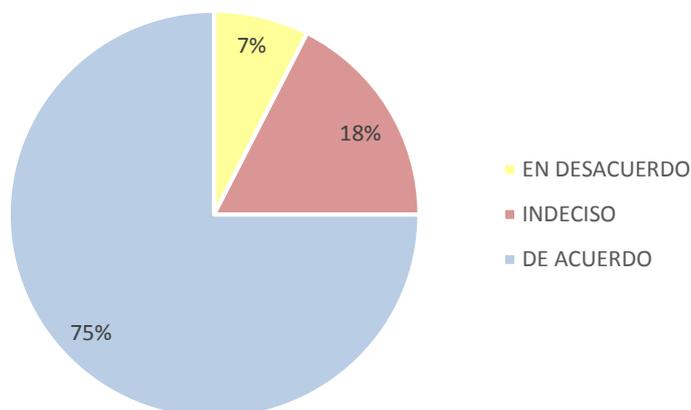


Figura 13. Presupuesto

De los 40 encuestados el 75% de acuerdo, ya que ellos manifiestan que construir e implementar una casa común, requiere de inversión, más aún si estas están destinadas para otras personas que tienen diferentes modo de vida, diferentes necesidades y van a estar destinadas a la prestación de un servicio; el 18 % desconoce y se muestra indeciso ante la pregunta y el 7% piensa que el presupuesto asignado fue suficiente, por ello está en desacuerdo con la afirmación, piensan que los visitantes no necesitan más comodidades, además consideran la actividad turística rural consiste en mostrar tal cual los modos de vida.

5.1.2. Diagnóstico situacional para implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada.

A continuación, se exponen datos de investigación que permiten diagnosticar la percepción sobre la gestión del TRC y la realidad de las casas rurales en Chagmapampa y La Victoria del distrito de La Encañada. Los datos corresponden a infraestructura, equipamiento, servicio y características de la población local obtenidas a través del instrumento de investigación denominado encuesta.

5.1.2.1. Información general

1. Edad de los pobladores

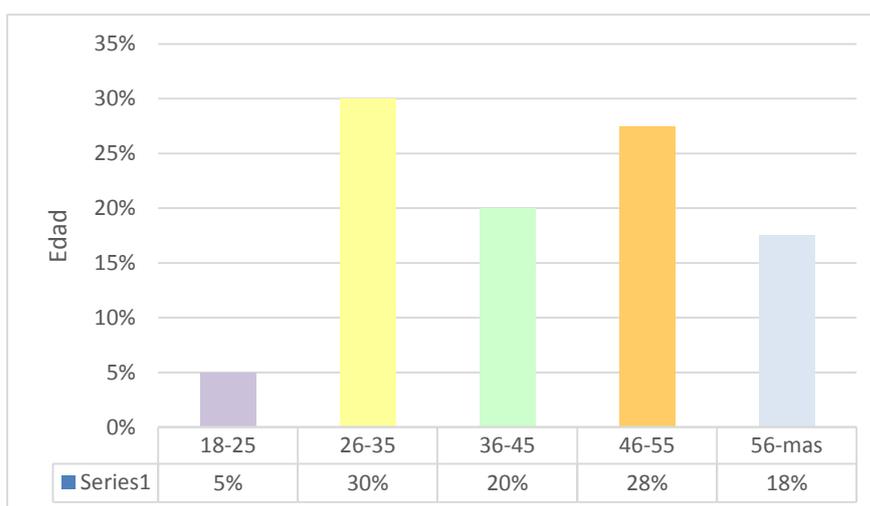


Figura 14. Edad de los pobladores

De la encuesta realizada a las 40 personas de la comunidad del distrito de La Encañada el 30% están en el rango de edad entre los 26 a 35 años, el 28% oscila entre los 46 y 55 años, el 20% tienen entre 36 a 45 años, el 18% tiene de 56 años a más y el 5% tienen entre 18 a 25 años.

2. Género de los pobladores

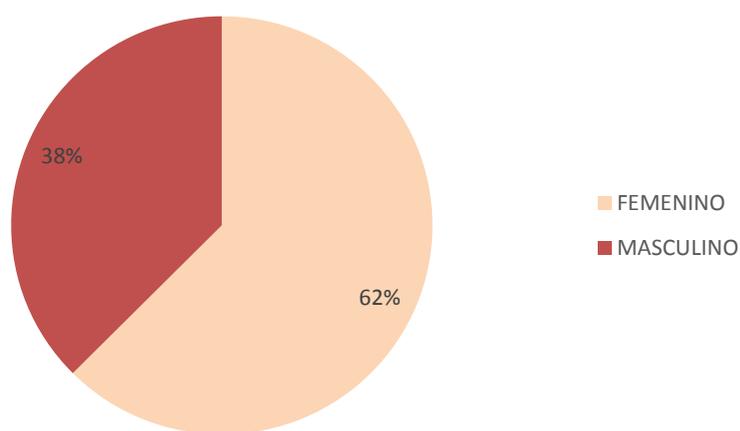


Figura 15. Género de los pobladores

De los 40 encuestados el 62% son de sexo femenino y el 38% son de sexo masculino

3. Formación académica de los pobladores

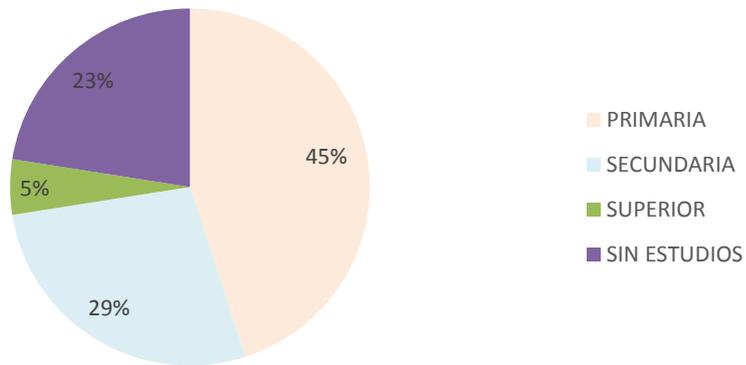


Figura 16. Formación pobladores

De los 40 entrevistados el 45% (18 personas) su nivel de instrucción es primaria, 28% (11 personas) tienen nivel de instrucción secundaria, el 5% (2 personas) tienen nivel superior y el 23% (9 personas) no tienen instrucción.

11. Infraestructura del ingreso de los huéspedes a las casas rurales.

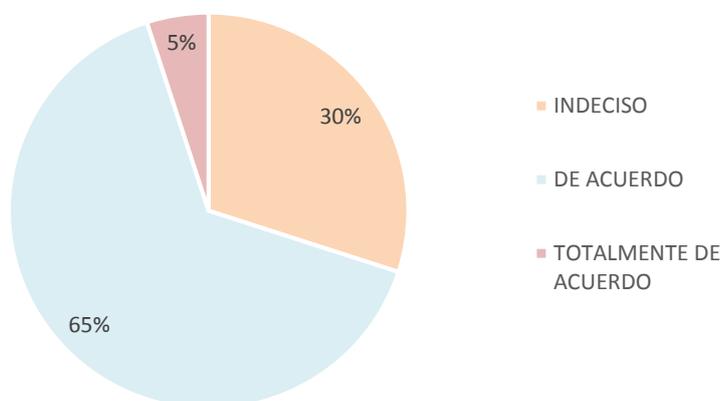


Figura 17. Infraestructura TRC

De las 40 personas encuestadas, el 65% y el 5% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente, considerando que el ingreso de los huéspedes a la casa está en buenas condiciones de infraestructura, ya que está acondicionado con piedras aplanadas que permiten el fácil acceso y se encuentra limpio, el 30% desconoce y se muestra indeciso ante la afirmación.

12. Requisitos de infraestructura para la construcción de casas rurales según MINCETUR

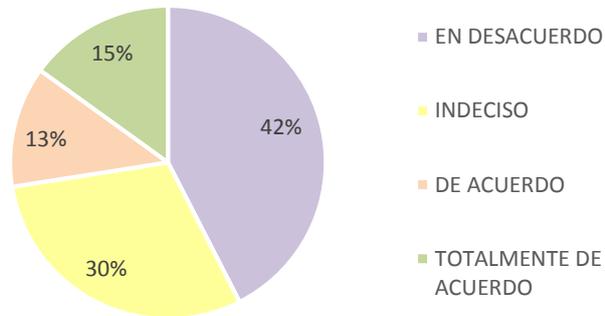


Figura 18. Material de infraestructura

De las 40 personas encuestadas, el 42% está en desacuerdo ya que piensa que el material de construcción de la casa no es apropiado y no cumple los requisitos mínimos de construcción, según el manual de buenas prácticas para alojamiento rurales, propuesto por el MINCETUR, establece que las casas deben ser construidas con material propio de la zona, utilizando materiales e insumos que caractericen al lugar sin perder la armonía del paisaje o medio natural, de acuerdo a lo observado, se constata que las casas si están construidas con material característico se la zona, sin embargo el diseño de los espacios no son apropiados y carecen de buenos acabados para albergar a los turistas, el 30% se muestra indeciso y desconoce sobre los requisitos de construcción, el 15% y 13% están totalmente de acuerdo respectivamente y creen que el material de construcción cumple los requisitos mínimos de construcción.

13. Condiciones de infraestructura del área del comedor.

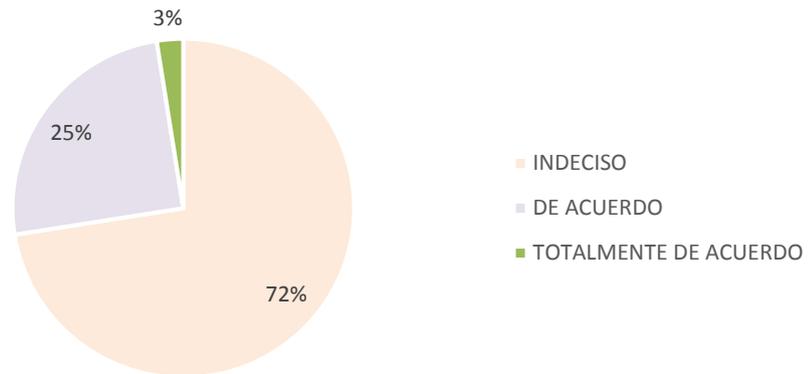


Figura 19. Condiciones de infraestructura - comedor

De los 40 encuestados el 72% desconoce sobre las condiciones de infraestructura que deben cumplir los comedores de las casas rurales, puesto que no han considerado como parte de la oferta del servicio de alimentación, además no se han involucrado directamente, el 25% cree que el área de comedor se encuentra en condiciones de infraestructura y el 3% está totalmente de acuerdo sobre las condiciones de infraestructura de las casas rurales, de acuerdo a lo observado y lo indagado los comedores no son los espacios adecuados para poder ofrecer el servicio de alimentación, además, carecen de infraestructura y equipamiento necesario para el servicio.

14. Condiciones inadecuadas de infraestructura de las habitaciones.

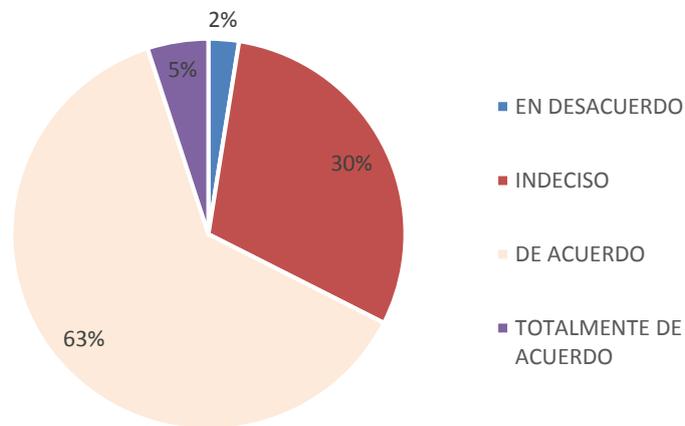


Figura 20. Condiciones de infraestructura - habitaciones

De los 40 encuestados, el 63% de las personas afirman y creen que las habitaciones no se encuentran en buenas condiciones de infraestructura, puesto que consideran que las habitaciones carecen de espacio adecuado y equipamiento; el 30% desconoce y se muestra indeciso, ya que muchos de ellos no se han involucrado en la actividad y muchos de ellos no conocen las casas rurales; el 5% está totalmente de acuerdo con las condiciones de las casas y el 2% está en desacuerdo, por ende piensa que las condiciones de las casas son las adecuadas para desarrollar el turismo rural comunitario.

16. Condiciones de infraestructura de los servicios higiénicos.

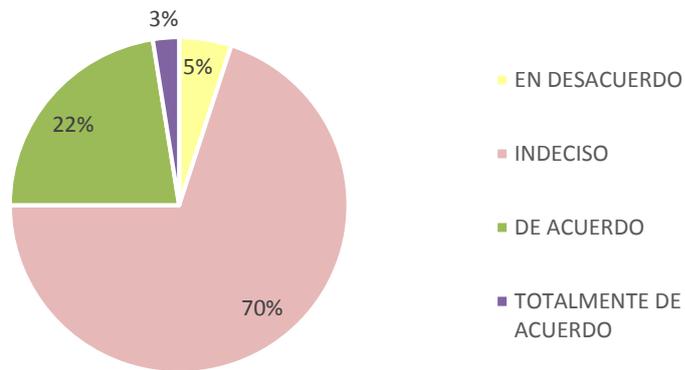


Figura 21. Condiciones de infraestructura Servicios higiénicos.

De los 40 encuestados, el 70% se muestra indeciso y desconoce sobre las condiciones de los servicios higiénicos de las casas rurales, manifestando que las condiciones de su caserío en servicios básicos aún están en proceso de implementación, a través de sistema de biodigestor, el 22% está de acuerdo con las condiciones que han presentado los SS.HH, ya que las condiciones de los servicio básicos están de acuerdo a lo que cuenta el caserío, el 5% está en desacuerdo y creen que no son adecuadas las condiciones que presentan estos, ya que piensan que el turista necesitan SS.HH que se encuentren en buenas condiciones de salubridad y el 3% está totalmente de acuerdo con tal afirmación.

5.1.2.2. Equipamiento

15. Equipamiento de las habitaciones según manual de buenas prácticas para alojamiento rurales, propuesto por el MINCETUR.

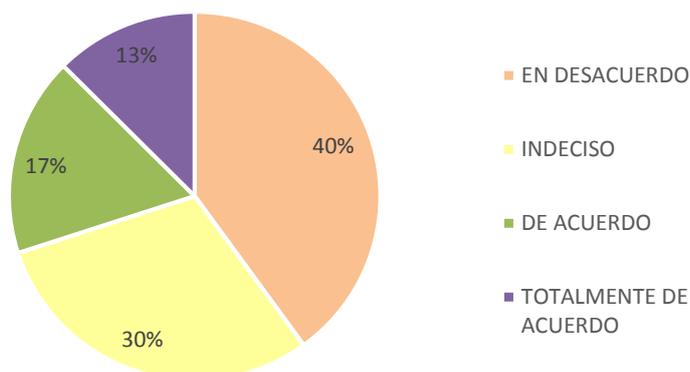


Figura 22. Buenas Prácticas

De los 40 encuestados, el 40% están en desacuerdo, por ende aducen que las habitaciones no están implementadas adecuadamente según el manual de buenas prácticas para alojamiento rurales, propuesto por el MINCETUR, el 30% no conoce sobre las condiciones de implementación para las casas rurales, el 17% está de acuerdo y creen que es correcta la manera como se habían implementado las casas rurales y el 13% está totalmente de acuerdo con tal afirmación.

5.1.2.3. Servicio

17. Escasa e inadecuada capacitación del personal que tiene contacto directo con el turista.(los propietarios de las casa rurales y los involucrados directamente en la prestación de las actividades relacionadas al TRC)

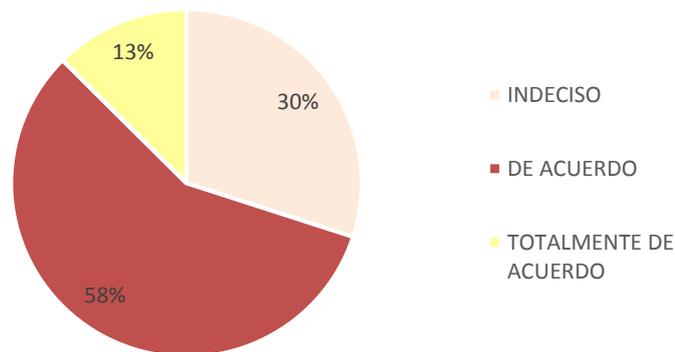


Figura 23. Contacto directo

De los 40 encuestados el 58% está de acuerdo en que el personal que tiene contacto directo con el turista no está debidamente capacitado, ya que durante la prestación del servicio se generaron reclamos y quejas de los visitantes, el 30% no conoce sobre el nivel de capacitación que cuentan las personas encargadas de brindar el servicio de alojamiento y actividades complementarias que implica el desarrollo del turismo rural comunitario y el 13% está totalmente de acuerdo y creen que el personal definitivamente no está capacitado, puesto que se requiere de mayores capacitaciones para entender las necesidades y expectativas de los turistas en relación al desarrollo del TRC.

18. Servicio brindado durante las noches de pernoctación.

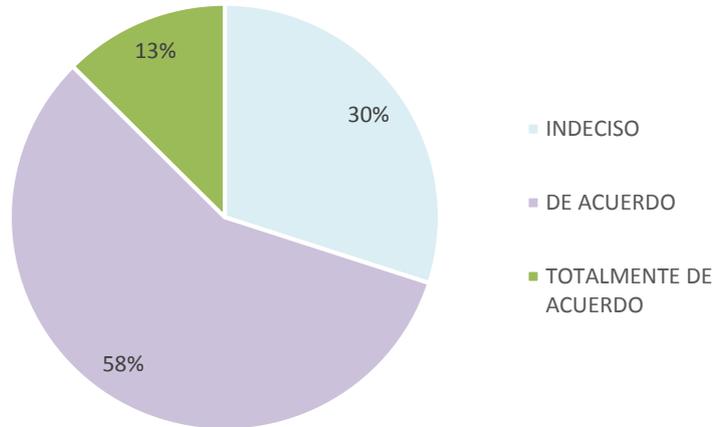


Figura 24. Servicio deficiente.

El 58% está de acuerdo y 13% está totalmente en acuerdo y cree que el servicio que se ha brindado no ha sido de calidad, afirman que el servicio que se brindó durante las noches de pernoctación en las casas rurales fue deficiente, esta afirmación es generada producto de los comentarios hechos por aquellas personas que han estado involucradas directamente en el servicio, las mismas que son conscientes del deficiente servicio brindado, en consecuencia la escasa demanda de visitantes hacía las casas rurales, 30% desconoce y se muestra indeciso.

A continuación se exponen datos de investigación que permiten constatar la realidad de las casas rurales en Chagmapampa y La Victoria del distrito de La Encañada. Los datos corresponden a infraestructura, equipamiento y servicio a través de la aplicación de una ficha de observación.

Tabla 12.
Situación infraestructura- Casa 1

| CASA | Sra. Rosa Abanto Urbina | | |
|--|---|----|--|
| 1. Ingreso para uso exclusivo de huéspedes: | Si | | |
| 2. Material de construcción: | Adobe | | |
| 3. Cuenta con recepción: | No | | |
| 4. Cocina: | Si | | |
| 5. N° de habitaciones: | 2 | | |
| 6. Tipo de habitaciones: | SWB | | |
| | DWB | X | |
| | TWB: | | |
| | Otras: | | |
| 7. Closet: | Si | | |
| 8. Servicios y equipos para los dormitorios | -Ventilación y/o calefacción | No | |
| | -Comunicación telefónica | No | |
| 9. Servicio higiénicos por habitación | - Uso privado con área mínima: | Sí | |
| | - Todas las paredes revestidas con material impermeable | No | |
| | - Agua fría y caliente | No | |
| 10. Limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes de la casa rural | Si | | |
| 11. Personal capacitado | No | | |
| 12. Observación | Tiene un hall con vista hacia la chacra del campesino, y hacia las chacras aledañas. Cuenta con una Estación Meteorológica, la cual puede ser visitada por el turista, así mismo, tiene un área de bosques y de cultivos. | | |

Tabla 13.
Situación infraestructura- Casa 2

| CASA N° 2 | Sr. Jesús Requelme Bringas | |
|--|--|----|
| 1. Ingreso para uso exclusivo de huéspedes: | Si | |
| 2. Material de construcción: | Adobe | |
| 3. Cuenta con recepción: | No | |
| 4. Cocina: | Si | |
| 5. N° de habitaciones: | 2 | |
| 6. Tipo de habitaciones: | SWB | |
| | DWB | x |
| | TWB: | x |
| | Otras: | |
| 7. Closet: | Si | |
| 8. Servicios y equipos para los dormitorios | -Ventilación y/o calefacción | No |
| | -Comunicación telefónica | No |
| 9. Servicio higiénicos por habitación | - Uso privado con área mínima: | Sí |
| | - Todas las paredes revestidas con material impermeable | No |
| | - Agua fría y caliente | No |
| 10. Limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes de la casa rural | No | |
| 11. Personal capacitado | No | |
| 12. Observación | Posee un hall desde el cual se puede ver un bonito paisaje que comprende, principalmente, los trabajos de conservación de suelos y aguas | |

Tabla 14.
Situación infraestructura- Casa 3

| CASA N° 3 | Sr. Quirino Marín Sánchez |
|--|---|
| 1. Ingreso para uso exclusivo de huéspedes | Si |
| 2. Material de construcción: | Adobe |
| 3. Cuenta con recepción: | No |
| 4. Cocina: | Si |
| 5. N° de habitaciones: | 1 |
| 6. Tipo de habitaciones: | SWB |
| | DWB x |
| | TWB: |
| | Otras: |
| 7. Closet: | Si |
| 8. Servicios y equipos para los dormitorios | -Ventilación calefacción y/o No |
| | -Comunicación telefónica No |
| 9. Servicio higiénicos por habitación | - Uso privado con área mínima: No |
| | - Todas las paredes revestidas con material impermeable No |
| | - Agua fría y caliente No |
| 10. Limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes de la casa rural | No |
| 11. Personal capacitado | No |
| 12. Observación | |

5.2. Análisis, interpretación y discusión de resultados

La gestión del turismo requiere de la conjunción de una serie de elementos indispensable para su desarrollo, tal es el caso de la planificación de las acciones o actividades, de la organización que ejecute y dirija las acciones y del presupuesto o expresión monetaria de las acciones que permitan su ejecución. Todo esto bajo la coordinación interinstitucional de los sectores involucrados bajo el entendimiento de entes gestores.

De acuerdo a los datos expuestos en la sección de presentación de resultados y a autores como Ballón; Mena, Santos, Vásquez (2013), nos hablan sobre una actividad que se encuentra en desarrollo, y que permitirá con una adecuada gestión modelar, adaptar y diseñar estrategias de modelación, a partir de un análisis estratégico, aprovechando la coyuntura de estabilidad sociopolítica y económica, que crea un escenario favorable para la inversión nacional y extranjera.

Se observa que el Plan COPESCO Nacional ha realizado una inversión para la diversificación y desarrollo de destinos turísticos (tabla n°8), esta inversión se ha realizado durante el periodo 2011- 2016, donde se ha culminado 43 Obras de Infraestructura Turística en 14 departamentos a nivel nacional, con una inversión de S/ 104,7 millones.

En función a los resultados y lo mencionado por los autores se deduce que la actividad turística puede constituirse en una actividad sostenible, ya que existe los recursos e iniciativas, pero necesita de estrategias de gestión, una

de ellas e indispensable es el presupuesto que se asigne para desarrollar proyectos, actividades que permitan diversificar la oferta turística. Dentro del presupuesto asignado a nivel nacional se puede observar que éste no es homogéneo para todas las regiones del país, pese a que cada una de ellas tienen potencial para desarrollar diferentes productos turísticos, como es el Turismo rural comunitario, el mismo que contribuye en generar y dinamizar mayores flujos turísticos hacia las comunidades receptoras permitiéndoles mejorar sus condiciones de vida.

El presupuesto asignado para Cajamarca según los resultados obtenidos es inferior al de otras regiones (tabla n° 9), puede ser éste un factor por el cual, en la región, la actividad turística no ha logrado consolidarse turísticamente y tampoco le ha permitido diversificar su oferta con estos productos no convencionales.

Prueba de ello es lo argumentado por la Gerente de la Unidad de turismo de la Región de Cajamarca, la Arquitecta Edita Bazán Velásquez, quien afirma que la gestión que realiza la Gerencia de Turismo para el distrito de La Encañada, caserío de Chagmapampa y La Victoria es deficiente, al no haber asignación de recursos económicos, es decir, presupuesto para emprender proyectos turísticos de ninguna índole, los que permitan desarrollar una alternativa turística para la comunidad, además la carencia de especialistas y falta de organización hacen que aún el distrito se encuentre como producto turístico en el ciclo de exploración.

De acuerdo a la OMT la gestión de un destino turístico varía de acuerdo a su situación y necesidades particulares. Uno de los aspectos básicos que deben ser considerados en la gestión es la planificación y desarrollo del destino, la misma que consiste en establecer el plan de trabajo o plan de acción del destino ejecutado por el ente gestor, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, contemplando una agenda de corto, mediano y largo plazo. De esta manera se logrará consensuar estrategias, proyectos e inversiones turísticas que logren mejoras en infraestructura, desarrollo de capacidades y la competitividad del destino.

En función a lo mencionado en el párrafo anterior y los resultados obtenidos (tabla n° 5) existe interés institucional público y privado por desarrollar planes, proyectos en todas las regiones, en el caso de Cajamarca, el Gobierno Regional a través de la Gerencia de Desarrollo Económico - Unidad Formuladora y en coordinación con DIRCETUR Cajamarca, vienen impulsando la elaboración de Proyectos de Inversión Pública, sin embargo dentro de los proyectos contemplados se analiza la importancia de la gestión de nuevos proyectos que contribuyan a mejorar los componentes de los productos turísticos no convencionales.

Si bien, existen iniciativas de proyectos en la región, muchos de estos han sido observados, quedando sin ejecución, lo cual da entender que no existe una adecuada gestión en los procesos para la formulación y ejecución de los mismos. En los resultados obtenidos de los proyectos en la Región y lo que la OMT manifiesta, dentro de la planificación para el desarrollo de un destino

turístico se debe considerar planes de trabajo y/o acciones que deben ser ejecutados por el ente gestor, en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, sin embargo esto no se realiza, un sustento a tal afirmación es la entrevista (ver apéndice nº5) que se realizó al gerente de la municipalidad del distrito de La Encañada, quien menciona que no hay una adecuada planificación de las actividades turísticas en el distrito, ni coordinación y apoyo de los entes públicos y privados a nivel regional y provincial que les permitan emprender proyectos turísticos; un efecto de esto es, entonces, que el proyecto de turismo rural comunitario que emprendió la agencia de viajes “Vivential Tours” no tuvo éxito según lo que menciona la gerente de dicha agencia (ver apéndice nº 6) ya que se trabajó de manera privada, sin involucrar la intervención del sector público y la participación de la comunidad, realizando una gestión deficiente, ya que es competencia de los entes públicos y privados trabajar articuladamente, creando sinergias que permitan establecer actividades a través de proyectos como el TRC donde los más beneficiados es la comunidad.

En el marco conceptual, según la OMT los entes gestores regionales, desde esta perspectiva, se necesita construir una red de espacios de gestión a partir de los propios destinos, que incluyan organizaciones de gestión local, de manera que se conviertan en los brazos de la organización de un destino turístico, los entes provinciales o nacionales son los responsables de la gestión y promoción del turismo en la región geográfica o ámbito definido para tal propósito. a lo manifestado dentro de los resultados obtenidos de la investigación se tiene que existe iniciativas de la Dirección Regional de

Comercio Exterior y Turismo en coordinación con el gobierno regional, a través de las oficinas de turismo, por fomentar y promocionar diversos activos turísticos. Dentro de los más importantes y relacionados con el turismo rural, según las entrevistas realizadas a los diferentes entes públicos, tenemos (ver apéndice 3, 4 y 5): capacitación a jóvenes para recibir a los turistas que visitan la Iglesia de Polloc, primera etapa del inventario turístico del distrito de La Encañada, capacitaciones a los propietarios y colaboradores de los restaurantes, alojamientos y otros servicios turísticos en la Laguna San Nicolás- Namora para desarrollar el turismo rural comunitario y sensibilización y concientización a la comunidad de Chetilla para el fortalecimiento de su identidad cultural (idioma, tradiciones).

En comparación con lo expuesto por la OMT y los resultados tratados en el párrafo anterior, los entes gestores regionales está organizando y fomentando actividades que permitan fortalecer el desarrollo de la actividad turística, no obstante estas son insuficientes, se necesita de más actividades, mayor organización para que Cajamarca pueda desarrollar otros productos turísticos que estén de acuerdo a las tendencias de la demanda actual.

Es indispensable las iniciativas, participación e involucramiento de la comunidad en todos los planes, proyectos desarrollados para asegurar su sostenibilidad, el proyecto de turismo rural comunitario que se emprendió en los caseríos de Chagmapampa y La Victoria, de acuerdo a lo manifestado en la entrevista (ver apéndice n° 7) y encuesta realizada (ver apéndice n° 8) a la comunidad, en su gran mayoría desconoce sobre el proyecto y su implicancia, muchos de ellos no han participado de la actividad y los que lo han hecho,

no han sido capacitados debidamente según los parámetros idóneos que implica desarrollar esta actividad, por ende se necesita emprender planes y/o proyectos creando alianzas entre los entes públicos – privados regionales, provinciales y locales, involucrando directamente a la comunidad receptora. Según Olivera, Negrón, Muñoz, Paucar. (2008) La oferta turística está basada principalmente en el aprovechamiento de ventajas comparativas, como: el legado cultural, recursos naturales y arqueológicos; y un conjunto de elementos que forman parte de la oferta turística. Cada uno de estos elementos deben ser gestionados óptimamente, es importante contar con recursos turísticos que estén acondicionados adecuadamente, con una planta turística donde prime la infraestructura y servicio de calidad. El turismo rural comunitario, busca la puesta en valor de estos activos turísticos. Según, los resultados obtenidos de la encuesta aplicada en la investigación (ver anexo^o8) la comunidad está de acuerdo y convencida sobre los grandes beneficios que aporta la implementación de casas rurales, reconocen también, que es necesario contar con recursos tangibles acondicionados, prestos para recibir flujos turísticos y brindarles servicios de calidad, son conscientes además, que actualmente las casas que brindan el hospedaje no cuentan con la infraestructura, equipamiento adecuados, y los que participan en la prestación del servicio desconocen de temas importantes que les ayuden a fortalecer sus capacidades para ofrecer un mejor servicio (ver apéndice n^o 2). En concordancia con los autores mencionados y con los resultados obtenidos se afirma que, para poder gestionar y desarrollar productos dentro de un destino turístico como parte de nuestra oferta, en este caso, el TRC, es necesario tener cada uno de los elementos del producto en óptimas

condiciones, sin embargo muchos destinos ofertan productos que no están aptos para recibir flujos turísticos, es por ello que surge el fracaso de muchos de ellos; es el caso del emprendimiento en estudio, el cual empezó a ofertar casas rurales, sin tener en cuenta los lineamientos que exige los reglamentos establecidos por el ente rector, lo cuales se han visto reflejados en la oferta de un servicio de deficiente calidad que genera la insatisfacción del turista, por ende la escasa demanda del producto, tal afirmación se corrobora en la entrevista realizada a la gerente de la agencia de viajes Vivential Tours (ver apéndice n° 6).

Una adecuada prestación de los componentes del producto rural, aseguraría el desarrollo de una actividad sostenible socialmente, económicamente y ambientalmente, la implementación de las casas rurales es una alternativa de sostenibilidad, en muchas regiones de nuestro país tienen éxito y han logrado consolidarse en el mercado internacional, recibiendo flujos turísticos significativos, entonces, es importante aprovechar como mencionan los autores los recursos que tiene cada destino, como es el distrito de La Encañada, que posee potencial sin embargo por deficiencias en su gestión, el proyecto de TRC emprendido no ha tenido éxito esperado. El turismo rural comunitario en el Distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapampa y La Victoria podría convertirse en una alternativa de desarrollo sostenible que contribuya económicamente, socialmente con la comunidad involucrada.

5.3. Prueba de hipótesis

5.3.1. Hipótesis general

Formulamos las Hipótesis estadísticas: H1 (Hipótesis Alternativa)

y H0 (Hipótesis Nula):

H1: La gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada es deficiente debido a la falta de planificación, organización y presupuesto.

H0: La gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada no es deficiente debido a la falta de planificación, organización y presupuesto.

Tabla 15.

Tabla cruzada gestión del turismo y planificación TRC.

| | | ENCUESTA | | | Total |
|---------------------|---------------------|----------|------------|-----------------------|-------|
| | | INDECISO | DE ACUERDO | TOTALMENTE DE ACUERDO | |
| GESTION DEL TURISMO | INDECISO DE ACUERDO | 29 | 1 | 0 | 30 |
| | | 0 | 9 | 1 | 10 |
| Total | | 29 | 10 | 1 | 40 |

Fuente: SPSS versión 23

Tabla 16.

Prueba estadística de Chi- Cuadrado

| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|--------------------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 35,200 ^a | 2 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 38,485 | 2 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 32,000 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 40 | | |

Fuente: SPSS versión 23

Interpretación: como el valor de significancia o valor crítico observado es $0.000 < 0.05$ rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa es decir: La gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada es deficiente debido a la falta de planificación, organización y presupuesto.

CAPÍTULO 6

PROPUESTA

La propuesta que se desarrolla a continuación es a base de la estructura de un plan de negocio Canvas, en el cual se analiza y explica puntos importantes, como, estudio estratégico, análisis de mercado, descripción del servicio que se brindará, análisis del cliente potencial, comercialización, estructura de la empresa, plan de marketing y análisis financiero de la implementación de casas rurales.

El propósito es diseñar una propuesta que contribuya a desarrollar el turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, el mismo que va a generar oportunidades a la comunidad, generando empleo directo e indirecto, ingresos económicos, dicha propuesta se fundamenta en un trabajo conjunto de la comunidad (recurso tangible más importante), quienes van a ofrecer los servicios de alojamiento en las casas rurales implementadas, además de ello, la

esencia de la actividad de constituye en que la comunidad participe por medio de la demostración de sus tradiciones, modos de vida, de tal manera que se realice un turismo participativo, en el cual interactúan el visitante y el anfitrión; los entes públicos juegan un rol importante, ya que ellos van son los encargados de monitorear y controlar el desarrollo de esta actividad por medio de capacitaciones, sensibilizaciones, charlas informativas para aprovechar o mitigar los impactos positivos o negativos que genera el desarrollo de la actividad y los entes privados a través de la articulación del paquete a sus productos ya comercializados.

6.1. Estudio estratégico

6.1.1. Oportunidad identificada

El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1000 o 2000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas masías, cortijos y caseríos que una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios. El agroturismo, el turismo ecológico son algunas de las modalidades que, de acuerdo a sus características, pueden incluirse dentro del turismo rural.

6.1.2. Descripción de la idea de negocio

El turismo rural comunitario es una actividad turística que se desarrolla en el medio rural de manera planificada y sostenible. En ella es importante la participación de los pobladores, quienes se organizan con el objetivo de ofrecerle beneficios a la comunidad mostrando al público lo que se hace en su localidad. La idea central del proyecto es la implementación de casas rurales que permitan brindar el servicio de alojamiento según los procesos estandarizados por el MINCETUR, la propuesta es desarrollada en base a la estructura de un plan de negocio.

6.1.3. Descripción del equipo emprendedor

El proyecto será desarrollado a través de la conformación de la asociación de comunidad de los caseríos de Chagmapampa y La Victoria, convirtiéndose en los prestadores del servicio a través de la conformación de una sociedad de responsabilidad limitada (SRL).

Así mismo las instituciones encargadas de la supervisión y monitoreo serán la municipalidad de La Encañada, en coordinación con las instituciones responsables de la promoción y difusión del turismo en la región Cajamarca, como son la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, Cámara de Comercio y producción de Cajamarca, Municipalidad provincial de Cajamarca.

6.1.4. Análisis del macroentorno

6.1.4.1. Factor demográfico

Durante los últimos cinco años, la llegada de turistas extranjeros al Perú ha crecido a una tasa de 8% anual. En tanto, las divisas generadas por dichos turistas se han incrementado a un ritmo de 9% anual en el quinquenio. Gracias a estos positivos y sostenidos resultados, el turismo se ha consolidado como el segundo sector económico no tradicional más importante del país, superado únicamente por la agroexportación.

El turismo receptivo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus visitas a países distintos a su lugar de residencia. Para ser considerado como turismo, la estadía en el destino debe ser como mínimo de una noche, pero menor a un año y el motivo de viaje debe ser diferente al de trabajo remunerado en el país de destino. En el año 2016, el turismo receptivo en el mundo se incrementó en 4%, mientras que en Sudamérica creció en 7%. Asimismo, el turismo receptivo en el Perú creció en 7%.; para el 2017, se prevé que el turismo receptivo en el mundo se incremente en 6% respecto al 2016.

El estudio del perfil del turista extranjero del 2016 de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), concluye que los turistas extranjeros provienen principalmente de Europa y América y estos hacen turismo de naturaleza.

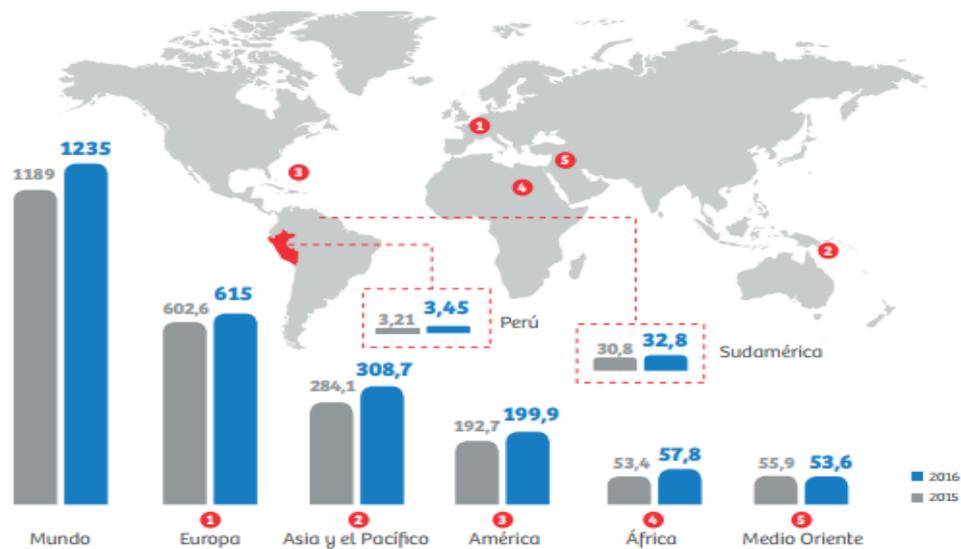


Figura 25. Flujo de viajes internacionales en el mundo
 Fuente: Barómetro de la Organización Mundial de Turismo

Trece países han sido determinados como competidores del Perú en turismo receptivo, en base al análisis de su oferta y demanda. El Perú, comparado con estos países competidores, se ubica en el puesto 8 en recepción de turistas extranjeros. Los principales competidores del Perú en América Latina son México, Brasil, Argentina y Chile.

Tabla 17.
Llegadas internacionales países competidores

| PAIS | 2015 | 2016 |
|-------------|-------------|-------------|
| China | 78.1 | 86.3 |
| México | 21.1 | 21.8 |
| India | 14.9 | 15.9 |
| Argentina | 9.6 | 10.6 |
| Brasil | 9.9 | 8.2 |
| Chile | 3.9 | 4 |
| Egipto | 3.6 | 3.8 |
| Perú | 3.5 | 3.7 |
| Colombia | 3 | 3.1 |
| Jordania | 2.5 | 2.5 |
| Guatemala | 1.2 | 1.2 |
| Ecuador | 1.1 | 1.2 |
| Cambodia | 0.9 | 1.1 |
| Costa Rica | 0.8 | 0.9 |

Fuente: INEI-MINCETUR

6.1.4.2. Análisis del flujo turístico

La política de diversificación y desarrollo del sector turismo promovida por el MINCETUR y sus instituciones que la componen ha permitido el incremento del flujo turístico a nivel nacional con una tasa incremental 23.97% y una tasa de crecimiento de 8.42%.

Tabla 18.
Flujo turístico nacional.

| Año | Turismo Receptor | Año Base | Incremental |
|------------|-------------------------|-----------------|--------------------|
| 2011 | 2.242.472 | 359 | 1.883.472 |
| 2012 | 2.528.373 | 359 | 2.169.373 |
| 2013 | 2.742.526 | 359 | 2.383.526 |
| 2014 | 2.824.801 | 359 | 2.465.801 |
| 2015 | 3.229.025 | 359 | 2.870.025 |
| 2016 | 3.455.057 | 359 | 3.096.057 |

Fuente: BADATUR -OTP

6.1.4.3. Indicadores económicos

La generación de nuevos productos turísticos permitió a nuestro país el incremento de las divisas generadas por este sector, permitiendo el desarrollo de las diferentes comunidades bajo las influencia del desarrollo de los proyectos.

Tabla 19.
Indicadores Económicos.

| año | Número de Visitantes | | Ingreso de (Mill. US\$) | Egreso de (Mill. US\$) | Divisas Per cápita | | Balance (Saldo) | | |
|-------------|----------------------|-----------|----------------------------|------------------------------|--------------------|--------|-----------------|--------------------|--------|
| | Entrada | Salida | | | Ingreso | Egreso | Visitantes | Divisas Per cápita | |
| | 1/ | 2/ | | | US\$ | US\$ | | (Mill. US\$) | (US\$) |
| 2011 | 2 597 803 | 2 131 899 | 2 814 | 1 768 | 1 083 | 829 | 465 904 | 1 046 | 254 |
| 2012 | 2 845 623 | 2 296 131 | 3 073 | 1 900 | 1 080 | 827 | 549 492 | 1 173 | 253 |
| 2013 | 3 163 639 | 2 363 879 | 3 925 | 2 114 | 1 241 | 894 | 799 760 | 1 811 | 346 |
| 2014 | 3 214 934 | 2 441 705 | 3 908 | 2 119 | 1 215 | 868 | 773 229 | 1 789 | 348 |
| 2015 | 3 455 709 | 2 594 881 | 4 151 | 2 351 | 1 201 | 906 | 860 828 | 1 800 | 295 |

Fuente: MINCETUR

El vacacionista nacional tiene, en promedio, 38 años. La mayoría es mujer, parte de una pareja (casada o conviviente) y cuenta con instrucción superior.

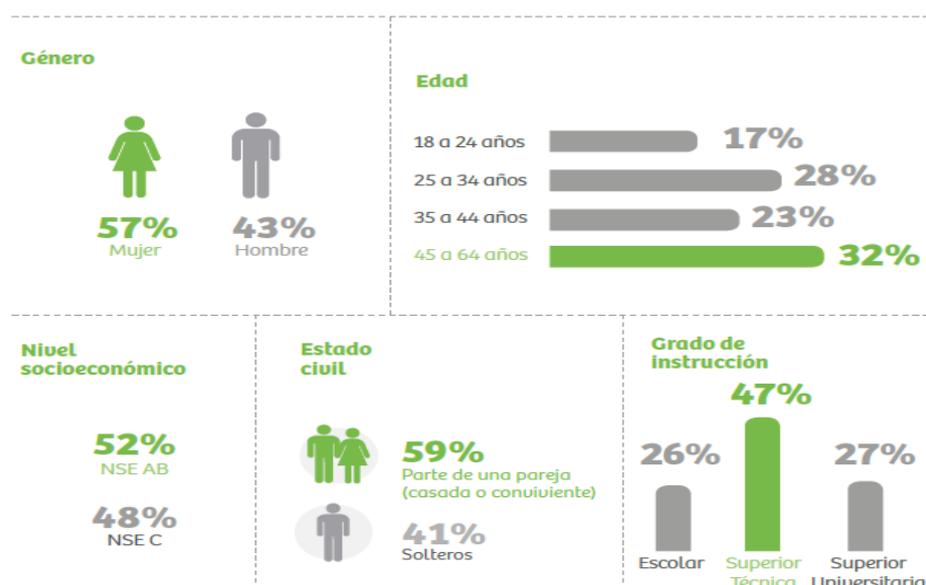


Figura 26. Perfil del turista nacional
Fuente: INEI-MINCETUR

El gasto promedio del vacacionista nacional alcanzó los 489 soles, 38 soles más que en el 2015, el gasto del vacacionista que viaja fuera de su departamento de residencia aumentó con respecto al 2015, alcanzando un promedio de 512 soles, del mismo modo, el gasto realizado para los viajes dentro del departamento se incrementó en 114 soles, logrando un promedio de 365 soles.

Cajamarca presenta un flujo constante de turistas nacionales y extranjeros, esto debido a que su belleza histórica y paisajística logra atraer a más de uno. Un claro ejemplo de ello es el distrito de la Encañada, un fabuloso lugar ubicado a 34 kilómetros de la ciudad de Cajamarca. Según su origen, fue creado como tal el 2 de enero de 1857, durante el gobierno de Ramón Castilla.

Entre sus principales atractivos turísticos destacan el Cerro de Chuchumarca, situado a uno 1.750 metros sobre el nivel del mar aproximadamente, la hermosa laguna del Challuagón, hábitat del pato zambullidor, el campanario de Chanta, producto de diversos fenómenos geológicos y el Santuario Virgen del Rosario. Asimismo se encuentran caseríos como Polloc, un centro poblado de gran fervor religioso el cual, de acuerdo con los pobladores de la zona, tiene por nombre real “El Rosario de Polloc”, en honor a su patrona Virgen del Rosario, la victoria.

6.1.4.4. Flujo turístico receptor Cajamarca

Tabla 20.
Flujo turístico Cajamarca

| Turismo receptor | |
|-------------------------|-----------|
| Año | histórico |
| 2011 | 10.543 |
| 2012 | 1.35 |
| 2013 | 1.31 |
| 2014 | 1.27 |
| 2015 | 1.27 |
| 2016 | 1.29 |

Fuente: BADATUR -OTP

La tasa de crecimiento media anual del turismo receptor de Cajamarca para el período 2011-2016 fue del 1,31%.

6.1.5. Procedencia del turismo nacional

Tabla 212.

Procedencia del turismo nacional

| LUGAR DE RESIDENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------|
| LIMA | 38% |
| LA LIBERTAD | 26% |
| LAMBAYEQUE | 16% |
| PIURA | 12% |
| ANCASH | 2% |
| TUMBES | 2% |
| JUNIN | 2% |
| CUSCO | 1% |
| OTROS | 1% |

Fuente: MINCETUR

6.1.6. Procedencia del turismo internacional

Tabla 223.

Procedencia del turismo internacional.

| LUGAR DE RESIDENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------|
| ESTADOS UNIDOS | 32% |
| ECUADOR | 22% |
| CHINA | 18% |
| FRANCIA | 10% |
| CHILE | 9% |
| OTROS | 9% |

Fuente: MINCETUR

6.1.7. Atractivos turísticos más visitados en Cajamarca

Tabla 234.

Atractivos Turísticos

| ATRATIVOS TURÍSTICOS | PORCENTAJE |
|----------------------------------|------------|
| BAÑOS DEL INCA | 63% |
| GRANJA PORCÓN | 57% |
| VENTANILLAS DE OTUZCO | 46% |
| MIRADOR DE SANTA APOLONIA | 45% |
| COMPLEJO ARQUEOLÓGICO CUMBE MAYO | 45% |
| HACIENDA LA COLPA | 43% |
| IGLESIA SAN FRANCISCO | 42% |
| CATEDRAL DE CAJAMARCA | 42% |
| CUARTO DE RESCATE | 41% |
| COJUNTO MONUMENTAL BELÉN | 32% |
| JARDÍN DE HORTENCIAS | 15% |
| NAMORA | 13% |
| LLANACORA | 8% |
| KUNTUR WASI | 8% |

Fuente: DIRCETUR

6.1.8. Factor económico

Según la Organización Mundial del Turismo, en el 2015, esta actividad generó US\$ 1 232 miles de millones como resultado de todos los viajes internacionales a nivel mundial, significando un crecimiento de 3,6% respecto al año anterior (considerando las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación) ; siendo el mayor receptor de estas divisas el continente europeo (con una cuota de un 36,4%), que ha alcanzado los US\$ 448 mil millones; Asia y el Pacífico (con una cuota del 34%), que ha alcanzado los US\$ 419 mil millones; Américas (con una cuota de 22,5%), que ha alcanzado los US\$ 277 mil millones; Oriente Medio (con una cuota del 4,4%), que ha alcanzado los US\$ 55 mil millones; y África (con una cuota de un 2,7%), que ha alcanzado los US\$ 33 mil millones.

En cuanto a su contribución a la economía, el turismo receptivo representó en el 2016 alrededor del 4% del PBI peruano. Esto, además, lo consolida como uno de los principales sectores, generadores de empleo descentralizado en el país. En ese sentido, el turismo tiene una importancia fundamental en el desarrollo de diversas regiones del interior. Genera puestos de trabajo directos e indirectos, ingresos por tributos y atrae inversión directa que mejora la calidad de vida de las personas.

El PBI Turístico representa el 3,9% del PBI nacional, generado por actividades económicas como el transporte de pasajeros, provisión de alimentos y bebidas, alojamiento, industria cultural, recreativa y deportiva, agencias de viajes, producción y comercio de artesanía, entre otros.

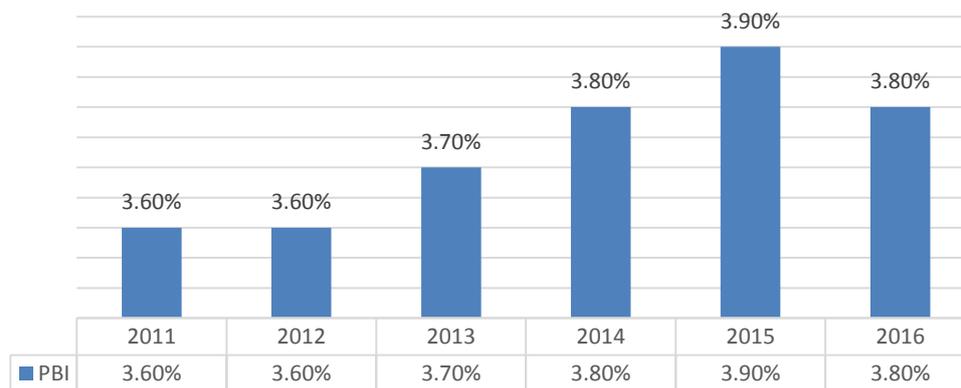


Figura 27. PBI Turísticos.

Fuente: INEI-MINCETUR

En el último año tres grandes actividades económicas contribuyeron con el 63,6% a la generación de este indicador: el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos), la provisión de alimentos y bebidas y el alojamiento para visitantes. Adicionalmente, los servicios culturales, recreativos y deportivos participaron con 6,9%, la producción y comercio de artesanía, las agencias de viaje y otras actividades contribuyeron con el 23%, y finalmente, el 6,7% restante correspondió a los impuestos y derechos de importación.

El Turismo Interno del Perú nos señala una cifra de 16.100.228 de personas que utilizaron algún tipo de establecimiento de hospedaje en el año 2016 y representan el 6,9% del PBI nacional. De ese total, el 62,2% corresponde al gasto turístico interno, 31,4% al gasto turístico receptivo y 6,4% a otros gastos. En el año 2015 el consumo turístico interior aportó 6,9% a la economía nacional, superando el resultado del 2011. Gracias al dinamismo mostrado por el turismo interno y receptivo, en respuesta a las políticas de promoción implementadas e innovaciones de productos turísticos desarrollados con mayor intensidad en los dos últimos años, así como el

aumento de la inversión en infraestructura turística. El turismo receptivo generó divisas por US\$ 4 151 millones en el año 2015 (crecimiento de 6,2% comparado con el año anterior), periodo en el que llegaron a nuestro país 4,4 millones de visitantes internacionales, de los cuales 3,5 millones fueron turistas internacionales. Durante el mismo año viajaron 13,2 millones de personas por excursionismo interno o visitas del día, es decir, 800 mil más que en el 2011, lo que significa un crecimiento acumulado de 6% en el periodo 2011 – 2016.

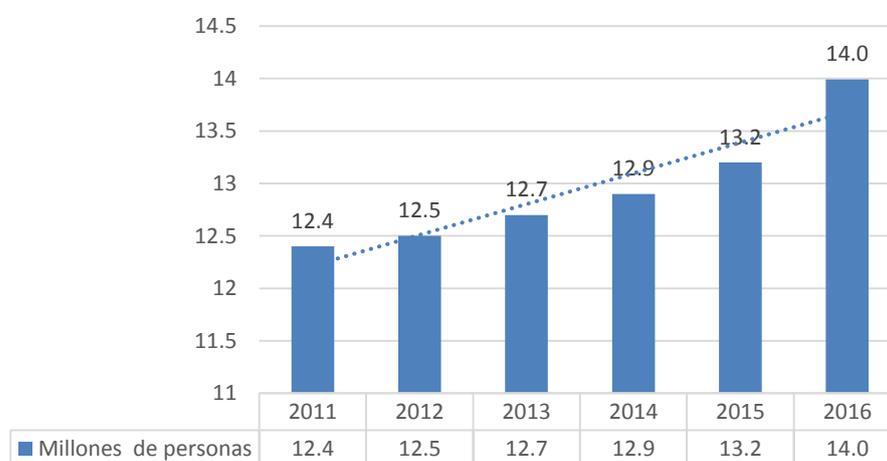


Figura 28. Población viajera excursiones
Fuente: INEI-MINCETUR

El gasto turístico interno, en el 2015 ascendió a S/ 26 mil millones y comprende el gasto efectuado por turistas y excursionistas en la adquisición de bienes y servicios de consumo durante sus viajes dentro del país.



Figura 29. Gasto turístico interno
Fuente: INEI-MINCETUR

Los principales servicios incluidos en un paquete turístico son el alojamiento, transporte internacional, traslados dentro del Perú y visitas a restaurantes.

6.1.9. Factor ambiental

El Perú es un país con una gran riqueza cultural y natural, que lo convierten en un destino turístico privilegiado y atractivo mundialmente. El crecimiento sostenido del sector, en los últimos años ha contribuido al desarrollo sostenible tanto a través del aporte económico como la generación de empleo y el cuidado del ambiente, lo cual incide favorablemente al crecimiento económico del país.

En el año 2006 se aprueba la Política Ambiental del Sector Turismo como instrumento que define los propósitos y principios que regirán el desempeño ambiental de los actores vinculados a esta actividad, y además establece el marco de referencia para la definición y el logro de los objetivos y metas ambientales, que contribuyen a la sostenibilidad y competitividad del turismo

en el Perú. Los principios que definen la Política Ambiental del Sector Turismo son el Principio de Sostenibilidad, Principio de Prevención, Principio Precautorio, Principio de Internalización de Costos, Principio de Responsabilidad Ambiental, Principio de Equidad, Principio de Gobernanza Ambiental. Asimismo, esta Política establece los lineamientos siguientes: Promover el uso sostenible de los recursos de la naturaleza y del ambiente en general como respeto del derecho de las generaciones futuras a su usufructo y beneficio de acuerdo a lo establecido en la Ley General del Ambiente y en el marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental. Promover el uso adecuado de recursos turísticos y el incremento de la competitividad la calidad y conciencia turística en armonía con el ambiente. Priorizar el Principio de Prevención, como la alternativa con mayor rentabilidad económica, ecológica y social. Promover la reducción del consumo de recursos, el reusó, el reciclaje y la ecoeficiencia como estrategias de apoyo al control del deterioro ambiental. Promover la generación de sinergias dentro del sector y con otros sectores, así como con los niveles regional y local de gobierno o representación de las comunidades. Incorporar la mejora continua en sus procesos, como un requisito para la competitividad, el perfeccionamiento de la calidad sus servicios y productos y el incremento de la conciencia turística en armonía con el ambiente. Promover e implementar las medidas que contribuyan al control y prevención de la contaminación ambiental y la conservación de la biodiversidad.

Dentro de la gestión ambiental sectorial se ha venido fortaleciendo la evaluación del impacto ambiental de los proyectos y actividades con fines turísticos, habiendo otorgado a la fecha 59 certificaciones ambientales a proyectos de inversión público privados y actividades en curso con fines turísticos, cuyo monto aproximado es de S/ 1 093 874 270.47. Asimismo, se ha otorgado clasificación y categorización ambiental a 55 proyectos de inversión pública a nivel de perfil y opinión favorable a 42 instrumentos de gestión ambiental complementarios, localizados en Áreas Naturales Protegidas.

6.1.10. Factor tecnológico

La construcción de las casas rurales generará progreso en el distrito, sin embargo también es posible poner en riesgo la biodiversidad y al medio ambiente en toda la zona. Por lo tanto, en su elaboración se utilizará la denominada “arquitectura verde”, donde las construcciones serán hechas en gran parte con tecnologías y materiales locales, cuidando siempre que el establecimiento rural no ponga en riesgo la seguridad del turista y tampoco afecte de manera importante el entorno natural donde se ubique. Además se buscará apoyo de organizaciones nacionales e internaciones para ir cambiando su tecnología “tradicional” a una tecnología ecológica, esto generará un ahorro económico para el proyecto, generando un menor impacto al medio ambiente y una conciencia ambiental en los turistas.

6.1.11. Factor legal

- R.M. N° 0314-2002 - AG. Contiene disposiciones complementarias para el otorgamiento de concesiones para ecoturismo.
- Decreto Supremo N° 002-2000 - ITINCI. Contiene disposiciones generales, objetivos, pautas de regulación sobre prestadores de servicios turísticos.
- Decreto Supremo N° 009-92 - ICTI. Declara de interés público y necesidad nacional el desarrollo del turismo ecológico.
- R.M. N° 195-2006 - MINCETUR/DM. Se aprueba la política ambiental del sector turismo.

6.1.12. Factor cultural

El turismo rural comunitario está vinculado a un sentido de la ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural. El turismo rural comunitario también busca incentivar el desarrollo sostenible (es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras).

Pero no es la única ventaja de aquel, también existen otras como las siguientes: permite descubrir rincones naturales y rurales de gran valor y belleza, da la oportunidad de vivir en pleno contacto con la naturaleza y, por tanto, alejarse del bullicio y la contaminación de las grandes ciudades, es ideal para relajarse y descansar. Hace que los turistas que apuesten por él puedan realizar un sin fin de actividades al aire libre tales como rutas de senderismo, paseos a caballo. Y todo ello sin olvidar que da la posibilidad de que los pequeños núcleos de poblaciones rurales puedan impulsar su economía y lograr dinero para mantenerse y cuidar su entorno, tanto medioambiental como arquitectónico y etnográfico.

Los principios del turismo rural comunitario suponen el respeto por la cultura del país anfitrión, la minimización del impacto negativo que causa la actividad turística y el apoyo a los derechos humanos. En este sentido podríamos establecer que en muchas poblaciones que han desarrollado este tipo de turismo como una forma de incentivar su economía se ofrecen curiosas propuestas para el visitante que llega dispuesto a disfrutar de aquel. En concreto, por ejemplo, se le hace partícipe de tradiciones en materia de agricultura y ganadería, de ahí que se le enseñe como se realizan tareas tales como cultivar, arar la tierra, ordeñar una vaca o llevar el distinto ganado a pastar.

6.1.13. Análisis del microentorno

El análisis del microentorno se efectuará en base al análisis Porter de las cinco fuerzas.

6.1.13.1. Amenaza de nuevos competidores

Las barreras más significativas para el ingreso de la competencia, son los requerimientos y condiciones que exige el estado desde el punto de vista ambiental y técnico. Si se cumple con estos requerimientos, la competencia ingresa sin mayores obstáculos.

6.1.13.2. Rivalidad entre los competidores

Analizando la totalidad de hospedajes, albergues y hoteles en toda la provincia de Cajamarca, éstas no constituyen una clara

competencia para el proyecto, ya que no están diseñados para atender al segmento de turistas extranjeros y ofrecen servicios de baja calidad e inadecuado nivel de personalización.

6.1.13.3. Poder de negociación de los proveedores

Esta fuerza analiza a los proveedores quienes abastecerán de productos y servicios al proyecto. La gestión con proveedores estratégicos no representa un obstáculo significativo ya que en Cajamarca se cuenta con una gran cantidad de proveedores a bajo costos.

6.1.13.4. Poder de negociación de los compradores

Esta fuerza analiza a los clientes en el mercado, y analizando el estudio del perfil del turista extranjero MINCETRUR, se puede encontrar evidencias importantes sobre la preferencia de los turistas extranjeros por la realización de un turismo participativo.

6.1.13.5. Amenazas de ingreso de productos sustitutos

Los posibles sustitutos serán los hostales, hoteles y albergues de categoría tres estrellas, pero estos hospedajes a pesar de tener fácil ingreso no constituyen una amenaza fuerte, ya que a la hora de elegir un hospedaje, los turistas extranjeros enfatizan más en el servicio personalizado que van a recibir y el medio natural y las actividades complementarias al servicio de alojamiento.

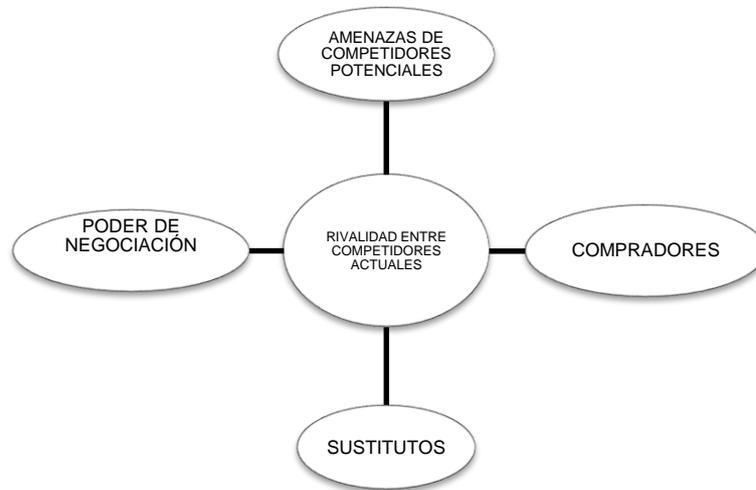


Figura 30. Fuerzas de Porter

6.1.14. Planeamiento estratégico

6.1.14.1. Misión

Promover el desarrollo turístico en el distrito de La Encañada, a través de la propuesta de implementación de casas rurales, que permitan dinamizar los flujos turísticos hacia la región de Cajamarca, a través de un servicio personalizado por familias campesinas para contribuir a la conservación de nuestros recursos naturales y culturales y mejorar su calidad de vida.

6.1.14.2. Visión

Promover y difundir la actividad turística a través del turismo rural comunitario, orientándolo hacia un desarrollo sostenible, que mejore la calidad de vida de los pobladores de los caseríos de Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada.

6.1.14.3. Valores

El desarrollo del proyecto de implementación de casas rurales como parte de la difusión y desarrollo del turismo rural comunitario en los caseríos Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada se estructura bajo los siguientes valores:

- Respeto a la dignidad humana y al medio ambiente.
- Solidaridad
- Equidad hacia nuestros clientes externos.
- Responsabilidad social
- Compromiso con la organización
- El trabajo en equipo

6.1.15. Análisis FODA

En la siguiente tabla se presenta el detalle del análisis FODA, donde se describen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto.

Tabla 25.
Matriz FODA

| MATRIZ FODA CASAS RURALES | | OPORTUNIDADES | | | AMENAZAS | | |
|--|-----------|-------------------------------|--|--|---|-------------------------------|---------------------------------------|
| | | Crecimiento sostenido del TRC | Sobresaliente diversidad biológica paisajística y cultural | Política nacional que permite la promoción del TRC | Proliferación de sustitutos de alojamiento. | Falta de vías de comunicación | Copia del sistema de TRC desarrollado |
| | | O1 | O2 | O3 | A1 | A2 | A3 |
| FORTALEZAS | | | | | | | |
| Servicio con características que promueven el TRC | F1 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| Edificaciones ecológicas | F2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 |
| Demanda insatisfecha para el TRC | F3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Suma | | 12 | 10 | 8 | 9 | 8 | 9 |
| DEBILIDADES | | | | | | | |
| Falta de mejora de los activos turísticos | D1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Empleo de tecnología | D2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 |
| Escaso posicionamiento de mercado | D3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 |
| Suma | | 7 | 8 | 10 | 7 | 8 | 9 |

Tabla 26.

Escala puntuación FODA

| Escala | Puntuación |
|----------|------------|
| Ninguna | 0 |
| Baja | 1 |
| Media | 2 |
| Alta | 3 |
| Muy alta | 4 |

Tabla 27.
Cruce matriz FODA

| MATRIZ FODA CASAS RURALES | | OPORTUNIDADES | | | AMENAZAS | | |
|---|---------------------------------|--|--|--|--|-------------------------------|---------------------------------------|
| | | Crecimiento sostenido del TRC | Sobresaliente diversidad biológica , paisajística y cultural | Política nacional que permite la promoción del TRC | Proliferación de sustitutos de alojamiento. | Falta de vías de comunicación | Copia del sistema de TRC desarrollado |
| FORTALEZAS | | O1 | O2 | O3 | A1 | A2 | A3 |
| Servicio con F1 características que promueven el TRC | F2 | FO: el servicio presenta características que promueven el TRC, crecimiento del TRC es sostenido para satisfacer esta necesidad se cuenta con edificaciones adaptadas para el turismo ecológico, gran diversidad de activos ecológicos y cultural. | | | Proliferación de sustitutos hoteleros sin ningún tipo de supervisión, asimismo la falta de vías de comunicación, la copia del sistema de TRC por otras comunidades o empresas. | | |
| | Edificaciones ecológicas | | | | | | |
| | F3 | Demanda insatisfecha para el TRC | | | | | |
| DEBILIDADES | | La escasa planificación por parte de las instituciones de la está para para la puesta de valor de los activos turísticos, el escaso uso de tecnología en la prestación de servicios, el escaso posicionamiento de TRC en la región Cajamarca por el desconocimiento de los potenciales clientes. | | | Una mayor oferta de activos turísticos por parte otras regiones debido a la falta de puesta de valor de los activos turísticos de la zona de influencia del proyecto. | | |
| Falta de mejora de los D1 activos turísticos | | | | | | | |
| Empleo de tecnología D2 | | | | | | | |
| Escaso posicionamiento D3 de mercado | | | | | | | |

Observando los resultados de la matriz FODA, las estrategias estarán orientadas en lograr una clara diferenciación entre el turismo tradicional y el turismo rural comunitario.

- Identificar los activos turísticos y culturales para el desarrollo de paquetes complementarios al servicio de alojamiento.
- Mantener alta calidad y comodidad en todos los servicios prestados en las casas rurales.

6.2. El Servicio

6.2.1. Generalidades del proyecto

El proyecto es la implementación de casas rurales en la comunidad de la Victoria y Chagmapampa del distrito de La Encañada en donde los turistas extranjeros y nacionales disfrutarán de los paisajes naturales, actividades agrícolas; además los visitantes realizarán un intercambio cultural con los pobladores de la comunidad.

6.2.2. Principales características del servicio

Los turistas extranjeros y nacionales que adquieran el paquete de turismo rural comunitario de la asociación de pobladores de Chagmapampa y La Victoria que está compuesto por tres días y dos noches, los cuales se alojarán en las casas rurales previamente acondicionadas y participarán de excursiones a los principales lugares turísticos del distrito. El turista participa activamente en actividades agropecuarias, trabajando de forma asociativa, donde también se les ofrecen características del lugar, como comida típica, bebidas propias, música autóctona, paseos, conversaciones con la gente del lugar y excursiones, con el fin de que el turista se convierta en un alto promotor del lugar.

6.2.3. Hospedaje

El turista pernoctará en las casas rurales que estarán confeccionados con materiales típicos de la región como adobe, madera, piedra y arcilla. Las casas rurales ofrecerán un excelente decorado interior de madera y estarán

equipados, camas “kingsize”, estufas. El mobiliario será fabricado por carpinteros de la comunidad.

A continuación se detallan los requerimientos básicos con los que deben contar las casas rurales, según lo estipulado por le MINCETUR.



Figura 31. Requerimientos básicos casas rurales
Fuente: SENCICO, 2001

Asimismo las casas rurales contarán con las siguientes áreas en común, que facilitarán la interacción entre los pobladores y los turistas nacionales o extranjeros. Estas estancias se encuentran ajustadas a los requerimientos mínimos realizados por el MINCETUR: Espacio de recepción, salón o lugar de encuentro, comedor, baños comunes, patio o jardín.

6.2.3.1. Áreas funcionales del hospedaje

- La cocina debe ser un espacio limpio y funcional, siendo la cocina elemental para la correcta preparación de los alimentos y la protección de la salud de los huéspedes.

- Los depósitos son espacios cerrados destinados a almacenar los insumos necesarios para el buen funcionamiento del establecimiento (alimentos y el equipo requerido para su cocción), para guardar sábanas, colchas, toallas o también para almacenar el equipaje de los huéspedes o materiales para actividades de entretenimiento, deporte de aventura, herramientas de trabajo rural, utensilios de limpieza entre otros.



Figura 312. Cocinas mejoradas
Fuente: FONCODES, 2016

6.2.3.2. Áreas privadas de las casas rurales

- Las habitaciones de los huéspedes deben ser espacios techados muy bien protegido de la intemperie y acogedor. Las habitaciones pueden ser individuales, dobles o grupales dependiendo de las preferencias que muestran sus clientes. Los tamaños dependiendo de sus posibilidades pueden ser de 6 m², 9 m² o 12 m².

- Los baños privados deben tener puntos de agua fría, caliente y de desagüe y sistema para calentar el agua de la ducha. Los baños privados están habilitados en función de la cantidad de personas por habitación. Siempre deben tener jabón, sachet de champú y papel higiénico. Proporcionar dos toallas una pequeña aproximadamente de 0.30 x 0.60 cm. para cara y 0.90 x 100 cm. para el cuerpo. Contar con agua caliente para las duchas es un requerimiento indispensable del huésped el alojamiento no debe escasear este elemento indispensable.



Figura 323. Terma Solar
Fuente: SOLARCYTEC

6.2.4. Alimentación

Con respecto a la alimentación de los huéspedes esta estará a cargo de los pobladores de los caseríos de Chagmapampa y La Victoria. A continuación

se detalla algunos de los alimentos que se servirán a los comensales durante su estancia en las casas rurales.

- Picante de papa con cuy frito: guiso de cuy cocinado en salsa de maní y ají panca acompañado de papas.
- Chicharrón con mote: carne de cerdo cocinada en su propia grasa y acompañada de mote o maíz desgranado.
 - Humitas: masa dulce o salada de maíz rellena con canela y pasas, envuelta en hojas de maíz y cocida al vapor.
- Caldo verde: sopa de papa con hierbas aromáticas de la región.

6.2.4.1. Higiene alimentaria

La contaminación de los alimentos puede producirse en cualquiera de las etapas que van desde la producción (como por ejemplo por consecuencia de regar productos agrícolas con aguas servidas), el transporte, la preparación y el consumo. En el momento de la preparación hay varias situaciones que provocan la contaminación de los alimentos como pueden ser:

- No lavarse las manos antes de manipular los alimentos.
- Usar utensilios y enseres sin previamente lavarlos y secarlos.
- No tener aseada y desinfectada la cocina y sobre todo las superficies donde se preparan los alimentos.

- No controlar las plagas teniendo en la cocina la presencia de insectos como cucarachas, moscas o roedores.
- No almacenar los productos perecibles en espacios refrigerados a menos de 5° Celsius.
- Dejar los alimentos sin cubrir permitiendo que se soleen como en el caso de las frutas.

Con la finalidad de evitar este tipo de contaminación se debe capacitar a los pobladores en la aplicación y desarrollo de buenas prácticas de manufactura (BPM). Se debe considerar que el abastecimiento de los insumos para la preparación de los alimentos se debería comprar a pobladores cercanos a la zona de influencia del proyecto debido a que estos son frescos con respecto a los que se pueden comprar en los diferentes mercados locales, lo que permite el desarrollo de otros pobladores que están bajo la zona de influencia del proyecto.

6.2.5. Actividades complementarias al servicio de hospedaje

Conocer lugares únicos y sus recursos especiales en forma que enfatiza la protección del medio ambiente:

- Caminatas o cabalgatas
- Piscigranja
- Observación de fauna silvestre y flora
- Ordeño de vacas
- Sembrar y cosechar papas
- Aprender cocinar sobre leña

Otra de las características de la propuesta es que se complementaría con proyectos de turismo rural de zonas aledañas como es el turismo vivencial de Namora y Sulluscocha en los cuales se pueden realizar las siguientes actividades:

- Rapel
- Caminatas ruta inca
- Natación en complejo de Namora
- Treking
- Acampar

Estas actividades secundarias se encontraran sujetas a los paquetes previamente adquiridas por los pasajeros.

6.2.6. Transporte

El servicio de transporte se realizará desde la ciudad de Cajamarca hasta el distrito de La Encañada de los pasajeros nacionales o extranjeros que adquieran el paquete de turismo rural comunitario.

6.3. Análisis del cliente potencial

El proyecto está dirigido al segmento de turistas extranjeros que visitan el interior de nuestro país con la finalidad de realizar el turismo no convencional, que buscan conocer a más profundidad el valor cultural de las comunidades oriundas de nuestro país. Este análisis nos permitirá conocer el comportamiento del consumidor de TRC y a su vez el nivel de expectativas del servicio esperado.

6.3.1. Perfil del turista extranjero

La edad promedio del turista extranjero que visita nuestro país es de 25 a 39 años, el cual presenta un ingreso promedio menor a \$ 40 000 dólares anuales, asimismo cuenta con formación universitaria, el principal motivo de viaje es por vacaciones, los turistas que visitan con mayor frecuencia nuestro país pertenecen a América Latina, seguidos por la comunidad europea, el método de compra y reserva de sus paquetes turísticos es realizado por aplicaciones de comercio electrónico, páginas web. El turista extranjero por lo general viaja solo o en compañía de amigos que buscan realizar este tipo de experiencia vivencial (TRC), los hospedajes mayormente utilizados son de 2 a 3 estrellas, el gasto promedio por turista diario es menor a \$500 dólares americanos, el promedio de días de estancia en nuestro país es de 5 a 7 días, esto presenta una variación según los paquetes previamente contratados. Los principales medios en los cuales el turista extranjero busca información previa para planificar sus viajes es internet.

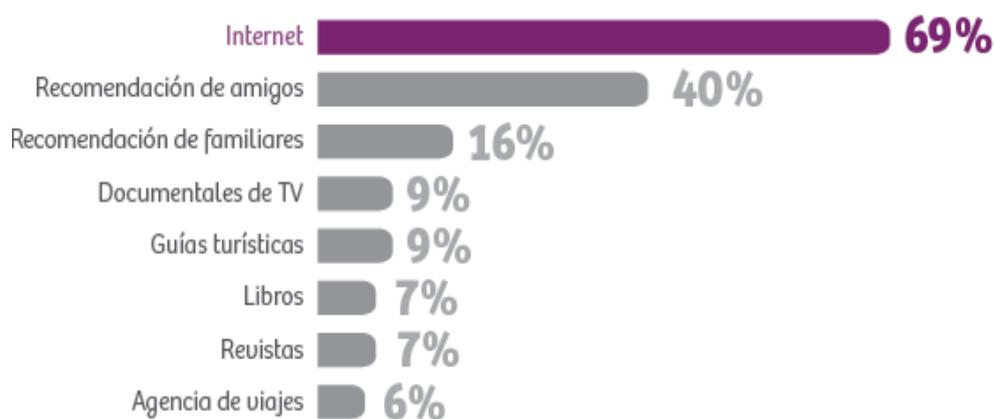


Figura 33. Fuente de información

Fuente: INEI- MINCETUR

6.3.2. Flujo de turistas exterior

En el año 2015 llegaron 4,4 millones de visitantes internacionales, es decir, 1,1 millones más que en el 2011, lo que equivale a un crecimiento acumulado de 32,8% durante este periodo.

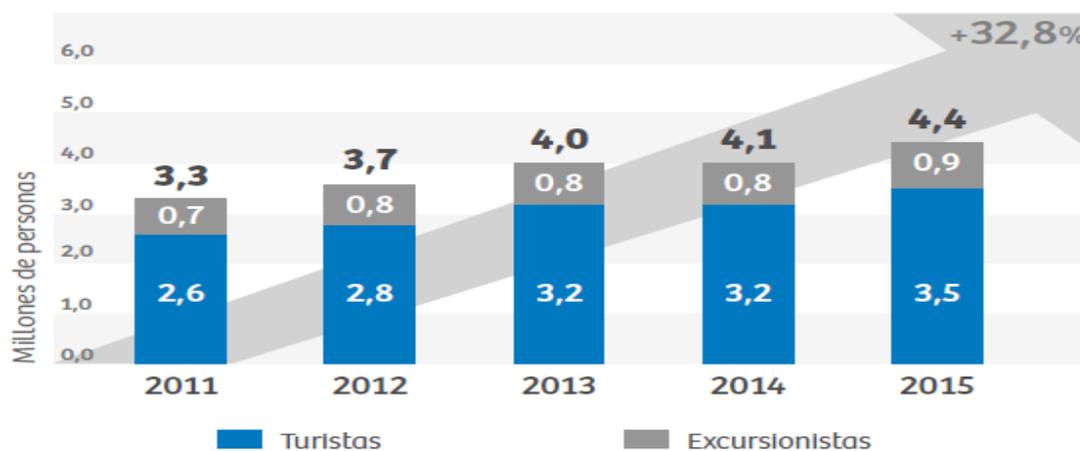


Figura 344. Visitantes extranjeros

Fuente: INEI- MINCETUR

6.3.3. Gasto turístico receptivo

El ingreso de divisas generado por el turismo receptivo, se explica por el gasto que realizan los turistas y excursionistas internacionales cuando visitan el país.

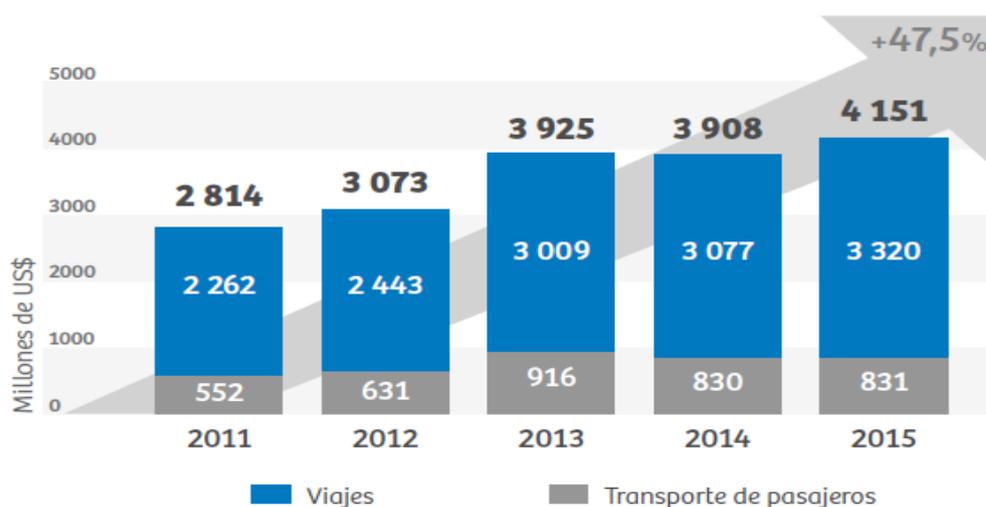


Figura 355. Gasto turístico

Fuente: INEI- MINCETUR

6.3.4. Oferta de establecimientos

A continuación se detallan la oferta de establecimientos de hospedaje categorizados existente

Tabla 28.

Oferta de hospedajes periodo 2015-2016

| OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS | 19 184 | 19 516 |
|----------------------------|--------|--------|
| Categorizados | | |
| 5 estrellas | 43 | 48 |
| 4 estrellas | 76 | 84 |
| 3 estrellas | 745 | 767 |
| 2 estrellas | 1 379 | 1 361 |
| 1 estrella | 388 | 389 |
| Albergues | 61 | 64 |
| Ecolodges | 6 | 5 |
| No categorizados | 16 487 | 16 799 |

Fuente: INEI- MINCETUR

Como se puede observar en la figura anterior el incremento de la oferta de centros de hospedajes en los últimos años presenta un incremento sostenido esto debido por la implementación de nuevos activos turísticos.

6.3.5. Conclusiones perfil turista extranjero

El análisis de los gustos y preferencias del cliente potencial nos permite poder concluir lo siguiente:

- El cliente potencial que se pretende atender busca nuevas experiencias que le permitan enriquecer su nivel de conocimiento cultural y social de nuestro país.
- Busca experiencias nuevas o alternativas al turismo tradicional como son el conocer y practicar la crianza de animales menores,

cultivo de vegetales y asimismo poder disfrutar de la biodiversidad ecológica que ofrece nuestro país.

- El gasto promedio del visitante extranjero no es superior a \$500 dólares americanos, el promedio de días que dura la permanencia de los turistas extranjeros es 4 a 7 días. El ingreso per cápita de los turistas es de \$ 40 000 dólares americanos.
- Existe una oferta de hospedajes que compiten de manera indirecta con el proyecto de instalación de casas rurales.
- Se puede integrar un corredor turísticos entre los distritos de Namora, Sulluscocha y La Encañada con la finalidad de aumentar e incrementar el gasto promedio por visitante.
- El principal medio de información del turista extranjero es el internet, asimismo realiza sus operaciones de compra y reserva por aplicaciones tecnológicas.
- El motivo principal por el que los turistas extranjeros realizan visitas a nuestro país es vacacionar, el grado académico que presentan dichos visitantes es superior o universitario.

6.3.6. Análisis de la demanda hotelera

6.3.6.1. Análisis de la demanda nacional

El análisis de la demanda potencial nacional se realizara en función a las pernoctaciones de los turistas extranjeros, en centros de hospedaje similares a la prestación de servicio que se pretende ofrecer.

Tabla 29.

Arribos y pernoctaciones turista extranjero.

| Variable | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 P/ |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| Arribo | | | | | | | | | |
| Total | 18 051 695 | 20 048 260 | 19 099 094 | 21 656 841 | 24 809 945 | 25 814 558 | 30 484 484 | 35 472 212 | 39 874 665 |
| Nacional | 15 402 846 | 17 055 026 | 16 064 215 | 18 251 460 | 20 345 439 | 21 755 544 | 26 143 766 | 29 984 350 | 33 105 154 |
| Extranjero | 2 648 849 | 2 993 234 | 3 034 879 | 3 405 381 | 4 464 506 | 4 059 014 | 4 340 718 | 5 487 862 | 6 769 511 |
| Pernoctación | | | | | | | | | |
| Total | 23 707 238 | 26 263 222 | 26 714 462 | 30 430 810 | 34 228 818 | 35 138 752 | 40 944 878 | 47 422 497 | 54 328 771 |
| Nacional | 18 630 317 | 20 663 118 | 20 763 175 | 23 716 259 | 25 904 136 | 27 532 179 | 32 815 360 | 37 573 343 | 41 716 990 |
| Extranjero | 5 076 921 | 5 600 104 | 5 951 287 | 6 714 551 | 8 324 682 | 7 606 573 | 8 129 518 | 9 849 154 | 12 611 781 |

Fuente: INEI-MINCETUR

En la siguiente tabla observamos las pernoctaciones existentes desde el periodo 2004- 2012.

Tabla 240.

Pernoctaciones

| Año | Periodo | Demanda |
|------------|----------------|----------------|
| 2004 | 1 | 23 707 238 |
| 2005 | 2 | 26 263 222 |
| 2006 | 3 | 26 714 462 |
| 2007 | 4 | 30 430 810 |
| 2008 | 5 | 34 228 818 |
| 2009 | 6 | 35 138 752 |
| 2010 | 7 | 40 944 878 |
| 2011 | 8 | 47 422 497 |
| 2012 | 9 | 54 328 771 |

Fuente: INEI-MINCETUR

En la siguiente figura se observa la demanda de centros de hospedaje a nivel nacional por parte de los turistas extranjeros durante el periodo 2004 a 2012.

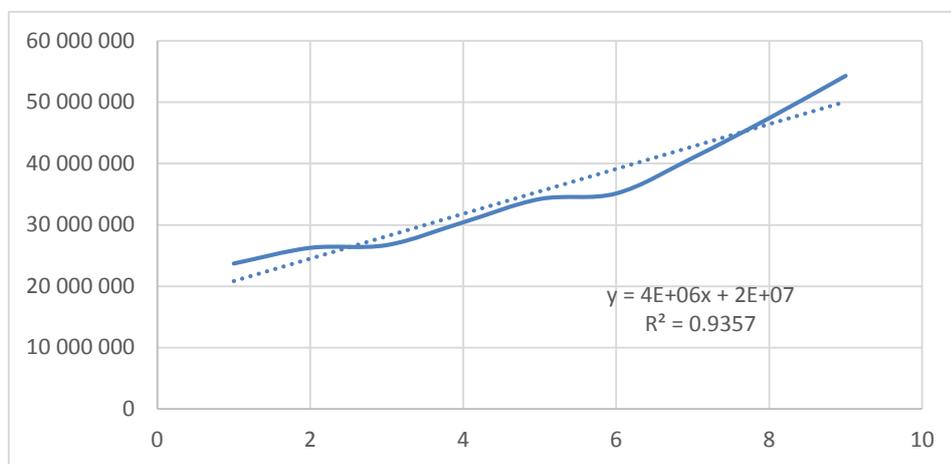


Figura 36.. Ecuación de la demanda millones de turistas.

Fuente: MINCETUR

Como podemos observar la demanda por centros de hospedaje presenta un crecimiento sostenido durante la última década, a continuación se detalla la proyección de la demanda hasta el año 2022 a nivel nacional.

Tabla 251.

Proyección de la demanda de hospedajes.

| Año | Periodo | Demanda |
|------------|----------------|----------------|
| 2013 | 10 | 53725444 |
| 2014 | 11 | 57377656.2 |
| 2015 | 12 | 61029868.4 |
| 2016 | 13 | 64682080.6 |
| 2017 | 14 | 68334292.8 |
| 2018 | 15 | 71986504.9 |
| 2019 | 16 | 75638717.1 |
| 2020 | 17 | 79290929.3 |
| 2021 | 18 | 82943141.5 |
| 2022 | 19 | 86595353.7 |

Fuente: Elaboración propia.

6.3.6.2. Análisis de la demanda Local

La demanda del proyecto se manejará con el número de pernoctaciones se refiere al número total de noches que un viajero permanece en un hotel de la ciudad de Cajamarca.

Tabla 262.

Indicadores mensuales de ocupabilidad

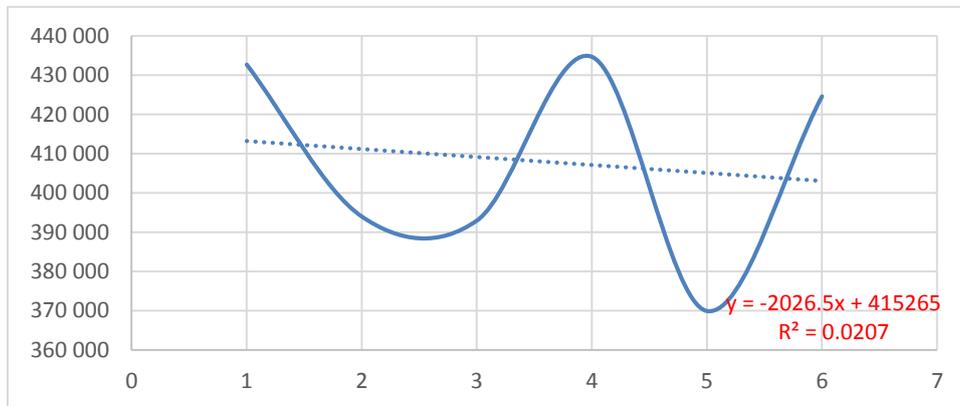
| Periodo | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| enero | 29381 | 35425 | 29557 | 31371 | 27015 | 29436 |
| febrero | 32137 | 40874 | 32792 | 35656 | 32188 | 43965 |
| marzo | 34656 | 36842 | 34153 | 37106 | 29245 | 31366 |
| abril | 33455 | 36408 | 29053 | 34422 | 30207 | 29662 |
| mayo | 35992 | 37768 | 29732 | 36933 | 30228 | 33843 |
| junio | 33486 | 28986 | 33957 | 40810 | 28849 | 33369 |
| julio | 37453 | 27877 | 38255 | 41331 | 39694 | 47701 |
| agosto | 42547 | 30021 | 36865 | 42108 | 37941 | 44363 |
| septiembre | 41096 | 30865 | 30531 | 36735 | 28288 | 33833 |
| octubre | 46419 | 28517 | 30513 | 32637 | 33399 | 37412 |
| noviembre | 39343 | 31498 | 40423 | 37619 | 26865 | 32350 |
| diciembre | 26758 | 28940 | 27162 | 27973 | 26049 | 27328 |
| Total | 432723 | 394021 | 392993 | 434701 | 369968 | 424628 |

Fuente: INEI-MINCETUR

La tabla anterior nos muestra los indicadores de ocupabilidad de establecimientos de hospedajes colectivos de la ciudad de Cajamarca durante el periodo 2011-2016.

Tabla 33.

Histórico de la demanda centros de hospedaje Cajamarca.



Fuente: DIRCETUR

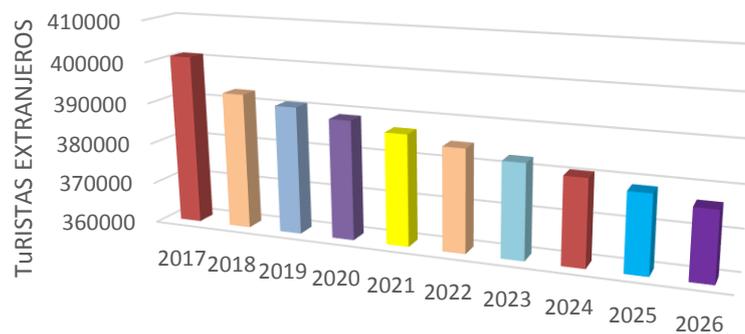
Como podemos observar en la proyección la tasa de ocupabilidad pronosticada desde el periodo 2017 a 2026 esta es en promedio 376 789 pernoctaciones por año.

Tabla 34.

Demanda proyectada Cajamarca centros de hospedaje.

| | Año | Periodo | Demanda |
|-------------------|------------|----------------|----------------|
| Proyección | 2017 | 7 | 401080 |
| | 2018 | 11 | 392974 |
| | 2019 | 12 | 390947 |
| | 2020 | 13 | 388921 |
| | 2021 | 14 | 386895 |
| | 2022 | 15 | 384868 |
| | 2023 | 16 | 382842 |
| | 2024 | 17 | 380815 |
| | 2025 | 18 | 378789 |
| | 2026 | 19 | 376762 |

Fuente: Elaboración propia.



| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ■ Demanda | 401080 | 392974 | 390947 | 388921 | 386895 | 384868 | 382842 | 380815 | 378789 | 376762 |

Figura 37.. Demanda proyectada

Fuente: Elaboración propia.

6.3.6.3. Análisis de la oferta hotelera en la ciudad de Cajamarca

Oferta del producto: Para calcular le oferta del servicio de hospedaje consideramos la categorización hotelera, asimismo utilizaremos los índices de ocupabilidad del MINCETUR.

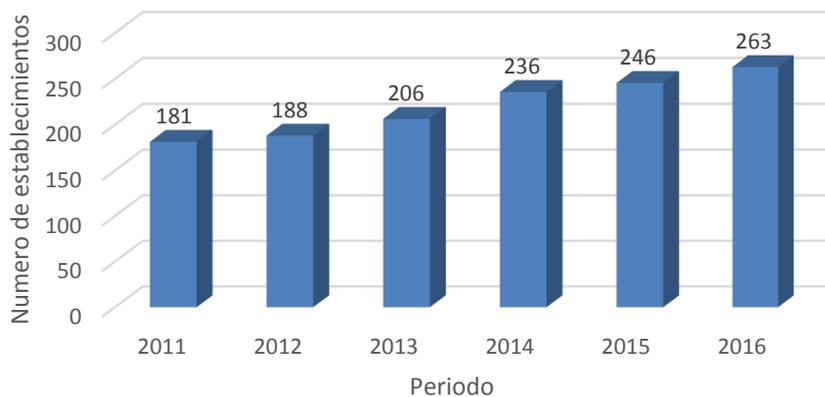


Figura 38. Instituciones Hoteleras existentes

Fuente: INEI-MINCETUR

Como se puede observar en la figura anterior existe una oferta creciente de empresas que se dedican a la prestación del servicio hotelero durante el periodo 2011-2016. Durante el año 2016 la oferta de servicios

hoteleros llegó a contar con 263 instituciones prestadoras del servicio de hospedaje.

A continuación analizaremos la oferta de las habitaciones existentes en la ciudad de Cajamarca durante el periodo 2011-2016.

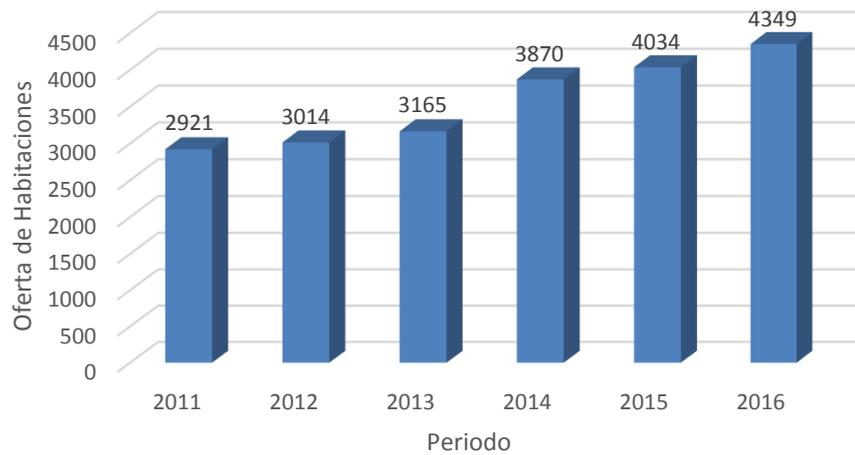


Figura 369. Oferta de habitaciones ciudad de Cajamarca
Fuente: INEI-MINCETUR

En la actualidad las 263 instituciones que prestan el servicio de hospedaje ofertan 4349 habitaciones en sus diferentes categorías.



Figura 40. Camas y habitaciones periodo 2011-2016

Fuente: DIRCETUR.

Como se observa en el análisis de la oferta del producto existe una tendencia de crecimiento esto debido al flujo constante de turistas que presenta la ciudad de Cajamarca y sus distritos, asimismo por el incremento de activos turísticos.

6.3.6.4. Proyección de oferta

A continuación se describe la proyección de la oferta de plazas-cama en los centros de hospedaje de la ciudad de Cajamarca. La información utilizada para realizar la proyección de la oferta es obtenida del reporte anual de índices de ocupabilidad del MINCETRUR.

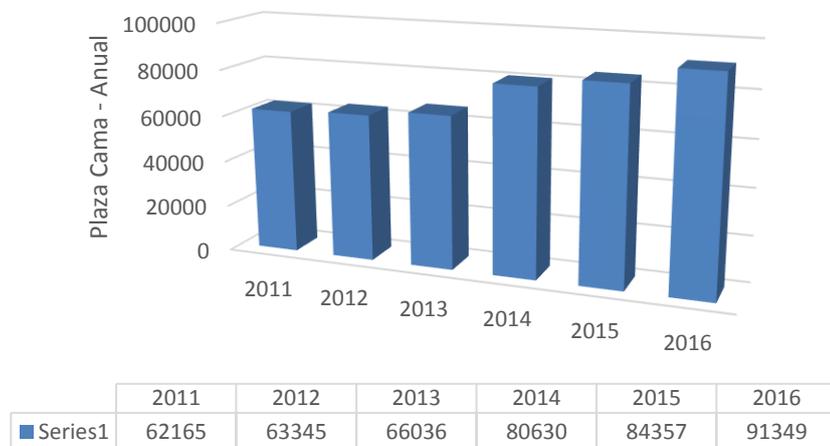


Figura 371. Ocupabilidad plaza- cama

Fuente: DIRCETUR.

Proyección de la Ocupabilidad plaza- cama en la ciudad de Cajamarca. Para determinar el pronóstico de esta oferta, conviene utilizar la técnica de regresión lineal

Tabla 35.

Proyección Plaza - cama

| Año | Periodo | Demanda | x*y | χ^2 |
|----------|---------|---------|---------|----------|
| 2011 | 1 | 62 165 | 62165 | 1 |
| 2012 | 2 | 63 345 | 126690 | 4 |
| 2013 | 3 | 66 036 | 198108 | 9 |
| 2014 | 4 | 80 630 | 322520 | 16 |
| 2015 | 5 | 84 357 | 421785 | 25 |
| 2016 | 6 | 91 349 | 548094 | 36 |
| SUMA | 21 | 447 882 | 1679362 | 91 |
| PROMEDIO | 3.5 | 74 647 | 279894 | 15.2 |

Fuente: DIRCETUR.

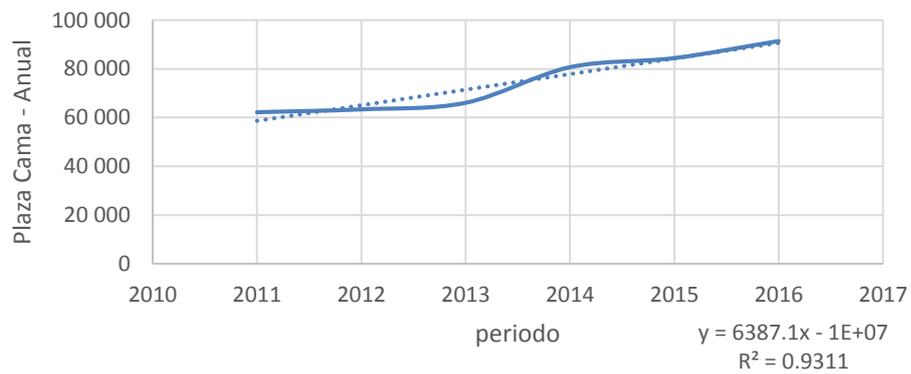


Figura 38. Gráfico de plaza cama anual

En la siguiente tabla se muestra la proyección de la oferta plaza cama durante el periodo 2017-2025.

Tabla 42.

Proyección Plaza – cama Periodo 2017-2025

| Año | Periodo | oferta proyectada |
|------|---------|-------------------|
| 2017 | 7 | 97002 |
| 2018 | 11 | 122551 |
| 2019 | 12 | 128938 |
| 2020 | 13 | 135325 |
| 2021 | 14 | 141712 |
| 2022 | 15 | 148099 |
| 2023 | 16 | 154486 |
| 2024 | 17 | 160873 |
| 2025 | 18 | 167261 |
| 2026 | 19 | 173648 |

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar existe una tendencia al crecimiento de la oferta hotelera en la ciudad de Cajamarca.

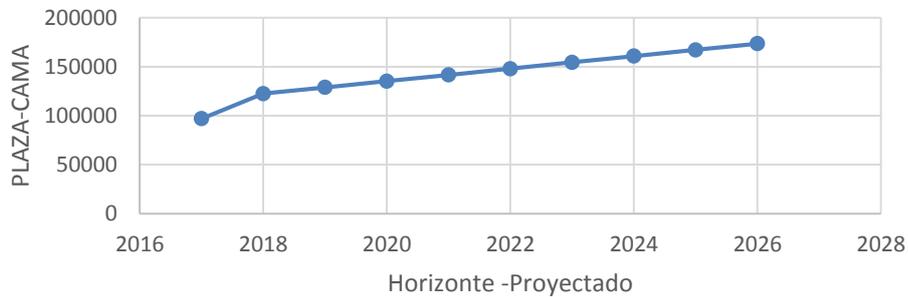


Figura 37. Proyección oferta 2017-2026

Fuente: Elaboración propia.

6.4. Comercialización

Este punto del proyecto nos permitirá poder dar a conocer los medios utilizados para hacer llegar el servicio a los clientes.

6.4.1. Canales de distribución

Se utilizará el Internet como principal medio de distribución de paquetes turísticos porque con este medio se llegará directamente al cliente. El portal tendrá la capacidad de realizar ventas vía Internet y presentará un interfaz amigable con la opción de escoger el idioma del cliente. Asimismo, contará con la ayuda de un tutor virtual que guiará al cliente hasta completar la transacción.

6.4.2. Sistema WEB 2.0

El desarrollo del sistema web será en la versión 2.0 la cual presenta las siguientes características: urgen aplicaciones y páginas que utilizan la inteligencia colectiva, consecuencia de ello las páginas pueden ser personalizadas, los usuarios cambios e introducen datos y se convierten en una herramienta dinámica que permite el intercambio de información.

6.4.3. Aplicación móvil

APP es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles y que permite al usuario efectuar una tarea concreta de cualquier tipo profesional, de ocio, educativa, de acceso a servicios.

6.4.4. Agencias de turismo

La comercialización se realizara a través el sistema de tercerización con empresas dedicadas a la prestación de servicios hoteleros como son las agencias de viajes y operadores de turismo que se encuentran a nivel nacional y en el extranjero.

6.5. Estructura de la Asociación

6.5.1. Organigrama organizacional

A continuación se detalla el organigrama minino con el que deberá contar el proyecto para iniciar las operaciones del proyecto de las casas rurales

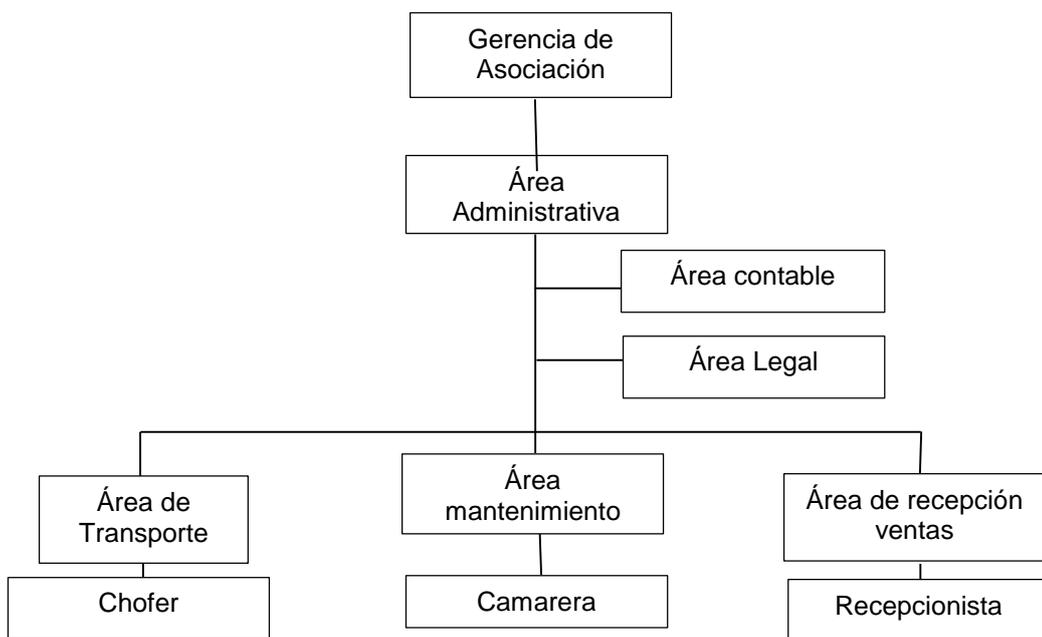


Figura 38. Organigrama

6.6. Plan de Marketing

6.6.1. MARKETING MIX

6.6.1.1. Paquetes

El paquete turístico estandarizado inicial es el que a continuación se detalla, el periodo de estancia es de 2 días.

Tabla 27.

Paquete propuesto

| Hora | Título | Características |
|------------------|--|--|
| 7.00 A.M | Traslado y recepción | -Traslado y recepción de los pasajeros en la ciudad de Cajamarca. |
| 8.00 P.M | Desayuno (comida y Bebidas Típicas) | |
| 9.00 A.M | Visita ventanillas de Combayo. | -Guiado y descripción de las ventanillas -Guiado y descripción del entorno natural |
| 12.00 P.M | Vivienda Rural | -Arribo a la vivienda Rural seleccionada -Recepción por parte de los lugareños e instalación en las viviendas, para el inicio de las actividades programadas. |
| 1.00 P.M | Almuerzo (comida y Bebidas Típicas) | |
| 2.00 P.M | Actividades de Turismo Rural Comunitario (TRC) | -Caminatas |
| A | | -Actividades agrícolas |
| 6.00 P.M | | -Cabalgatas |
| | | -Visita a laguna |
| | | -Turismo aventura |
| 7.00 P.M | Cena (comida y Bebidas Típicas) | |
| 8.00 P.M | Noches culturales Típicas | -Música y danza |
| A | | -Fogatas |
| 10.00 P.M | | -Degustación bebidas Típicas |
| | | -Actividades culturales entre los pobladores y los visitantes |
| 8.00 AM | Desayuno (comida y Bebidas Típicas) | |
| 9.00 AM | Caminatas | -Caminitas y excursión por los principales centros poblados aledaños. |
| 2.00 PM | Almuerzo (comida y Bebidas Típicas) | |
| 3.00 PM | Retorno a la ciudad de Cajamarca | |

La propuesta de paquetes puede presentar variaciones según la diversificación de productos adicionales o alternativos, que se pueden ir adicionando, según la demanda de los mismos.

6.6.1.1.1 Proceso de alojamiento

A continuación se detalla el flujo grama del proceso de atención de los pasajeros.

A. **Reserva de paquetes:** En el siguiente flujograma se detalla el proceso de reserva que deberá seguir el pasajero nacional o internacional para la adquirir de los paquetes

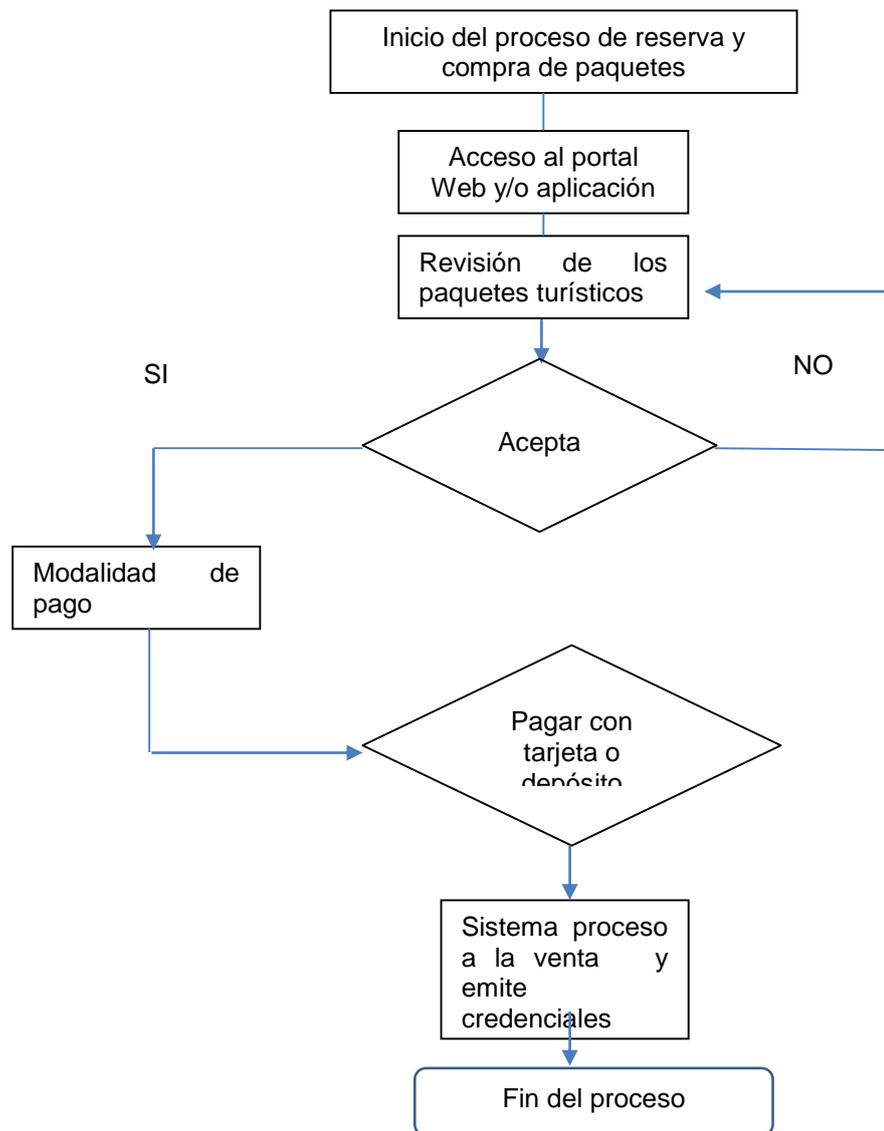


Figura 39. Flujo grama reserva de paquetes

B. Proceso de traslado de los turistas

Este proceso se inicia con la llegada del grupo de turistas que adquirieron el paquete turístico de La Encañada y sus caseríos vía internet o agencia de viajes al aeropuerto de Cajamarca.

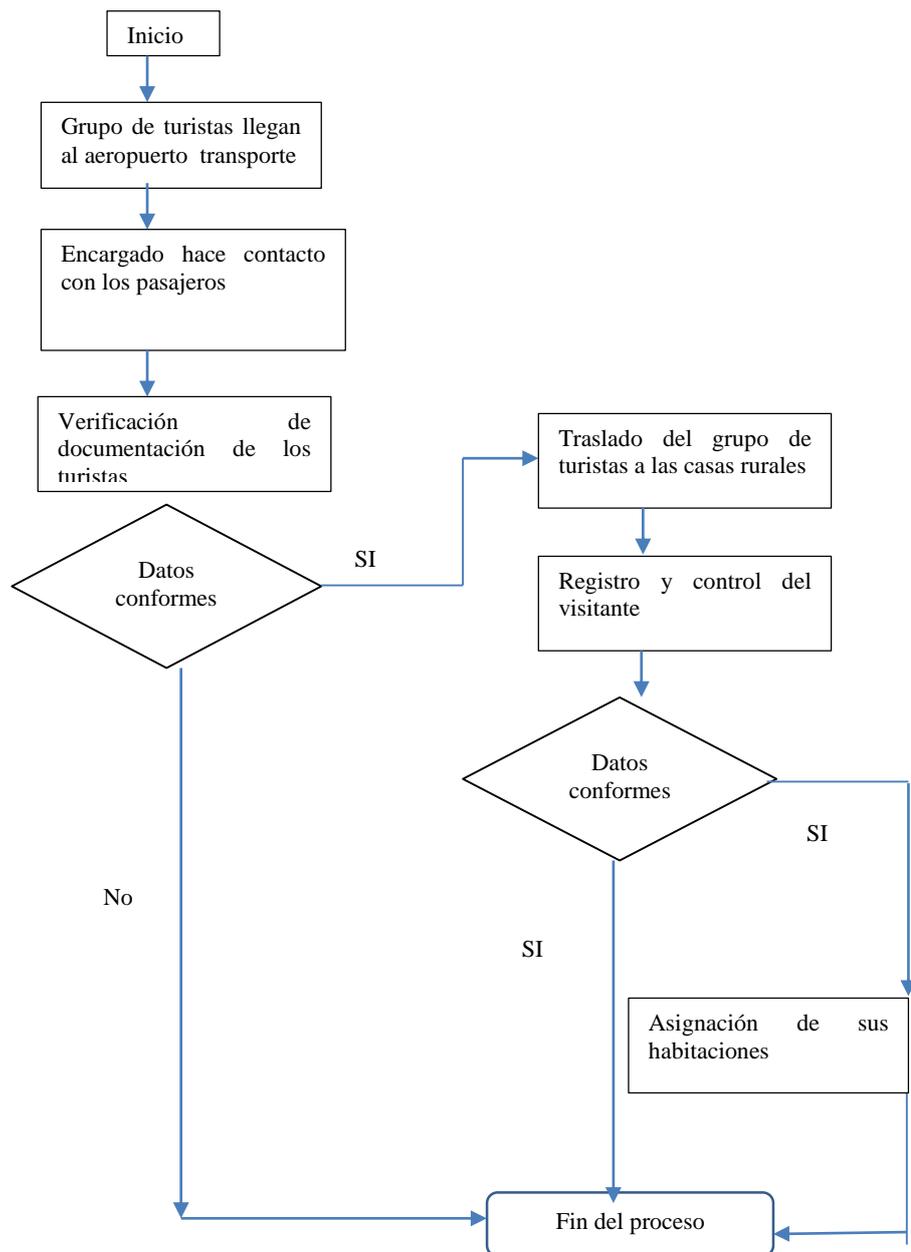


Figura 40. Flujograma de traslado y alojamiento

6.6.1.2. Precio

El precio es la cantidad de dinero en que se valora un servicio o producto. La determinación del precio es importante para lograr el objetivo de obtener ganancias. Este depende de las condiciones del mercado y del tipo de competencia que deba enfrentar. Sin embargo la fijación de precios tiene limitaciones, entre las principales tenemos: las leyes sobre la oferta y la demanda, los costos variables y la política gubernamental. Existen diversos factores que influyen en la determinación del precio: factores internos (maximización de las utilidades actuales, liderazgo en participación en el mercado, liderazgo en calidad de producto, etc.), factores externos (competencia), otros factores (percepción de los precios por parte del cliente, relación entre precio y cantidad demandada, entre otros). Nosotras determinaremos nuestro precio según los costos de producción, que se basa en calcular el costo unitario de producción y sumar un porcentaje de beneficios. El coste unitario puede ser el coste total de producción y entonces el margen va dirigido a obtener beneficios, o bien se toma, en caso de las actividades de distribución, el coste variable de producción o adquisición y el margen cubre los costes fijos, gastos de administración, comerciales, financieros y el beneficio.

Tabla 281.
Precio

| PRECIO | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| CVU | S/.76.88 | S/.76.37 | S/.75.87 | S/.75.39 | S/.74.93 |
| CFU | S/.12.49 | S/.12.13 | S/.11.78 | S/.11.44 | S/.11.10 |
| COSTO TOTAL | S/.89.37 | S/.88.50 | S/.87.65 | S/.86.83 | S/.86.03 |
| UTILIDAD 35% | S/. 31.28 | S/. 30.97 | S/. 30.68 | S/. 30.39 | S/. 30.11 |
| PRECIO POR PAQUETE | S/. 120.65 | S/. 119.47 | S/. 118.33 | S/. 117.22 | S/. 116.14 |
| PRECIO DE VENTA | S/. 118 | | | | |

El precio de introducción de los paquetes es de 118 nuevos soles.

6.6.2. Promoción

La estrategia de promoción se concentrara en los siguientes puntos neurálgicos del marketing turístico.

Tabla 42.

Principales ferias turísticas en el Perú.

| Nº | Feria | Fecha | Lugar | Cupos asignados | Website |
|----|----------------------|-----------------|-------------------------|-----------------|--|
| 01 | FITUR | 18 ene - 22 ene | Madrid, España | 20 | www.fituronline.com |
| 02 | ANATO | 01 - 03 mar | Bogotá, Colombia | 10 | www.anato.org |
| 03 | ITB | 08 - 12 mar | Berlín, Alemania | 36 | www.itb-berlin.com |
| 04 | WTMLA | 04 - 06 abr | Sao Paulo, Brasil | 20 | www.wtmlatinamerica.com |
| 05 | IMEX Frankfurt | 16 - 18 may | Frankfurt, Alemania | 06 | www.imex-frankfurt.com |
| 06 | FIEXPO Latinoamérica | 05 - 07 jun | Santiago, Chile | 06 | www.fiexpo-latam.com |
| 07 | IMEX América | 10 - 12 oct | Las Vegas, USA | 08 | www.imexamerica.com/ |
| 08 | FIT | 28 - 31 oct | Buenos Aires, Argentina | 10 | www.fit.org.ar |
| 09 | WTM | 06 - 08 nov | Londres, Reino Unido | 30 | www.wtmlondon.com/ |
| 10 | ILTM | dic | Cannes, Francia | 12 | www.iltm.net |

Fuente: MINCETUR.

6.7. Plan de operaciones

6.7.1. Evaluación de localización de proyecto

Los criterios determinados con la finalidad de evaluar la localización del proyecto de las casas turísticas son los activos turísticos (TRC), los recursos humanos especializados y la infraestructura necesaria.

Tabla 43.

Criterios evaluación de localización de planta.

| Criterios | | |
|--------------------|----|-----------------|
| Activos Turísticos | RH | Infraestructura |

A continuación se procede a la evaluación de las ciudades según los criterios previamente determinados

Tabla 294.
Evaluación

| N° | Ciudad | Criterios | | | | | | | | | |
|----|----------------|-----------|------|-------|------|------|-------|-------|------|-------|---------|
| | | % AT | Nota | Total | %RH | Nota | Total | %INFR | Nota | Total | Total % |
| 1 | Encañada | 0.25 | 15 | 3.75 | 0.25 | 17 | 4.25 | 0.25 | 17 | 4.25 | 12.25 |
| 2 | Jesús | 0.25 | 13 | 3.25 | 0.25 | 14 | 3.5 | 0.25 | 14 | 3.5 | 10.25 |
| 3 | Cajamarca | 0.25 | 10 | 2.5 | 0.25 | 15 | 3.75 | 0.25 | 12 | 3 | 9.25 |
| 4 | Baños del inca | 0.25 | 10 | 2.5 | 0.25 | 15 | 3.75 | 0.25 | 12 | 3 | 9.25 |

Fuente: Elaboración propia.

La evaluación de los factores nos permite poder determinar que la ciudad elegida con una nota de 12.25 es la Encañada, en la que se cuenta con un mayor número de activos turísticos relacionados con el turismo rural comunitario, la predisposición de las personas a integrar el proyecto, asimismo la capacidad de utilizar infraestructura perteneciente a las personas responsables del proyecto.

6.7.2. Ubicación geográfica

El proyecto estará ubicado en el distrito de La Encañada a 33 km de la ciudad de Cajamarca, asimismo este se ubicar a 2 km de distancia de la ciudad de La Encañada por la carretera a Celendín.



Figura 44. Localización geográfica del proyecto
Fuente: Google Maps, 2017

6.7.3. Capacidad instalada de las casas rurales

La capacidad instalada del proyecto es la siguiente la cual se describe y se detalla:

Tabla 305.
Capacidad de las casas rurales

| Alojamiento Rural | Casa N°1 | Casa N°2 | Casa N°3 | Total |
|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|
| N° de habitaciones por casa | 6 habitaciones | 6 habitaciones | 6 habitaciones | |
| Tipo de habitaciones | 4 dobles 2 simples 1 triple | 4 dobles 2 simples 1 triple | 4 dobles 2 simples 1 triple | 42 camas entre las tres casas Rurales. |
| N° de camas | 12 camas 1 camarote adicional | 13 camas 1 camarote adicional | 13 camas 1 camarote adicional | |
| Capacidad total | 14 camas | 14 camas | 14 camas | |

6.8. Análisis financiero de la implementación de las casas rurales

6.8.1. Inversión inicial

Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio. Generalmente cuando se proyecta un negocio, se debe realizar en primer lugar una inversión, con la cual se conseguirán aquellos recursos necesarios para tener en funcionamiento dicho negocio. Se espera que luego de haber realizado esta inversión, en los períodos posteriores el negocio nos retorne una cantidad de dinero suficiente como para justificar la inversión inicial.

Tabla 31.
Inversión inicial

| CONCEPTO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | COSTO UNITARIO (S/.) | COSTO TOTAL (S/.) |
|-----------------------------|-------------------------|----------|------------------|----------------------|-----------------------|
| INFRAESTRUCTURA | ACONDICIONAMIENTO CASAS | 600 | M2 | S/. 120.00 | S/. 72,000.00 |
| | | | | SUB TOTAL | S/. 72,000.00 |
| INSTALACIONES | COCINAS MEJORADAS | 3 | UNIDAD | S/. 2,000.00 | S/. 6,000.00 |
| | BAÑOS COMPLETOS | 6 | UNIDAD | S/. 2,000.00 | S/. 12,000.00 |
| | SISTEMA ELECTRICO SOLAR | 3 | UNIDAD | S/. 4,000.00 | S/. 12,000.00 |
| | | | SUB TOTAL | S/. 30,000.00 | |
| MOBILIARIOS | CAMAS | 40 | UNIDAD | S/. 250.00 | S/. 10,000.00 |
| | SILLAS | 50 | UNIDAD | S/. 30.00 | S/. 1,500.00 |
| | ROPEROS | 12 | UNIDAD | S/. 400.00 | S/. 4,800.00 |
| | ANAQUELES | 30 | UNIDAD | S/. 60.00 | S/. 1,800.00 |
| | MESAS | 6 | UNIDAD | S/. 120.00 | S/. 720.00 |
| | BANCAS | 4 | UNIDAD | S/. 65.00 | S/. 260.00 |
| | MOSTRADOR | 3 | UNIDAD | S/. 350.00 | S/. 1,050.00 |
| | VELADORES | 20 | UNIDAD | S/. 350.00 | S/. 7,000.00 |
| | | | SUB TOTAL | S/. 27,130.00 | |
| EQUIPOS INFORMÁTICOS | COMPUTADORAS HP | 2 | UNIDAD | S/. 1,400.00 | S/. 2,800.00 |
| | IMPRESORAS | 2 | UNIDAD | S/. 549.00 | S/. 1,098.00 |
| | | | SUB TOTAL | S/. 3,898.00 | |
| Total | | | | | S/. 133,028.00 |

Los gastos pre operativos es un concepto que se utiliza cuando se crea un nueva empresa, cuando apenas se está poniendo en marcha, de allí que este tipo de gastos se conocen como pre operativos, puesto que corresponde a las erogaciones en que se debe incurrir en la etapa previa al inicio de las operaciones. (Gerencie, 2010)

Tabla 47.
Inversión en intangibles

| INVERSIÓN INTANGIBLES | | | | | |
|-----------------------------|--|----------|------------------|----------------------|----------------------|
| ITEM | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | UNIDAD DE MEDIDA | COSTO UNITARIO (S/.) | COSTO TOTAL (S/.) |
| GASTOS PREOPERATIVOS | Búsqueda de la denominación | 1 | UNIDAD | S/. 20.00 | S/./20.00 |
| | Pago notario público por la minuta | 1 | UNIDAD | S/. 200.00 | S/./200.00 |
| | SUNARP | 1 | UNIDAD | S/. 70.00 | S/./70.00 |
| | Copia de Inscripción a la SUNAT | 1 | UNIDAD | S/. 20.00 | S/./20.00 |
| | Informe de bienes (Registros públicos) | 1 | UNIDAD | S/. 40.00 | S/./40.00 |
| | Licencia | 1 | UNIDAD | S/. 250.00 | S/./250.00 |
| | CERTIFICACION ISO | 1 | UNIDAD | S/. 40,000.00 | S/./40,000.00 |
| | Registro de la Marca en INDECOPI. | 1 | UNIDAD | S/. 1,200.00 | S/./1,200.00 |
| | | | | TOTAL | S/. 41,800.00 |

En la siguiente se detalla el resumen de la inversión del proyecto:

Tabla 48.
Resumen de inversión.

| | |
|-----------------------|----------------------|
| ACTIVO FIJO | S/.133,028.00 |
| INVERSIÓN INTANGIBLES | S/./41,800.00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | S/./204,580.16 |
| TOTAL | |

6.8.2. Costos de prestación del servicio

Son los que se incurren en el proceso servicio o producto. Se clasifican en costos directos e indirectos o gastos generales de prestación del servicio (Davila, 2005).

Tabla 49.
Sistema de costeo

| MATERIA PRIMA | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2021 |
|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| VISITANTES | 4,838 | 4,983 | 5,132 | 5,285 | 5,443 | 5,606 |
| costo de alimentación | S/.93,542.40 | S/.96,338.00 | S/.99,218.67 | S/.102,176.67 | S/.105,231.33 | S/.108,382.67 |
| SUB TOTAL ALIMENTACION | S/.93,542.40 | S/.96,338.00 | S/.99,218.67 | S/.102,176.67 | S/.105,231.33 | S/.108,382.67 |
| MANO DE OBRA INDIRECTA | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 |
| SUB TOTAL MOID | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 | S/.13,349.23 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 |
| SUB TOTAL MOD | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 | S/.45,768.80 |
| ALOJAMIENTO | S/.40.00 | S/.40.00 | S/.40.00 | S/.40.00 | S/.40.00 | S/.40.00 |
| SUB TOTAL HOSPEDAJE | S/.193,536.00 | S/.199,320.00 | S/.205,280.00 | S/.211,400.00 | S/.217,720.00 | S/.224,240.00 |
| SERVICIOS | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 |
| SUB TOTAL SERVICIOS | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 | S/.14,400.00 |
| DEPRECIACIÓN | 11,367.50 | 11,367.50 | 11,367.50 | 11,367.50 | 11,367.50 | 11,367.50 |
| SUB TOTAL DEPRECIACIÓN | S/.11,367.50 | S/.11,367.50 | S/.11,367.50 | S/.11,367.50 | S/.11,367.50 | S/.11,367.50 |
| TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN | S/. 371,963.93 | S/. 380,543.53 | S/. 389,384.20 | S/. 398,462.20 | S/. 407,836.87 | S/. 417,508.20 |
| COSTO UNITARIO | S/.76.88 | S/.76.37 | S/.75.87 | S/.75.39 | S/.74.93 | S/.74.48 |

Fuente: Elaboración propia.

6.8.3. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad volumen de ventas en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida. (Economía, 2016).

Tabla 320.
Punto de equilibrio

| ÍTEM | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CF | S/. 60,440.98 |
| PVU | 118 | 118 | 118 | 118 | 118 |
| CVU | 76.9 | 76.4 | 75.9 | 75.4 | 74.9 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | 41.5 | 42.0 | 42.5 | 43.0 | 43.4 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO VISI | 1,457 | 1,440 | 1,423 | 1,407 | 1,392 |
| COSTOS FIJOS UNITARIOS | 12.49 | 12.13 | 11.78 | 11.44 | 11.10 |

6.8.4. Financiamiento

La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta (Economía, 2016).

Tabla 51.
Financiamiento bancario

| ITEM | Descripción | |
|----------------|------------------------------|-----------|
| PERIODO | AÑOS | 5 |
| MONT | Monto del financiamiento | 75,881.63 |
| TASA | Tasa de financiamiento anual | 25% |

6.8.5. Estados financieros

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del desempeño financiero de una entidad (Carrion, 2009)

6.8.5.1. Estado de resultados

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa.

Tabla 52.
Estado de resultados

| DESCRIPCIÓN | % | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|-----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| INGRESOS | | S/. 572,688.93 | S/. 589,804.26 | S/. 607,440.39 | S/. 625,549.97 | S/. 644,251.37 |
| COSTO VARIABLE | | S/. 371,963.93 | S/. 380,543.53 | S/. 389,384.20 | S/. 398,462.20 | S/. 407,836.87 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | | S/. 200,724.99 | S/. 209,260.73 | S/. 218,056.19 | S/. 227,087.77 | S/. 236,414.50 |
| COSTO FIJOS | | S/. 60,440.98 |
| UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS | | S/.140,284.01 | S/.148,819.74 | S/.157,615.21 | S/.166,646.79 | S/.175,973.52 |
| INTERESES | | -S/. 18,970.41 | -S/. 16,658.93 | -S/. 13,769.57 | -S/. 10,157.88 | -S/. 5,643.27 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | S/.121,313.60 | S/.132,160.82 | S/.143,845.63 | S/.156,488.91 | S/.170,330.25 |
| IMPUESTOS | 30% | S/. 35,787.51 | S/. 38,987.44 | S/. 42,434.46 | S/. 46,164.23 | S/. 50,247.42 |
| UTILIDAD NETA | | S/.85,526.09 | S/.93,173.38 | S/.101,411.17 | S/.110,324.68 | S/.120,082.83 |
| DIVIDENDOS | 10% | -S/. 8,552.61 | -S/. 9,317.34 | -S/. 10,141.12 | -S/. 11,032.47 | -S/. 12,008.28 |

| | | | | | |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| UTILIDAD NETA | S/.76,973.48 | S/.83,856.04 | S/.91,270.05 | S/.99,292.21 | S/.108,074.55 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|

6.8.5.2. Balance general

Es un documento que presenta la situación económica y financiera de la empresa. Presenta la situación económica porque muestra el importe de sus recursos o activo y de sus obligaciones pasivo y patrimonio. (Carrion, 2009).

Tabla 333.

Balance general

| | PRE OPERATIVO | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| ACTIVO | | | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | S/.204,580.16 | S/.209,298.94 | S/.214,161.31 | S/.219,154.21 | S/.224,310.28 | S/.229,629.51 |
| EXCEDENTE DE CAJA | S/.0.00 | S/.80,940.52 | S/.166,418.01 | S/.256,417.12 | S/.350,813.05 | S/.449,490.65 |
| ACTIVO FIJO | S/.103,028.00 | S/.103,028.00 | S/.103,028.00 | S/.103,028.00 | S/.103,028.00 | S/.103,028.00 |
| DEPRECIACIÓN ACUMULADA | S/.0.00 | S/.11,367.50 | S/.22,735.00 | S/.34,102.50 | S/.45,470.00 | S/.56,837.50 |
| INTANGIBLE | S/.41,800.00 | S/.41,800.00 | S/.41,800.00 | S/.41,800.00 | S/.41,800.00 | S/.41,800.00 |
| AMORTIZACIÓN | | S/.4,180.00 | S/.8,360.00 | S/.12,540.00 | S/.16,720.00 | S/.20,900.00 |
| ACTIVO FIJO NETO | S/.144,828.00 | S/.129,280.50 | S/.113,733.00 | S/.98,185.50 | S/.82,638.00 | S/.67,090.50 |
| TOTAL ACTIVO | S/.349,408.16 | S/.419,519.97 | S/.494,312.32 | S/.573,756.83 | S/.657,761.33 | S/.746,210.66 |
| PASIVO Y PATRIMONIO | | | | | | |
| PRÉSTAMO BANCARIO | S/.69,881.63 | S/.61,366.78 | S/.50,723.22 | S/.37,418.77 | S/.20,788.21 | S/.0.00 |
| TOTAL PASIVO | S/.69,881.63 | S/.61,366.78 | S/.50,723.22 | S/.37,418.77 | S/.20,788.21 | S/.0.00 |
| APORTE DE CAPITAL | S/.279,526.53 | S/.279,526.53 | S/.279,526.53 | S/.279,526.53 | S/.279,526.53 | S/.279,526.53 |
| UTILIDADES RETENIDAS | S/.0.00 | S/.77,925.23 | S/.162,617.05 | S/.254,577.93 | S/.354,379.76 | S/.462,737.43 |

| | | | | | | |
|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| TOTAL PATRIMONIO | S/.279,526.53 | S/.357,451.76 | S/.442,143.58 | S/.534,104.46 | S/.633,906.30 | S/.742,263.97 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | S/.349,408.16 | S/.418,818.55 | S/.492,866.81 | S/.571,523.23 | S/.654,694.50 | S/.742,263.97 |

6.8.5.3. Flujo de caja

Es aquel que muestra el efecto de los cambios de efectivo en periodo determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento (Carrion, 2009).

Tabla 54.

Flujo de caja

| FLUJOS | PRE OPERATIVO | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS | | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. |
| IMPUESTOS AJUSTADOS | | 140,284.01 | 148,819.74 | 157,615.21 | 166,646.79 | 175,973.52 |
| DEPRECIACIÓN | | -S/. 40,682.36 | -S/. 43,157.73 | -S/. 45,708.41 | -S/. 48,327.57 | -S/. 51,032.32 |
| AMORTIZACIÓN | | S/. 11,367.50 |
| FLUJO DE CAJA OPERATIVO | | S/. 4,180.00 |
| ADQUISICIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES | | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. |
| CAPITAL DE TRABAJO | | 115,149.15 | 121,209.52 | 127,454.30 | 133,866.72 | 140,488.70 |
| VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO | | -S/. 133,028.00 | -S/. 41,800.00 | -S/. 204,580.16 | -S/. 4,718.78 | -S/. 4,862.37 |
| FLUJO DE CAJA DE INVERSIÓN | | -S/. 4,718.78 | -S/. 4,862.37 | -S/. 4,992.90 | -S/. 5,156.07 | -S/. 5,319.23 |
| FLUJO DE CAJA ECONÓMICO | | -S/. 379,408.16 | -S/. 4,718.78 | -S/. 4,862.37 | -S/. 4,992.90 | -S/. 5,156.07 |
| | | S/. | S/. | S/. | S/. | S/. |
| | | 110,430.37 | 116,347.15 | 122,461.40 | 128,710.65 | 135,169.47 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| SERVICIO DE LA DEUDA | S/. 75,881.63 | -S/. 28,216.34 |
| ESCUDO TRIBUTARIO | | S/. 5,596.27 | S/. 4,914.38 | S/. 4,062.02 | S/. 2,996.58 | S/. 1,664.76 |
| DIVIDENDOS | | -S/. 8,552.61 | -S/. 9,317.34 | -S/. 10,141.12 | -S/. 11,032.47 | -S/. 12,008.28 |
| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | -S/. 303,526.53 | S/. 79,257.69 | S/. 83,727.86 | S/. 88,165.97 | S/. 92,458.42 | S/. 96,609.61 |

6.8.6. Indicadores de viabilidad

6.8.6.1. VAN económico y financiero

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

Tabla 55.

VAN económico y financiero

| | |
|-----------------------|-----------------------|
| VAN ECONÓMICO | S/. 103,933.30 |
| VAN FINANCIERO | S/. 26,229.84 |

6.8.6.2. TIR financiero y económico

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión. En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto.

Tabla 56.

TIR económico y financiero

| | |
|-----------------------|------------|
| TIR FINANCIERO | 13% |
| TIR ECONÓMICO | 18% |

6.8.6.3. Costo benéfico

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

Tabla 57.

Costo beneficio

| Item | Cantidad |
|-------------|-----------------|
| INGRESOS | S/.572688.9283 |
| INVERSION | S/.379,408.16 |
| C/B | S/.1.51 |

6.8.7. Conclusiones indicadores financieros

A continuación analizaremos los indicadores económicos de la implementación de las casas rurales:

- En primer lugar se tiene que el beneficio/costo es de $S/. 1.51 > 1$, lo cual significa que los beneficios del proyecto superan los costos del mismo, por lo tanto por cada nuevo sol invertido se obtendrá de ganancia $S/. 0.51$.

- La evaluación económica se realizó en base a una tasa del 10%, que es el costo de oportunidad (TMAR), con la cual se realiza el análisis de la inversión del proyecto de implementación de las casas rurales.
- El VAN económico S/. 103,933.30 y financiero S/. 26,229.84 son > 0 , entonces puede decir que la implementación del proyecto de las casas rurales genera un valor de S/. 103,933.30.
- El TIR financiero 13% y económico 18% son $> \text{TMAR}$, por lo tanto por cada nuevo sol que invierto en la implementación de las casas rurales se obtendrá una rentabilidad de 21%.

CONCLUSIONES

1. Del análisis realizado se determina que la gestión del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapamapa y La victoria es deficiente puesto que de acuerdo a los proyectos, presupuesto y organización analizados, existe a nivel nacional un ente gestor que descentralizado en las regiones, municipalidades provinciales y distritales procuran el desarrollo de proyectos, sin embargo en el distrito de La Encañada, en los caseríos mencionados no ha existido proyectos específicos que contribuyan o afiancen el proyecto de TRC que emprendió el ente privado (implementación de casas rurales), el mismo que necesita de la intervención del sector público y participación de la comunidad.
2. De acuerdo a los proyectos, planes y presupuesto en los tres niveles de gobierno, a nivel nacional existen 43 Obras de Infraestructura Turística en 14 departamentos a nivel nacional, con una inversión de S/ 104,7 millones, una de ellas la región de Cajamarca, siendo esta una de las con menos presupuesto asignado (2,1 millones) puede ser éste un factor por el cual, en la región, la actividad turística no ha logrado consolidarse turísticamente y tampoco le ha permitido diversificar su oferta con estos productos no convencionales. Así mismo, los proyectos turísticos que se tienen registrados en la región Cajamarca son 13 de los cuales no todos vienen siendo ejecutados, además no están relacionados directamente con

el turismo rural comunitario, sin embargo, contribuye con el desarrollo de los elementos del producto turístico Cajamarca.

3. El presupuesto que se asigna a la actividad turística por regiones es escaso, Cajamarca tiene recursos turísticos que necesitan ser puesto en valor, además es indispensable que mejore y diversifique su oferta turística brindando productos no convencionales, el ente gestor del distrito de la Encañada carece de presupuesto para trabajar actividades, proyectos turísticos, pese a ser un destino turístico potencial.

4. La organización de los entes gestores y trabajo conjunto que debe existir con la comunidad es indispensable para asegurar el éxito de los proyectos, si bien, la DIRCETUR viene realizando actividades de capacitación y sensibilización relacionadas al TRC (4 capacitaciones en diferentes recursos directamente relacionados al TRC), es importante que tenga mayor presencia y participación con todas las comunidades donde existen iniciativas de proyectos, como en el Distrito de la Encañada, caseríos de Chagmapampa y la Victoria que emprendió el proyecto de TRC, donde esta institución, al igual que la Gerencia de Turismo de la MPC y Municipalidad Distrital desconocen de la implicancia del proyecto.

5. El sector privado como la agencia de viajes Vivential Tours a través de la implementación de proyectos dedicados al TRC, busca involucrar de forma eficiente y eficaz al factor humano bajo la zona de influencia, debido a que el TRC se centra en el conocimiento de la identidad cultural a través de la enseñanza de cada una de sus actividades diarias, historia y el compartir con sus visitantes.

6. La organización de los entes gestores y trabajo conjunto que debe existir con la comunidad es indispensable para asegurar el éxito de los proyectos, si bien, la DIRCETUR viene realizando actividades de capacitación y sensibilización en algunos recursos turísticos, es importante que tenga mayor presencia y participación con todas las comunidades donde existen iniciativas de proyectos, como en el Distrito de la Encañada, caseríos de Chagmapampa y la Victoria que emprendió el proyecto de TRC, donde esta institución, al igual que la Gerencia de Turismo de la MPC y Municipalidad Distrital desconocen de la implicancia del proyecto.

7. Se valida la hipótesis al presentar un valor crítico de 0.000 al aplicar la prueba estadística de Chi-Cuadrado, es decir La gestión del desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada es deficiente debido a la falta de planificación, organización y presupuesto.

RECOMENDACIONES

1. El turismo rural tiene como activo turístico principal a la comunidad, quienes a través del servicio de alojamiento, acogen a los visitantes y les dan a conocer sus tradiciones, costumbres; dentro de un programa organizado que consta de diversas actividades, el desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada y en los caseríos de Chagmapampa y la Victoria es viable con una adecuada gestión entre el sector público y privado a través de la creación de iniciativas que promuevan el desarrollo de dichos activos turísticos que incrementen la afluencia de visitantes, como es la implementación de casas rurales articulados a la creación de paquetes turísticos y relacionados con los principales activos turísticos del distrito.
2. Debe existir planes, proyectos que hagan estudios completos sobre la rentabilidad de los proyectos para su puesta en marcha, en ese sentido la propuesta diseñada indica dentro del análisis financiero cuanta inversión requiere para la implementación de las casas rurales en el distrito de la encañada en los caseríos de La Victoria y Chagmapampa, siendo un monto de S/. 379,408.16, El VAN económico es de S/. 103,933.30, la TIR es de 18%, el beneficio/costo del proyecto es de S/. 1.51.

1. Se recomienda a la municipalidad distrital de La Encañada, provincial de Cajamarca el desarrollo, Gobierno Regional, la difusión y desarrollo del TRC en la región Cajamarca, el desarrollo de esta actividad presenta una característica fundamental la cual es sostenible en el tiempo sin la depredación de los recursos en cada una de las zonas de influencia en las cuales se desarrollan los proyectos.
2. La capacitación de los pobladores que participan en el desarrollo de los proyectos de TRC debe estar centrada en el manejo, cuidado preservación e identificación de los activos turísticos tangibles e intangibles, involucrados en la actividad, en la prestación de servicios hoteleros y gastronómicos con la finalidad de que estos procesos sean estandarizados lo que asegura la calidad de los mismos.
3. Se recomienda a la municipalidad distrital de la encañada, provincial de Cajamarca el desarrollo del TRC, al contar con activos turísticos que permiten el desarrollo del mismo, debido a la variedad de paisajes, gran variedad de flora y fauna silvestre, permitiendo incrementar la afluencia turística en la zona en la que se desarrolla el proyecto, en ese sentido, un implementar un proyecto donde la comunidad participe e involucre.

REFERENCIAS

- Ludwig von Bertalanffy 1968. Teoría General de los Sistemas. Fundamentos, desarrollo, aplicaciones. México. Fondo de la Cultura Económica S.A.

- Cetraro (2008). Ancash, diagnóstico para una estrategia. Revista del instituto de investigaciones económicas y Sociales “UNI. Número 6, pp. 81 – 130.

- Ballón, S; Mena, E; Santos, B; Vásquez, C. (2013). Plan Estratégico para el Turismo Rural Comunitario en el Corredor Turístico Raqchi-Písac-Ollantaytambo –Cusco (Tesis de Maestría). Revisado de <https://www.academia.edu>.

- Bosch, Merli (2013). Fundamentos del enfoque sistémico para el estudio del turismo. Revisado de 170.210.83.98:8080/.../Fundamentos_enfoque_sistemico_estudio_turismo_bosch.pdf.

- Bueno, E. (2003). La investigación científica, teoría y metodología. Revisado de <http://www.postgradoune.edu.pe>.

- Carbajal (2005). El planeamiento estratégico como instrumento de desarrollo del sector turismo en el Perú (Tesis de Maestría). Revisado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe>

- Carbajal (2005). El planeamiento estratégico como instrumento de desarrollo del sector turismo en el Perú (Tesis de Maestría). Revisado de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe>

- Enricci, J. (2004). Un modelo de gestión del turismo científico en la Patagonia (Tesis de Maestría). Revisado de www.unsl.edu.ar

- Karlijn de Rave, K. (2010). Estudio de Caso sobre los requisitos del programa certificado de sostenibilidad turística (CST) del instituto Costarricense de turismo para posadas de turismo rural (Tesis de Maestría). Revisado de www.docplayer.es

- La Teoría General de los Sistemas aplicada al sector turístico. Revisado el 21 de octubre de 2016 de <http://gestdestinos.pbworks.com>

- Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú- Mincetur 2008. Revisado el 20 de octubre de 2016 de <http://www.mincetur.gob.pe>

- Ley general de turismo. Revisado el 20 de octubre de 2016 de <http://www.mincetur.gob.pe>

- Hernández (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas (Tesis de Maestría). Revisado de <http://repositorio.uac.edu.co>

- Huertas, N. (2015). Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto. Caso Montes de María (Tesis de Doctorado). Revisado de <http://www.tdx.cat>

- Menoya S. Marco teórico para la gestión de destinos turísticos. algunos referentes teóricos y prácticos. Revisado de <http://www.gestiopolis.com>

- Plan estratégico Nacional de Turismo – Mincetur 2016. Revisado el 21 de Octubre de 2016 de <http://www.mincetur.gob.pe>

- Plan Copesco Nacional. Revisado el 20 de Octubre de 2016 de <https://www.planopesconacional.gob.pe/>

- Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Rural, Revisado el 20 de octubre de 2016 de <http://www.mincetur.gob.pe>

- Sepúlveda, H; Basurto, R; Vizcarra Y. (2010). Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región cusco (Tesis de Maestría). Revisado de <http://docplayer.es>

Apéndice

APÉNDICE N° 1

FICHAJE PARA LA REVISIÓN DOCUMENTARIA

OBJETIVO: Este instrumento servirá para recolectar información de los proyectos de inversión pública de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, la Municipalidad Distrital de la Encañada y otros que estén vinculados a la mejora y desarrollo del turismo en el área de estudio del Caserío de Chagmapampa y La Victoria, Distrito de La Encañada.

| | |
|---------------------|--|
| Nombre del proyecto | |
| Código SNIP | |
| Ubicación | |

APÉNDICE N° 2

FICHA DE OBSERVACIÓN

| | | |
|--|---|--|
| 13. N° de ingreso para uso exclusivo de huéspedes: | | |
| 14. Material de construcción: | | |
| 15. Cuenta con recepción: | | |
| 16. Cocina: | | |
| 17. N° de habitaciones: | | |
| 18. Tipo de habitaciones: | SWB | |
| | DWB | |
| | TWB: | |
| | Otras: | |
| 19. Closet: | | |
| 20. Servicios y equipos para los dormitorios | -Ventilación y/o calefacción | |
| | -Comunicación telefónica | |
| 21. Servicio higiénicos por habitación | - Uso privado con área mínima: | |
| | - Todas las paredes revestidas con material impermeable | |
| | - Agua fría y caliente | |
| 22. Limpieza diaria de habitaciones y todos los ambientes de la casa rural | | |
| 23. Personal capacitado | | |

GUÍA DE ENTREVISTA

OBJETIVO: Este instrumento servirá para recolectar información primaria, a través de un cuestionario que estará dirigido a los encargados de promover y velar por el desarrollo de la actividad turística en las instituciones como la Dirección de Comercio Exterior y Turismo, de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, la Municipalidad Distrital de la Encañada y otros en el área de estudio del Caserío de Chagmapampa y La Victoria, Distrito de La Encañada.

APÉNDICE N° 3

A. Guía de entrevista para el encargado del área de proyectos de la dirección de comercio exterior y turismo.

El encargado de esta área a quien se formuló la entrevista fue el Sr. Sergio Torres

1. ¿Qué proyectos turísticos se vienen realizando en el Distrito La Encañada?

En la actualidad no se está desarrollando ningún proyecto turístico en el distrito la encañada, por parte de DIRCETUR.

2. De estos proyectos ¿Cuántos están relacionados con el turismo rural comunitario?

Dircetur no está desarrollando ningún proyecto de turismo rural comunitario en el distrito de la encañada.

Pero como parte de ayuda a impulsar Polloc hacia la mejora turística, están brindando charlas de capacitación e instructivas en la atención al visitante. A los jóvenes que pertenecen a la congregación de Iglesia San Juan Bosco de Polloc.

3. Conoce usted sobre el desarrollo del turismo rural comunitario en el caserío de Chagmapampa y La Victoria?

Caserío Chagmapampa y La Victoria: Fue un emprendimiento de tres familias impulsadas por la agencia Vivencial Tours que estuvo vigente hasta el año 2010. Era una agencia que intervenía desde Lima, enviaban delegaciones hasta la comunidad y esta familia en coordinación con la agencia, ambas partes acordaban para que le brindara servicio de hospedaje y alimentación en su estadía. La agencia anticipadamente asesoraba a las familias para que puedan atender a los visitantes.

Caserío de Namora: En el caserío la Victoria se está desarrollando un emprendimiento de laguna San Nicolás, en este emprendimiento están involucradas 9 familias de la localidad a dirección del presidente de las rondas Julio Marín. Los emprendimientos son los siguientes:

- **El horizonte:** Propietaria, señora Rosa Chávez Ocas, esta familia brinda el servicio de alimentación y paseo en bote.
- **El aventurero:** Representante, señor Joel Villa Cerquín, esta familia brinda el servicio de alimentación, hospedaje, paseo en bote y caminatas.

- **Sumaq Wasi:** Representante, señor José Ordoñez Gallardo, brinda el servicio de alimentación, hospedaje, paseo en bote, caminatas.
- **El mirador de San Nicolás:** Representante, señora Olga Rodríguez Aguilar, brinda el servicio de alimentación, hospedaje, y caminatas.
- **Aña ychay:** Representante, señor Óscar infante Tocas, brinda servicio de alimentación y paseo en bote.
- **Sabina Ocas:** Señora brinda el servicio de alimentación y hospedaje.
- **Heber Cueva:** Señor se encarga de la venta de artesanía.
- **Isla el encanto:** Representante, Nildo Pérez Briones, brinda servicio de alimentación y paseo en bote.
- **Don José:** Señor José S. Roncal Briones, brinda servicio de alimentación y paseo en bote.
- **Rolando Cabrera:** ofrece venta de artesanía.

4. ¿Cuál ha sido el proceso por el cual ha pasado este proyecto?

Como se expuso, en el Distrito de La Encañada no se ha realizado ninguna inversión de turismo Rural Comunitario, en el emprendimiento que se está trabajando es en el Distrito de Namora, en trabajo y los resultados a la fecha son de entes privados, puesto que los mismos pobladores se han organizado y brindan los servicios en la laguna San Nicolás.

Los emprendimientos en Namora están funcionando normalmente, han realizado convenios con agencias de viaje de Cajamarca, pero aun no reciben una afluencia de ida y vuelta, muy pocas pernoctaciones.

El presupuesto asignado es de S/.30 000, Laguna San Nicolás- Namora.

5. ¿En qué fase se encuentra actualmente?

No se puede considerar ninguna fase puesto que Dirección de Comercio Exterior y Turismo no se ha formulado ningún proyecto, ni se ha asignado presupuesto para emprender el turismo rural comunitario en el turismo en el Distrito de La Encañada.

6. ¿Cuál han sido las principales dificultades que han tenido para el desarrollo de este proyecto(s)?

Tanto en el caserío de Chagmapampa, la principal deficiencia ha sido la comercialización, ya que las agencias de viaje no incluyen a estos nuevos emprendimientos en sus paquetes, y al no llegar turistas los pobladores se dedican a otras actividades abandonando estos de ámbito turístico.

7. ¿Qué planes o proyectos se tiene actualmente para su puesta en valor?

No tienen ningún proyecto, sólo la capacitación de los jóvenes en la Iglesia San Juan Bosco de Polloc.

8. ¿Cuál ha sido el presupuesto asignado para la ejecución de dichos proyectos?

No existen proyectos, ni presupuesto asignado para invertir en el Distrito de La Encañada.

APÉNDICE N° 4

B. Guía de entrevista para el encargado de la Gerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.

Responsable: Arquitecta- Edita Basan Velásquez (entrevistada).

Economista - Luis Felipe Velasco Luza

1. ¿Qué actividades se vienen realizando para promover el desarrollo del turismo en el Distrito de La Encañada?

No están realizando ninguna actividad ni proyecto en el distrito de la encañada, lo que se está haciendo la actualización del inventario turístico de los recursos turísticos del distrito.

2. ¿Cómo gerencia de turismo existe algún plan o proyecto que impulse el turismo rural comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria, Distrito de La Encañada?

No tienen ningún proyecto en para turismo rural comunitario en todo Cajamarca.

3. Tiene contemplado priorizar el desarrollo de la actividad turística en el distrito de La Encañada

No tienen ningún plan o proyecto para el distrito de La Encañada, están enfocados solo en Cajamarca en la mejora de la carretera y señalización de Cumbe Mayo, gestionando que Santa Apolonia pase a la administración a la gerencia de turismo y realizan actividades de conservación de los recursos del entorno de la ciudad.

4. Estos planes: ¿están relacionados con el desarrollo de la actividad turística en el distrito de La Encañada?

No, todos los planes están enfocados en otros proyectos.

5. ¿En qué parte del Distrito de La Encañada piensan intervenir?

Si se diera la oportunidad de desarrollar algún proyecto en turismo, sería en Polloc.

6. ¿Porque han considerado intervenir en el lugar?

Porque es uno de los Centros Poblados que está obteniendo más desarrollo turístico.

APÉNDICE N° 5

C. Guía de entrevista para el encargado de la Oficina de Turismo de la Municipalidad Distrital de La Encañada

1. Qué actividades se vienen realizando para promover el desarrollo del turismo en el distrito de La Encañada?

Actualmente se viene desarrollando algunas capacitaciones a los jóvenes del coro de la capilla San Juan Bosco para que mejoren y promuevan una mejor atención a los visitantes. Además se ha empezado a hacer la actualización del inventario de recursos turísticos del distrito.

2. Como Oficina de Turismo existe algún plan o proyecto que impulse el turismo rural comunitario en el Caserío de Chagmapampa y La Victoria, distrito de La Encañada (*sí la respuesta es NO, pasar a la pregunta n°9*)

No existe a la fecha ningún proyecto o plan que se desarrolle en los Caseríos de Chagmapampa y La Victoria. Se tiene información sobre el proyecto que años atrás emprendió una agencia de viajes, sin embargo no ha dado buenos resultados, puesto que lo trabajaran sin un adecuado plan y sin la intervención del sector público.

3. ¿De qué manera se viene gestionando el desarrollo de este plan (es) o proyecto (s) en el caserío de Chagmapampa y La Victoria distrito de La Encañada?

4. ¿Quién es el encargado de dirigir dicho plan (es) o proyecto (s)?

5. ¿En qué etapa se encuentran actualmente?

6. ¿Qué dificultades que han tenido para la ejecución de éste plan (es) o proyecto (s)?

7. ¿Cuál es el presupuesto asignado para el desarrollo de dicho plan o proyecto (s)?

8. ¿Quién es el encargado de monitorear y controlar que se cumplan dicho plan (es) o proyecto (s)?

9. Tienen contemplado priorizar el desarrollo de la actividad turística en el distrito de La Encañada?

Dentro de los planes institucionales anuales se tiene contemplado planes y proyectos de turismo, sin embargo nunca asignan recursos económicos para la puesta en marcha de los mismos.

Años atrás se empezó el proyecto de la puesta en valor de la Casa Hacienda de Combayo. Sin embargo solamente se quedó a nivel de perfil, el mismo que quedó desfasado por falta de presupuesto para la ejecución.

10. Éstos planes, ¿Están relacionados con el desarrollo del turismo rural comunitario?

Por el momento no existe ningún plan y/o proyecto que desarrolle el turismo rural comunitario en el Distrito.

11. ¿En qué parte del distrito de la Encañada piensan intervenir?

12. ¿Por qué han considerado intervenir en dicho lugar?

APÉNDICE N° 6

D. Guía de entrevista para el gerente de la agencia de viajes Vivential Tours

1. *¿Cómo nace la idea de desarrollar el turismo rural comunitario?*

Nosotros somos una empresa especializada en turismo rural comunitario, en el año 2010 empezamos a trabajar en Cajamarca y vimos un gran potencial el Distrito de la Encañada, puesto que es una campiña que cuenta con todas las condiciones necesarias para poder desarrollar este tipo de turismo.

2. *¿Por qué escogieron desarrollarlo en el caserío de Chagmapampa y La Victoria?*

Escogimos estos dos Centros Poblados debido a que tienen muchas cualidades naturales y humanas, necesarias para desarrollar el turismo rural comunitario, además en un inicio se pensó articular esta ruta en un circuito turístico, que comprenda recursos naturales, arqueológicos, culturales.

3. *¿Cuál era la propuesta inicial del proyecto turismo rural comunitario?*

La propuesta inicial era desarrollar potencialmente el turismo rural comunitario en el Centro Poblado de Chagmapampa y el Centro Poblado de La Victoria hasta consolidarlo como un emprendimiento al igual que Granja Porcon, se empezó con muchas deficiencias en gestión, no se dio el enfoque que se pretendía dar, sin embargo se trató de capacitar a tres familias, en qué consistía el TRC, la manera como deberían tratar al visitante, como se debería acondicionar sus casas,

Como agencia de viaje se empezó a promocionar, difundir y a vender este producto.

4. *¿Qué criterios tuvieron en consideración para elegir a las tres familias para trabajar y capacitarlas en alojamiento rural y actividades relacionadas?*

Se conversó en un inicio con la población de los dos Centros Poblados, se les explicó en qué consistía el proyecto y fueron estas familias las que estaban predispuestas y entusiasmadas a empezar con nosotros a trabajar, fueron ellos los que asumieron el compromiso.

5. *¿Qué tiempo estimaron para la implementación del proyecto?*

Se empezó el 2010, se tenía pensado trabajar con estas dos familias como un plan piloto de un año, el mismo que crecería según los resultados que se iba obteniendo.

6. *¿Cómo de gestionó el presupuesto para la puesta en marcha del proyecto?*

El presupuesto ha sido gestionado por la parte de la consultoría que tenemos.

7. *En el proceso de desarrollo del proyecto, ¿en qué etapa cree usted que se tuvo mayor dificultad para su gestión?*

Se considera que se tuvo mayores deficiencias en el control de estas familias, trabajar con recursos humanos que no conocen de lo que implica desarrollar el turismo es complicado, además la falta de interés de las autoridades por desarrollar éste tipo de proyectos ha contribuido para que la gestión del proyecto sea deficiente.

8. Los resultados alcanzados durante la ejecución del proyecto contrasta con objetivos planteados en sus inicios?

Definitivamente no, puesto que lo que en un inicio se planteó era un proyecto donde se involucraba a muchas familias, donde se lograba consolidar una demanda turística significativa, donde se buscaba trabajar de la mano con el sector público, tener a la comunidad comprometida con la actividad y que la vean como un medio para mejorar sus condiciones de vida.

9. ¿Conoce de alguna iniciativa pública o privada que con sus acciones fortalezca lo que ya se ha implementado en el proyecto ejecutado?

Si/No ¿Cuáles?

No, específicamente en los lugares que se trabajó no ha habido ningún proyecto, sin embargo tenemos entendido que se está potencializando Polloc.

APÉNDICE N° 7

E. Guía de entrevista para las familias que brindan hospedaje rural en Chagmapampa y La Victoria, distrito de la Encañada.

ENTREVISTA SRA. ROSA ABANTO, JESÚS REQUELME, ANTERO REQUELME

1. ¿Cómo se enteró del proyecto de turismo rural comunitario de la agencia de viajes Vivential Tours?

La señora Ana Gallardo Quiroz y el Ingeniero Pablo Contreras, de la agencia de viajes vinieron a proponernos acondicionar nuestras casas para recibir turistas.

2. ¿Cómo ha sido su participación en las actividades del proyecto de turismo rural comunitario?

Nuestras familias nos encargábamos de recibir a los turistas, darles alojamiento, prepararles sus alimentos y mostrarles nuestras costumbres, las actividades diarias que realizamos.

3. ¿Han recibido capacitaciones o charlas de sensibilización empezando el proyecto de TRC?, qué temas?

Sí, recibimos, los señores de la agencia de viajes nos llevaron durante una semana a Granja Porcón para poder aprender cómo atender a los turistas.

4. ¿En cuanto al servicio de alojamiento, que incluye hospedarse en su negocio?

Hospedarse en nuestras casas incluía brindarles una habitación, con una cama, un velador, tener acceso a la cocina para que ellos puedan aprender a cocinar con nuestros insumos de nuestra zona, según nuestras propias costumbres.

5. ¿Qué actividades complementarias ustedes ofrecen además del hospedaje?

Además de hospedarse en nuestras casas, incluía alimentación y realizar actividades como cabalgatas, caminatas, mostrar nuestras actividades cotidianas y que ellos participen en éstas.

6. ¿Qué dificultades han podido identificar en el tiempo que viene desarrollándose el proyecto de TRC?

Cuando nosotros recibíamos visitas, las principales dificultades en un inicio fue que nosotros no sabíamos muy bien cómo tratar al turista, le teníamos vergüenza, luego nos fuimos acostumbrando.

En un inicio hemos tenido muchos visitantes de otros países y también nacionales, ellos tienen diferentes costumbres, manera de vivir y a veces ha generado algunos impactos en nuestra cultura.

No ha existido un seguimiento al proyecto, nos hemos sentido abandonados, es por ello que ha fracasado..

7. ¿Reciben algún tipo de apoyo por parte del gobierno local o de alguna empresa privada (agencia de viaje). Qué apoyo?

Por parte del gobierno local, nunca hemos recibido ningún apoyo, solamente la agencia de viajes nos apoyó acondicionando nuestras casas y capacitándonos para recibir a los turistas

8. ¿La población local de Chagmapampa y la Victoria se han organizado para trabajar el turismo rural comunitario en su comunidad?

En un inicio nos organizó la agencia de viajes, entre los tres que estábamos participando no apoyábamos, luego nos dejaron de apoyar y hacer seguimiento, producto de ello dejamos de tener visitante y el proyecto fracaso.

9. ¿Qué expectativas tienen del proyecto?

Tuvimos las mejores expectativas, queríamos llegar a consolidarnos como Granja Porcon, ya nos habíamos acostumbrado a tratar a los turistas, los sentíamos parte de nuestra familia. Nos gustaría que se retomara el proyecto.

APÉNDICE N° 8

Encuesta para los propietarios de las casas rurales en el caserío de Chagmapampa y La Victoria, Distrito de La Encañada.

I. GESTIÓN DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO

1. ¿Cree usted que el turismo es una actividad que contribuye con el desarrollo de las comunidades?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
2. ¿Las acciones que se realizaron para desarrollar el TRC en el caserío de Chagmapampa y La Victoria no fueron gestionadas adecuadamente?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
3. Considera importante la intervención del sector público (Gobierno Regional, Dircetur, Municipal Distrital de La Encañada) en el desarrollo del turismo rural comunitario:
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Moderadamente importante
 - d. De poca importancia
 - e. Sin importancia
4. La agencia de viajes “Vivential Tours” durante el desarrollo del turismo rural comunitario, tuvo errores en su gestión.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
5. Cree usted que fue necesario un mayor presupuesto para implementar adecuadamente las casas rurales.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

6. ¿La PROMOCIÓN del desarrollo del turismo rural comunitario en el caserío de Chagmapampa y La Victoria, distrito de La Encañada a nivel regional ha tenido impacto en el incremento de la demanda?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
7. ¿Las capacitaciones han sido insuficientes para fortalecer sus capacidades y desarrollar el turismo rural comunitario de manera eficiente?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
8. Las CAPACITACIONES han contribuido a fortalecer sus capacidades y brindar un buen servicio al turista.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
9. El desarrollo del turismo RURAL comunitario ha contribuido con a fortalecer su cultura y mejorar su calidad de vida.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
10. Estaría dispuesto a recibir nuevamente turistas en su hogar y participar del desarrollo del turismo rural COMUNITARIO.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

II. IMPLEMENTACIÓN DE LAS CASAS RURALES

11. El ingreso de los huéspedes a la casa está en buenas CONDICIONES de infraestructura:
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo

- e. Totalmente en desacuerdo
- 12. El MATERIAL de construcción de la casa es apropiado y cumple los requisitos mínimos de construcción según el manual de buenas prácticas para alojamiento rurales, propuesto por el MINCETUR.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 13. El área de comedor se encuentra en buenas condiciones de INFRAESTRUCTURA.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 14. Las HABITACIONES no se encuentra en buenas condiciones de infraestructura
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 15. Las habitaciones están implementadas adecuadamente según el manual de buenas prácticas para alojamiento rurales, propuesto por el MINCETUR.
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo
- 16. Los SERVICIOS higiénicos se encuentra en está en condiciones de infraestructura
 - a. Muy buenas
 - b. Buenas
 - c. Regulares
 - d. Malas
 - e. Muy malo
- 17. El PERSONAL que tiene contacto directo con el turista no está debidamente capacitado
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo

18. ¿Considera que se brindó un servicio deficiente durante las noches de PERNOCTACIÓN en las casas rurales??
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Indeciso
 - d. En desacuerdo
 - e. Totalmente en desacuerdo