



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN  
TURISMO Y HOTELERÍA**

Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería**

**AUTORAS:**

Moreno Castillo, Mabre Laidy ([orcid.org/0000-0002-8966-1520](https://orcid.org/0000-0002-8966-1520))

Sosa Chumbe, Angela Nataly ([orcid.org/0000-0002-5767-241X](https://orcid.org/0000-0002-5767-241X))

**ASESOR:**

Mg. Tovar Zacarías Carlos ([orcid.org/0000-0003-0115-221X](https://orcid.org/0000-0003-0115-221X))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA :**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## DEDICATORIA

Dedico este presente trabajo de investigación, en primer lugar, a Dios, por guiarme a lo largo de mi vida, iluminando el camino hacia mis sueños y culminar con éxito mi carrera profesional. A mi madre María Castillo, mis hermanos Yoni y Wilder Moreno por el apoyo incondicional que me brindaron desde que decidí estudiar esta hermosa carrera; sobre todo por la confianza que depositaron en mí. Ellos siempre fueron mi motivación para salir adelante.

Moreno Castillo, Mabre Laidy

Dedico este presente trabajo de investigación, en primer lugar, a Dios, por ser el guía a lo largo de mi carrera y mi vida, quien me lleva por el buen camino y culminar con éxito mi carrera profesional. A mis padres Timoteo Sosa Ríos y Agustina Chumbe Yañe por el apoyo incondicional que me brindaron a pesar de los días buenos y malos que pasaba, por inculcarme con buenos valores y sobre todo por creer en mí a seguir adelante y lograr mis metas.

Sosa Chumbe, Angela Nataly

## AGRADECIMIENTO

Magister Carlos Tovar, sin su apoyo, su paciencia y asistencia está presente investigación no lo hubiésemos logrado. Sus observaciones y sugerencias fueron siempre elementales cuando los pensamientos o las ideas para redactar se concretaban correctamente. Usted fue parte importante de este trabajo con sus orientaciones profesionales y experimentadas que lo caracterizan. Muchas gracias por sus constantes palabras de aliento, por estar allí cuando nuestro trabajo se hacía confuso.

A nuestros padres y hermanos; quienes han sido siempre el motor que impulsa nuestros sueños y esperanzas, quienes estuvieron y estarán siempre a nuestro lado en las horas de estudio o desveladas de trabajos. Siempre han sido nuestros mejores guías de vida. Hoy cuando concluimos nuestros estudios, les dedicamos a ustedes este gran logro queridos padres, como un objetivo alcanzado. Gracias por ser quienes son y por creer en nosotras.

Nuestros amigos y compañeros de profesión, hoy terminan también está bonita aventura y no podemos dejar de recordar como si fuese ayer, las tardes y horas de trabajo en la que nos juntamos a lo largo de estos años. Hoy nos toca cerrar un capítulo increíble en el que aprendimos a crecer personalmente y profesionalmente.

(Moreno Castillo, Mabre Laidy & Sosa Chumbe, Angela Nataly)

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR /AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	19
3.1 Tipo y Diseño de investigación	19
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	19
3.3. Escenario de estudio	20
3.4. Participantes	21
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
3.6. Procedimiento	21
3.7. Rigor científico	22
3.8. Método de análisis de datos	22
3.9. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
V. CONCLUSIONES	50
VI. RECOMENDACIONES	51
VII. PROPUESTAS (DOCTORADOS)	52
REFERENCIAS	53
ANEXOS	

## RESUMEN

En la presente investigación se ha realizado un análisis de la gestión turística en la provincia de Canta, ya que el objetivo general era analizar y describir sobre como es la gestión turística en la provincia de Canta. Dónde están actores locales como los pobladores con emprendimientos, operadores turísticos y los trabajadores municipales del sector turismo. A través de este documento con los temas correspondientes al objetivo propuesto, se busca dar a conocer a través de un análisis descriptivo de la realidad sobre la gestión turística que se realiza y se trabaja en el destino antes mencionado, ya que se observó que existe una falta en área del sector turístico que trabaja en impulsar el turismo y a su vez el mejoramiento en la oferta turística. Después de un exhaustivo análisis de las entrevistas recolectadas se ha logrado concluir que, en la gestión turística de Canta, existe un claro déficit en la planificación de los recursos y atractivos, también una falta de apoyo hacia los emprendedores turísticos, debido a que recientemente se ha incorporado el turismo como rama de una subgerencia de desarrollo.

**Palabras clave:** Turismo, atractivos, recursos, gestión turística, emprendedores, planificación, actores locales.

## ABSTRACT

In the present investigation, an analysis of tourism management in the province of Canta has been carried out, since the general objective was to analyze and describe what tourism management is like in the province of Canta. Where are local actors such as residents with businesses, tour operators and municipal workers in the tourism sector. Through this document with the topics corresponding to the proposed objective, it seeks to make known through a descriptive analysis of the reality about the tourist management that is carried out and works in the aforementioned destination, since it was observed that there is a lack in the area of the tourism sector that works to promote tourism and, in turn, improve the tourism offer. After an exhaustive analysis of the interviews collected, it has been possible to conclude that, in Canta's tourism management, there is a clear deficit in the planning of resources and attractions, as well as a lack of support for tourism entrepreneurs, due to the fact that recently it has incorporated tourism as a branch of a development sub-management.

**Keywords:** tourism, attractions, resources, tourism management, entrepreneurs, planning, local actors.

## I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, el turismo ha ido creciendo y evolucionando constantemente, lo cual ha permitido crear oportunidades de crecimiento y desarrollo en varios lugares turísticos del mundo. La industria turística es un sector que genera progreso tanto local, regional y nacional. Por ello, es necesario tener una buena gestión de destino, con el fin de impulsar el turismo y lograr el desarrollo del destino. Si bien es cierto cada destino posee fortalezas y debilidades y no existe un modelo exacto para guiar de cómo gestionar de manera correcta un destino. Por ello es importante que esta área funcione adecuadamente, y logre el objetivo de convertirse en un destino competitivo, que asuman nuevos retos (UNWTO, 2019).

Al respecto Peña (2014) menciona que la gestión turística busca lograr resultados excelentes de los recursos turísticos impulsando un desarrollo sustentable con el fin de percibir y retener a los turistas. Por lo cual se debe aplicar el interés en la gestión turística en coordinación con la política de manera pasiva y dichos inversionistas en conjunto.

Los países europeos están trabajando para recuperar el flujo turístico que tenían anterior a la pandemia. En el 2017 Europa tuvo un mayor flujo en relación al destino (1.322 millones), sufrieron declives en años previos al efecto de la pandemia, en Europa se mostró un porcentaje que para la región es enorme, pero con la experiencia al pasar de los años, donde se obtienen resultados en llegadas internacionales en 2016. África tuvo un crecimiento favorable, la región de Asia y el Pacífico de igual manera, así como también el Oriente Medio y las Américas. En la actualidad han pasado distintos factores que propician el resultado con una cierta recuperación de los destinos.

Al respecto la OMT (2018) indica que se mantendrá en un nivel para prevenir fuertes impulsos en el año 2018, Es una tasa ligeramente superior al desarrollo medio pronosticado por la OMT para un periodo determinado detenidamente a largo plazo. Europa y las Américas se elevan a un buen porcentaje, con el transcurso de los años han hecho que tengan un buen

resultado turístico, como reconocimiento que se hace a esos países que han logrado recuperar más rápidamente se le ha dado oportunidades.

A nivel internacional, según Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2018), indican que para el año 2017 Europa fue el destino con el importante número de turistas y las Américas ocuparon el tercer lugar, Colombia quinto lugar con la principal abundancia migratorio de turistas. Dada el valor del turismo y la elevada competencia entre destinos turísticos, reconociendo que los destinos se consideren cada vez más importantes para la ganancia de una excelente capacidad. Por ello, Vargas (2021) menciona que en el 2021 Grecia fue ganadora a nivel de Europa en el concurso Cénit en el cual quedó en primer lugar, dado que registró el 85.7% de turistas a comparación del 2019, antes de la pandemia, esto quiere decir que tuvo una recuperación en el flujo de visitantes post pandemia a comparado de España que se situó en el sexto lugar.

A nivel nacional, Gonzales (2020) menciona que la gestión eficiente del distrito de Tarapoto en el departamento de San Martín, ha logrado que este destino turístico sea entre los favoritos por turismo nacional y receptivo, ha creado talleres de mantenimiento y cuidado del ambiente; que es valioso para el tipo de turismo a realizarse en la zona como lo es el turismo de naturaleza. Entonces se observa que hay una buena gestión turística de las autoridades con los mismos residentes del distrito ya que ellos asisten con mucha frecuencia a las actividades educativas en el sector turístico que se crean. Ellos han logrado aprender sobre la importancia de conservar su medio que los rodea ya que les trae beneficios y desarrollo.

La principal labor de los gobiernos conjunto con el estado es promover el desarrollo económico, el cual el turismo es un impulsor que permite crear nuevos puestos de trabajo. Aldana et al. (2018) mencionan que el turismo comunitario es una alternativa favorable para el desarrollo de la comunidad local ya que abre las posibilidades de que se cree un desarrollo creciente y excelente calidad de vida de los que habitan. De esa manera los propios locales de la comunidad puedan crear restaurantes típicos de la zona, los artesanos vendan



sus trabajos hechos a mano, los locales se conviertan en guías turísticos y atraer inversión para la creación de hoteles que albergan a los turistas.

A nivel local, Ronald (2022) menciona que en la Municipalidad de Canta, se presentó un plan de desarrollo turístico, el cual plantean un espacio que les va a llevar al crecimiento en dicho lugar, donde un destino turístico sea sostenible y competitivo, ya sea por el tipo de calidad de servicio o por las experiencias que se dan en aquella comunidad, siempre en cuanto sea adaptada a la demanda y cumpliendo con las normativas que regulan las actividades turísticas, para el crecimiento del país.

Respecto a la gestión turística en una comunidad, precisamente en Canta se observa que hay algo que afecta gravemente e imposibilita el crecimiento de la zona. Esta investigación pretende dar a conocer, analizar y describir si la provincia de Canta está realizando una buena gestión turística en el destino y si con ello logra promover el desarrollo socioeconómico de la provincia. El fin del objetivo es tratar de entender la realidad sobre la gestión que realizan en Canta y destacar lo favorable de una adecuada gestión que podría generar desarrollo turístico a la provincia.

En la gestión turística se requiere aumentar esfuerzos para el desarrollo de la población y tener un logro trazado en el destino turístico en coordinación con los distintos organismos. Por lo mencionado se plantea la siguiente pregunta ¿Cómo es la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023? así mismo, a fin de profundizar el estudio y conocer las diversas estrategias tenemos en cuenta las siguientes cuestiones; ¿Cómo es el liderazgo estratégico en la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023? seguido ¿Cómo es la planificación turística en la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023? y por último ¿Cómo es la gobernanza en la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023?.

A nivel teórico, la gestión turística en la provincia de Canta requiere de una buena administración para un desarrollo sostenible de la población. Una vez puesta en marcha, se produce la contribución para los ámbitos que estudian

la gestión turística municipal y su desarrollo social - económico. Alvarado, M. (2018). Es por ello que se plantea en poder hallar una propuesta o estrategia para mejorar la gestión turística.

A nivel práctico, esta investigación extraerá resultados para identificar cerca de lo que realmente es bueno para su medio que los rodea y cómo funciona el destino turístico en Canta. En un estudio de Rodríguez (2019) indica que la influencia turística integral y sostenible es favorable ya que esta tendencia de turismo responsable y sostenible puede hacer surgir el desarrollo y crear la responsabilidad turística en los pobladores y los propios turistas para con el destino.

Por ello, el objetivo general es analizar la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.

De la misma manera se presentan los siguientes objetivos específicos: Analizar el liderazgo estratégico en la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023; Analizar la planificación turística en la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023 y Analizar la gobernanza en la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

La gestión turística es importante porque implica una variedad de estructuras estratégicas que combinado con los recursos puede proyectar a un destino desde su inicio hasta su desarrollo turístico. Así que, es necesario tener un enfoque realista de cómo se gestiona un destino, para poder analizar que es una pieza clave, posterior a ello se pueda proyectar con estrategias y una ejecución eficiente para tener el mejor resultado.

Para este trabajo de investigación se consolida el entendimiento de las posteriores investigaciones, donde a partir de la revisión de distintos trabajos en la coherencia a la gestión turística se obtuvieron tres categorías: liderazgo estratégico, planificación turística y por último gobernanza.

Chambilla (2018) cuyo objetivo fue analizar el dominio de la administración turística en el crecimiento relacionado al ecoturismo en el departamento de Puno, para verificar como indicio se obtuvo distintos resultados entre funcionarios, operadores turísticos y pobladores de la localidad Puneña. El enfoque de la investigación es cuantitativo, tipo descriptivo. Finalmente que los elementos de la administración turística del municipio de Puno, son importantes el cual va generar desarrollo para el turismo sostenible al igual con la intervención activa y de los principales beneficiarios hacia un crecimiento sostenible; en ese sentido, la municipalidad regula los servicios dentro de su índole, las compañías u organizaciones apoyan el progreso de la calidad de servicio y al de la población local implementando el desarrollo local de manera positiva del espacio invirtiendo que la sostenibilidad llegue a representar y sobresalir un incremento sustentable.

Por otro lado, Butler and Hart (2022) en su artículo titulado "Gestión turística asignatura pendiente". Universidad de La Laguna – España, cuyo objetivo general fue identificar la gestión turística donde se establece una cierta comunicación y se desarrolla de manera lenta. El modelo TALC es un gran ángulo para evaluar algunos de los asuntos, con muchos problemas que se oponen por la cantidad de los destinos turísticos de hoy. El turismo, es un proceso que va más allá de lo común y que con el pasar de los días se genera complicidad de manera preocupante. Es

el caso donde la cantidad de personas que van de turismo realizan su salida para satisfacer sus necesidades: incluyendo la cantidad de turistas, el cual se varía la satisfacción del turista en “placeres” variados en un solo destino turístico. Llegando a la conclusión que la cifra para alcanzar el logro de un destino turístico, no solo se basa en la cantidad sino en cómo se adapta a la capacidad de ver las nuevas posiciones, incluyendo las medidas respectivas, políticas que van a generar desarrollo cálido y estableciendo correctamente según la precisión.

Paladines et al. (2020) cuyo objetivo general fue describir la gestión turística mediante la comunicación en los importantes negocios del sector turístico y gastronómico del Ecuador en twitter. En esta investigación, su método cuantitativo permite la descripción de las probables correspondencias, alcanzar la recolecta y lograr la información de los distintos itinerarios de trabajo (KPI) para interrelacionarse y describir la conducta organizacional de las compañías que están relacionados al sector turístico y gastronómico. Llegando así a la conclusión que las compañías turísticas en Ecuador constatan sus cuentas, produciendo seguridad y evidencia para el usuario, esto vuelve transparente a sus productos y servicios que se venden, aumentando la seguridad de los consumidores, después del Covid-19 el cliente averiguará procesos que tengan seguridad y en el método de comunicación.

Al respecto Aranda and Petrus (2021) cuyo objetivo general fue ordenar cada metodología en manera armoniosa la administración incorporada e inteligente de destinos turísticos con datos geográficos, teniendo en cuenta la en determinar que sean convenientes y seguras, e incluyan mejoramiento en lo ambiental de los atractivos turísticos cantonales en Manabí - Ecuador. El análisis del contraste metodológico se ha implementado para la gestión turística satisfactoria he instruido, se debe evaluar fases que apliquen al espacio ecuatoriano en Manabí. El cual se agrega como ejes núcleos de la colaboración, las asociaciones, los tics y los sistemas de información geográfica semblantes que van ocurrir para el progreso de la índole y satisfacción de cada necesidad y toma de decisiones que sean oportunos y certeras. Llegando como conclusión que los destinos turísticos se

facilitan en procesos, de manera factible en fases que se aplican en el contexto de dicho destino.

Por otro lado, Butler and Hart-Robertson (2022) cuyo objetivo general fue investigar la problemática que hay en los destinos turísticos hoy en día enfrentados por su mayoría. En tiempo de pandemia el turismo no dejaba de verse el crecimiento en todo el mundo, fue un sistema que los agentes sociales promovieron y creaban la demanda y la oferta turística, durante el trayecto no hubo cambios en la gestión del turismo y ni a todas las consecuencias secundarios de este ejercicio durante el cambio de siglo. El turismo como proceso está afectado considerablemente, es por ello que muchos turistas acuden a un recurso o atractivo turístico para satisfacer sus necesidades, pero no encuentran un ordenamiento o gestión bien formado y organizado donde puedan tener un impacto favorable de cada destino turístico, de manera que solo se predomina en que los turistas salgan del confort; los turista de masas que suelen hacer visitas en relación turística ya sea de vacaciones en un destino conocido de importancia se ve imposible poner al turismo en cierta posición que no genere cambio. Llegando a la conclusión que la gestión turística es muy importante para sobresalir de la misma rutina y ser desarrollo para el bien de la población y turista, llevando una buena organización quienes nos representan en dicha labor.

Gutiérrez et al. (2022) cuyo objetivo general fue analizar las particularidades en relación a las actividades turísticas y la gobernanza de la que repercuten en la administración turística del territorio Costa Sur en Jalisco, México. La gestión de destinos va de la mano con la gobernanza de forma favorable y genera un buen avance, donde cada participante brinde sus capacidades y conocimientos para así producir una red de interrelación que se base en la seguridad, el trato y el empeño.

Gómez (2017) cuyo objetivo fue identificar la oferta de la naturaleza en la región San Martín, Tarapoto. Es innovadora en el espacio del crecimiento sustentable donde demuestre el principal motivo de su déficit progreso. Durante tiempos atrás se es dominante razonar que un producto sea sobresaliente , en la actualidad, es ya una obligación, que en el mercado se dé la presencia como

importante e incluir al crecimiento del destino sustentable, como lo menciona (Gómez, 2017, pág. 12) al pasar de los años en aquellos tiempos, era una manera de pensar en algo mejor e innovador con el transcurso del tiempo ahora ya es una necesidad, donde se busca que el mercado turístico crezca y sea de gran importancia, y colaborar con el desarrollo sostenible de los destinos que hay en dicho lugar.

Rosas (2022) cuyo objetivo general fue identificar las actividades turísticas que conforman la ciudad de Canta. Como actividad turística generadora de ingresos en el país, cada actor está cada vez más informado de lo que percibe en cada oferta que se da o encuentra en un determinado destino turístico (Rosas, 2022, pág. 9). Destino que necesita de mayores ingresos para así contribuir con el país, cada turista que visita aquel lugar se va con la experiencia de que obtuvo buena información de aquel lugar, pero va de la mano de la organización que brinda la gestión pública. Llegando a la conclusión que se requiere mucha disponibilidad de trabajar para así obtener buenos resultados y que el desarrollo de la población de Canta sobresalga en todo aspecto social económico y ambiental.

Jovicic (2019) cuyo artículo de la comprensión tradicional del destino turístico al destino turístico inteligente. Facultad de Geografía, Universidad de Belgrado, Serbia. La investigación tuvo como objetivo general enfatizar el alcance de los cambios que ocurrieron en la comprensión del término "destino" en las últimas décadas. Se centran en conceptos relacionados al desarrollo del turismo de manera evolutiva de los destinos turísticos, un enfoque que se basa en la importancia de las características geográficas. Este concepto está evolucionando que ha dado lugar a la aparición de destinos turísticos inteligentes, el cual representan sistemas complejos en que la información digital da una mejor colaboración entre las empresas turísticas y los turistas quienes son los entes que comparten la información y conocimientos. Llegando a la conclusión que un destino inteligente tiene importancia para con los destinos turísticos hacia el desarrollo sostenible de la población y genere ingresos.

Carlos et al. (2022) cuyo objetivo fue calcular tipos de indicadores de competitividad mediante el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en probabilidades y estadísticas, se determinó a través del coeficiente de Pearson. La competitividad es el espacio que un sector productivo debe enfrentar la contienda mundial, situación que implica: expender sus productos en feria, poseer cualidades eficientes, tanto para producir y tener favorables ganancias de los bienes minimizando las importaciones. Finalmente, la competitividad es una capacidad que favorece a las empresas u organizaciones, para así ampliar o participar en el mercado y tener un balance de crecimiento sostenible, incorporándose en el progreso económico de nuevas funciones de producción.

Taica et al. (2023) cuyo objetivo fue ordenar el impacto del modo sistemático en la gestión pública aplacado en estudios concretos y relevantes, así como también el proceso que hoy en día se lleva a cabo en distintas organizaciones públicas y privadas, para así lograr el objetivo y el camino de seguir avanzando y conseguirlos. Para ello se contempla etapas como la formulación, implementación y evaluación; etapa en la que el planeamiento estratégico se desenvuelve es la formulación, esta etapa es determinante, ya que se debe reflejar lo que se va a poner en manejo; y el punto donde las entidades de la administración pública caen en deficiencia, sin tener una opinión concisa de lo que se quiere obtener para empezar, es poco lógico pensar que se alcanzará el objetivo propuesto. Finalmente se concluyó que el planeamiento estratégico desarrolla distintos procesos para lograr un solo objetivo ya sea en organizaciones públicas o privadas estudios que son considerados para comprender diferentes similitudes.

Por lo tanto, Liliana et al. (2021) cuyo objetivo fue plantear las relaciones entre la innovación social y pública desde experiencias de laboratorios de innovación en la localidad de Medellín, la participación de la comunidad ha sido importante para generar ambientes agradables y mejorar el desarrollo tecnológico y social. Donde la innovación es un elemento para el crecimiento de los pobladores, ante la actualidad ha contribuido en variaciones elocuentes donde se ha reflejado lo económico. Todo ello conlleva a resolver la problemática cada vez que se pone compleja. Finalmente, la innovación es de importancia en el ámbito social y público

donde se promueve la participación y el desarrollo en las futuras generaciones de las comunidades generando soluciones efectivas ante cualquier problemática.

Martínez (2023) cuyo objetivo fue ordenar las conferencias, donde las estrategias sean efectivas y el desempeño institucional se adapte en los medios de comunicación mediante indicadores principales. Hoy en día, ciertas empresas comprenden su suceso por la falta de conocimientos en gestión, ya sea en recursos económicos, la utilización de las audiencias lo que es publicidad y mercadeo o la gestión de los conocimientos específicos, el cual se van quedando en cortas en conocimiento de diferentes organizaciones como: salud, educación, naturaleza, ONG y cultura. Finalmente se concluyó que permite examinar cómo el liderazgo estratégico en la gerencia es clave para superar crisis, conocer y desarrollar nuevos sistemas sustentables.

Según Contreras (2021) cuyo objetivo fue realizar la medida de los destinos turísticos a nivel internacional y para Colombia. Se identifican las escalas de medición más utilizadas por los investigadores y las dimensiones que definen la calidad del servicio en los destinos turísticos bajo estudio. El análisis se llevó a cabo a través de la revisión sistemática de la literatura seleccionando artículos con palabras clave asociadas con la temática bajo estudio. A través del valor turístico a nivel global y la creciente competencia entre destinos turísticos, es primordial que los destinos den servicios para garantizar la satisfacción de los clientes, es así que la calidad del servicio en dichos destinos se considere cada vez más importante para la obtención de una ventaja competitiva (Otero, 2003; Tosun et al. 2015). Finalmente, la calidad de servicio es medible para el proceso de información, ya sea gubernamentales o privados relacionados al turismo y para promover las prestaciones turísticas es necesario brindar buena calidad de servicios turísticos.

Melian and Bulchand (2021) cuyo objetivo fue aportar datos donde las actividades turísticas sean ofertadas, se relacione con plataformas de oficio profesional, teniendo en cuenta la economía y analizando a los proveedores que colaboran las actividades dirigidas a los visitantes, el cual se consideró cualitativa y cuantitativa de manera formal por agentes como guías oficiales, agencias de



viajes y empresas locales, abarcando en el campo de las actividades turísticas. De forma que la economía refleja similitudes ante las ofertas en las actividades turísticas, diferenciando a distintos proveedores que muestran distintos niveles de satisfacción. Finalmente se concluyó que cada tipo de actividades turísticas son ofertadas de manera comparativa de distintos proveedores para poder que la economía sea estable y formal. y no genere malestar al turista si no que salga satisfecho ante sus necesidades.

Para Montúfar (2017) cuyo objetivo fue de crear el modelo de gestión sostenible para la ciudad de Riobamba, implementado todo relacionado a la sostenibilidad, para que su objetivo estratégico prevalezca y de importancia de manera fortalecida hacia el desarrollo turístico del cantón, el cual se da como muestra a 156 personas, trabajó realizado con el método descriptivo correlacional, integrando una encuesta como uso de recopilación de información. Asimismo, el turismo es la acción fundamental para el crecimiento cantonal. Como diagnóstico se ve más visible la gestión bien realizada, es por ello que en aquel lugar los turistas van creciendo e impulsando de manera satisfactoria para el logro de nuevas oportunidades y potenciar los destinos turísticos en dicho país de manera sostenible.

Al respecto Braga et al. (2022) cuyo objetivo fue comparar con el diagnóstico similar realizado en 2010 en el Plan Integrado de Desarrollo para el Turismo Sostenible Costa do Delta financiado por la Secretaría de Estado de Turismo de Piauí para orientar las políticas públicas del sector, la especialización de la infraestructura turística se concentra en algunos puntos de la costa y la mayoría de los atractivos turísticos ubicados fuera de este rango territorial fueron ignorados por empresarios y autoridades públicas. Su investigación fue realizada con el método descriptivo- comparativo. Finalmente concluyó se espera considerar planes de turismo municipal y atraer turistas por sus distintos atractivos turísticos donde cuente con un plan diversificado para que su potencial sea visto ante los turistas.

Sanchez (2020) cuyo objetivo fue conocer cómo la administración pública realiza la comunicación digital para la promoción turística de Brasil al exterior, la

promoción turística se da a través de canales de comunicación digital entre ellos son: la página web, las redes sociales y aplicación de móvil oficial, variables que determina el estudio cada una de ellas y ver cuáles son los puntos más fuertes y débiles para obtener las posibilidades de mejora en cada uno de los canales, así obteniendo resultados satisfactorios y poder interactuar con el consumidor turístico. Finalmente concluyó que la promoción consiste en brindar un buen servicio ya sea en páginas web o medios de comunicación y mejorar en lo que se le ofrece al turista, el tic es una estrategia para la mejora de la promoción.

Germán et al. (2019) cuyo objetivo fue propiciar un marco de referencia de la situación actual del emprendimiento en México. La investigación es de tipo documental y descriptiva, ya que se realizará a través de la consulta de los reportes efectuados por instituciones y organismos internacionales en relación a la situación de la competitividad en México, con un enfoque cualitativo ya que una forma confiable para conocer la realidad es a través de la recolección y el análisis de datos. Debido a la informalidad de las empresas en México el bajo uso de las tecnologías y modelos administrativos por parte de los emprendedores, así como el excesivo trámite gubernamental origina un nivel bajo ante la competitividad en las empresas. Finalmente concluyó que para crear ciudadanos con un nivel de ascenso se debe aprovechar de una nación, el capital y trabajo ante el emprendimiento de las condiciones de demanda de bienes y servicios que se incrementa y a su vez que la oferta permita cubrir las necesidades de la sociedad.

Palacios and Climent (2018) cuyo objetivo fue analizar el tratamiento que la EBC hace de las finanzas éticas a través del estudio de los criterios y subcriterios que se utilizan en la Matriz del Bien Común. Esta Matriz relaciona determinados valores y algunos de los principios universales de los Derechos Humanos con los diferentes grupos de interés de la empresa y establece una serie de variables e indicadores que facilitan la medición de la contribución de las organizaciones al bien común. Para un criterio del comportamiento de las finanzas la ética es fundamental y así generar colaboraciones financieras, a pesar que la ética de la oferta es muy escasa al igual buscan la mejora de su comportamiento en relación a las finanzas y gestionar recursos financieros. Sin embargo, concluyó que el uso de estos

instrumentos medida e indicadores son fuentes para generar ingresos favorables y tener una buena gestión ético y social el cual el dinero deja de ser un fin en sí mismo convirtiéndose un medio para los servicios y crecimiento de las empresas y del desarrollo humano.

Ribeiro et al. (2020) cuyo objetivo fue definir un perfil del agente de viajes en Portugal, pudiendo dividirlo en cuatro elementos: sociodemográfico, profesional, económico y psicológico, y comprender la influencia del nivel de cualificación. Se utilizó una metodología descriptiva cuantitativa con análisis univariado y bivariado, utilizando la recolección de datos primarios basada en la encuesta por cuestionario a un número significativo de agentes de viajes que trabajan en Portugal, representativo del espesor territorial nacional. Este estudio permite que los recursos humanos como los agentes de viajes cuenten con títulos profesionales con un impacto en la zona, donde mejore sus salarios según sus actividades que realicen. Finalmente concluyó que el turismo es uno de los sectores más económicos e importantes ante el crecimiento mundial y todo ello depende de los recursos humanos calificados para el éxito y mejora de la economía del mundo.

Lara et al. (2019) cuyo objetivo fue averiguar si existía una relación directamente proporcional entre estos factores y el sentimiento de integración. Las tecnologías son una herramienta de integración que permite a la sociedad los hábitos relacionales e informativos en el contexto digital, ante ello la sociedad necesita capacitarse empoderarse para el desarrollo de estos mecanismos sociales que permite dar información ante las capacidades del ser humano, esto conlleva al mejoramiento de sus vidas y la de su contexto con habilidades que procura las acciones para el cambio social. Por último, concluyó que la tecnología si se maneja de la mejor manera ante la sociedad, brindará mejoras entre los hábitos personales y hacia el desarrollo digital. Un instrumento que da relevancia a los ciudadanos capaces para afrontar la humanidad.

La gestión turística es primordial, ya que tener una buena organización y estructura en las actividades y recursos destinados a impulsar el turismo de un destino como tal, requiere de un completo compromiso y profesionalismo. Ramos

(2020) indica que la gestión es la decisión de hacer que todo encamine y funcione de manera correcta, por ello la administración turística en un mando local es primordial para el crecimiento turístico y a su vez económico de la comunidad o zona turística a trabajar.

Asimismo, Peña (2014), menciona que la gestión turística busca lograr resultados excelentes de los recursos turísticos impulsando un desarrollo sustentable con el fin de percibir y retener a los turistas. Por lo cual se debe aplicar el interés en la gestión turística en coordinación con la política de manera pasiva y dichos inversionistas en conjunto.

Por lo tanto, Butler & Hart-Robertson (2022). indica que la gestión es un proceso para el desarrollo turístico, el cual tiene un tiempo que va a sobrepasar al desarrollo de la población. Es primordial el proceso del crecimiento en relación al turismo, manteniendo los límites y no conlleva a ciertos problemas si no que se dé de manera armoniosa en los destinos. Se basa en no solo promocionar sino tener una buena administración integral para el crecimiento ya sea económico social y ambiental de la población en conjunto. (Butler & Hart-Robertson, 2022, pág. 269). Así mismo la gestión turística se muestra de manera individual empresarial, que se dedica a la promoción de los destinos turísticos.

El modelo de gestión es importante ya que permite a los destinos turísticos a desarrollarse de manera progresiva y pueda beneficiar al desarrollo sostenible de la población. Pérez, et-al (2021) mencionan que hay diferentes modelos, enfoques y procedimientos, implementados de acuerdo a las condiciones organizativas y concretas donde se enmarcan los estudios de investigación. Dentro de ellos hay veinte modelos de gestión que aprobó reunir las principales variables que han sido influencia en el progreso de las metodologías a fin de completar las investigaciones sobre este asunto. La gestión de los destinos turísticos es el principal beneficio de sus recursos naturales y culturales existentes que se apliquen planeamientos guiados bajo el modelo de gestión eficiente, es importante dentro de los procesos de gobernación en las actividades que favorecen a la comunidad en general.

Por otro lado, la OMT (2020) ha expuesto las tres claves fundamentales para una buena gestión de destinos: la primera es liderazgo estratégico, la segunda es planificación y por último, gobernanza. Estos tres son los nuevos pilares que garantizan un destino turístico altamente competitivo, sostenible y sobresaliente, capaz de poder generar desarrollo en una comunidad o zona en la que se desarrolle.

De acuerdo a la variable gestión turística, la OMT (2022) precisó que es la administración turística relacionada con atractivos, infraestructura, promoción y planificación; de manera responsable y sostenible, a través de un proceso eficaz.

De lo expuesto anteriormente, se ha determinado las siguientes categorías: El primero es liderazgo estratégico, la OMT (2022) considera que es la capacidad de unir fuerzas y conocimientos entre las partes para aplicar estrategias eficaces formando alianzas públicas y privadas para la gestión de destinos; es decir, un conjunto de capacidades y habilidades eficaces de gestión para construir y enfrentar desafíos o retos.

Con respecto a la segunda categoría de Planificación Turística, Capani & Poma (2018) sostiene que la planificación turística ha sido definida, en general, como el desarrollo razonable para conllevar el aumento del desarrollo turístico. Para tal efecto, se ha abordado el estudio del turismo desde una perspectiva sistémica, que le permita identificar los elementos que le son constitutivos y conducir su funcionalidad. Más allá de la reciente discusión de si el turismo constituye un sistema.

Con respecto a la tercera categoría de Gobernanza, Simancas (2018) considera fundamental o pieza clave a la gobernanza turística para la gestión de destinos turísticos ya que es el proceso que ayuda a plantear y garantizar la gestión de un destino en la que se involucra con el desarrollo humano, estos actores interactúan en el contexto turístico estableciendo negociaciones y confianza. En sentido socio ambiental, la gobernanza debe ser identificada para poder conocer el logro de un desarrollo por medio de los atractivos turísticos; se basa a través de la administración y gestión por parte de los gobiernos locales, regionales y nacionales en el sector turismo, la coordinación de estos con los actores principales como operadores y locales.

Mónica et al. (2023) difieren que la competitividad es un concepto extenso, donde se hallan diferentes énfasis ante las obligaciones que se requiere en los centros comerciales, de manera que al elevar cada actividad en los mercados internacionales mejora la calidad de vida de la población y que la productividad sea más aún favorable. Desde la teoría la competitividad turística ha sido extendido de manera satisfactoria, que se empieza a utilizar diferentes tipos de bases para la realización de medidas ante el desempeño turístico.

Joly et al. (2022) mencionan que el planeamiento estratégico es un proceso que en términos consiste en ordenar actos para la mejora de los objetivos de una empresa, por lo cual a través de evaluaciones la entidad se desarrolle y sus actividades sean productivas. La toma de decisión permitirá obtener ventajas competitivas en el mercado. Para ello las finanzas son parte del planeamiento estratégico donde cumple un rol importante para la mejora en lo interno.

Armando et al. (2023) indican que la innovación no solo es la creación de cosas nuevas, sino dar valor a lo que uno crea para los clientes, ya sea un bien o servicio que genere cambios con un solo propósito. La innovación es un proceso que está en cada uno de las empresas y que a través de cambios son más eficientes, se da en todo lugar donde se van encontrando alternativas de solución ya sea en el entorno que va cambiando progresivamente.

Jemma et al. (2020) añaden que las alianzas estratégicas son colaborativas entre organizaciones de manera voluntaria, siguiendo un solo objetivo, implementando acciones para el desarrollo de la población, compartir e intercambiar productos o servicios que generen resultados basados en procesos de evolución y cambios para las empresas u organizaciones de manera favorable.

Luis Eduardo et al. (2020) indican que es un conjunto de aspectos importantes donde un cliente solicita para la mejora de sus necesidades y quedar satisfecho por lo que consume, es así también en como los destinos turísticos día a día se enfrentan a posibles problemas, ya que sus clientes buscan la mejor atención y calidad que se les brinde, para ello se muchos de los que ofrecen calidad lo impulsan a través de su preparación e información que perciben por los medios de comunicación.

Ramírez and Traverso (2019) consideran que son actividades que realiza el ser humano durante un determinado tiempo durante viajes placenteros de un lugar

a otro de su entorno habitual, el cual permite tener un crecimiento al turismo y el desarrollo de la población.

Luis Omar et al. (2023) difieren en que consiste en satisfacer las necesidades incluyendo factores ambientales y sociales y de gestión administrativa, al mismo tiempo que garantice el equilibrio en la rentabilidad del crecimiento económico sin impactar a la protección del ambiente, generando al buen desarrollo social y convivir de manera equilibrada con nuestro entorno para el progreso y bienestar de la población.

Por otra parte (Carranza, 2017) citado por Jiménez Luis y Jiménez Wilson (2013), definen a los atractivos turísticos como lugar de interés, que los turistas visitan en su estancia, es de importancia por su valor cultural e histórico, lo cual es fundamental la conservación de sus diversas atracciones de originalidad.

Bazan (2017) menciona que la promoción es un plan que va en conjunto con el marketing, para ello es importante la elección para el desarrollo de un emporio u organización. De esa manera las empresas deciden lanzar promociones acordes al tipo de producto que ofrece y ver precios favorables para el alcance del cliente. El lanzamiento es la climatización de características que un producto requiere para lograr que el consumidor obtenga lo que es necesario, tomando ciertas medidas y lograr que el objetivo crezca en favor del mismo (Arellano, 2010, pp.305).

Por otra parte, según (Narro & Ramos, 2021) citado por Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2018) menciona que el emprendimiento es el desarrollo para hacer negocios novedosos, implementando características al principio de la creación de empresas, para generar empleo y que el espíritu empresarial crezca y llevar adelante todo lo que se genere para el bienestar del emprendedor. Así como también menciona en como proceder implementando funciones que brinde oportunidades para lograr la finalidad que se propone.

Mientras tanto (Tejada, 2020) citado por Lawrence & Chad (2012) difieren que en las finanzas se ven la manera en como producir más capital, mediante la ejecución de actividades para aumentar las finanzas de las empresas y/o organizaciones. Es parte del arte y la ciencia fundamental para dirigir la economía hacia un desarrollo propicio para los clientes y beneficiarios.

A través del desarrollo del talento humano relacionado en el turismo, como parte clave para la competitividad de los destinos se analiza todas las aristas

vinculadas al tema como empleo, educación superior en turismo en el Perú tal como lo indica UNWTO (2019) que el estudio que presenta también en buenas prácticas aplicadas por empresas peruanas del rubro en cuanto a la promoción, el desarrollo, la retención, el reclutamiento y las políticas de formación continua de talento humano.

Sigüenza (2021) infiere que las tecnologías son herramientas que permiten a los servidores públicos tener, obtener y mostrar mayor información a los que lo adquieren. Facilita trabajos de manera efectiva y eficiente el servicio que brinda, ya sea mediante plataformas virtuales que van generar y procesar datos que dan compatibilidad a las entidades.

..



### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación:

**3.1.1 Tipo de investigación:** El presente trabajo de investigación es de tipo aplicada, según Araujo y Huamán (2020) consiste en sintetizar lo que se puede observar, ya sea en situaciones, individuos o el comportamiento. De tal manera que el destino se vuelva altamente competitivo, así de esta manera se reconocería una buena gestión turística en la provincia de Canta.

**3.1.2 Diseño de investigación:** A nivel metodológico, para el avance de este trabajo de investigación tuvo un enfoque cualitativo, con un diseño fenomenológico; este diseño busca recaudar experiencias en base a los colaboradores y actores de un tema en específico. Para Fuster (2019), Este diseño fenomenológico se basa en la experiencia y no da por sentado algo más allá de la experiencia. Pues este método busca comprender y dar relevancia a las experiencias de las vivencias más auténticas. Este método en conjunto con la información obtenida de los instrumentos, dando así una selección de datos que servirán para comenzar el estudio. Por ello, Guzmán (2021) indica que el enfoque cualitativo es un proceso importante para la investigación o estudio de algo en específico, ayuda a entender el contexto actual y recopilar información a través de transmisiones de experiencias de una cantidad de muestra o población para luego poder analizar y exponer resultados del trabajo realizado.

#### 3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

La primera categoría es Liderazgo estratégico al respecto la OMT (2022) considera que es la capacidad de unir fuerzas y conocimientos entre las partes para aplicar estrategias eficaces formando alianzas públicas y privadas para la gestión de destinos. Para ello se planteó los siguientes temas: Competitividad, Planeamiento estratégico, Innovación y Alianzas estratégicas.

La segunda categoría es Planificación turística, Capani & Poma (2018) sostiene que la planificación turística ha sido definida, en general, como el desarrollo razonable para conllevar el aumento del desarrollo turístico. Para tal

efecto, se ha abordado el estudio del turismo desde una perspectiva sistémica, que le permita identificar los elementos que le son constitutivos y conducir su funcionalidad. Para ello, se planteó los siguientes temas: Calidad de servicios, Actividades turísticas, Sostenibilidad, Atractivos turísticos y Promoción.

La tercera categoría es Gobernanza, al respecto Gutiérrez (2022) indica que el proceso de la gobernanza está catalogado como gestión pública, donde la sociedad civil y gobierno son responsables a nivel nacional o local, en el que en conjunto con diferentes organismos tanto públicos como privados como el MINCETUR, PROMPERU, DIRCETUR y demás entes relacionados al turismo. Estas entidades se encargan de ayudar y brindar soporte a los procesos de gobernanza que influyen en la gestión de destinos. Apoyan analizando factores que determinan la potencia y limitaciones de la actividad turística sustentable en la zona a explotar. A través de los diferentes procesos en el tiempo, con la finalidad de estrategias efectivas para el desarrollo turístico. Para ello se ha planteado los siguientes temas: Emprendimiento, Finanzas, Recursos humanos y Tecnologías.

### **3.3. Escenario de estudio**

La provincia de Canta está ubicada en el valle del río Chillón, en la zona Sierra del departamento Lima, al noreste de la ciudad de Lima, a unos 101 km del Cercado de Lima, siguiendo la carretera Lima- Canta; alberga una diversidad de paisajes, parajes y actividades turísticas, que atraen muchos turistas siendo de Lima Metropolitana. La población de Canta en el transcurso de los años presenta decrecimiento poblacional, tomando como referencia el censo del 2007 en donde había una población de 13,513 habitantes, para el censo del 2017 la población disminuyó a 11,548 habitantes producto de movimientos migratorios, teniendo una variación de 14.5% del total de la población. Las actividades económicas desarrolladas en la población son principalmente la ganadería, agricultura y turismo, consideradas como las principales fuentes de trabajo e ingresos económicos de la provincia. Canta tiene una diversidad de recursos naturales y materiales que permite a este destino tener una oferta turística variada, aquella que debe ser correctamente gestionada para dar impulso al desarrollo turístico y con ello la creación de nuevos puestos de trabajo para la población.

### **3.4 Participantes**

Los participantes que fueron analizados para el presente trabajo de investigación de carácter cualitativo, son 10 pobladores emprendedores locales turísticos, 2 operadores turísticos de Canta y 5 trabajadores municipales relacionados al área de turismo. Para que, de esta manera mediante un análisis de contenido descriptivo, se pudo saber cómo es la gestión turística en la provincia, además de poder desarrollar los objetivos propuestos en el crecimiento del informe.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se empleó para esta investigación fue la entrevista, la cual tuvo como instrumento la guía de entrevista. Permitted averiguar y recolectar la información de las fuentes: 10 emprendedores turísticos y 2 operadores turísticos de Canta y 5 trabajadores municipales relacionados al área de turismo, la entrevista tuvo 13 preguntas de las tres subcategorías para responder a la problemática de la presente investigación. Según Gómez (2019), es un procedimiento para dar a conocer mejor en obtener los datos necesarios de acuerdo a una relación directa entre un investigador y el entrevistado con el objetivo de adquirir una declaración oral. Por consiguiente, para la recolección de datos según su técnica, sería la guía de entrevista, siguiendo a Aries (2020) lo denomina como una herramienta el cual ayuda a organizar mejor de lo que se va abordar en la entrevista.

### **3.6 Procedimientos**

Mediante la realización del presente trabajo de investigación con enfoque cualitativo de la unidad temática Gestión turística, se verificó información teórica precisada respecto a la unidad temática, las fuentes a consultar fueron artículos e investigaciones sobre la política de gestión turística de destinos de la OMT, de donde se determinó el autor base y en relación a ese contenido, se elaboró las categorías, del mismo modo se investigó más datos referente a las categorías para estructurar los temas que permitió construir las preguntas para elaborar el instrumento de trabajo, la guía de entrevista aliñada por 13 preguntas enfocadas de los temas, los entrevistados fueron pobladores con emprendimientos, operadores turísticos de Canta y personal del municipalidad del área de turismo.

Se asistió al lugar de estudio y se encontró a cada participante, se hizo las preguntas a través de una conversación y se utilizó un medio tecnológico para recaudar la información. Se transcribió las entrevistas, se citó y codificó las respuestas relacionadas a cada pregunta que permitió construir los resultados a través de los códigos, luego se interpretó, redactó y se elaboró la discusión de resultados. Se reconocieron los primeros descubrimientos en los resultados y se contrastó las semejanzas con los antecedentes nacionales e internacionales y/o las bases teóricas de la investigación que permitió realizar una mejor comprensión de la realidad.

### **3.7 Rigor científico**

Según Hedroso y Rojas (2018) indican que los criterios de rigor científico se resumen en cuatro para poder apreciar la profundidad del estudio y se definen como las actividades que confirman la investigación. Esta presente investigación con enfoque cualitativo, tiene información recaudada de base de datos confiables de principales repositorios de universidades internacionales y nacionales, artículos científicos, revistas científicas en relación a nuestra unidad temática, todo ello aportó credibilidad en la presente investigación. Del mismo modo, el resultado que fue producto de esta investigación no podrá ser transferido ni ser aplicado en otro contexto. Si bien es cierto que la investigación posee un grado de inestabilidad ya que el sector turismo en una industria cambiante y vulnerable con respecto a los cambios que se puedan generar más adelante.

### **3.8 Método de análisis de la información**

Se ordenó la información recopilada en el trabajo de campo a través de las entrevistas utilizando la transcripción de las entrevistas guardadas en grabaciones, a través de un proceso de citas y códigos permitió identificar la información principal y construir los resultados, luego se interpretó y fundamentó los descubrimientos de la presente investigación. Escudero y Cortez (2017) aborda que es un procedimiento lento a comparación de otro enfoque, ya que abarca bastante tiempo para el proceso y ordenamiento de datos para la recolección. Este método puede ser en notas de papel, grabación, escrito o digital, este último para entrevistas o encuestas digitales; debiendo ser transcrito en un texto.

### **3.9 Aspectos éticos**

Este trabajo de investigación tiene antecedentes nacionales e internacionales con base al tema propuesto, los cuales son usados para garantizar la fiabilidad y el contexto desde diferentes aspectos sobre el tema a tratar de manera justa, correcta y ética. La información que se detalla en esta investigación es útil y real; la misma que se obtendrá de la recolección de información antes mencionada.

Con respecto a la Universidad César Vallejo, existe el Código de Ética, que busca el cumplimiento de los estándares de rigor científico, responsabilidad y honestidad; tratando de promover buenas prácticas científicas a través de las capacitaciones de los propios investigadores. Sin embargo, también se busca evitar el plagio de manera total o parcial de las investigaciones de otros autores; dado que es considerado un delito y puede elevarse a una falta que tendrá que resolver el propio Comité de Ética.

## **V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Para la presentación de los resultados y discusión se consideró la información que se obtuvo en las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, las cuales están divididas en tres categorías: Liderazgo Estratégico, Planificación turística y Gobernanza. Cada resultado y discusión será descrito a continuación respetando los objetivos planteados.

### **4.1 LIDERAZGO ESTRATÉGICO**

Para poder analizar el liderazgo estratégico que existe en la provincia de Canta se tomó en consideración 4 componentes. Celestino (2021) indica que el liderazgo estratégico se ha implementado relativamente, el cual se relaciona con la capacidad de influir y lograr objetivos propuesto. Es decir, genera cambios influidos en los procesos en un determinado destino. Para Jaya et al. (2022) mencionan que el liderazgo estratégico debe ser como un eje principal para la competitividad de un destino turístico, por ello es que permitirá el impulso turístico basado en planes y estrategias que sean innovadoras.

#### **4.1.1 Competitividad**

En este tema se precisa y describe la competitividad de Canta, las características y porque hacen que este destino sea muy competitivo. Ya sea por la diversidad de la oferta turística que maneja, la proximidad a la Ciudad de Lima y los bajos costos que requiere para visitar el lugar.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre la competitividad que existe en este destino, lo que resalta es que Canta no requiere de mucha inversión para gastar en gastronomía y actividades que se realicen en el destino (E4). Otro punto importante es la cercanía y la proximidad que Canta tiene con la capital Lima, ya que está a 100 km del centro de la ciudad de Lima prácticamente a una hora y media o dos horas, eso hace que se pueda llegar con facilidad (E2, E4, E8, E9, E10, E13 y E14). Canta posee buenas zonas turísticas como la Cordillera de la Viuda que es muy famosa y paisajes

panorámicos rodeado de mucha vegetación, varias cataratas, lagunas y zonas arqueológicas. Existe una gran diversidad de flora y el contraste de la vegetación con el clima cálido, hace de Canta un lugar tranquilo ya que tiene recursos naturales y materiales como el Machu Picchu limeño que se hizo popular y está ubicada en el distrito San Buenaventura, las ruinas Cantamarca que fue recientemente reconocido; así mismo la gastronomía es muy buena (E1, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E13, E14, E15 y E16). Además de ello, Canta es un lugar apropiado para acampar ya que hay muchas áreas verdes diseñadas e implementadas para camping, adicional a ello están implementando deportes de aventura como el canopy, que se inició en Santa Rosa de Quives; eventos culturales con ferias y danzas típicas del lugar (E3, E10, E13 y E17).

A través del desarrollo del turismo en la provincia de Canta, como parte clave para la competitividad de los destinos se analiza todas las aristas vinculadas al tema de proximidad y diversidad de oferta turística para mejorar la competitividad tal como lo indica Mónica et al. (2023) difieren que la competitividad es un concepto extenso, donde se hallan diferentes énfasis ante las obligaciones que se requiere en los centros comerciales, de manera que al elevar cada actividad en los mercados internacionales mejora la calidad de vida de la población y que la productividad sea más aún favorable. Desde la teoría la competitividad turística ha sido extendido de manera satisfactoria, que se empieza a utilizar diferentes tipos de bases para la realización de medidas ante el desempeño turístico.

Carlos et al. (2022) cuyo objetivo fue calcular tipos de indicadores de competitividad mediante el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura en probabilidades y estadísticas, se determinó a través del coeficiente de Pearson. La competitividad es el espacio que un sector productivo debe enfrentar la contienda mundial, situación que implica: expender sus productos en feria, poseer cualidades eficientes, tanto para producir y tener favorables ganancias de los bienes minimizando las importaciones. Finalmente, la competitividad es una capacidad que favorece a las empresas u organizaciones, para así ampliar o participar en el mercado y tener un balance de crecimiento sostenible, incorporándose en el progreso económico de nuevas funciones de producción.

#### **4.1.2 Planeamiento Estratégico**

En este tema se precisa y describe si hay un adecuado planeamiento estratégico turístico de Canta, resulta en la premura del impulso por parte del actual alcalde de la provincia de Canta, que empieza a asumir con mayor responsabilidad el proceso de planeamiento estratégico, partiendo desde un plan de desarrollo local que tienen ya proyectado pero que aún no se ha ejecutado y posteriormente evaluado.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar que el planeamiento estratégico por parte de la municipalidad se está implementando recientemente y asumiendo con más responsabilidad. Ya que el alcalde actual a diferencia del anterior está colocando mayor énfasis y recursos para fomentar e incentivar el turismo en la provincia de Canta (E1, E5). Es decir, está la intención o el propósito de querer desarrollar el plan de desarrollo turístico local para la provincia de Canta y se requiere de mayor compromiso para que cada distrito también pueda desarrollar un plan de desarrollo turístico local y entre todos unifiquen fuerzas para un beneficio común a nivel de provincia (E9, E10, E11, E12 y E17). Sin embargo, aún falta mucho por trabajar, ya que los pobladores y residentes de la provincia no tienen un claro conocimiento sobre la existencia de un plan de desarrollo turístico que les permita a ellos y a su comunidad mejorar las estrategias para optimizar resultados de planeamiento turístico, debido a que no se reflejan los resultados de lo que sus autoridades están realizando (E7, E8, E9, E16 y E17).

Al respecto, Joly et al. (2022) el planeamiento estratégico es un proceso que en términos consiste en ordenar actos para la mejora de los objetivos de una empresa, por lo cual a través de evaluaciones la entidad se desarrolle y sus actividades sean productivas. La toma de decisión permitirá obtener ventajas competitivas en el mercado. Para ello las finanzas son parte del planeamiento estratégico donde cumple un rol importante para la mejora en lo interno.



De manera que se contempla etapas como la formulación, implementación y evaluación; etapa en la que el planeamiento estratégico se desenvuelve es la formulación, esta etapa es determinante, ya que se debe reflejar lo que se va a poner en manejo; y el punto donde las entidades de la administración pública caen en deficiencia, sin tener una opinión concisa de lo que se quiere obtener para empezar, es poco lógico pensar que se alcanzará el objetivo propuesto. Finalmente se concluyó que el planeamiento estratégico desarrolla distintos procesos para lograr un solo objetivo ya sea en organizaciones públicas o privadas estudios que son considerados para comprender diferentes similitudes, así como lo indica Taica et al. (2023) el planeamiento se desarrolla en distintos procesos para lograr un solo objetivo ya sea en organizaciones públicas o privadas estudios que son considerados para comprender diferentes similitudes.

#### **4.1.3 Innovación**

En este tema se precisa y describe cómo es la manera en la que innovan en productos y servicios en Canta, ya que es importante que un destino no se estanque sin buscar crear cosas novedosas que puedan ir a la par con las tendencias que mueve el turismo. Por ello, es importante que las personas que tienen negocios orientados a turismo puedan contar con apoyo de capacitaciones y trabajen a la par con sus autoridades municipales.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre la innovación que se da en Canta es débil, debido a que los emprendedores no están correctamente capacitados sobre qué es lo que deben hacer para innovar en sus rubros respectivos (E8, E15 y E17). Los pobladores con negocios actualmente tratan de innovar en cuanto a los productos: las vestimentas típicas como: abrigos, ponchos y más; artesanías como: canastas de paja, ollas de barro, etc. En particular Canta es popular por sus productos lácteos, ya que todo es elaborado de manera artesanal y con insumos locales. En cuanto a servicios tratan de crear experiencias con los turistas como lo es realizar algunas actividades de pesca y cocción de truchas por los mismos turistas, consideran que es una actividad turística vivencial importante porque le da un valor

extra o plus a lo que se pretende desarrollar. Por otro lado, están implementando más deportes de aventura qué es lo que está llamando mucho la atención actualmente, es una iniciativa en la que le están colocando mayor esfuerzo, de igual manera están tratando de buscar nuevas rutas para que puedan ofrecer a los turistas y sea fuera de lo común o ya conocido (E1, E2, E6, E9, E10, E11, E13, E14 y E15). En cuanto a servicios tratan de crear experiencias con los turistas como lo es realizar algunas actividades de pesca y cocción de truchas por los mismos turistas, consideran que es una actividad turística vivencial importante porque le da un valor extra o plus a lo que se pretende desarrollar. En cuanto al servicio que se le brinda tratan innovar, un claro ejemplo es el restaurante Los Rayos del Sol han contratado un chef especializado que va mejorando la presentación de los platos que sirven a sus clientes de esta manera se distinguen de los otros restaurantes y es por ello que también poseen categorización cuando los buscan en internet, lo que realmente buscan es crear una imagen nueva en cuanto a gastronomía y crear nuevos platos típicos sin alterar los insumos locales que estos conllevan. (E3, E7, E9, y E16).

Al respecto, Armando et al. (2023) indican que la innovación no solo es la creación de cosas nuevas, sino dar valor a lo que uno crea para los clientes, ya sea un bien o servicio que genere cambios con un solo propósito. La innovación es un proceso que está en cada uno de las empresas y que a través de cambios son más eficientes, se da en todo lugar donde se van encontrando alternativas de solución ya sea en el entorno que va cambiando progresivamente.

Por lo tanto, Liliana et al. (2021) cuyo objetivo fue abordar los vínculos existentes entre la innovación social y pública a partir de experiencias de laboratorios de innovación en la ciudad de Medellín, donde el entorno institucional ha ido generando ambientes propicios para la participación abierta de la comunidad y el desarrollo de cambio social y tecnológico. Donde la innovación es un elemento para el desarrollo de las sociedades, la cual, ante la modernidad, contribuido a cambios elocuentes donde se ha reflejado lo económico. Todo ello conlleva a resolver la problemática cada vez que se pone compleja. Finalmente, la innovación es de importancia en el ámbito social y público donde se promueve la participación

y el desarrollo en las futuras generaciones de las comunidades generando soluciones efectivas ante cualquier problemática.

#### **4.1.4 Alianzas Estratégicas**

En este tema se precisa y describe cómo es que los actores turísticos establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística en Canta, desde el trabajo de la autoridad local que es la municipalidad de la provincia, así como los operadores y emprendedores turísticos buscando mejorar el turismo que es mayor fuente de ingreso.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar que actualmente sí hay algunas alianzas estratégicas en las cuales se reúnen diferentes empresas entre agencias de viaje con emprendedores que tienen sus restaurantes como, por ejemplo: los Rayos del Sol, que tiene buena alianza estratégica con varias agencias que trabajan de la mano cuando arman sus paquetes y los venden. Así mismo, existe una estrategia turística reciente por parte de la municipalidad de la provincia de Canta con medios de comunicación televisivos nacionales, que van a dar reportajes sobre Canta y los pobladores brindan sus servicios y exhiben sus productos sin costo alguno, ya sea en el tema gastronómico para las degustaciones y presentaciones de platillos, como también los souvenirs para que puedan ser publicitados. Por ello, los servicios y productos que se brindan a cambio de publicidad es la manera en cómo los actores locales afianzan la oferta turística con la audiencia de los medios de comunicación (E1, E2, E3, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13, E16 y E17). Las alianzas estratégicas esporádicas que se dan actualmente después de la pandemia son progresivas, en el sentido de que poco a poco se va dando las conexiones que se perdieron producto de la pandemia, porque se desconectaron los agentes con los negocios y la afluencia turística ya no es la misma. Además, una causante es que debido a que la mayoría de los emprendimientos no están registradas en la municipalidad de Canta, por lo tanto, tampoco la municipalidad puede apoyarlos (E4, E9 y E13). Por lo tanto, la desorganización de control de negocios genera que la mayoría tiene a ver su propio bienestar y beneficio, ya que por lo antes ya ha

mencionado la municipalidad no puede brindar mucho apoyo a pesar que existe la Cámara de Comercio, en donde hay secciones de hotelería y restaurantes donde se han establecido convenios y alianzas estratégicas que permitan reactivar el turismo en Canta (E4, E8 y E14).

Canta intenta tomar una postura estratégica a través de las alianzas estratégicas para mejorar el turismo en la zona.

Al respecto, Jemma et al. (2020) añaden que las alianzas estratégicas son colaborativas entre organizaciones de manera voluntaria, siguiendo un solo objetivo, implementando acciones para el desarrollo de la población, compartir e intercambiar productos o servicios que generen resultados basados en procesos de evolución y cambios para las empresas u organizaciones de manera favorable.

Martínez (2023) cuyo objetivo fue ordenar las conferencias, donde las estrategias sean efectivas y el desempeño institucional se adapte en los medios de comunicación mediante indicadores principales. Hoy en día, ciertas empresas comprenden su suceso por la falta de conocimientos en gestión, ya sea en recursos económicos, la utilización de las audiencias lo que es publicidad y mercadeo o la gestión de los conocimientos específicos, el cual se van quedando en cortas en conocimiento de diferentes organizaciones como: salud, educación, naturaleza, ONG y cultura. Finalmente se concluyó que permite examinar cómo el liderazgo estratégico en la gerencia es clave para superar crisis, conocer y desarrollar nuevos sistemas sustentables.

## **4.2 Planificación Turística**

Para poder analizar la planificación turística que existe en la provincia de Canta se tomó en consideración 5 componentes. Con respecto a la segunda categoría de Planificación Turística, Rivera & Cachipundo (2019) difieren que la planificación turística es importante por la organización y la realización, hacia el logro de un objetivo, buscando la manera de mejorar la calidad u la oferta turística, mediante la innovación así obtener la demanda de manera mejorada satisfaciendo las necesidades del turista para el impulso del turismo en dicho destino. Para

Azebedo et al. (2019) indican que es el proceso continuo para la mejora de la oferta turística por ende los servicios, actividades y atractivos de un destino, puedan alcanzar un solo objetivo dirigido al desarrollo turístico de manera sostenible.

#### **4.2.1 Calidad de Servicio**

En este tema se precisa y describe las mejoras en la calidad de servicio que realizan los actores turísticos de Canta, el mejoramiento de la calidad de servicios del destino aún está en un largo proceso porque se está empezando recientemente a planificar, habilitando escasas capacitaciones y orientaciones para los comerciantes y emprendedores tanto en artesanía como el rubro de restaurantes, hospedaje y demás para enseñarles cómo ellos pueden manejar y pueden crear mejoras para su negocio.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre la mejora de la calidad de servicios de la oferta turística en Canta, que si se está trabajando en ello; empezando por la limpieza de las calles y la atención al cliente. Es decir, cómo ellos mejoran el trato para con los turistas, en ese sentido es importante manejar un speech adecuado para poder atender a los turistas y que resulte de manera profesional. Por un lado, está el sector de restaurantes que varían la oferta de la carta, también en mejorar las presentaciones e innovaciones de platos con el objetivo de brindarles un platillo de calidad y también la sazón para que la comida sea más agradable. Otra de las opciones es que la mayoría de los emprendedores en el rubro de dulces típicos y lácteos aplican la degustación, ya que consideran que es importante que los turistas puedan probar diferentes opciones y elegir la que más les guste. Por otra parte, se visualiza que suele ocurrir de manera frecuente que los turistas y clientes realizan consultas acerca del destino y los prestadores de servicios turísticos los orientan; es por ello, que consideran que es un valor agregado a sus servicios. Por tal motivo, la municipalidad tiene un convenio en el centro de información turística de MINCETUR con el que se viene conversando sobre la implementación algunos cursos para los prestadores de turismo con el fin de que ellos mejoren la calidad de sus servicios, con algunas capacitaciones y fiscalizaciones más que nada para

evitar que al exista un disparo de precios, en los sectores de restaurantes, establecimientos de hospedaje. Así mismo la municipalidad está buscando un prototipo de encuestas que los llaman data en la que ellos mediante las redes pueden ver una real comparación en cuanto a la mejora de sus servicios que brindan, por las calificaciones y comentarios (E2, E3, E4, E5, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13, E14, E15, E16 y E17).

Canta es un destino que cuenta aún con servicios básicos, pero tienen la intención de mejorar; ya que eso es importante para fidelizar a los turistas que visiten el lugar. Al respecto, Luis Eduardo et al. (2020) indican que es un conjunto de aspectos importantes donde un cliente solicita para la mejora de sus necesidades y quedar satisfecho por lo que consume, es así también en como los destinos turísticos día a día se enfrentan a posibles problemas, ya que sus clientes buscan la mejor atención y calidad que se les brinde, para ello se muchos de los que ofrecen calidad lo impulsan a través de su preparación e información que perciben por los medios de comunicación.

Según Contreras (2021) cuyo objetivo fue realizar una revisión de literatura sobre la medición de la calidad del servicio en destinos turísticos a nivel internacional y para Colombia. Se identifican las escalas de medición más utilizadas por los investigadores y las dimensiones que definen la calidad del servicio en los destinos turísticos bajo estudio. El análisis se llevó a cabo a través de la revisión sistemática de la literatura seleccionando artículos con palabras clave asociadas con la temática bajo estudio. A través de la importancia del turismo a nivel global y la creciente competencia entre destinos turísticos, es primordial que los destinos ofrezcan servicios de calidad, es así que la calidad del servicio en dichos destinos se considere cada vez más importante para la obtención de una ventaja competitiva (Otero, 2003; Tosun et al., 2015). Finalmente, la calidad de servicio es medible para la toma de decisiones ya sea gubernamentales o privados relacionados al turismo y para promover las prestaciones turísticas es necesario brindar buena calidad de servicios turísticos.

#### **4.2.2 Actividades Turísticas**

En este tema se precisa y describe que actividades que existen y cuales se están implementando últimamente en Canta, tratando de estar a la vanguardia de las tendencias de deportes de aventura. Canta tiene una buena variedad de actividades turísticas nuevas y que no son muy difundidas.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar que las actividades turísticas que existen, también son realizadas es el paseo a caballo, cuatrimotos y pesca de truchas, son los tradicionales (E1, E2, E3, E8 y E16). Por otro lado, se han implementado actividades como deportes de aventura: canotaje, canopy, montañismo, rafting, rapel, ciclismo, trekking y puenting, ya que se observa que es lo que actualmente las personas buscan actividades con mucha adrenalina. (E4, E8, E9, E10, E13, E15 y E16). Asimismo, se están implementando nuevas ferias y nuevas rutas, para ampliar la oferta turística, aquellas están siendo publicitadas por varios medios de comunicación que han llegado a Canta para realizar reportajes (E12, E13, E14, E15 y E17).

Al respecto Ramírez and Traverso (2019) consideran que son actividades que realiza el ser humano durante un determinado tiempo durante viajes placenteros de un lugar a otro de su entorno habitual, el cual permite tener un crecimiento al turismo y el desarrollo de la población.

Canta ofrece actividades tradicionales y nuevos, dentro de los cuales principalmente se encuentran pesca deportes de aventura, tal como lo menciona Bulchand (2021) es aportar datos donde las actividades turísticas sean ofertadas, se relacione con plataformas de oficio profesional, teniendo en cuenta la economía y analizando a los proveedores que colaboran las actividades dirigidas a los visitantes, el cual se consideró cualitativa y cuantitativa de manera formal por agentes como guías oficiales, agencias de viajes y empresas locales, abarcando en el campo de las actividades turísticas. De forma que la economía refleja similitudes ante las ofertas en las actividades turísticas, diferenciando a distintos proveedores que muestran distintos niveles de satisfacción. Finalmente se concluyó que cada tipo de actividades turísticas son ofertadas de manera

comparativa de distintos proveedores para poder que la economía sea estable y formal. y no genere malestar al turista si no que salga satisfecho ante sus necesidades.

Así mismo, Rosas (2022) cuyo objetivo general fue identificar las actividades turísticas ya sean naturales y culturales que conforman la ciudad de Canta. Como actividad turística generadora de ingresos en el país, cada actor está cada vez más informado de lo que percibe en cada oferta que se da o encuentra en un determinado destino turístico. Destino que necesita de mayores ingresos para así contribuir con el país, cada turista que visita aquel lugar se va con la experiencia de que obtuvo buena información de aquel lugar, pero va de la mano de la organización que brinda la gestión pública. Llegando a la conclusión que se requiere mucha disponibilidad de trabajar para así obtener buenos resultados y que el desarrollo competitivo de Canta sobresalga en todo aspecto social económico y ambiental.

#### **4.2.3 Sostenibilidad**

En este tema se precisa y describe que accionen se establecen para promover la sostenibilidad en Canta, se observa que los mismos pobladores ponen de su empeño y dinero para poder realizar faenas de limpieza en los atractivos turísticos como en las calles, debido a que no tiene un buen apoyo por parte de la municipalidad.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar la sostenibilidad en Canta, actualmente si se establecen pocas acciones promover la sostenibilidad, porque la mayoría de personas o turistas que visitan este lugar dejan basura en las calles, en las zonas de camping y en el río, contaminando así el medio que los rodea; ya que no hay una educación o cultura de limpieza y señalización (E1, E6). Debido a esto es que los mismos pobladores y emprendedores tratan de cuidar y conservar la zona en la que viven, siendo ellos mismos los que se encargan de las iniciativas. Del mismo modo, se apoyan más aun en la limpieza en días festivos o feriados como: semana santa y fiestas patrias; realizando faenas de limpieza pública general antes y después de



la visita de turistas en estas épocas. Colocan sus propios tachos, limpian las veredas y se organizan para distribuir botes de basura de manera estratégica que pueda cubrir más puntos en las calles (E1, E2, E7 y E10). Así mismo, la municipalidad en ese aspecto si los apoya brindándole un camión de basura que pasa diariamente a una determinada hora a recoger la basura y dispone de personal para limpieza pública de manera esporádica; pero aun así el área céntrica de Canta es un poco desordenada, no solo por las estrechas calles que tiene sino también porque no hay control y orientación como: charlas y capacitaciones para mejorar señalización y que la provincia de Canta se vuelva amigable con el medio ambiente (E1, E6). Por tal motivo, se ha identificado que la municipalidad no implementa ese detalle importante como es de la limpieza, ya que los pobladores y negociantes sienten un abandono, porque su autoridad local no pone de su parte para implementar un sistema de limpieza riguroso e inversión en adquirir botes de basura que les permita desarrollarse con el cuidado del medio que los rodea, para que así se conviertan en un destino sostenible (E4, E6, E7 y E9).

Al respecto, Luis Omar et al. (2023) difieren en que consiste en satisfacer las necesidades incluyendo factores ambientales y sociales y de gestión administrativa, al mismo tiempo que garantice el equilibrio en la rentabilidad del crecimiento económico sin impactar a la protección del ambiente, generando al buen desarrollo social y convivir de manera equilibrada con nuestro entorno para el progreso y bienestar de la población.

Por lo tanto, es importante el que un destino se vuelva sostenible ya que existe el beneficio común por parte de los actores turísticos y la provincia como tal. Al respecto, Chambilla (2018) cuyo objetivo fue analizar la influencia de la administración turística en el crecimiento relacionado al turismo sostenible en el departamento de Puno, para verificar como muestra se obtuvo distintos resultados entre funcionarios, operadores turísticos y pobladores de la ciudad Puneña. El enfoque de la investigación es cuantitativo, y de tipo descriptivo. Llegando a la conclusión que los elementos de la gestión turística del municipio de Puno, son importantes el cual va generar desarrollo para el turismo sostenible al igual se requiere la participación activa y de los principales beneficiarios hacia un

crecimiento sostenible; en ese sentido, la municipalidad regula los servicios dentro de su índole, las compañías u organizaciones apoyan la mejora de la calidad de servicio y al de la población local implementando el crecimiento local de manera positiva del espacio invirtiendo que la sostenibilidad llegue a representar y sobresalir un incremento sustentable.

#### **4.2.4 Atractivo Turístico**

En este tema se precisa y describe sobre el manejo de los atractivos en Canta, se están identificando ciertas particularidades como por ejemplo existen rutas nuevas que se están encontrando y reconociendo, pero aún falta inversión y responsabilidad para tener un control más específico del inventario de atractivos turísticos existentes en Canta.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre los atractivos turísticos, en la actualidad el reciente trabajo que se viene realizando en Canta sobre los atractivos, es un proyecto del sitio arqueológico Petroglifos de Checta. Por ello, se están implementando personas que cuiden los patrimonios para evitar la manipulación y deterioro de estos, también están elaborando un permiso para autorizar a desarrollar todo tipo de actividades en los diferentes atractivos turísticos y así se pueda tener un control. A la vez se están realizando algunas inspecciones y fiscalizaciones a los negocios aledaños a los atractivos para evitar las contaminaciones. Por otra parte, en el PENTUR que se ha elaborado este año, se ha reconocido a Cantamarca como una nueva ruta turística; están pendientes otras zonas o rutas para ser reconocidos como atractivos y patrimonios, con ello puedan llegar a ser muy visitados y famosos como el último atractivo que se construyó en San Buenaventura: el Machu Picchu limeño. Además, se está inspeccionando los diversos clubs que hay en toda la provincia de Canta, especialmente el que está ubicado en el distrito de Santa Rosa de Quives ya que son los más populares y que reciben gran demanda de turistas (E3, E9, E11, E12, E13, E15, E16 y E17). Por lo tanto, el buen manejo de los atractivos turísticos seguirá siendo paulatinamente lenta, debido a las recientes gestiones de la municipalidad en conjuntos con autoridades regionales, debido a

esto es que los pobladores mencionan que la autoridad local es ajena a gestionar y tener un buen inventario de los atractivos (E4, E6, E8 y E10). Por su parte, la autoridad local trata de tener contrataciones privadas para inversiones, pero la mayoría de los empresarios privados no desean invertir en Canta porque no es muy conocida a pesar, de que a ellos le den las facilidades ellos les brindan la licencia siempre y cuando se cumplan los procedimientos y requisitos necesarios(E14).

Canta posee muchos atractivos turísticos, pero no son reconocidos y enlistados en un inventario como debería ser para que posteriormente pueda ser monitoreado y controlado, tal como lo menciona (Carranza, 2017) citado por Jiménez Luis y Jiménez Wilson (2013) los atractivos turísticos como lugar de interés, que los turistas visitan en su estancia, es de importancia por su valor cultural e histórico, lo cual es fundamental la conservación de sus diversas atracciones de originalidad.

Al respecto Braga et al. (2022) cuyo objetivo fue comparar con el diagnóstico similar realizado en 2010 en el Plan Integrado de Desarrollo para el Turismo Sostenible Costa do Delta financiado por la Secretaría de Estado de Turismo de Piauí para orientar las políticas públicas del sector, la especialización de la infraestructura turística se concentra en algunos puntos de la costa y la mayoría de los atractivos turísticos ubicados fuera de este rango territorial fueron ignorados por empresarios y autoridades públicas. Su investigación fue realizada con el método descriptivo- comparativo. Finalmente se espera considerar planes de turismo municipal y atraer turistas por sus distintos atractivos turísticos donde cuente con un plan diversificado para que su potencial sea visto ante los turistas.

#### **4.2.5 Promoción**

En este tema se precisa y describe el trabajo que se viene realizando para promocionar y publicitar Canta,

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre la promoción, se ha reconocido que es poco el trabajo de promocionarlo por internet y a través de redes, un efecto de esta débil gestión

de promocionar el destino como tal, resulta en el desconocimiento de muchas personas que tienden a pensar que solo existe un solo atractivo en Canta que es la Cordillera de la Viuda, a pesar de la variedad que tiene para ofrecer. Es de suma importancia la presencia de publicidad y promoción en internet ya que se vive en la era digital, entonces se podría decir que las redes que están causando más impacto actualmente son: Facebook, Instagram y el tiktok (E1, E2, E8, E9, E11, E12, E14, E15, E16 y E17). Por otro lado, por parte de las autoridades tanto locales como regionales, que se deben encargar de hacer publicidad mediante convenios con medios televisivos y radiales e invitan a prensa nacional para una mayor difusión mediante canales de promoción turística nacional, aun así, la publicidad de Canta en la página de la municipalidad es muy escasa (E4, E7 y E10). La mayoría de los negocios tienden a publicar y promocionar el destino por sus propios medios y de acuerdo a sus propias posibilidades, dado que la reciente integración de turismo en la subgerencia está recién empezando la gestión turismo, por ello la capacitación de promoción para el destino como tal y los emprendedores, es un bien fundamental (E3, E5 y E6).

Canta posee escasa intención de usar los medios digitales para promociones y publicidades del destino, así que están recurriendo en búsqueda de apoyo de medios televisivos con reportajes transmitidos nacionalmente, tal como lo menciona Bazan (2017) que la promoción es un plan que va en conjunto con el marketing, para ello es importante la toma de decisiones sobre los desarrollos de un mercado u organización. De esa manera las empresas deciden lanzar promociones acordes al tipo de producto que ofrece y ver precios favorables para el alcance del cliente.

Sánchez (2020) cuyo objetivo fue conocer cómo la administración pública realiza la comunicación digital para la promoción turística de Brasil al exterior, la promoción turística se da a través de canales de comunicación digital entre ellos son: la página web, las redes sociales y aplicación de móvil oficial, variables que determina el estudio cada una de ellas y ver cuales son los puntos más fuertes y débiles para obtener las posibilidades de mejora en cada uno de los canales, así obteniendo resultados satisfactorios y poder interactuar con el consumidor turístico.

Finalmente concluyó que la promoción consiste en brindar un buen servicio ya sea en páginas web o medios de comunicación y mejorar en lo que se le ofrece al turista los tics es una estrategia para la mejora de la promoción.

### **4.3 Gobernanza**

Para poder analizar la gobernanza que existe en la provincia de Canta se tomó en consideración 4 componentes. Con respecto a esta tercera categoría de Gobernanza, Lugo (2020) menciona que son agentes gubernamentales que toman decisiones y directrices que permiten un aporte para el desarrollo turístico de un destino. Para Naciones Unidas (2023) indica que es un proceso de ente regulador que deciden y regulan asuntos de un destino turístico en conjunto con los diversos actores turísticos, dirigiendo y gestionando los recursos, que garanticen el crecimiento hacia el desarrollo turístico. En sentido socio ambiental, la gobernanza debe ser identificada para poder conocer el efecto de los atractivos turísticos; se basa en la administración y gestión por parte de los gobiernos locales, regionales y nacionales en el sector turismo, la coordinación de estos con los actores principales como operadores y locales.

#### **4.3.1 Emprendimiento**

En este tema se precisa y describe sobre el apoyo hacia los pobladores locales con emprendimientos turísticos en Canta, ya que es importante que los emprendimientos turísticos que se dan en Canta o cualquier destino, cuenten con un apoyo o respaldo por parte de sus autoridades que los orienten a mejorar lo que ellos tienen para ofrecer al turista.

Son muy pocas personas que pueden contar con apoyo de parte de la municipalidad, el actual alcalde a diferencia del anterior si organiza ordenanzas de limpieza, supervisa en el área restaurantes verificando el carnet de sanidad es importante y también fiscalizan los transportes como prioridad, ya que son los que constantemente traen y regresan a turistas desde Lima Metropolitana. Debido a las exigencias por parte de los emprendedores, están proyectando realizar capacitaciones y elaborando un tríptico en donde está un mapa de los principales

restaurantes, lugares que visitar y dónde están ubicadas las agencias, para poder facilitarles a los emprendedores y estos puedan orientar a los turistas que siempre realizan preguntas. Así mismo, los emprendedores están entrando a algunos programas de apoyo por parte del gobierno nacional, que es PROCOMPITE y turismo emprende en donde tratan de apoyar a los emprendedores económicamente para que puedan crecer y puedan formalizarse porque la mayoría no es formal (E1, E3, E4, E6, E7, E8, E10, E15, E16 y E17).

Por otra parte, según (Narro & Ramos, 2021) citado por Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2018) menciona que el emprendimiento es el desarrollo para hacer negocios novedosos, implementando características al principio de la creación de empresas, para generar empleo y que el espíritu empresarial crezca y llevar adelante todo lo que se genere para el bienestar del emprendedor. Así como también menciona en como proceder implementando funciones que brinde oportunidades para lograr la finalidad que se propone.

Germán et al. (2019) cuyo objetivo fue propiciar un marco de referencia de la situación actual del emprendimiento en México. La investigación es de tipo documental y descriptiva, ya que se realizará a través de la consulta de los reportes efectuados por instituciones y organismos internacionales en relación a la situación de la competitividad en México, con un enfoque cualitativo ya que una forma confiable para conocer la realidad es a través de la recolección y el análisis de datos. Debido a la informalidad de las empresas en México el bajo uso de las tecnologías y modelos administrativos por parte de los emprendedores, así como el excesivo trámite gubernamental origina un nivel bajo ante la competitividad en las empresas. Finalmente concluyó que para crear ciudadanos con un nivel de ascenso se debe aprovechar de una nación, el capital y trabajo ante el emprendimiento de las condiciones de demanda de bienes y servicios que se incrementen y a su vez que la oferta permita cubrir las necesidades de la sociedad.

#### **4.3.2 Finanzas**

En este tema se precisa y describe si el gobierno local cuenta con recursos económicos y finanzas para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre si hay un presupuesto para invertir y financiar mejoras, pero es limitado, las que no requieran mucho financiamiento serían los talleres, reuniones y capacitaciones; pero la provincia de Canta cuenta con una finanza limitada. Por ello, sus recursos escasos no permiten generar desarrollo para hacer un mayor uso de proyectos grandes porque no es suficiente y no alcanza (E2, E3, E4, E5, E7, E8, E9, E10, E11, E12, E13, E14, E15, E16 y E17). Por ello, es que la mayoría de los pobladores piensa que no hay mejoras en infraestructura, el lugar no mejora y deducen que no cuentan con los recursos suficientes para proyectos que permitan cambiar en varios aspectos el destino, modernizar y mejorar las rutas de acceso a destinos escondidos, también charlas y talleres sobre cómo mejorar el servicio la calidad y pequeñas actividades como ferias; sin embargo el construir y darle mantenimiento a carreteras o puentes es algo casi imposible de lograr con el presupuesto que tienen cada año (E2, E3, E5, E5, E12 y E13).

Un destino para tener un crecimiento necesita sanciones de mejora y una buena administración de finanzas que le permita realizar cambios e implementar infraestructuras para recibir turistas, mientras tanto (Tejada, 2020) citado por Lawrence & Chad (2012) las finanzas ven la manera en como producir más capital, mediante la ejecución de actividades para aumentar las finanzas de las empresas y/o organizaciones. Es parte del arte y la ciencia fundamental para dirigir la economía hacia un desarrollo propicio para los clientes y beneficiarios.

Por ende, Palacios and Climent (2018) cuyo objetivo fue analizar el tratamiento que la EBC hace de las finanzas éticas a través del estudio de los criterios y subcriterios que se utilizan en la Matriz del Bien Común. Esta Matriz relaciona determinados valores y algunos de los principios universales de los Derechos Humanos con los diferentes grupos de interés de la empresa y establece

una serie de variables e indicadores que facilitan la medición de la contribución de las organizaciones al bien común. Para un criterio del comportamiento de las finanzas la ética es fundamental y así generar colaboraciones financieras, a pesar que la ética de la oferta es muy escasa al igual buscan la mejora de su comportamiento en relación a las finanzas y gestionar recursos financieros. Sin embargo, concluyó que el uso de estos instrumentos medida e indicadores son fuentes para generar ingresos favorables y tener una buena gestión ético y social el cual el dinero deja ser un fin de sí mismo convirtiéndose un medio para los servicios y crecimiento de las empresas y del desarrollo humano.

#### **4.3.3 Recursos Humanos**

En este tema se precisa y describe sobre si realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino, el área de recursos humanos del sector turismo o talento humano de la municipalidad de Canta denominado actualmente.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar que actualmente no se hace ningún trabajo notorio por parte de los recursos humanos de la municipalidad, se manifiesta en la población y emprendedores de Canta que necesitan una buena gestión para que el turismo crezca, también el hecho de que no se ha implementado ninguna obra con respecto al turismo, ni volantes o propagandas hasta hace unas semanas que un canal de televisión fue a hacer un reportaje, pero desconocen sobre si hay proyectos turísticos y piensan que el área de recursos humanos no sabe administrar y generar una buena gestión de proyectos para mejorar el destino, incluso calificando la realización de alguna mejora que haya sido beneficioso para la provincia como tal (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E8, E9, E10, E13, E14, E15, E16 y E17). Como no existe un área específica de turismo, caso contrario, existe una subgerencia de desarrollo económico y turismo la burocracia que ellos transmiten los hace pensar que solo fiscalizan y ordenan colocan multas y que están más concentrados en gestión social y de desarrollo social pero no en la gestión turística por lo que reciente la incorporación del turismo en la sugerencia (E5, E6, E7 y E17).



Canta tiene una subgerencia en la que se incorporó hace poco el sector turismo, ya que no había el sector turismo como tal, por lo tanto, es importante que el sector tenga los suficientes recursos humanos para trabajar e implementar proyectos. A través del desarrollo del talento humano relacionado en el turismo, como parte clave para la competitividad de los destinos se analiza todas las aristas vinculadas al tema como empleo, educación superior en turismo en el Perú tal como lo indica UNWTO (2019) que el estudio que presenta también en buenas prácticas aplicadas por empresas peruanas del rubro en cuanto a la promoción, el desarrollo, la retención, el reclutamiento y las políticas de formación continua de talento humano.

Ribeiro et al. (2020) cuyo objetivo fue definir un perfil del agente de viajes en Portugal, pudiendo dividirlo en cuatro elementos: sociodemográfico, profesional, económico y psicológico, y comprender la influencia del nivel de cualificación. Se utilizó una metodología descriptiva cuantitativa con análisis univariado y bivariado, utilizando la recolección de datos primarios basada en la encuesta por cuestionario a un número significativo de agentes de viajes que trabajan en Portugal, representativo del espesor territorial nacional. Este estudio permite que los recursos humanos como los agentes de viajes cuenten con títulos profesionales con un impacto en la zona, donde mejore sus salarios según sus actividades que realicen. Finalmente concluyó que el turismo es uno de los sectores más económicos e importantes ante el crecimiento mundial y todo ello depende de los recursos humanos calificados para el éxito y mejora de la economía del mundo.

#### **4.3.4 Tecnologías**

En este tema se precisa y describe la utilidad que resulta la tecnología para gestionar y promocionar el destino, ya que hoy en día se vive en el mundo de la era digital, en la cual incluso el dinero físico se ha cambiado por pagos mediante aplicaciones de bancos y diversas facilidades de compartir las experiencias vividas en un determinado lugar con tan solo un clic en publicar en las redes sociales.

De acuerdo a las entrevistas realizadas en la provincia de Canta, se pudo identificar para analizar sobre la gestión de la tecnología como medio de impulsar

el destino. Las redes sociales desde la pandemia quedaron como la principal fuente de información, por ello es que los emprendedores tienden a usar esta herramienta digital como vitrina para exhibir los servicios y productos que tienen para ofrecer a los turistas (E1, E4, E5, E6, E4, E8, E10, E13, E14 y E15). Por parte de la municipalidad no hay una clara gestión tecnológica de tendencia actual, ya que como autoridad local en conjunto con la regional se están coordinando para la promoción, en este caso de la página de Facebook de la municipalidad de Canta, como también el hecho de que se traen entidades televisivas nacionales para que hagan difusión de este destino mediante reportajes (E2, E3, E9, E10, E11, E12 y E14). Una de las metas u objetivos que tiene la municipalidad de Canta es convertirla en un SMART CITY como otros destinos, por ejemplo: Callahuanca, que tiene códigos QR para facilitar información a los turistas (E13 y E15). Otro medio importante de promoción y difusión del destino es por parte de los visitantes o turistas que reciben, pueden ser alumnos de colegio o universitarios que estudian turismo, todos ellos se encargan de publicitar sobre su viaje en las redes sociales con posts de selfies y videos incentivando y compartiendo su experiencia con las personas en el mundo digital (E9).

Canta posee mucha oferta turística que suelen publicarla mediante redes sociales y el uso de la tecnología se ha vuelto crucial para que pueda convertirse en un destino inteligente, tal como lo menciona Sigüenza (2021) que las tecnologías son herramientas que permiten a los servidores públicos tener, obtener y mostrar mayor información a los que lo adquieren. Facilita trabajos de manera efectiva y eficiente el servicio que brinda, ya sea mediante plataformas virtuales que van generar y procesar datos que dan compatibilidad a las entidades.

Por ello, es vital que un destino turístico esté a la par de la tecnología y el mundo digital, ya que el turismo es una industria cambiante y que se mueve por tendencias. Al respecto, Aranda and Petrus (2021) cuyo objetivo general fue ordenar cada metodología en manera armoniosa la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos con datos geográficos, teniendo en cuenta la en determinar que sean convenientes y seguras, e incluyan mejoramiento en el ambiente de los destinos turísticos cantonales en Manabí - Ecuador. El análisis del contraste

metodológico se ha implementado para la gestión turística satisfactoria he instruido, se debe evaluar fases que apliquen al espacio ecuatoriano en Manabí. El cual se agrega como ejes núcleos de la participación, las alianzas, las tecnologías y los sistemas de información geográfica aspectos que van ocurrir para el progreso de la índole y satisfacción de cada necesidad y toma de decisiones que sean oportunos y certeras. Llegando como conclusión que los destinos turísticos se facilitan en procesos, de manera factible en fases que se aplican en el contexto de dicho destino.

#### **4.4 DISCUSIÓN GENERAL**

El objetivo del estudio consistió en analizar los resultados obtenidos de la investigación “Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023”, para el cumplimiento de cada objetivo se tuvo que tomar en cuenta, las respuestas de las preguntas elaboradas que nos permitió consolidar y lograr el objetivo inicial propuesto. En base a ello como objetivo general, “analizar la Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023”, se implementó el instrumento: guía de entrevista, para llegar a los resultados esperados.

Por lo tanto, conforme a los datos resultado de las entrevistas, se puede decir que, en la gestión turística de Canta, existe un claro déficit en la planificación de los recursos y atractivos, también una falta de apoyo hacia los emprendedores turísticos, debido a que recientemente se ha incorporado el turismo como área de una subgerencia de desarrollo.

Para ello, es necesario que exista una buena gestión de los recursos y ventajas que posee Canta, de esa manera poder impulsar el turismo, con ello se estaría generando desarrollo de la provincia y por ende beneficio para los pobladores. El modelo de gestión es importante ya que permite a los destinos turísticos a desarrollarse de manera progresiva y pueda beneficiar al desarrollo sostenible de la población. Pérez, et-al (2021) mencionan que hay diferentes modelos, enfoques y procedimientos, implementados de acuerdo a las condiciones organizativas y concretas donde se enmarcan los estudios de investigación. Dentro de ellos hay veinte modelos de gestión que aprobó reunir las principales variables

que han sido influencia en el progreso de las metodologías a fin de completar las investigaciones sobre este asunto. La gestión de los destinos turísticos es el principal beneficio de sus recursos naturales y culturales existentes que se apliquen planeamientos guiados bajo el modelo de gestión eficiente, es importante dentro de los procesos de gobernación en las actividades que favorecen a la comunidad en general.

Finalmente se logró identificar y analizar a través de los entrevistados que consideran a Canta como un destino con muchas cualidades para ser reconocida como tal y volverse un destino altamente competitivo. Para lograr un liderazgo estratégico turístico es necesario proceder con la planificación de un proyecto establecido y ejecutarlo de manera eficaz de manera directa en conjunto con el gobierno y autoridad local, regional o nacional.

Con respecto a la primera categoría que es liderazgo estratégico en la provincia de Canta es un proceso largo para tener liderazgo estratégico ya que recién se está empezando con el planeamiento estratégico, ya que la Subgerencia de Desarrollo Económico, social y turismo que se formó recientemente integrando este sector turístico importante para ellos, ya que es prácticamente la única fuente de ingresos para los pobladores. Al respecto, el liderazgo estratégico según la OMT (2022) considera que es la capacidad de unir fuerzas y conocimientos entre las partes para aplicar estrategias eficaces formando alianzas públicas y privadas para la gestión de destinos; es decir, un conjunto de capacidades y habilidades eficaces de gestión para construir y enfrentar desafíos o retos. La diversidad de vegetación, zonas naturales y actividades hacen de Canta un destino con potencial competitivo. La innovación de productos y servicios en Canta no tiene mucha trascendencia, ya que falta lo que es capacitación por parte de las autoridades para que los emprendedores realicen cosas creativas en sus negocios. Son pocos los restaurantes que establecen alianzas estratégicas con los agentes de viajes y operadores de la zona de Canta. Pero no es como antes de la pandemia, ya que se ha visto una baja de la afluencia de turistas que visitan Canta.

Con respecto a la segunda categoría que es la planificación turística que se da en Canta en la actualidad es muy pobre y escasa, ya que es un sector nuevo y carece de gestión de proyectos para la mejora de sus servicios y la calidad del destino como tal. Al respecto la planificación turística según Capani & Poma (2018) sostiene que la planificación turística ha sido definida, en general, como el desarrollo razonable para conllevar el aumento del desarrollo turístico. Para tal efecto, se ha abordado el estudio del turismo desde una perspectiva sistémica, que le permita identificar los elementos que le son constitutivos y conducir su funcionalidad. Hay muchas actividades turísticas que son consideradas excelente oferta turística desde las actividades tradicionales hasta las actividades implementadas últimamente por parte de los operadores de turismo de la zona. La sostenibilidad en el destino como por ejemplo los mismos pobladores residentes y emprendedores de la provincia de Canta realizan faenas en las que barren sus calles y liberan los paisajes de la basura que dejan mayormente los turistas. No hay un buen manejo de los atractivos ya que no se controla ni se dirige cómo debería de ser, así mismo están en proceso de elaborar inventarios de los recursos turísticos que existen en toda la provincia de Canta. La mayoría de las promociones que se realizan para la provincia, se realiza mediante los mismos pobladores que tienen sus emprendimientos y suben su contenido a redes sociales y también de visitas, por parte recientemente de medios digitales como canales de televisión y periodistas para que realicen reportajes y den a conocer un poco más de Canta al mundo.

Con respecto a la tercera categoría que es Gobernanza en la provincia de Canta, es cuestionada y genera zozobra por su falta de apoyo hacia los emprendedores claramente debido a que muchos de ellos tienden a solucionar sus propios problemas o implementar lo que ellos decidan y les alcancen en las posibilidades. Al respecto, Simancas (2018) considera fundamental o pieza clave a la gobernanza turística para la gestión de destinos turísticos ya que es el proceso que ayuda a plantear y garantizar la gestión de un destino en la que se involucra con el desarrollo humano, estos actores interactúan en el contexto turístico estableciendo negociaciones y confianza. En sentido socio ambiental, la gobernanza debe ser identificada para poder conocer el impacto generado por la

actividad turística; se basa en la administración y gestión por parte de los gobiernos locales, regionales y nacionales en el sector turismo, la coordinación de estos con los actores principales como operadores y locales.

Es decir, que falta asesoramiento y capacitación retrasa a los emprendimientos que hay en Canta, ya sea de artesanía, gastronomía, vestimenta y demás que generalmente son típicos de la zona pero que requiere de mayor planificación para su óptimo desarrollo y crecimiento. Por otro lado, la provincia de Canta sí cuenta con recursos económicos para financiar algunas de sus mejoras en cuanto a infraestructura o implementación de cualquier tipo de taller que se realice ahí, pero este presupuesto es limitado puesto que no alcanza para cubrir muchos proyectos que se deberían planificar y crear, pero sin embargo no se realizan y por ello no pueden desarrollarse como destino. Ya que es importante la inversión en aumentar infraestructuras turísticas que permitan abastecer a la buena demanda que existe en épocas festivas o feriados. Por su parte, los recursos humanos del sector turismo en la municipalidad realiza un trabajo básico por ende no es notable, ya que quizás a falta de conocimiento profesional del sector y basarse en lo empírico, no pueden administrar y gestionar correctamente diversos proyectos de desarrollo turístico y convertirse en un sector único para darle prioridad en toda la provincia de Canta. La tecnología que se utiliza para gestionar y promocionar el destino de canta es a través de las redes sociales para publicitar el destino por parte de los mismos pobladores que tienen sus negocios y emprendimientos, como por parte de los mismos turistas que publican sus experiencias en redes sociales, además la municipalidad hace poco está realizando campañas de promoción llevando canales de televisión, que es una muy buena manera de promocionar a través de sus reportajes que saldrán en televisión nacional y también están a la vanguardia en cuanto a medios de pago en medios digitales como el yape, plim y otros métodos de pago digital que se apertura después de pandemia.

Entonces podemos indicar que la gestión turística en Canta es lenta y débil, ya que es una gestión que se viene dando recientemente, pero que no quita la importancia de esta. Así mismo, es importante recalcar que Canta está en proceso

de convertirse en un destino sostenible, pero para que sea amigable con el medio ambiente es necesario adoptar regulaciones, tal como lo menciona Montúfar (2017) la sostenibilidad como diagnóstico se ve más visible la gestión bien realizada, es por ello que en aquel lugar los turistas van creciendo e impulsando de manera satisfactoria para el logro de nuevas oportunidades y potenciar los destinos turísticos en dicho país. Por ello, es imprescindible que un destino se gestione con determinación y estrategias masivas que permitan realzar el valor que el destino o lugar proyecte.

## VI. CONCLUSIONES

Canta es uno de los destinos con mucha diversidad de atractivos naturales rodeado de una extensa vegetación y un clima cálido agradable, eso lo hace un destino muy competitivo, la proximidad al estar un par de horas del área Metropolitana, es una ventaja importante. Por ello es el favorito de muchos que residen entre los principales distritos cercanos y realizan diversas actividades familiares, juveniles y experimentales. Canta tiene mucho potencial por desarrollar y explotar para que pueda crecer y convertirse en un destino importante a nivel nacional. Aún falta gestionarlas y coordinar con los operadores de la provincia para llevar un control debido y capacitarlos para que los turistas estén correctamente asistidos o dirigidos cuando realizan actividades turísticas.

1. Se concluye que, en la provincia de Canta, se maneja de manera lenta el liderazgo estratégico, a pesar de que tiene buenas ventajas y recursos para ser un destino competitivo, las grietas de un planeamiento débil y reciente no permite que las innovación y alianzas estratégicas que se dan progresivamente con el propósito de reactivar el turismo en Canta, sea en vano.

2. Se concluye que la planificación turística en la provincia de Canta es débil, a pesar de que cuenta con diferentes atractivos y actividades turísticas tanto tradicionales como nuevas, las cuales han sido implementadas a la par con la mejora de la calidad de servicios. Por otro lado, la promoción de este destino es básica y escasa, dado que no hay una organización de asignación de subida de contenido publicitario. Sin dejar de lado el esfuerzo de parte de la población para mantener su zona limpia, establecen sus propias medidas de cuidado y preservación del medio que los rodea para promover la sostenibilidad.

3. Se concluye que la gobernanza turística que existe en Canta es poco notable debido a la falta de capacitación y talleres para los emprendedores, se identificó que el área de recursos humanos de la municipalidad de Canta actual aún les falta mucho por trabajar en proyectos para impulsar el turismo, así como también existe una débil gestión tecnológica en cuanto al uso de redes para el destino , poseen una finanza limitada anual que imposibilita mejorar infraestructuras y ejecutar proyectos grandes.



## VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a las autoridades de la provincia de Canta:

1. Se sugiere, que las autoridades tomen decisiones rápidas para ejecutar planes de desarrollo turístico que están proyectados con anterioridad, además que realicen reuniones y orienten a los actores turísticos para que se establezcan más alianzas estratégicas con agentes de viaje de Lima Metropolitana.
2. Se recomienda, que las autoridades puedan planificar de manera adecuada sus recursos turísticos con la demanda, plantear metas y objetivos a corto plazo, elaborar y monitorear el inventario de recursos y atractivos turísticos que poseen; también promocionar masivamente con contenido del destino de Canta en todas las plataformas digitales posibles, para obtener una mayor difusión de la oferta turística de Canta. Darle mayor énfasis a las actividades turísticas y deportes de aventura que se da el destino, para captar más turistas.
3. El personal de la municipalidad de Canta se especialice en el área Turismo y así puedan brindar apoyo mediante capacitaciones y/o talleres a los emprendedores turísticos, para que estos puedan mejorar sus servicios; a su vez elaborar informes sobre posibles proyectos y solicitar un financiamiento mayor para llevar el logro correspondiente.

## REFERENCIAS

- Álvarez Cortez, L. E., Padilla Buñay, A., & Lluglla Luna, L. A. (2020). Diagnóstico de la calidad del servicio turístico de la cascada Pailón del Diablo, parroquia Río Verde, Tungurahua. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(1), 1–21.
- Arlene Pérez-Castañeira, J., Gómez-Figueroa, O., Sangroni Laguardia, N., Rosa Santa-Cruz, S., Cruz-Blanco, C., & Santos-Pérez, O. (2021). Estudio de modelos que abordan la gestión de destinos turísticos. *Ingeniería Industrial*, 42(3), 1–11.
- Armando Luna-Amador, J., Andrés Escobar-Espinoza, Á., & Mauricio Caraballo-Payares, A. (2023). La importancia de la innovación en los procesos de relocalización empresarial: una revisión de la literatura. *Encuentros*, 21(1), 74–91. <https://doi.org/10.15665/encuen.v21i01-Enero-junio.3010>
- Alwan, N. A. R., & Nori, S. S. A. (2021). Green human resource management and its impact on sustainable tourism development (an exploratory study of the green parks of the mayoralty of baghdad). *Webology*, 18, 419-450.
- Barinotto Roncal, P. I. (2020). Competitividad turística y su implicancia en la actividad turística destino Catacaos Piura, año 2019. Universidad César Vallejo.
- Bazan, K. (2017). "Expectativa de promoción del cliente en la tienda Plaza Veá, San Miguel - 2014". Recuperado de : Perú.[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12278/Baz%c3%a1n\\_FKL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12278/Baz%c3%a1n_FKL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bernal-Meneses, L., Gabelas-Barroso, J., & Marta-Lazo, C. (2019). Las tecnologías de la relación, la información y la comunicación como entorno de integración social. [Las tecnologías de la relación, la información y la comunicación (TRIC) como entorno de integración social] *Interface - Comunicação, Saúde, Educação*, 23<https://doi.org/10.1590/interface.180149>

- Butler, R., & Hart-Robertson, M. (2022). Gestión turística ¿asignatura pendiente? [Managing tourism - A missing element?] *Pasos*, 20(2), 265-274. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.019>
- Braga, S. D. s., Guzzi, A., Perinotto, A. R. C., & Malta, G. A. P. (2022). Análise da Atratividade Turística do Litoral Piauiense: atualização da avaliação dos atrativos turísticos entre 2010 e 2020. *Revista Turismo Em Análise*, 33(1), 29-49. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v33i1p29-49>
- Camilleri M. (2019). *Tourism Planning and Destination Marketing: Vol. First edition*. Emerald Publishing Limited.
- Carbajal García, L. O., Aguilar Rojas, P. D., Reyes Reyes, C. A., & Ramirez, E. C. (2023). Sostenibilidad del cooperativismo en Perú: una mirada a sus potencialidades. *Revista de Filosofía*, 40(104), 420–432. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7645406>
- Carranza, L. (2017). Condiciones del atractivo turístico Museo de Historia Natural desde la perspectiva de los visitantes en el distrito de Jesús María – Lima, 2017. Lima, Perú. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/17430/CARRANZA%20AL..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Capani, K. & Poma, M. (2018). LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN LA GESTIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE HUANCVELICA EN LA REGIÓN CENTRO SUR - AÑO 2017. HUNACAVELICA, 2018. Recuperado de <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/375250ae-642a-4dd2-9bd7-0700dbe004f8/content>
- Cruz, E. (2019). *Gestión De Destinos Turísticos*. Editorial Elearning, S.L., 24 oct. 2019 - 140 páginas. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=ZXbIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+destinos&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=gestion%20de%20destinos&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=ZXbIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+destinos&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=gestion%20de%20destinos&f=false)

- Choe, Y., & Fesenmaier, D. R. (2021). Designing an advanced system for destination management: A case study of northern Indiana. [An advanced destination management system] *Industrial Management & Data Systems*, 121(6), 1167-1190.
- DEVLIN, N. (2020). The Measurement of Tourism in the Post-COVID Era: From destination marketing to destination management, turning the focus on people and place. *Oregon Business Magazine*, 43(9), 12–13.
- Eduin Dionisio Contreras Castañeda. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. [Measuring service quality in tourist destinations: a review from Colombia. A avaliação da qualidade do serviço em destinos turísticos: revisão a partir do contexto colombiano] *Innovar*, 31(81), 35-48. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- Estêvão, J., Carneiro, M. J., & Teixeira, L. (2020). Destination Management Systems: Key Distinctive Functionalities Aimed at Visitors and Destination Suppliers. *Journal of Global Information Technology Management*, 23(4), 292–325.
- Escudero C. y Cortez L. (2017). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>
- Filimonau, V., & De Coteau, D. (2020). Tourism resilience in the context of integrated destination and disaster management (DM2). *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 202–222.
- Fonseca-Vasconez, J. F., Frías-Jiménez, R. A., & Pons-García, R. C. (2018). Funciones de la Economía Política en la gestión territorial productivo-sostenible del destino turístico Baños de Agua Santa (Tungurahua, Ecuador). *Retos Turísticos*, 17(1), 50–64.

- Fuster, D., (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. Recuperado del artículo <http://www.scielo.org.pe/pdf/pyr/v7n1/a10v7n1.pdf>
- Germán Martínez Prats, Haydée Alejandra, R. C., & Fabiola de Jesús, M. F. (2019). Emprendimiento y competitividad internacional en México. *3C Empresa*, 8(2), 108-121. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/emprendimiento-y-competitividad-internacional-en/docview/2257253357/se-2>
- Gómez A., Alvarado J., Parra M. y Jara A. (2019). Transformando Canales de Comunicación para la Co-Creación y Difusión del Patrimonio Inmaterial en Destino Turístico Inteligente: Creación y Prueba en Ceutí (España). Recuperado de artículo file:///C:/Users/user/Downloads/sustainability-11-03848.pdf
- Gonzaga-Vallejo, L. C., & Guamán-Camacho, Y. (2021). Perception of Local Actors About Tourism Indicator System for Destination Management. Loja Case Study. Proceedings of the International Conference on Tourism Research (ICTR), 261–268.
- Gutiérrez M., Rijaldus P., Chávez R. (2022). Gobernanza turística y desarrollo regional en la costa sur de jalisco, méxico. [Tourism governance and regional development in the South Coast of Jalisco, Mexico] *Pasos*,
- Krajnović, A., & Gortan-Carlin, I. (2017). Strategic Management In Cultural Tourism With Emphasis On Event Management: The Case Study Of Croatia. [Strateško Upravljanje U Kulturnom Turizmu S Naglaskom Na Upravljanju Događajima: Studija Slučaja - Hrvatska] *Ekonomiska Misao i Praksa*, 26(2), 791-812.
- Hamimah, T., N, N. H., K, U. K., Rosmalina, A. R., & Jennifer, C. K. L. (2022). Sustainability assessment of mangrove forest as a tourist destination: A

case study using GSTC criteria in kota belud, sabah, malaysia. IOP Conference Series.Earth and Environmental Science, 1053(1), 012028.

Jemaa-Boubaya, K., Cheriet, F., & Smida, A. (2020). Role of Objectives Alignment in Strategic Alliance Instability. [Rôle d'alignement des objectifs dans l'instabilité des alliances stratégiques Papel del alineamiento de los objetivos en la inestabilidad de las alianzas estratégicas] *Management International*, Suppl.Special, 24, 78-90,150,153,155. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/role-objectives-alignment-strategic-alliance/docview/2513317027/se-2>

Joseph, E. K., Kallarackal, T. K., & Varghese, B. (2017). Community-based waste management: Backwater tourism as a case example. *Atna Journal of Tourism Studies*, 12(2), 85-94.

Jovicic, D. Z. (2019). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 276–282.

Leyva, C. E., Solís, J.,Felipe Alonzo, & Manzanilla, R. V. (2022). Competitividad de México en la producción de carne de pollo en el mundo de 2005 a 2017. *Atlantic Review of Economics*, 5(1), 1-20. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/competitividad-de-méxico-en-la-producción-carne/docview/2705027524/se-2>

Marisa Gutiérrez Estrada, Peter Rijndaldus, W. G., & Chávez-Dagostino, R. M. (2022). Gobernanza turística y desarrollo regional en la costa sur de Jalisco, México. [Tourism governance and regional development in the South Coast of Jalisco, Mexico] *Pasos*, 20(3), 699-714. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.048>

Martínez, A. M. C. (2023). Metodología de análisis de la orientación estratégica para organizaciones de patrimonio cultural: Casos del caribe colombiano \*. [Methodology of Analysis of Strategic Orientation for Cultural Heritage Organizations: Cases of the Colombian Caribbean] *Apuntes*, 36, 1-20. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.apu36.maoe>

- Mabel, F. A., & Joana María, P. B. (2021). Metodología para la gestión integrada e inteligente de destinos turísticos de manabí – ecuador. [Methodology for Integrated and Smart Tourism Destination Management In Manabí - Ecuador] *International Journal of Professional Business Review*, 6(1) doi:<https://doi.org/10.26668/businessreview/2021.v6i1.208>
- Menchero, M. (2021). La cooperación al desarrollo como actor en la gestión turística de los espacios urbanos y patrimoniales: El estudio de caso de la AECID en América latina. [Development cooperation as an actor in the tourism management of urban and heritage spaces: AECID case study in Latin America] *Metodos.Revista De Ciencias Sociales*, 9(1), 60-76.
- Moisés, S. C. (2018). Gobernabilidad territorial y relaciones de poder en espacios turísticos: Los conflictos derivados de las políticas públicas de renovación de los destinos turísticos consolidados de litoral. *Anales De Geografía De La Universidad Complutense*, 38(2), 435-460. doi:<https://doi.org/10.5209/AGUC.62487>
- Narro, M. Ramos, M. (2022). Análisis del emprendimiento en jóvenes de 18 a 30 años en tiempos de pandemia, Trujillo 2022. Trujillo, Peru. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115685/Narro\\_IMDLA-Ramos\\_TMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115685/Narro_IMDLA-Ramos_TMA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Novotny, M., & Dodds, R. (2022). Developing a Destination Management Information System: A Case Study of Ottawa, Canada. *Proceedings of the International Conference on Tourism Research (ICTR)*, 286–293.
- OMT. (2020). Recuperado de <https://www.unwto.org/es/politicas-y-gestion-de-destinos>
- Organización Mundial del T., World Tourism Organization (Unwto). (2019). *Desarrollo Del Talento Humano para la Mejora de la Competitividad de Los Destinos: El Caso de Perú*. España: World Tourism Organization.

- Palacio, J. R. S., & Climent, V. C. (2018). Economía del Bien Común y Finanzas Éticas. [Economy for the Common Good and Ethical Finances] CIRIEC - Espana, (93), 241-264. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.11012>
- Ramirez, R. Traverso, M. (2019). "EFECTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LA COMUNIDAD BORA DE LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2018". IQUITOS. PERÚ.
- Ricardo Jorge Da, C. G., Trentin, F., & Vila-Chã, C. (2022). Nuevas prácticas sostenibles en salud y bienestar destinos turísticos enfocados en la calidad de vida y bienestar. [Novas Práticas Sustentáveis Em Destinos Turísticos De Saúde E Bem-Estar Focadas Na Qualidade De Vida E Bem-Estar] Pasos, 20(4), 871-883. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.058>.
- Ribeiro, L., Gonçalves, E., & Guerra, R. (2020). La importancia de la calificación de los recursos humanos en turismo: un estudio aplicado a las agencias de viajes en Portugal. [A importância da qualificação dos recursos humanos no turismo: um estudo aplicado às agências de viagens em Portugal] Pasos, 18(4), 667-682. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.047>
- Restrepo-Medina, L., Arias-Arciniegas, C., Correa-Cadavid, C., & Jorge Hernando Restrepo-Quirós. (2021). Innovación social y pública: experiencias de laboratorios en la ciudad de Medellín. [Social and Public innovation: Experiences of Laboratories in the City of Medellín] Trilogia, 13(25)<https://doi.org/10.22430/21457778.1907>.
- Sánchez, D. G., & Bernabeu, M. A. C. (2021). El escenario smart y sus derivadas en la estrategia de marketing online de los destinos turísticos. el caso de la comunitat valenciana. [The Smart scenario and its derivatives in the online marketing strategy of tourist destinations. The case of the Valencian Region] Investigaciones Regionales, (51), 107-128. doi:<https://doi.org/10.38191/iirr-jorr.21,021>



- Santiago Melián González, & Jacques, B. G. (2021). Las actividades turísticas en la economía colaborativa ¿en qué consisten y quiénes son sus proveedores? [Tourism in the sharing economy: what is it and who provides it?. Quais são as actividades turísticas na economia colaborativa e quem são os seus fornecedores?] *Pasos*, 19(2), 225-270. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.017>
- Sánchez Jiménez, M. A. (2020). Análisis de la comunicación digital oficial en la promoción turística de Brasil. *3c Tic*, 9(1), 17-39. [doi:https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.91.17-39](https://doi.org/10.17993/3ctic.2020.91.17-39)
- Simancas Cruz M. (2018). Gobernabilidad territorial y relaciones de poder en espacios turísticos: los conflictos derivados de las políticas públicas de renovación de los destinos turísticos consolidados de litoral. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 38(2), 435-460.
- Sigüenza, R. (2021). Tecnología de la información y su impacto en la gestión organizacional en la Municipalidad Distrital de Santiago de Cao, 2020. Trujillo, Peru. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64859/Sigüenza\\_ERK-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/64859/Sigüenza_ERK-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Song, H., Park, C., & Kim, M. (2020). Tourism Destination Management Strategy for Young Children: Willingness to Pay for Child-Friendly Tourism Facilities and Services at a Heritage Site. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19).
- Syssner, J., & Hjerpe, M. (2018). Swedish destination management professionals' expectations of local governments. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 18, S24–S41.
- Taica, A. A., Gamboa-Cruzado, J., & Sánchez, A. H. (2023). Planeamiento estratégico y su impacto en la administración pública. [Strategic Planning and its impact on Public Administration] *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(102), 477. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.3>

- Tejada, R. (2020). Recaudación del impuesto predial y las finanzas públicas de la Municipalidad Provincial de Bagua. Chiclayo, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50701/Tejada\\_CRE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50701/Tejada_CRE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Velarde-Valdez, M., Obombo Magio, K., & Olmos-Martínez, E. (2023). La competitividad y su desempeño en destinos turísticos costeros: El caso de Mazatlán, México. *Investigaciones Turísticas*, 25, 49–76. <https://doi.org/10.14198/INTURI.20037>
- Villena Quispe, J., Vicente Huarcaya, K., Santos Maldonado, A. B., & Hugo Bernedo-Moreira, D. (2022). La mejora de la rentabilidad de una empresa peruana mediante el planeamiento estratégico financiero. *Gestión Joven*, 23(4), 50–60.
- Wu, X., Qiao, S., & Tan, Q. (2022). Destination Management for Ecotourism Activity Using Analytical Hierarchy Process. *Scientific Programming*, 2022,
- Yuwanti, S., & Setiawan, A. (2018). Designing tiban island as tourist destination and sustainable coastal in bleder village. *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science*, 152(1).
- Yu- Lun Hsu. (2019). The Study of Total Quality Management on Business Performance in Tourist Hotels in Taiwan. *International Journal of Organizational Innovation*, 12(1), 305–337.

## ANEXOS

**ANEXO:** Tabla de operacionalización de variables.

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍAS	TEMAS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
GESTIÓN TURÍSTICA	Liderazgo estratégico	Competitividad	<b>Técnica:</b> Entrevista  <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista
		Planeamiento estratégico	
		Innovación	
		Alianzas estratégicas	
	Planificación turística	Calidad de servicios	
		Actividades turísticas	
		Sostenibilidad	
		Atractivo turístico	
		Promoción	
	Gobernanza	Emprendimientos	
		Finanzas	
		Recursos humanos	
		Tecnologías	

**ANEXO:** Instrumento de recolección de datos.

## **GUÍA DE ENTREVISTA**

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Lugar de nacimiento del entrevistado: \_\_\_\_\_

Centro de labores del entrevistado: \_\_\_\_\_

Edad del entrevistado: \_\_\_\_\_

Hora de inicio de la entrevista: \_\_\_\_\_

Hora de fin de la entrevista: \_\_\_\_\_

Lugar de entrevista: \_\_\_\_\_

### **TEMA: GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2023.**

**Objetivo:** La investigación tiene como finalidad describir cómo es la gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.

#### **I. SOBRE LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?
2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?
3. ¿Cómo se innova en productos y servicios en Canta?
4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?

#### **II. SOBRE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

1. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?
2. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?  
¿Menciónelas?
3. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?
4. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?
5. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?

### **III. SOBRE GOBERNANZA:**

1. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?
2. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?
3. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?
4. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?

## **ANEXO: Modelo de consentimiento y/o asentimiento informado**

### **Formato para la obtención del consentimiento informado**

Título de investigación: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023  
Investigador Principal: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly  
Asesor: Carlos Tovar Zacarías

#### **Propósito del estudio**

Saludo, somos investigadoras que le invitamos a participar en la investigación: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023, cuyo propósito conocer, analizar y describir si la provincia de canta está realizando una buena gestión como destino turístico y promover el desarrollo socioeconómico de mejor expectativa a toda la comunidad, en la provincia de Canta, Lima, 2023. Esta investigación es desarrollada por Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly / Carlos Tovar Zacarías de Facultad ciencias empresariales de la carrera de administración en turismo y hotelería, de la Universidad César Vallejo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente [número] minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

**Información general:** se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

#### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

#### **Riesgo (principio de no maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Información específica:** Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De desearlo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor Tovar Zacarias Carlos al correo electrónico [ctovar@ucvvirtual.edu.pe](mailto:ctovar@ucvvirtual.edu.pe) o con el Comité de Ética de (indicar el correo del CEI de la Facultad/Escuela Profesional o Programa de Posgrado).

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

*[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las repuestas].*

## ANEXO: Matriz de evaluación por juicio de experto.



### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

#### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 18 de noviembre del 2022

Apellido y nombres del experto: Gonzales Jara Carolina Ines

DNI: 40409496 \_\_\_\_\_ Teléfono: 948166636 \_\_\_\_\_

Título/grados: Magister en Docencia \_\_\_\_\_

Cargo e institución en que labora: Docente de Tiempo completo en la Universidad Cesar Vallejo. \_\_\_\_\_

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 90 \_\_\_\_\_

FIRMA DEL EXPERTO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO  
Y HOTELERÍA TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 21 de noviembre de 2022.

Apellido y nombres del experto: Dra. Verónica Zevallos Gallardo.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Dra. en Administración.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		
2										x		
3										x		
4										x		
5										x		
6										x		
7									x			
8									x			

Promedio de valoración: 88%




Dra. Verónica Zevallos Gallardo.  
Coordinadora de la Escuela Profesional de Administración en  
Turismo y Hotelería –LN

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**
**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 24 de noviembre del 2022

Apellidos y nombres del experto: Salvador Garcia Claribel Rosario

DNI: 40910480

Teléfono: 993808689

Título/grados: Lic. en Turismo y Hotelería / Dra. en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		
2										x		
3									x			
4									x			
5										x		
6										x		
7										x		
8									x			

Promedio de valoración: 85



Dra. Claribel rosario Salvador Garcia

**ANEXO:** Resultado de similitud del programa de Turnitin.

## ARCHIVO DE TURNITIN PRELIMINAR - 1

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>15%</b> INDICE DE SIMILITUD	<b>15%</b> FUENTES DE INTERNET	<b>2%</b> PUBLICACIONES	<b>6%</b> TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>www.researchgate.net</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>ojs.3ciencias.com</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.scielo.org.co</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>www.revistas.usp.br</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>ri.ues.edu.sv</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>revistas.itm.edu.co</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>Submitted to Universidad del Rosario</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, .....Guillermo Falconi Gambini..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....15..... de.....Abril..... del 2023

.....  
Firma del participante

.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo. 966.143.165

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, José Cuervo Pando Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.


Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta 15 de Abril del 2023

  
Firma del participante

  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Julio Vargas Campos..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....08..... de.....Mayo..... del 2023

  
.....  
Firma del participante

  
.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo...910715906.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento Informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, LEONIS RUIZ MORENO LAIDY MORENO MEDINA..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....05..... de.....Mayo..... del 2023

  
.....  
Firma del participante

  
.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo...912 003 793.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento Informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Jorge Del Mar Salazar..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....08..... de.....Mayo..... del 2023

Jorge Del Mar Salazar  
.....  
Firma del participante

Angela Nataly Sosa Chumbe  
.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

Laidy Mabre Moreno Castillo  
.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)



ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Pablo Feliciano Villalpa de Uschugua Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....08..... de.....Mayo..... del 2023

.....  
Firma del participante

.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....939764201

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Gabriela Pejay Blanco..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....08..... de.....Mayo..... del 2023

  
.....  
Firma del participante

  
.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....904757340.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Edith Yane Carrasco..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....06 de.....Mayo..... del 2023



Firma del participante



Angela Nataly Sosa Chumbe



Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....961719886

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Yannik Moya Faustino..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....<sup>08</sup> de Ayo..... del 2023

  
.....  
Firma del participante

  
.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Lady Yolanda Villanueva Castillo..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la Investigación

Canta.....08..... de.....Mayo..... del 2023

  
Firma del participante

  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
Laldy Mábrc Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laldymc.19@gmail.com](mailto:laldymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, José Acosta Lopez Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta 08 de Mayo del 2023



Firma del participante



Angela Nataly Sosa Chumbe



Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo 974837274

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Juan Ricardo Morúa Abante..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....08 de Mayo..... del 2023

Juan Ricardo Morúa Abante  
.....  
Firma del participante

Angela Nataly Sosa Chumbe  
.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe

Laidy Mabre Moreno Castillo  
.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....925148688

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Julissa Carey Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....15..... de Abril..... del 2023

Firma del participante

Angela Nataly Sosa Chumbe

Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....927756895

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)



ANEXO

Carta de Consentimiento Informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Manuel León Cubas..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....15 de Abril del 2023



Firma del participante



Angela Nataly Sosa Chumbe



Laidy Mabré Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, ..... Emerson Cubas ..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta...../15..... de.....Abril..... del 2023



.....  
Firma del participante



.....  
Angela Nataly Sosa Chumbe



.....  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Wilder María León..... Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....15..... de.....Abril..... del 2023

W. María León  
Firma del participante

Angela Nataly Sosa Chumbe  
Angela Nataly Sosa Chumbe

Laidy Mabre Moreno Castillo  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....974 415 612

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

ANEXO

Carta de Consentimiento informado

**Carta de Consentimiento Informado**

Yo, Verónica Camillo Indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación: "GESTIÓN TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CANTA, LIMA, 2022". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:


- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.


Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación

Canta.....15..... de.....Abril..... del 2023

  
Firma del participante

  
Angela Nataly Sosa Chumbe

  
Laidy Mabre Moreno Castillo

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador [angela.nataly09@gmail.com](mailto:angela.nataly09@gmail.com) o [laidymc.19@gmail.com](mailto:laidymc.19@gmail.com)

## ENTREVISTADO N° 01

Nombre de investigador/entrevistador: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Emprendimiento artesanía

Edad del entrevistado: 36 años

Fecha de la entrevista: 15 de abril 2023

Hora de entrevista: 2:45 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

- 1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Las zonas turísticas, sus paisajes, más arriba hay lugares bonitos como cataratas, lagunas ruinas es lo que le hace un destino de competitividad.

- 2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

En algunos no, están empezando a planificar, como han pasado accidentes todo eso y por eso están haciendo con más responsabilidad hacen cualquier cosa.

- 3. ¿Cómo se innova en productos y servicios en Canta?**

La gente innova a través de vestimentas porque el turista busca abrigos, ropas y vamos trayendo lo que ellos necesitan, satisfacemos sus necesidades.

- 4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si, Más que todo las zonas turísticas yo recomiendo q que vengan a conocer las cataratas que son bonitos, inmensos, más que todo recomiendo que vayan a tal sitio, ya sea que pueden ir caminando porque los que alquilan los caballos cobran mucho se le explica y se le orienta al turista.

### **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

- 5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Bueno así nada mas no tienen reunión, la municipalidad debería tener reunión orientar a todos los comerciantes, tanto como artesanía, heladería y restaurantes, capacitarlos en cómo atender, para que los turistas vuelvan.

Algunos restaurantes exageran con los precios todo eso deben poner un límite hasta cuanto pueden subir, tiene que haber supervisión.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Hay varios tipos de actividades, el que se ha implementado como principal son los paseos a caballo.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Si se establecen acciones, porque la mayoría de personas vienen dejan sus basuras, contaminan el medio ambiente, no es aquí como en lima, en lima yo veo que tienen sus calles de basura, a cambio aquí cuidamos, más que eso la naturaleza, el campo y hay gente de lima vienen van a campar al campo y dejan pañales otras basuras todo lo dejan y al rio también avientan basura, la municipalidad manda a su personal de limpieza a limpiar.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Siempre se necesita capacitaciones, hay algunas emprendedoras y exageran el precio y se aprovechan de ello cobrándoles más al turista.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

La mayoría pública mediante el internet, de ahí tampoco no veo que se compromete a dar mucha publicidad.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

No, no hay apoyo de parte del alcalde, no nos brinda un tipo de ayuda.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Si el presenta el presupuesto le respondería, pero no te sabría decir si está presentando, no hay un presupuesto.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

No, hacen ningún trabajo no veo de parte de la municipalidad.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

He visto por internet que publican, algunos no publican bien.

## ENTREVISTA N° 02

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Restaurante El Porteñito

Edad del entrevistado: 30 años

Fecha de la entrevista: 15 de abril 2023

Hora de entrevista: 3:00 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Aquí en canta bueno por lo que es cerca, más cerca que diferentes lugares prácticamente estamos a una hora, hora y media porque es cerca y la gente ya conoce por la distancia.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

Claro si en el mejoramiento de las actividades turísticas.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

A través de los insumos es elaborado en canta artesanalmente igual la artesanía es elaborada en este lugar.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si mejoran la oferta turista a través con diferentes empresas para que puedan ser conocidos.

### **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

En el caso de la gastronomía, típico del lugar se trata de mejorar con la sazón y en tema del transporte tienen que tener un mejor trato al turista.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Claro, sí, hay alquiler de caballos en temas de restaurantes.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Bueno en el caso de nosotros mismos conservarlo, claro limpieza pública viene la municipalidad hacer limpieza a mejorarlo, apoyamos en la limpieza mejoramiento, por ejemplo, para semana santa empezamos a implementar a rellenarlo ósea hacer una faena limpieza pública total.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Si mediante el ingreso brindan seguridad, hasta la fecha no habido ningún problema de robo nada de eso.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

A través de la publicidad en las redes, viene toman fotos y tratan de verlo y se implementa el turismo.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Apoyo si, la municipalidad nos apoya, con el tema de la ordenanza, viene el alcalde nos pide que nos ordenemos nos supervisan, piden carnet de sanidad, hay un control en cada restaurante más que todo la limpieza.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

No cuentan con recursos económicos para hacer mejoras en lo que es infraestructura, por eso el lugar esta como esta.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Recursos humanos tampoco no tenemos no se hace notar porque no vemos siquiera que sea implementado en nada.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

La tecnología por medio de la municipalidad lo único ellos mismo son lo que hacen mandan al gobierno regional y ellos se encargan de eso de hacer publicidad.



## ENTREVISTA N° 03

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Productos artesanales

Edad del entrevistado: 18 años

Fecha de la entrevista: 15 de abril 2023

Hora de entrevista: 3:20 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

- 1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Es el lugar muy bonito para venir acampar sobre todo las cataratas, los caballos hay zonas arqueológicas hay diversidad.

- 2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

La municipalidad no vine mucho haber no dan charlas en como tratar al turista, es mentira decirle que sí, pero no vienen.

- 3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Claro, si le damos un buen trato y se le explica lo que contiene los quesos, por ejemplo, el queso con orégano, que es de leche hervida no tiene grasa, el manjar blanco que no es procesado es artesanal elaborados aquí a base de pura leche, la miel, el polen para los huesos.

- 4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si se hace reuniones en temas de los productos lácteos nos juntamos empezamos hablar para ir a traer de otros lugares por ejemplo la leche la mantequilla, los quesos los ingredientes que no hay para elaborarlos.

### **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

- 5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

La limpieza, el buen trato a los turistas.

- 6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

El destino es muy bonito para venir a visitar, en mi punto de vista los cuatrimotos es una actividad que trae el turismo porque hay gente que le gusta mucho la adrenalina, pero no abierto ósea en las carreteras, porque puede haber accidentes por los carros sino en un espacio cerrado un espacio especialmente para cuatrimotos, los paseos a caballo.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Si en Implementación, hacer saber al turista a las personas que es un bonito lugar es tranquilo que hay un buen trato y saber buscar a un buen guía, porque la gente se deja llevar le dicen cualquier cosa y le engañan.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Si mediante el ingreso brindan seguridad, hasta la fecha no habido ningún problema de robo nada de eso.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

A través de la recomendación, el buen trato, la comida buena sazón y l agente ve que es buena regresa.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

No es muy poco, es como no le toman mucho interés, sino que la gente más se enfoca en Canta hacen sus reuniones y no viene a obrajillo a dar charlas como mostrar un buen trato, solamente en lo que es transportes le dan prioridad.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Si hay, sino que Canta se concentra ahí en la misma ciudad y no salen a ver los lugares que son más visitados por los turistas.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Recursos humanos tampoco no tenemos no se hace notar porque no vemos siquiera que sea implementado en nada.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Si es buena he visto que publican ellos mismo y hacen que sea promocionado de manera rápida.

## ENTREVISTA N° 04

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Emprendimiento de caballos

Edad del entrevistado: 60 años

Fecha de la entrevista: 15 de abril 2023

Hora de entrevista: 3:42 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Sus paisajes, el río y lo bueno que está cerca hay una cercanía a la capital porque tenemos unos 100 kilómetros, del centro de Lima hasta acá porque si dejamos de contar del km 22 son 80 así la cercanía a la capital es porque es económico y la gente eligen este destino y después de lo otro todavía estamos en pañales no nos desenvolvemos como debería de ser, porque las autoridades no lo toman importancia, porque las autoridades se han formado en el campo, las chacras, la siembra, la ganadería la agricultura es chocante pues no uno que sepa de ganadería y es chocante que sepa de turismo así tenga su asesor no es pz. Nos deberían a nosotros incentivar para ir adelante estamos así varios años en el turismo y no hay nada nuevo, por ejemplo, estos locales deberían cambiar su infraestructura ya que sea un poquito más llamativo, el turismo es más natural desde hace mucho tiempo.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

Planificaciones algunas, es que es una zona rural y el turismo todavía está muy poquito nuevo, no tan nuevo, pero, de todas maneras, no ha sido desde antes como 15 a 20 años.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

No hay apoyo y por ende no hay innovación de parte de los emprendedores.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Cada uno ve su bienestar propio. Eso influye bastante a la municipalidad si la

municipalidad pone una ordenanza entonces nosotros acatamos a la ordenanza, para empezar, no tenemos licencia de funcionamiento, no tenemos un adecuado de recojo de basura no, el único río chillón es el único río que lo mantenemos limpio, la municipalidad no hace nada. Mira cuantos restaurantes hay en este lugar, ahora no viene el recojo de basura nosotros indirectamente o la población indirectamente a donde arroja su basura al río estamos contaminando el río.

#### **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

La municipalidad pues nos de charlas de manejo, recién hace poco hubo una charla, el manejo de CENFOTUR, mira recién se ponen las pilas, pero bajo la presión de nosotros, diciéndoles señor alcalde haga esto haga el otro así.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Si se permite, claro el deporte de aventura.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Como le digo estamos pobre en esos principios, porque la municipalidad no implementa esas cosas, dejadez lógicamente de parte de las autoridades, porque la verdad esto es un lugar turístico y deberían la municipalidad incrementar esas cosas para desarrollarnos mejor.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Como le digo obvian las autoridades en estos aspectos de turismo.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Cada uno ve de acuerdo a sus posibilidades.

#### **GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

No hay apoyo, no se ve reflejado ya que la municipalidad no da ese apoyo necesario para sobresalir.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Si tiene, si en infraestructura y en todo solo que no lo saben utilizar ahora Obrajillo tiene como 250 mil y no saben hacer con tanta plata canta también tiene plata mire, pero no solamente es eso, el puente no tiene baranda y en

tiempo de invierno el río se carga y es peligroso con eso te estoy diciendo todo. Aquí tenemos bonitos lugares un paisaje hermosísimo, cataratas bonitas lagunas tenemos ruinas, pero si ustedes van a las ruinas de Cantamarca no tiene acceso una carretera que no tiene mantenimiento, uno que viene de Lima quiere conocer, pero el carro te cobra 30 a 40 soles no porque está cerca sino es un peligro, pero si tuviera la carretera bien bonita hace rato irían, pero si invirtieron en uno que es privado que es el Machu Picchu limeño ahí si le metieron maquina pero uno que es del estado que está abandonado ni caso lo hacen.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de Canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Usted vera no hay ninguna obra respecto al turismo de la municipalidad del gobierno todo es natural nosotros trabajamos a lo que podemos trabajar empíricamente primitivamente hay que trabajar

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

A través de las redes sociales cada uno hace su publicidad, su promoción del destino.

### **ENTREVISTA N° 05**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Restobar Las Delicias

Edad del entrevistado: 25 años

Fecha de la entrevista: 15 de abril 2023

Hora de entrevista: 5:12 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

#### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Como le digo, a Canta le hace competitivo sus paisajes, la naturaleza que tiene, sus recursos turísticos y el buen clima que tiene.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta?**

### **¿De qué manera?**

En la alcaldía anterior no había mucho apoyo, pero ahora recién el alcalde lo está poniendo punche en lo que es el turismo, porque acá todo es turismo naturaleza deporte extremo, cosas, así como está cerca de lima es una de las opciones que es Canta.

### **3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

No hay apoyo.

### **4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si, si no todos, pero si, cuestión acá el restaurant Las Delicias si este tenemos una página en le Facebook, tenemos este en Google más estamos cada cierto tiempo estamos variando en lo que es la carta, mejorar la carta, las presentaciones, innovar en platos cosas para que el cliente se sienta a gusto.

## **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

### **5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

En el mejoramiento, uno de los puntos más importantes es que el cliente, ose no es que solamente el cliente llegue y se sienta y pida el plato que le gusta nada sino estar pendiente, por ejemplo, necesita un cubierto más necesita alguna cremita más, está a gusto cualquier cosa me pasa la voz cosas así cosa que no lo deje solo al cliente ahí que termine su comida que pague y se retire no es así.

### **6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Aquí en si por en si el turista ve que Canta es el punto centro para que se vayan a obrajillo a distintos lugares turísticos como la cordillera de la viuda todos los turistas llegan acá y de ahí salen a los lugares.

### **7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Lo primordial es la capacitación capacitar a las agencias que hay varias si, también capacitar a los restaurantes a dar un mejor servicio no todo los restaurantes dan un buen servicio acá nosotros si brindamos un buen servicio a los clientes como para que los clientes se vayan contentos, se vayan tranquilos y ellos regresen porque uno sabe que hablando bien o teniendo una buena expectativa o algún lugar acogedor ellos van a volver y van a pasar la voz a sus amistades a sus familias para que regresen.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Mediante la gestión adecuada de la municipalidad.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

En cuanto a promoción y publicidad así en Canta en le fan Page no tienen casi aquí la mayoría no tiene y llega el turista y como llega en la avenida principal ahí hay jaladores que te ofrecen paquetes turísticos, sino ellos mismos viene acá a la plaza a buscar turistas a ofrecerlos.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Como le digo, en la alcaldía anterior no había tanta concentración en lo que es el turismo, pero ahora si está habiendo capacitaciones para lo que es el turismo, están dando como un mapa donde están las agencias, los restaurantes por donde tienes que ir, también están brindando capacitaciones de primeros auxilios que es importante porque nosotros trabajamos con una cocina y en cualquier momento podemos tener un accidente también brindando eso.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Sí, creo que es ya gestión del mismo alcalde para que le pida a la regional claro porque es la provincia de canta esta una de las tantas provincias a nivel regional.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

No, no hacen eso están más concentrados en su gestión social y no en el turismo.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Como le dije no hay un fan Page, no tiene algo como que el turista de lima busque antes de venir a Canta no hay, en el internet encuentras así nada más encuentras personas que están promocionando paquetes sí, pero una agencia o que tenga el sello travel no hay acá en Canta.

## ENTREVISTA N° 06

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Lácteos Ashley

Edad del entrevistado: 34 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 12:04 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Creo que por la naturaleza es más tranquilo, centros turísticos, creo que sería por todas esas cositas.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

No tampoco, no hay señalizaciones, orientadores, no hay nada de esas cositas aquí.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Bueno este a nivel de productos, la gran mayoría de la gente se dedica a lácteos, la ganadería, hacen quesos en todo derivado, mayormente son personales o sea el personal viene y ofrecen sus productos al turista no es que hay un programa o lugar.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Mira ahora no hay nada de eso, pero si hay agencias de lima que ellos mismos promocionan en sus páginas ellos venden sus paquetes de full Day ellos son los que vienen mayormente así todo eso es por las redes sociales no.

### **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Para mejorar sería de repente capacitaciones para mejorar y como que la



mayoría son informales.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?  
¿Menciónelas?**

No, no hay un incentivo de la municipalidad, bueno ahora de repente recién hay una actividad porque anterior mente nunca habido por el sector turismo, no se ha implementado nada.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Ninguna, no hay ninguna acción por el momento, hay varios centros destinos turísticos como lagunas catarata, pero no hay una implementación de una educación de limpieza, ósea la gente va bota sus desperdicios y nada más y la municipalidad no pone de su parte para ver los lugares.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Mira sobre el tema de turismo los atractivos son terrenos comunales no le compete a la municipalidad el cual si trabajan en conjunto creo que lograrían algo mejor, pero la municipalidad es ajena a eso ya que no pueden poner mano a esos terrenos o a esas atracciones.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

No, no hay nada de publicidad, como te digo no lo único que hay son redes sociales, hay personas que viene toman fotos, videos eso lo publican a sus amigos a eso poco a poco se hace viral y eso es la única fuente que hay acá.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

No hay apoyo en ese sentido los que quieren sobresalir no le dan ese apoyo de parte de la municipalidad nunca les ha apoyado, a veces nos ponen trabas para poder trabajar.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Creo que por el momento no va a ver nada de eso, ya que no hay presupuesto de parte de la municipalidad, el alcalde creo que no ha dejado nada para este año entonces no se hace nada este año hasta el año que viene ya que se va a gestionar.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el**

### **destino?**

Como te dije esta gestión es nueva y mayormente no hay nada, ningún volante, propagandas o algo que diga sabes que hay que hacer una reunión con los comerciantes de repente con los prestadores de servicio para poder nosotros quizás dar opiniones acerca sobre los destinos no hay nada de eso todavía.

### **13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Se usan bien ya que por celulares o videocámaras vienen como le dije no toman videos y eso hace que la gente suba y también hay cosas buenas como también negativas ya que pasa cualquier cosita en Canta paso esto y ya la gente no viene o dicen este lugar es bonito lo publican y la gente viene por las redes sociales, ya que por los huaicos que hubo últimamente feliz mente en marzo fue lo mismo solamente fue la parte baja no fue en Canta, Canta es provincia es grande pero se divide en dos Canta baja y Canta Alta al final no hubo nada de esas cositas todo fue en la parte baja pero de todas maneras la gente tenía miedo a subir entonces el turismo ceso no hubo gente los productos o la mayoría de personas han estado en nada.

## **ENTREVISTA N° 07**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Los Rayos del Sol

Edad del entrevistado: 55 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 1:33 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

#### **1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Mira Canta en si la provincia es bonita, en cuestiones de vegetación lo que emprende es su clima, su vegetación es hermoso, pero desgraciadamente Canta es nombre nada más, la misma provincia no le da la importancia lo que

es Canta a pesar que la gente se queja que Canta es la calle chiquita, pero la gente sigue yendo eso es lo interesante de Canta.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta?**

**¿De qué manera?**

Todavía nos falta eso bastante.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Mira, como te digo, aquí en Los Rayos del Sol como ya tenemos chef la calidad de servicio va mejorando en lo que es la presentación el buen trato de esta manera vamos avanzando a que el turista regrese de nuevo.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si, En ese aspecto yo al menos los rayos del sol trabajamos con varias agencias turísticas, ellos vienen ya trabajo años, inclusive antes de la pandemia tenía como veinte empresas que trabajan conmigo, pero después que empezó la pandemia decayó un poco el turismo y ya pues se cerró, y ahora se está empezando a reactivar.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Bueno la única manera para mejorar es que cada día tenemos que mejorar, o sea así perfeccionándonos, mejorando en la mejor atención la comida que sea más agradable, eso creo que es el éxito de nosotros.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?**

**¿Menciónelas?**

Aquí falta eso, desgraciadamente los emprendedores, las pequeñas empresas de alguna u otra manera este tratamos de fomentar el turismo, pero de parte de nuestras autoridades, nuestros gobiernos locales regionales no le dan mucho énfasis, están empezando, pero no con mayor fuerza que uno quisiera.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Mira en cuestión de limpieza Santa Rosa de Quives al menos se mantiene limpio porque los camiones de la municipalidad en ese aspecto si nos apoya y nosotros mismos ponemos nuestros tachos tenemos nuestros horarios donde tenemos que botar la basura en ese aspecto sí, pero la provincia de Canta un poquito desordenado, pero en Santa Rosa de si si se mantiene el orden y la limpieza.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Mira señorita aquí en Santa Rosa de Quives tenemos dos a tres clubes, pero para la demanda que se da en este lugar queremos que la misma gente porque de la autoridad no pedimos nada de esos, que la misma gente se proponga ver más restaurantes más hoteles más juegos, cosas que atraen al turista, ferias que es bueno la gente viene a comprar cosa del lugar, sus manzanas sus paltas , eso va hacer más atractivo para la gente, hacer ferias eso le compete a la municipalidad con el apoyo de las empresas privada, pero le falta esas cositas.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Mira en eso de la publicidad eso mismo yo lo hago yo lo pago, tengo mi márketing y yo mismo lo promociono, pero eso me cuesta a mi hijo también es el quien mueve las redes, es de mi parte, pero así general cada uno hace lo que pueda.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Mira señorita eso no yo tengo más de veinticinco años y nunca me han apoyado, yo por mis sacrificios mi esfuerzo, por mi dedicación que le ponemos a la empresa que cada día tiene que mejorar y eso es lo que hacemos, y justamente estoy postulando para el turismo emprende vamos a ver de que manera nos apoyará, porque yo he tenido aparte de esto he tenido en la parte de abajo he tenido otro negocio, he tenido otro restaurante lo que ha pasado es que por temas del desborde de la laguna y toda la parte baja a rasado, los Rayos del Sol ya no existe ya por eso estoy acá y que nos han apoyado hasta el día de hoy no nos han apoyado, pero yo por mi parte estoy ahí sobresaliendo.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Si la provincia si cuenta, pero desgraciadamente no lo mejora los animales están pro aquí por allá en desorden y eso lo compete a la municipalidad, ordenar.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Lo único bueno de la municipalidad es que te apoya cuando quiere fiscalizar y

ordenar nada más después para mejorar no, para poner multa, para fastidiar para eso nada más, es bueno para buscártela sin razón, en vez de promover o asesorarte, te falta esto el otro así, eso debería de hacer la municipalidad no poner traba al emprendedor, como te digo yo he sido ambulante hace 25 años empecé con cuatro mesitas ahora Rayos del Sol es una empresa imagínate he crecido poco a poco.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Parece mentira no la tecnología es buena señorita, por ejemplo, bueno ya tenemos el internet, por aquí vienen los clientes señor este su wifi ahora la mayoría maneja tarjeta, plin, yape nosotros estamos al día en eso, eso es bueno.

**ENTREVISTA N° 08**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Contri Club

Edad del entrevistado: 34 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023 Hora de entrevista: 2:00 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

**LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Canta es un destino que gracias a su clima naturaleza, sus paisajes, sus recursos turísticos lo hace competitivo ya que está a una hora de lima y se puede llegar con facilidad.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

Bueno todavía aún les falta, porque no se ve reflejado mucho en lo que respecta al turismo u se necesita una buena planificación para que así canta sea potencial en todos los aspectos.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Bueno no hay mucha innovación porque los emprendedores no están

capacitados no todos no, pero la gran mayoría se conforme con lo que tiene y eso hace que el turismo se estanque no hay mucha innovación de parte de lo que brindan los servicios turísticos.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Son raras veces que hay las alianzas, muchas empresas o instituciones o por medio televisivo son los que impulsan la oferta turística, los canales televisivos van a grabar, pero por su propia cuenta, pero si la municipalidad se pone las pilas yo sé que mejoraría sus ofertas turísticas.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Ante eso se mejora a través de ese plus que el emprendedor hace mostrar, probar, o brindas el servicio uno de ellos es la atención que brinda al cliente, pero aún falta mejorar en esos aspectos.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Hay muchas actividades dentro de ellas está el paseo a caballo, cuatrimoto, CANOPY, y entre otros. El cual se debería de implementar como visitas o camping nocturna cerca al rio.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Aun les falta en ese aspecto Canta esta como esta, falta promover mucho el turismo y si no hay acciones no hay mejora.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

No hay un buen manejo de los atractivos porque cada uno vela por sí mismo los que manejan son los mismos emprendedores, son ellos que dan un buen manejo.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Por lo que he visto hay algunos canales televisivos que promocionan el destino de Canta, y bueno a través de las redes sociales.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

No hay apoyo de parte de la municipalidad ya que lo han dejado de lado al turismo y las empresas turísticas ya se restaurantes hoteles campestres no he escuchado o visto que estén brindado apoyo.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Si la provincia cuenta con recursos solo que no lo saben manejar, no lo saben administrar así sea lo poco se otorgue deberían de impulsar más el turismo.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Al parecer no porque no hay proyectos que sean relevantes con respecto al turismo.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Bueno alguno lo usan bien y otros no, muchos publican lugares que no hay acceso a Canta, y bueno otros que si promocionan a Canta como un centro turístico par a disfrutar con la familia o amigos las redes sociales es muy importante, pero hay que saber utilizarlo para así no dar una mala información.

## **ENTREVISTA N° 09**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Transporte turístico Canta

Edad del entrevistado: 30 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023      Hora de entrevista: 2:40 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

A tan solo una hora de lima Canta es un destino que en su clima es cálido y eso favorece al turista, ya que busca interactuar o respirar un aire limpio fuera de lima ya que hay mucha contaminación y Canta es una opción para visitar y

no solo por eso sino por su naturaleza que es un lugar muy hermoso.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta?  
¿De qué manera?**

No, porque no se ve reflejado con tan solo ver a la provincia de Canta hace falta muchas cosas como fomentar el turismo, y para ello se necesita tener un plan de desarrollo turístico.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

En productos se innova a través de que se implementan nuevos insumos o se impulsa con diferentes diseños referente a la artesanía entre otros, y en servicios en crear una imagen nueva, en lo que es gastronomía se crea nuevos platos típicos sin alterar lo que produce el lugar.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

No, porque la municipalidad se limita a tener este tipo de apoyos ya que los que están en la gestión no prevalecen mucho la oferta turística y para tener alianzas estratégicas se necesita de personas que si buscan el desarrollo del destino.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Brindándole un buen servicio especializado, ya se profesionalmente o por las experiencias que uno tiene durante el tiempo, la calidad se basa en brindar una buena atención al cliente y que la oferta turística se en eso ámbitos.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?  
¿Menciónelas?**

El turismo de aventura es una actividad que muchos turistas prefieren, y es por ello que una de las actividades es por ejemplo las caminatas hacia las cataratas de Canta, las escaladas de rocas, la cabalgata hacia un recurso turístico. Hace que el turista se lleve una experiencia inolvidable.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

No, porque no hay proyectos o un mantenimiento de parte de la municipalidad que realice ante el turismo, es por ello que Canta no sobresale ante estos aspectos.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Mediante la supervisión de que la municipalidad nos brinda y teniendo al día los requisitos que pide en cada área como por ejemplo ser formales y mostrar



que estamos habilitados para ofrecer nuestros servicios ante el turista.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Recopilando toda información y por los medios o servicios que se ofrece, capturando fotos que son relevante para el turismo, sobre todo las redes sociales es una opción para promocionar cada actividad que se realiza en la provincia.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

A través de las capacitaciones, talleres, ferias que se da en cada fecha festiva y potenciar a si el turismo y que puedan tener una encomia favorable para el sustento del emprendimiento.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capitaciones de turismo, entre otros?**

No cuenta con los recursos suficientes para que realicen proyectos o talleres, porque se nota durante el tiempo que uno vive, no se ve cambios en muchos aspectos es por ello que los recursos son bajos. Y no hay acciones de mejora.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

No, porque no lo saben administrar.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Mediante las redes sociales el Facebook de la municipalidad más que todo y bueno algunas personas que transmiten por canales televisivos o radios.

**ENTREVISTA N° 10**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Emprendimiento de carnes de la zona

Edad del entrevistado: 36 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 3:00 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

**LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

La cercanía con Lima estamos a dos horas o dos horas y media entonces estamos cerca y por eso es que vienen más personas aquí porque es como la sierra, pero más cercano que otros lugares como Huaraz, por ejemplo, que es más lejos, entonces por eso y acá hay mucha diversidad para comida, paisajes y actividades turísticas.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

No, yo vivo aquí varios años, como 9 años y la verdad nuestras autoridades no hacen mucho por mejorar las cosas, después de la pandemia el turismo está bajo, no como antes.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Bueno aquí se trata de innovar en lo que son deportes de aventura que es lo que está llamando mucho la atención están tratando de buscar nuevas rutas para que puedan ofrecer a los turistas y no sea lo clásico que siempre dicen que es Canta La cordillera, no hay más cosas, pero en de San Buenaventura que también pertenece a Canta está el Machu Picchu limeño que también ha llamado mucho la atención.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si, a veces viene grupo escolares o universidad visitan, se van almorzar en los restaurantes que el dueño tiene trato, cuando se queda a veces hacen camino se quedan en los hoteles, pero primero los dueños con los operadores llegan a un acuerdo.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Tratamos de siempre mejorar en como nosotros hablamos a nuestros clientes hay veces nos preguntan entonces tenemos que informarnos lo poco que podemos saber le podemos orientar a los clientes porque a veces vienen nos preguntan entonces este tratamos de brindarles un servicio bueno explicando y así.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?**

### **¿Menciónelas?**

Aquí han implementado mucho lo que es deporte de aventura como canopy, canotaje, escalan y hacen muchas cosas con mucha adrenalina que es lo que les gusta a los jóvenes más que nada que vienen aquí.

#### **7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Aquí la verdad se hace lo que puede, nosotros como negociantes debemos encargarnos de limpiar nuestras veredas y así nosotros nos organizamos para poner botes de basura.

#### **8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Bueno acá no hay buena gestión porque recién se ha creado el sector turismo no existía por lo tanto no hacían mucho trabajo en lo que es turismo a últimamente he visto que había en canales así a visitar hacer este reportaje, pero es reciente no siempre ha sido así le falta mucho están empezando de poco en poco.

#### **9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Bueno aquí también como te digo este recién están empezando lo que es gestión en turismo entonces hay poca promoción y publicidad, pero están tratando de reactivar el turismo aquí de que venga más gente llamando a la prensa que hacen reportaje y todo eso.

### **GOBERNANZA:**

#### **10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

La verdad que a los emprendimientos turísticos los negocios que nosotros creamos no hay mucho apoyo por parte de nuestras autoridades solo tenemos que arreglarnos las solas y bueno ver la manera de uno salir adelante.

#### **11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Sí nosotros tenemos recursos económicos, sí hay visitas no tanto como antes pero sí hay tal vez nos podrían dar charlas talleres sobre cómo mejorar nuestro servicio infraestructura no creo porque eso sí costará más dinero y si no pueden hacer talleres peor será que una infraestructura.

#### **12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de**

**canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Bueno recursos humanos nos sabría decirte respecto porque yo no he visto proyectos de mejora en este me encanta entonces este no sé qué proyectos nuevos estábamos haciendo jalado en algo y mejor en las calles o implementen cosas nuevas.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Bueno aquí la tecnología es importante, yo veo que mucha gente viene se toma selfie sube a las redes sociales y bueno eso es un apoyo, porque dicen bueno visita a Canta y eso es lo que atrae más turistas. En este caso con la difusión que están trayendo periodistas recién, aquí hay canales de televisión que hacen noticias y reportajes sobre Canta están empezando a promocionar el destino, entonces esperemos que eso sirva.

## **ENTREVISTA N° 01**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Municipalidad Provincial de Canta

Edad del entrevistado: 30 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 09:15 a.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Bueno Canta a dos horas de lima, pues Canta tiene un buen clima su infraestructura sus servicios básicos cuenta agua potable bueno por el tema de los huaicos su acceso ha sido afectado.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta?  
¿De qué manera?**

Mira ahora estamos trabajando en ello como municipalidad estamos realizando

cursos para los prestadores servicios turísticos para su mejora de la calidad de atención lo que ellos mismos ofrecen, cursos dictados por el centro de información turística a establecimientos a restaurantes y hospedajes y también se realiza lo que es ferias gastronómicas

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Normalmente se puede innovar en lo que es gastronomía lo que hora más se ofrece, pero de ahí lo que es artesanías hay alguno que es a base a mano lo que es industria lo traen de lima.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si hablamos actores vendríamos hacer ser todos tanto como privado como particular entonces se bien realizando la promoción turística ya sea por programas televisivos, Miski Takiy, fampage, y MINCETUR.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Por estos cursos que te estoy mencionando nosotros con el convenio con el centro de información turística el turismo MINCETUR venimos realizando lo que es cursos para los prestadores de turismo con el fin de que ellos mejoren lo que es su calidad su atención y así la oferta turística sea más.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Mira ahora ultimo hemos estado participando, como organizadores en las últimas actividades que se ha implementado es el Rally presidente Perú, para poder fomentar, la actividad turística y la promoción turística.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Ahora hay convenios que se está realizando con el trabajo con el Ministerio de cultura, para el tema de la revalorización de sitios arqueológicos con un gremio de turismo para ver y ubicarlos a nosotros como provincia, como un lugar turístico permanente, ahora se trabaja por comunidades en eso si falta hay atractivos como por ejemplo obrajillo quien se involucra es la comunidad al igual como la cordillera de la viuda, pero administrativamente a quien lo compete es a Junín.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Mira señorita aquí en Santa Rosa de Quives tenemos dos a tres clubes, pero

para la demanda que se da en este lugar queremos que la misma gente porque de la autoridad no pedimos nada de esos, que la misma gente se proponga ver más restaurantes más hoteles más juegos, cosas que atraen al turista, ferias que es bueno la gente viene a comprar cosa del lugar, sus manzanas sus paltas , eso va hacer más atractivo para la gente, hacer ferias eso le compete a la municipalidad con el apoyo de las empresas privada, pero le falta esas cositas.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Por la página web como te mencione hace poco estuvo, así como promoción turística la sub gerencia de desarrollo económico, se creó la alianza que el programa de Miski Takiy venga a realizar grabaciones.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Mira por la difusión por las propagandas, por ejemplo, nosotros hacemos convenio con este evento que es un Rally a nivel nacional, al buscar crear alianzas con estos eventos hacemos que la mira este aquí en Canta la provincia, no solamente para la municipalidad si no que estos eventos ayuden a traer más turistas más visitantes es favorable para los restaurantes y hospedajes.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

El tema de lo que es presupuestal yo tengo entendido es un monto muy bajo, para hacer un proyecto se necesita un presupuesto.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Como el área de subgerencia de desarrollo económico turístico están enfocados de lograr un presupuesto para enfocarnos en lo que es la mejora.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

A través de lo que es el fan Page, el Facebook los medios televisivos.

## ENTREVISTA N° 02

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Municipalidad Provincial de Canta

Edad del entrevistado: 52 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 09:34 a.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

- 1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Bueno en ese caso estamos flaqueando porque no se cuenta con inversiones puntuales no es mínimo la inversión que hace el estado a través de la región no nos permite desarrollar mas no por ejemplo la intervención acondicionamiento deparadores turísticos recursos turísticos.

- 2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

Bueno esta para actualizar el plan de desarrollo turístico permitiría orientarnos así en sus puntos de quiebre.

- 3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

En cuanto los operadores en los viajes hacen su márketing en cuanto productores pecuarios a través de los derivados algunos ya cuentan con marca.

- 4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si, a través de la Cámara de Comercio, las comunidades a través del concurso del programa PROCOMPITE, donde logran una inversión que le permite mejorar y presentar sus productos mejor, llámese piscigranjas, llámese productores ganaderos que es la multicultores que es parte de la cadena del turismo.

### **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

- 5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Los aspectos como reitero es la capacitación al operador y el otro aspecto es

en tema de fiscalización para exigir como producto de norma.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?  
¿Menciónelas?**

Si, a pesar de los pocos recursos que tiene la municipalidad, se ha logrado gestionar cursos de capacitación de CENFOTUR, dirigido a los prestadores de servicios, restaurantes hoteles y a fines, hacemos promociones televisivas, radiales, así como también impresiones físicas de la actividad turística de canta, participamos en eventos festivos como una forma de priorizar la actividad turística.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

A bueno uno de los aspectos que se viene trabajando es el tema de actualizar las ordenanzas plantear a la gestión la actualización la actualización del inventario turístico que es un punto vital gestionar proyecto de desarrollo en cuanto la intervención turística.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Bueno hay un proyecto que se está realizando, al respecto a ello el licenciado le va a dar más detalle el cual se está gestionando la puesta en el acondicionamiento de un sitio arqueológico un proyecto que se está luchando estos últimos meses.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

A través de nuestras redes, de diferentes medios de comunicación ya sea televisiva, radial o gráfico

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

A través de PROCOMPITE, ingresando a través de TURISMO EMPRENDE y el fortalecimiento de capacidades.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Es mínimo que se tiene, no contamos con los recursos suficientes.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Si está dentro de Desarrollo Económico y Turismo somos tres personales un Subgerente el licenciado en Turismo está en dos temas de proyectos la



licenciada Gaby que ve temas administrativos y la parte promocional.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Bueno estamos enfocados más en lo que es nuestra página institucional, después otro a través de la presencia de estudiantes que viene hacer sus trabajos de estudios de campo a través de grupos especializados en referente al turismo promoción turística, turismo de aventura turismo escolar turismo histórico y ecológico, así como también a través de los medios de comunicación ya sea abierta o cerrada.

**ENTREVISTA N° 03**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Municipalidad Provincial de Canta

Edad del entrevistado: 55 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 09:55 a.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

**LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

A ver lo primero la fortaleza que tiene Canta es que estamos cerca al gran mercado emisor de lima estamos a hora y media entonces hora y media y tenemos todo primero el paisaje he visto como recurso turístico, segundo la implementación de deportes de aventura que se empezaron en Santa Rosa de Quives con CANOPY Quives como tercero tenemos eventos culturales que nos ayuden y además que hay muchos grupos arqueológicos y la gastronomía que se ha posicionado en sectores como pucara y obrajillo, claro necesitamos nosotros apuntar más en el desarrollo de esos pueblos para ver el tema de atención al cliente.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

Por parte de la municipalidad la intención, el propósito la voluntad política está

de querer desarrollar el plan de desarrollo turístico local para la provincia de Canta y con ese compromiso se debe asumir de que cada distrito también debería desarrollar un plan de desarrollo turístico local esto quiere decir los distritos que consideren que tiene vocación turística y ello deberían desarrollar y eso se hace un consolidado a nivel regional están más preocupados lo que es temas de ferias , que eso yo no lo veo turismo.

### **3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Primero creando experiencias con los turistas ya no es solamente en venir ver si no el desarrollar algunas actividades, lo que sucedió hace unas semanas atrás fue muy importante y se está desarrollando por ejemplo algunas rutas de dan Gil para bicicletas eso es muy importante eso les da un valor extra un valor plus a lo que se pretende desarrollar y a lo que se tiene en mente en Canta. En artesanías es muy poco acá la innovación ahora con el curso que se supone que van a tener que replantear los menús hay que innovar salir un poquito de lo común ya se ha estado viendo mucha trucha frita, ceviche de trucha esas cosas.

### **4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Ha habido algunas alianzas estratégicas pero que no eran favorable para la municipalidad en el tema económico, hay que entender que nosotros como Subgerencia de Desarrollo Económico y Turismo no generamos ingresos como la Subgerencia de Tránsito y Transporte y la Gerencia de Desarrollo Urbano entonces por ahí no hay, a pesar que hay una Cámara de Comercio a pesar que hay una secesión de hoteles y restaurantes y afines todavía no se ha establecido un convenio que nos pueda decir este convenio nos va ayudar a refutar o relanzar la actividad turística en Canta.

## **PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

### **5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Lo principal son las capacitaciones, sino capacitas al personal que va trabajar en un restaurante, establecimientos de hospedajes o agencias de viajes la atención al cliente se va ver nervada y eso lo que nosotros estamos haciendo, tenemos un convenio nosotros con el centro de formación de turismo quien nos desarrolla las capacitaciones y esta próxima semana tenemos uno sobre Inocuidad en la Prestación de Servicios De Alimentos que es muy importante.

### **6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Sí, pero no son de parte de la municipalidad son de parte de instituciones que

viene desarrollar algunas actividades por ejemplo Perú Biker hace dos semanas atrás hicieron una bicicleteada desde el distrito de los Olivos hasta Canta y esa es una manera de promocionar el destino turístico, ahora el segundo fue este último domingo el automóvil Turing club del Perú hizo el rally en Canta el premio presidente de la república que también es una manera de promocionar el destino turístico o se se hacen ese tipo de actividades y también lo comentaron viene algunos programas como Willax como radio televisión peruana y todo lo demás a realizar algunos spots, programas dentro de la provincia.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Por el momento estamos haciendo labores de promoción pero después todavía no estamos tomando nosotros hay que entender que somos una gestión nueva y estamos viendo las posibilidades, estamos tratando de crear nuevos servicio de interpretación cultural en los diferentes monumentos arqueológicos y desarrollar algunos más, entonces cuando se tenga todo eso recién vamos a poder entrar con fuerza no, a mí me gustaría que venga un canal para hacer un reportaje sobre Catamarca por las festividades que hay acá.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Estamos en esa idea de poder implementar los guardianes del patrimonio en Canta para la protección de los diferentes grupos arqueológicos hacerlo más o menos como copiar el caso Checta que ya está señalado, que ya está enumerado los petroglifos nosotros también deberíamos hacer eso y grupos de turismo, ahora los emprendimientos que se dan en San Buena Ventura hay uno muy bueno el Machu Picchu Limeño o Imperio Guaya que atrae, el problema es el acceso no es ,uy bueno no es de nuestra incumbencia, relación o materia en poder mejorar, eso lo debería hacer el gobierno regional.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Estamos empezando ya lo hicimos con Willax para ver algún tipo de deporte de aventura en Canta, con el tema de Misky Takiy para ver el tema del patrimonio cultural e inmaterial, pero necesitamos más y a eso no pediría, se entiende que el gobierno regional debería de apoyar, pero se entiende que como gestión nueva también no está viendo al turismo como una potencialidad que se tiene.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

En capacitaciones y en asesoramientos ahora bueno pero no tiene la intención es que muchos de los emprendimientos no están formalizados y eso también es un problema es una debilidad porque nosotros queremos apoyar en todos los programas de PROCOMPITE que da a nivel regional o en TURISMO EMPRENDE en lo nacional no pero no se puede porque no están formalizados al cien por ciento y los pocos que están formalizados no sienten el ánimo porque el asesoramiento no lo podemos hacer nosotros, tiene que ser un asesora externo y tienen miedo de invertir porque es eso de inversión.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

En infraestructura no, en el mejoramiento de la calidad del servicio, los talleres de capacitaciones si nosotros lo desarrollamos eso sin ningún problema, pero si me pides que te construya una carretera de acceso a aun atractivo muy difícil.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Yo diría que recursos humanos no tiene nada que ver ese tema, los que vemos ese tema de proyectos somos nosotros entonces este si yo creo que estamos haciendo una buena labor para la protección y el cuidado de los recursos turísticos dentro del destino.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Por el momento solo redes sociales no hay otra forma, sería interesante no sé si han escuchado o han visitado Cayahuanca ahí están por ejemplo los murales con sus códigos QRS, eso es una forma de cómo puedes ayudar, los tics deben ayudar para que el destino se convierta en un Smart city, todavía estamos en eso, por el momento solo redes sociales.

**ENTREVISTA N° 04**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Municipalidad Provincial de Canta

Edad del entrevistado: 31 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 10:28 a.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

**LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Para empezar, estamos a dos horas de Lima, segundo tenemos la cordillera de los Andes, tenemos y somos Cuenca, Canta tiene siete distritos y cada uno si se podría integrar generaría una ruta turística muy grande, tenemos la Viuda, la Laguna de Chuchun, hace poco que hemos visto las ruinas, tenemos en diferentes distritos hay un mundo por descubrir, incluso acá en San Buena Ventura se ha creado el Machu Picchu Limeño, tenemos áreas verdes, ríos, montañas óseas es un potencial. El problema es que no se está aprovechando el potencial y eso es normal porque los cantinos no han descubierto ese potencial, tenemos mucho que brindar mucho por desarrollar es un proceso largo.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

No, hemos encontrado aquí Lima provincia una suerte de abandono al turismo, partamos de lo que el cantino no sabe de lo que tiene acá, al estar a dos horas de Lima es decir a una extensión de Lima no conocen Canta y de conocer solo conocen Obrajillo y ahí muere todo entonces no es así hay una deficiencia.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

En lo que es transporte la carretera Lima Canta se ha mejorado eso es un potencial o sea el turista han llegado, pero a nivel de las zonas de algunos distritos las carreteras están obstruidas no hay un buen acercamiento, estamos implementando políticas públicas para mejorar las rutas turísticas a nivel de los restaurantes y hoteles estamos en constante fiscalización para mejorar la calidad de servicio, y le hemos dado ideas como por ejemplo tener una fachada más atractiva tener quizás un palto típico de la zona donde puedan tener algunos productos andinos donde no solo sea pescado algunos insumos que no se ponen por ejemplo la pitajaya que está aquí no se explote, la chirimoya que si es un potencial hacia desarrollar a nivel de Arahua es muy fuerte son más

de 70 que se manejan y no hay entonces estamos creando ferias como la de la chirimoya la feria del truchero son cosas que no hay acá.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Hemos visto que muchos emprendedores del lugar que se dedican al rubro están desorganizados, en principio ni siquiera existe un registro de ellos o sea no hay una organización, un ejemplo la ruta de obrajillo a Canta no hay entonces es una gran deficiencia porque si no estamos en bloque no avanzamos uno por su lado hace esto sea un poco más difícil la municipalidad toma conocimiento y tratamos de organizarlos y registrarlos acá no y a través de PROCOMPITE y otros programas que existen darles motivos para que ellos tengan sus procesos.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Partamos del trato no, el turista siempre viene acá lo que siempre busca es el buen trato y entonces en ese sentido se está dando capacitaciones los que tiene los negocios de turismo, atender bien al turista, segundo los precios que se manejan lo disparan por ejemplo es algo que espanta a los turistas. Yo llego a canta me dicen cómo es posible que un palto de comida cuesta 70 soles es demasiado pero bueno es algo que a veces el negociante emprende sus negocios no es consciente de eso solo le importa ganar nada más, lo otro es la infraestructura que ellos tienen no aquí al menos en la provincia de Canta hemos visto que hay mucha deficiencia y mucho por mejorar con el tema de infraestructura es decir como recibimos al turista en como darle las comodidades en esos aspectos entonces estamos tratando de canalizar esas cosa el servicio turístico.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Por el momento están en ese proceso de implementación no es muy conocido aquí en la provincia de Canta hay varios lugares por parte de la municipalidad están generando políticos, incentivos se están generando rutas turísticas a través del presupuesto participativo.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

**8. Bueno a través de la subgerencia de turismo tengo entendido que ahí están ejecutando talleres, capacitaciones creando nuevos rubros, nuevos giros**

relacionado a la provincia de Canta y también a los emprendedores de estos rubros, ellos están haciendo programas de capacitaciones, programas de incentivo orientación y también están promoviendo que se crean nuevos por ejemplo están viendo crear el turismo nocturno porque eso no hay y eso es una deficiencia, pero si se está generando una suerte de incentivar y promover.

### **¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Primero tratamos de tener contrataciones privadas, muchos no quieren invertir porque Canta no es muy conocida en el sentido que viene un empresario acá y nos dice que cosa hay acá no tiene conocimiento, les explicamos y atraemos la inversión privada, le damos todas las facilidades a nivel de la norma si la municipalidad no se cierra en eso, por ejemplo, quieren una licencia le damos siempre en cuanto cumpla con los procedimientos.

### **9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Acá nivel de Canta tenemos quizás la parte más en la radio la municipalidad tiene una página oficial es cierto, promovemos, compartimos, pero quien tiene más impacto es la red, pero la red es una entidad privada entonces con ellos a veces por lo que hemos visto en sus transmisiones en vivo si promueven bastante el turismo, pero más en el tema de la música el problema es que un día están con la gestión y un día no un día nos apoyan otro día nos están chancando lo cual es entendible, pero lo cual eso no quita el potencial del turismo, es más hace poquito llego el canal cinco la banda del chino vinieron acá hicieron una promoción en semana santa, llegaron por recursos propios y le dieron las facilidades, estamos tratando de formar alianzas con ellos.

## **GOBERNANZA:**

### **10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Bueno como son actividades privadas, por lo general no hay un convenio, pero si hay un reconocimiento con el personal municipal, la municipalidad tiene lo que se llama registro único de organizaciones sociales le damos instrumento de gestión a través de una resolución de alcaldía o de gerencia municipal dándole facultades, es decir con ese documento pueden hacer gestiones a nombre de la municipalidad en cuanto a virtud, dicha responsabilidad, los espacios públicos que maneja la municipalidad está a disposición de los turistas digamos en semana santa la municipalidad contribuye en lo que es asesoramiento y hace una ejecución completa.

### **11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de**

**mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Ahí si hay una gran debilidad nosotros que hemos iniciado la gestión el presupuesto es muy limitado con decirte que Santa Rosa de Quives tiene más presupuesto que Canta con decirte eso te lo estoy diciendo todo. Pero si hay capacidad de gestión.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

Bueno no podría ver ese tema no tengo idea si hay recursos.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Acá las redes sociales es un bum, pero sentimos que nos falta algo más y eso implica ya aun terreno que se llama radio, televisión, pero tiene un costo, pero si hacemos uso de los instrumentos como las redes sociales.

## **ENTREVISTA N° 05**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Municipalidad Provincial de Canta

Edad del entrevistado: 58 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 10:56 a.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Canta es potencial en temas turísticos, por su geografía y por lo que tiene ose acá se tiene por ejemplo como centros arqueológicos como por ejemplo Cantamarca que esta aun nivel de ruinas de casi a la fecha de Caral, pero no se ha puesto en valor, se tiene los aspectos productivos como las truchas la ganadería, tenemos ganado ovino y también tenemos algunas estas alpacas



y llamas en las zonas más altas. Entonces hacer un turismo vivencial por ejemplo sería digamos un éxito aquí en Canta por la diversidad de producción y la geografía ecológica que tiene y si ustedes no saben tenemos aún área de reserva ecológica que está en Lachaqui, por ejemplo, eso no se está visitando los robles más antiguos de la zona. Entonces esa reserva ecológica todavía no se ha puesto en valor hay muchas cosas que tiene la provincia y que puede convertirla en un centro turístico de primer nivel a toda la región, pero no se están tomando las acciones adecuadas.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

No, no hay un plan de desarrollo turístico, no existe eso es responsabilidad de la oficina, pero no lo han hecho, porque tiene un costo que tiene que pagar la municipalidad.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

No hay innovación porque no se han hecho las cosas, pero si va del punto de vista de dar una innovación digamos la creatividad de los actores lo que va regir no ósea la creatividad en poner hoteles de primer nivel hacer por ejemplo los centros de esparcimientos con figura la finalidad es que jale más turistas entonces por ejemplo una innovación importantísima que si se ha hecho y que se vea es el Machu Picchu Limeño que se ha instalado acá en San Buena Ventura es una innovación porque es un Machu Picchu creado que se ha hecho fabricado que es una copia de Machu Picchu (Cusco) eso es una innovación eso se tendría que hacer centros de ese tipo con la finalidad de poder atender mayor cantidad de turistas.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si se tiene registrada a todos los actores turísticos y bueno trabajan con la municipalidad algunas acciones, pero no necesariamente involucrándose en el tema de la planificación para del desarrollo turístico, no existe plan todo están trabajando por su cuenta, los actores trabajan por su cuenta la municipalidad por su cuenta entonces lo que se tiene que implementar acá es así de suma importancia es el plan de desarrollo turístico.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Desde la óptica municipal lo que se está haciendo es poner en valor algunos de estos centros arqueológicos sean modificado algunas ordenanzas para dar

mayor viabilidad y a que los actores turísticos se puedan desarrollarse un poco más.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino?**

**¿Menciónelas?**

A ver no, aquí en la municipalidad no se está implementando lo que es la actividad para el desarrollo turístico, porque tienen varios elementos que se deben considerar para la implementación del desarrollo turístico, uno es el fomento de feria a través de actividades permanente, lo otro es poner en valor todos los centros arqueológicos, que es parte del turismo y lo otro es consolidar la parte productiva para poder conyugar el tema del mejoramiento de la producción del todo los actores turísticos. Es por eso que acá no se está haciendo esas actividades, solamente se han hecho algunas pero que digamos no ha reflejado a lo que realmente se debe desarrollar.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Acá acciones todavía no se han hecho, están tratando de armar algunas cosas, pero todavía no existe, ni digamos la planificación que es importante par ale desarrollo turístico, en hacer las rutas turísticas, hacer de los destinos adonde se quiere llegar por lo tanto no existe.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

A través de los permisos, la autorización para desarrollar todo tipo de actividades.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Bueno acá la municipalidad ha puesto sus casetas de información que están en la plaza de armas, algunos banners que ayudan a que las personas que vienen puedan conocer dónde están los puntos turísticos a través del Facebook también publicita algunas actividades turísticas y en algunos mapas de todo los servicios turísticos y los folletos que se está promocionando.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

No se ha hecho no hay apoyo por parte de la municipalidad porque no tiene muchos recursos económicos algo que no se va a poder hacer, pero si se debe apoyar, se tendría que apoyar sacando ordenanzas darle las herramientas legales para que ellos puedan trabajar mejor de esa manera, económicamente es un poco difícil el apoyo.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones**

**de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Bueno en los temas menores para hacer capacitaciones, digamos convocatorias para hacer unas pequeñas actividades si la municipalidad apoya, pero para otras actividades mayores no hay presupuesto la municipalidad provincial de canta tiene cerca de 3 millones de apertura al año.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

No, ahora están trabajando en poner en valor Cantamarca que eso si lo están haciendo, todavía está en un sesenta por ciento y como referencia al tema de actividades turísticos están en cero desde la municipalidad no lo han hecho.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Acá es por el Facebook, las redes sociales, el Instagram, el Tik Tok, pero ya estamos en planificación de convertir a la municipalidad en una municipalidad digital.

## **ENTREVISTA N° 1**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Mallki Tours

Edad del entrevistado: 43 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023 Hora de entrevista: 3:00 p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Los lugares turísticos, su paisaje, el clima son muy cálido, por su naturaleza que es muy hermoso, para salir a disfrutar con la familia.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De**

**qué manera?**

No sabría decirlo Canta creo yo que le hace falta mucho por desarrollar la planificación.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Por medio de las creatividades para así mejorar en la atención del cliente y que se vayan contentos con lo que consumen o llevan.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Si, a través de los medios de comunicación, de instituciones que hacen convenios para la difusión de la oferta turística que tiene Canta.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

A través de encuestas que hay por las redes sociales, en cuanto el turista ve que hay por calidad y es así como se tiene que mejorar para que todo sea de calidad.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Las actividades como por ejemplo las caminatas, el paseo a caballos, la pesca son actividades que les gusta mucho al turista.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

No por parte de la municipalidad no hay ese tipo de cosas en promover el destino no hay acciones que mejoren el lugar.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Haciendo inspecciones o fiscalizaciones a los que brindan servicios turísticos.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Muchas empresas vienen y realizan actividades turísticas y por medio de los canales televisivos se promociona el destino.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Bueno no hay mucho apoyo por parte de la municipalidad ya que es muy baja sus recursos y solo ven su conveniencia o beneficencia para su gestión, dejando de lado los emprendimientos.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de**

**mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Claro en sí, solo que hay que invertir bien ese dinero porque todo es necesario, pero hay que priorizar lo más importante ya que el turismo está sobresaliendo gracias al destino que es Canta.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

No se han realizado por el momento proyectos que sea beneficiado el turismo no hay ningún tipo de esas cosas, cada uno depende de sus emprendimientos cada uno ve por sobresalir.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Por medio de las redes sociales y medios de comunicación de la página de la municipalidad.

## **ENTREVISTA N° 02**

Nombre de investigadoras/entrevistadoras: Moreno Castillo, Mabre Laidy / Sosa Chumbe Angela Nataly

Nombre del entrevistado: Anónimo

Centro laboral: Agencias de viajes Wilka Tours

Edad del entrevistado: 39 años

Fecha de la entrevista: 08 de mayo 2023

Hora de entrevista: 4:41p.m.

Modalidad: Virtual

**TEMA: Gestión Turística en la provincia de Canta, Lima, 2023.**

### **LIDERAZGO ESTRATÉGICO:**

**1. ¿Qué hace a Canta un destino con mucha competitividad a nivel de regiones de Lima?**

Bueno potencialmente tiene mucho por ofrecer desde la parte cultural, gastronómica, natural, paisajística, bueno tiene bastante que ofrecer si les menciono tiene más de 280 sitios arqueológicos, el más conocido es Cantamarca, cataratas también tiene un montón una de las más bonitas es la catarata de Huachaspampa con una caída de cinco metros, luego sigue la ñusta etc. También tenemos danzas típicas del lugar y gastronomía, nos hace

un sitio bastante fuerte pero como potencial turístico debemos ir más allá y establecer todo lo que se requiera para llegar a ser un destino turístico.

**2. ¿Existe un adecuado planeamiento estratégico del turismo en Canta? ¿De qué manera?**

Por parte de ellos privados no sabría decirle, la municipalidad bueno me parece que están intentando hacer algo, por parte de nosotros si hacemos una planificación de tres pasos anualmente.

**3. ¿Cómo se innova en productos y servicios Canta?**

Es muy pobre la innovación turística por ello siempre he sugerido a los demás que traten de profesionalizar sus servicios en el sentido de que cada gerencia por lo mínimo debería tener un profesional para que le pueda orientar, en ese sentido de repente, ir creando productos que puedan llamar la atención del turista, en si el turista viene a Canta por el río, por el paisaje, por el aire, por las montañas, las lagunas que es más atractivo que uno puede tener pero más allá de eso hay que agregarle ese plus que de repente la gente les va a llamar más la atención y va hacer que retornen con mucho más margen de tiempo.

**4. ¿Los actores turísticos de Canta establecen alianzas estratégicas para mejorar la oferta turística? ¿De qué manera?**

Las ofertas turísticas nosotros las afianzamos con agencias turísticas de Lima también con algunas estas instituciones de acá el lugar privado obviamente, transporte etc. Tratamos de hacer como promociones pares apode también tener mayor margen de personas visitando el lugar.

**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA:**

**5. ¿Cómo se mejora la calidad de servicios de la oferta turística en Canta?**

Básicamente hacemos una especie de encuestas que es la data que nos da la real comparación en como estamos mejorando si bien es cierto hay muchas quejas, en realidad en Canta nos falta muchísimo suplir esas problemáticas digamos.

**6. ¿Qué actividades turísticas se implementan para consolidar el destino? ¿Menciónelas?**

Si se implementan nuevas actividades turísticas, en el caso de nosotros Wilka Tours siempre hemos estado implementando por año de 6 a 7 rutas, tracking rapel y montañismo.

**7. ¿Se establecen acciones para promover la sostenibilidad en el destino de Canta? ¿Indícalas?**

Mira bueno nosotros siempre hacemos promociones en el sentido de que

también tratamos de salir por televisión, utilizamos bastante las redes sociales, Facebook, Instagram, plataformas de búsqueda y recomendaciones para recibir buenas críticas o malas. En lo que es la sostenibilidad estamos bueno coordinamos a veces con CENFOTUR, para hacer capacitaciones para que de repente las personas tengan un poco de conocimiento, principalmente estamos al margen de estar en capacitaciones constante para poder mantenernos en todo ámbito.

**8. ¿Cómo se manejan los atractivos turísticos en Canta?**

Normalmente eso debería entrar dentro del inventario turístico hay que seguir el curso correspondiente para poder llegar hacer atractivo turístico calificado y todo lo que corresponde, pero hay muy pocos en el PENTUR que se ha hecho este año recién se ha consolidado Cantamarca se están poniendo otros que de repente no son parte del acervo cultural, pero son más de entretenimiento por ejemplo Machu Picchu Limeño, la mano que está en San Miguel.

**9. ¿Cómo se trabaja en cuanto a promoción y publicidad del destino de Canta?**

Como le dije al principio nosotros como agencia Wilka Tours y tenemos buenos contacto en el sentido que estamos intentando siempre salir por la televisión y promocionar Canta en general con algunos plus por ejemplo cuando mencionamos Canta siempre decimos ven a Canta conoce y hay una nueva ruta turístico como la cataratas escondida o visitar las ñustas, combinados con un poco de deporte de aventura que está muy de moda que es bastante, el público y el objetivo es lo que lo busca por que la población peruana es bastante joven, que está buscando algo nuevo, más aún que estamos con los aparatos tecnológicos y estamos aprovechando en difundir por redes sociales, etc.

**GOBERNANZA:**

**10. ¿Cómo se apoya a los emprendimientos turísticos en Canta?**

Acá no hay es difícil no hay mucho a los emprendimientos turísticos básicamente si alguien hace un emprendimiento turístico por ejemplo si es que pone algún negocio de gastronomía etc. Bueno tiene que ser como se dice bienvenido al mercado y tiene que ver la misma manera de cómo se promueve, inventa nuevas cosas etc. Pero por parte de las autoridades es muy poco lo que se brinda a los empresarios turísticos.

**11. ¿Canta cuenta con recursos económicos para poder realizar acciones de mejora en infraestructura, calidad de servicio, talleres/capacitaciones de turismo, entre otros?**

Claro en si eso se debe dar por ejemplo si estamos apuntando a que canta sea un destino turístico, por lógica es que todos a nivel o sea a toda la comunidad hasta el más adulto, hasta el más pequeño tengan el concepto mínimo de lo que es turismo y lo que es el turismo el turismo principalmente en si vende servicio, el trato humano es lo primordial es la base de todos de ahí aparte las infraestructuras hoteleras, restaurantes agencias de viajes, operadores de caballos, cuatrimotos pero eso es la base; por cultura debemos saber en como tratar a un turista de ahí empezamos a repartir el resto de cosas.

**12. ¿El área de recursos humanos del sector turismo de la municipalidad de canta realizan un buen trabajo con respecto a proyectos de mejora en el destino?**

No se ha estado mejorando casi nada se puede decir, la municipalidad cuenta con una Subgerencia de Desarrollo Económico y Turismo, en ese sentido la burocracia en ese sentido está matando bastante el tema de la gestión cualquier gestión que entre siempre va a estar acreditada como el gerente no entiende de repente de turismo va a decir que no a proyectos que pueden ser beneficiosos para todo el pueblo.

**13. ¿Cómo se utiliza la tecnología para gestionar y promocionar el destino de Canta?**

Bueno algunos utilizamos la tecnología bastante uno lo hacemos mal a veces porque estamos aprendiendo como para todos es nuevo la tecnología las plataformas día a día están renovándose hay nuevas aplicaciones nuevas tendencias ya no está por ejemplo cuando el cliente cuatro punto cero que está muy pegado al celular que somos prácticamente ustedes, nosotros dependemos de todo del celular no queremos ir algún lugar nos informamos todo pero muchas veces esa información tiene que ser muy veraz y a veces que estamos fallando un poquito no estamos dándolo en el punto.





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, TOVAR ZACARIAS CARLOS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión turística en la provincia de Canta, Lima, 2023", cuyos autores son SOSA CHUMBE ANGELA NATALY, MORENO CASTILLO MABRE LAIDY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 05 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
TOVAR ZACARIAS CARLOS <b>DNI:</b> 10139218 <b>ORCID:</b> 0000-0003-0115-221X	Firmado electrónicamente por: CTOVARZ el 05-07- 2023 20:43:24

Código documento Trilce: TRI - 0573810