



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Turismo vivencial como difusor cultural de la gastronomía
arequipeña en el distrito de Sabandía

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Arquitecto

AUTORES:

Subia Villanueva, Jandaly Dioselin (ORCID: 0000-0002-3173-263X)
Yanyachy Arispe, Carmen Patricia (ORCID: 0000-0003-3834-8232)

ASESOR:

Dr. Arq. Cuzcano Quispe, Luis Miguel (ORCID: 0000-0002-2518-7823)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Arquitectura

LIMA – PERÚ
2022

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres por todas sus enseñanzas y motivación para lograr esta meta, a mis maestros por su paciencia, esmero y dedicación en este arduo camino y a mis amigos por todas esas anécdotas a lo largo de la carrera

Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Este trabajo está dedicado a mis padres y sobre todo a Dios, a mis maestros que día a día me guiaron de manera correcta y paciente.

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme recorrer este camino, a mis abuelos en el cielo y a mi familia por motivarme día a día y permitirme convertir mi sueño en realidad.

Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Mi agradecimiento especial a Dios por haber permitido que termine mi carrera, a mis padres que inculcan el valor de la perseverancia.

Agradecer a mi asesor de tesis por haber compartido su metodología de estudio conmigo, y de igual forma agradezco a mis familiares y amigos que supieron apoyarme para llegar hasta donde estoy.

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	13
2.1 Categoría 1: Turismo vivencial	19
¿Qué significa turismo vivencial?	19
¿Cuáles son las actividades propias del turismo vivencial?	20
¿Cuáles son las tipologías del turismo?	21
¿Cuáles son los tipos de turismo vivencial?	23
¿Cuáles son los aspectos positivos del turismo vivencial?	24
Motivación del turista vivencial	25
2.1.1 subcategoría 1: turismo gastronómico	25
2.1.1.1 indicador 1: integración	26
2.1.1.2 indicador 2: Estabilidad económica	27
2.1.2 subcategoría 2: conservación ambiental	29
2.1.2.1 indicador 1: biodiversidad	29
2.1.2.2 indicador 2: turismo sostenible	30
2.2 categoría 2: gastronomía	31
Fortalecimiento gastronómico	32

¿Qué es la gastronomía arequipeña?	32
Orígenes de la gastronomía arequipeña	33
Evolución de la gastronomía arequipeña	34
2.2.1 subcategoría 1: tradición gastronómica	35
2.2.1.1 indicador 1: cultura gastronómica	37
2.2.2.1 indicador 2: sentido de pertenencia	38
2.2.3 subcategoría 2: reactivación de la ruta del Loncco	38
2.2.3.1 indicador 1: ruta turística	40
2.2.3.2 indicador 2: promoción cultural	40
III. METODOLOGÍA	41
3.1. Tipo y diseño de investigación	42
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.	42
3.3. Escenario de estudio	45
3.4. Participantes	47
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección	49
3.6. Procedimientos	55
3.7. Rigor científico	57
3.8. Método de análisis de datos	58
3.9. Aspectos éticos	59
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	62
V. CONCLUSIONES	99
VI. RECOMENDACIONES	102
REFERENCIAS	116
ANEXOS	131
ANEXO A: Bordes en Sabandia	132
ANEXO B: Hitos en Sabandia	133

ANEXO C: Sendas en Sabandia	134
ANEXO D: Altura de edificación en Sabandia	135
ANEXO E: Materiales de construcción en Sabandia	136
ANEXO F: Vivienda por tipo en Sabandia	137
ANEXO G: Lugares con valor cultural en Sabandia	138
ANEXO H: FODA	139
ANEXO I: Programa de áreas y costos	140
ANEXO J: Plano de localización	143
ANEXO K: Instrumento de ficha de contenido	144
ANEXO L: Instrumento de ficha de observación	151
ANEXO M: Instrumento de guía de entrevista	165
ANEXO N: Modelo de fichas	190
ANEXO O: Validaciones	196

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Premio que otorga el World Travel Awards	3
Tabla 2 Características del turismo tradicional y alternativo	22
Tabla 3 Aderezos tradicionales utilizados en la comida arequipeña	36
Tabla 4 Categorías de la investigación	43
Tabla 5 Subcategorías de la investigación	43
Tabla 6 Matriz de categorización.	44
Tabla 7 Propuestas de las técnicas o instrumentos de recolección de datos	50
Tabla 8 Categorías, subcategorías, técnicas e instrumentos	51
Tabla 9 Instrumentos y validez de expertos	51
Tabla 10 Ficha técnica del instrumento ficha de contenido	52
Tabla 11 Ficha técnica del instrumento ficha de observación	53
Tabla 12 Ficha técnica del instrumento entrevista semi-estructurada	54
Tabla 13 Ficha técnica del instrumento semi-estructurada	55
Tabla 14 Matriz de codificación	58

ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS

Figura 1 Razones para promover la gastronomía peruana	3
Figura 2 Razones para sentir orgullo por el Perú	4
Figura 3 Ruta del Loncco 2015	5
Figura 4 Preferencias de los Turistas al visitar Arequipa	7
Figura 5 Lugares turísticos de Sabandia	7
Figura 6 Distribución del gasto por parte del turista en Arequipa	8
Figura 7 Perfil de Turista Interno que visita Arequipa	8
Figura 8 Distrito de Sabandia - INEI 2013	9
Figura 9 Servicios ofertados por Sabandía	9
Figura 10 Servicios ofertados por Sabandía	10
Figura 11 Experiencia de una turista amante de la gastronomía	21
Figura 12 Tipologías de turismo	23
Figura 13 Impactos del turismo sostenible	30
Figura 14 Razones por las que la Gastronomía Arequipeña es muy sabrosa	33
Figura 15 Funciones sociales de la comida arequipeña.	35
Figura 16 Menú semanal de la gastronomía arequipeña	37
Figura 17 Ruta turística del Loncco	39
Figura 18 Ubicación del terreno a intervenir en el distrito de Sabandia	45
Figura 19 Perfil del turista extranjero que visita Arequipa - PROMPERÚ 2019	48
Figura 20 Integración con locales y turistas	65
Figura 21 Producto de la estabilidad económica que brinda el turismo	66
Figura 22 Interacción con la naturaleza	72
Figura 23 Relación de la sostenibilidad con el turismo	72
Figura 24 Molino de Sabandia	84

Figura 25 Plaza de Sabandia	85
Figura 26 Fundo Huaycayapo	86
Figura 27 Picantería los Leños	87
Figura 28 Fundo Sabandia	88
Figura 29 Rancho Aventura	89
Figura 30 Los Andenes de Sabandia	90
Figura 31 Objetivos generales	103
Figura32 Propuesta del centro gastronómico aprovechando la flora del distrito	104
Figura 33 Sistema espacial del equipamiento	104
Figura 34 Vista de cocina en vivo en espacios interiores	105
Figura 35 Difusión gastronómica en espacios exteriores	105
Figura 36 Restaurantes campestres	106
Figura 37 Integración con locales y turistas	107
Figura 38 Zonificación tentativa	108
Figura 39 Visuales del lugar elegido	109
Figura 40 Aprovechamiento de la flora del Distrito	109
Figura 41 Sistema de espacios abiertos aprovechando la flora del distrito	110
Figura 42 Distritos que comprenden la ruta del Loncco	111
Figura 43 Circuito turístico en el distrito de Sabandia	112
Figura 44 Principales servicios turísticos existentes	113
Figura 45 Señalización turística existente	114
Figura 46 Ejes de Integración dentro de la Ruta del Loncco.	115

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal comprender los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en el distrito de Sabandía, que se destaque dentro de la ruta del Loncco como destino turístico cultural gastronómico. Tomando un enfoque turístico, destacando el potencial natural y agrícola del distrito de Sabandía, el proceso de esta investigación tiene como justificación un enfoque cualitativo, el diseño de la investigación es explicativa, es de tipo básica a razón de que este trabajo se esforzó en conocer y tratar de entender el fenómeno del turismo vivencial y la importancia de la aplicación en el sector gastronómico. La recolección de datos se obtuvo a través de la guía de entrevistas, ficha de observación y análisis de contenido. La validez de los instrumentos se obtuvo mediante el juicio de expertos. Se toma como primera categoría Turismo vivencial la cual es una oferta turística que permite a los visitantes formar parte de diversas actividades, establecer relaciones cercanas con los pobladores y participar de su trabajo diario, y como segunda categoría Difusión de la gastronomía lo cual contribuye a la promoción e identidad cultural. Se concluyó en los beneficios que genera la reactivación del turismo gastronómico en tres diferentes enfoques; social, con la importancia de involucrar al turista como parte y difusor de la gastronomía; ambiental, con la preferencia de los turistas por un entorno natural y biodiverso donde se destaquen las bondades del sector; económico, con la inclusión de las picanterías en la Ruta del Loncco como difusora cultural de la Gastronomía. Dando como resultado la respuesta a la interrogante planteada; ¿Cuáles serían los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en la ciudad de Arequipa en el distrito de Sabandía?, en la cual se ha descrito el estado actual del distrito y el déficit de establecimientos gastronómicos, dando lugar a la pérdida de las tradiciones e identidad cultural lo cual ocasiona un déficit del turismo. Brindando así la solución de dicha problemática planteada en las recomendaciones justificando así nuestro objetivo principal, enfatizando la importancia de la identidad culinaria y su preservación, en especial el desarrollo culinario que existe en Arequipa, aprovechando sus recursos en un entorno natural a través del turismo vivencial.

Palabras clave: difusión, gastronomía, turismo, vivencial.

ABSTRACT

The main objective of this research is to understand the benefits that the reactivation of experiential gastronomic tourism would generate in the district of Sabandia, which stands out within the Loncco route as a gastronomic cultural tourist destination. Taking a tourism approach, highlighting the natural and agricultural potential of the Sabandia district, the process of this research is justified by a qualitative approach, the design of the research is explanatory, it is of a basic type because this work made an effort to know and try to understand the phenomenon of experiential tourism and the importance of its application in the gastronomic sector. Data collection was obtained through the interview guide, observation sheet and content analysis. The validity of the instruments was obtained through expert judgment. Experiential tourism is taken as the first category, which is a tourist offer that allows visitors to take part in various activities, establish close relationships with the residents and participate in their daily work, and as the second category, Diffusion of gastronomy, which contributes to the promotion and cultural identity. It was concluded in the benefits generated by the reactivation of gastronomic tourism in three different approaches; social, with the importance of involving the tourist as part and diffuser of gastronomy; environmental, with the preference of tourists for a natural and biodiverse environment where the benefits of the sector stand out; economic, with the inclusion of the picadors in the Ruta del Loncco as a cultural diffuser of Gastronomy. Resulting in the answer to the question posed; what would be the benefits generated by the reactivation of experiential gastronomic tourism in the city of Arequipa in the district of Sabandia? in which the current state of the district and the deficit of gastronomic establishments have been described, giving rise to the loss of traditions and cultural identity which causes a tourism deficit. Thus providing the solution to said problem raised in the recommendations, thus justifying our main objective, emphasizing the importance of culinary identity and its preservation, especially the culinary development that exists in Arequipa, taking advantage of its resources in a natural environment through experiential tourism.

Keywords: diffusion, gastronomy, tourism, experiential

I. INTRODUCCIÓN

La gastronomía ha ido evolucionando y progresando, según Díaz (2020) el hombre mientras se educaba y aprendía de su entorno, su manera y forma de comer también evolucionó, cambió su forma de preparar sus alimentos y la manera de comerlos. Actualmente observamos estos cambios en la gastronomía; puesto que ya no se come para vivir, por el contrario, se come por placer.

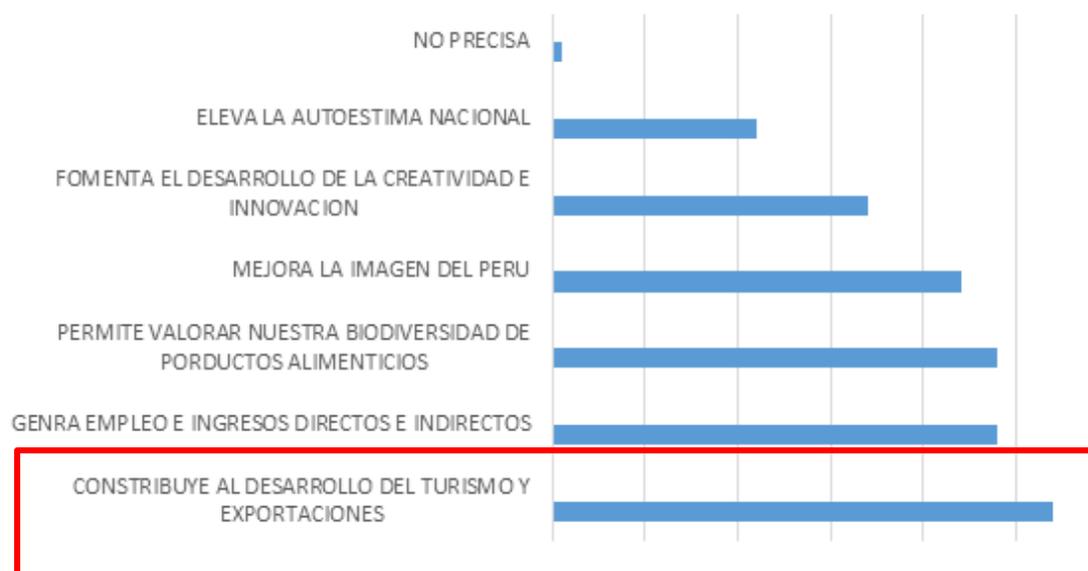
En países internacionales existe una difusión cultural gastronómica, como es el ejemplo en China, Italia o Francia, donde realizan seminarios y eventos diversos para dinamizar y promover la difusión cultural gastronómica, de donde podríamos adoptar estas cualidades para nuestro país,

A lo largo de la historia se conoce diversos procesos en la preparación de alimentos, desde salar carne, hasta crear hornos naturales para la cocción de las carnes como muestra de la creatividad del peruano. Según Condori y Cerpa (2020), nos indicó que la cocina peruana es una fiesta propia del Perú. Un país de tradiciones milenarias y un futuro prometedor que no olvida sus raíces, el arte de la gastronomía destaca entre sus habitantes como una de las muestras más distintivas de su identidad. Mediante sus sabores, se expone la imagen del país y del turismo, y estimula la demanda de productos. En la década del 70, la comida peruana empezaba a ser noticia, el 14 de noviembre de 1976, el cocinero Heriberto Vílchez era reconocido en Suiza como uno de los más predominantes del mundo en festival gastronómico (p. 20).

En los últimos años, la gastronomía se convirtió en una de las fuentes del despegue económico del Perú. Según un análisis estadístico del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), menciona que el turismo gastronómico genera más de \$5 mil millones anuales.

Figura 1

Razones para promover la gastronomía peruana



Nota. Esta tabla muestra el sondeo realizado por Ipsos Apoyo Opinión y Mercado S.A en el cual indica que la gastronomía ayuda al progreso del turismo, y esto hace que sea un motivo de autenticidad. (2016).

La Gastronomía Peruana ha sido postulada para ser declarada Patrimonio de la Humanidad (2011).

Tabla 1

Premio que otorga el World Travel Awards

World Travel Awards								
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Perú	Perú	Perú	Perú	Perú	Perú	Perú	Perú	Italia

Nota. En esta tabla podemos apreciar como el Perú ha sido ganador de los premios WTA por 8 veces consecutivas en el sector de la gastronomía.

El (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2020), señaló que las personas que realizan viajes por menos de un día, tienen inclinación por las visitas a destinos cercanos, en el caso de Arequipa visitarán los siguientes

lugares: Sabandía, Yura, Mollendo, Majes, Pedregal y Colca. Conforme nos afirmó Torres, Romero y Viteri (2017) es que otro de los nuevos productos turísticos que viene ganando mayor territorio en los últimos tiempos es el turismo gastronómico que ha generado el interés del visitante en sus diferentes grados. A nivel nacional, la gastronomía Arequipeña ha logrado destacarse, tal es así que en 2014 el Ministerio de Cultura manifestó como Patrimonio Cultural de la Nación a la Picantería Arequipeña, por mantener su tradición entorno al lugar y su entorno cultural (p.4)

Figura 2

Razones para sentir orgullo por el Perú



Nota. IPSOS (2012) – Apoyo

Según Cornejo (2019), comparada con el resto del Perú, la gastronomía arequipeña es la de mayor diversidad, gracias a su amplia despensa rural. El estudio registró 194 platos típicos, incluidos 40 entrantes, 11 chupes o almuerzos, 11 caldos, guisos o segundos, 51 postres, dulces y salados, y 11 bebidas. De acuerdo con una reseña (p.44) de la cadena internacional española CNN, la gastronomía de Arequipa es una de las principales y mejores de Sudamérica, representando una gran variedad de la gastronomía peruana. Las tradiciones culinarias arequipeñas se han conservado y cuidado a lo largo del tiempo, y con hasta 194 platos típicos, la gastronomía arequipeña es considerada la más diversa del país.

La ruta del Loncco según nos indicaron Llerena (2018), uno de los nuevos hipódromos del sur del Perú. Comienza en el sureste de la ciudad de Arequipa. Consta de siete distritos: Sabandia, Characato, Mollebaya, Quequeña, Yarabamba y Pocsi. Es famosa por su belleza pintoresca, sitios arqueológicos, naturaleza, gastronomía, arquitectura, iglesias, historia y tradiciones. Siendo parte de un circuito turístico importante, este no es aprovechado, puesto que este está diversificado, no existe una promoción y difusión sobre esta ruta tradicional Arequipeña aprovechando desde una perspectiva de desarrollo económico Nacional el potencial con el que cuenta y que al mismo tiempo este sea explotado como recurso turístico natural e histórico cultural, fomentando así conciencia regional e identidad cultural Arequipeña. (p.13).

Figura 3

Ruta del Loncco 2015



Nota. Este gráfico muestra el Análisis del circuito (Ruta del Loncco Arequipeño)

Como nos dice Salas (2015), (pp. 39). Los estudiantes o aprendices no deben ser mal entendidos y mucho menos obsesionados con la idea de aprender técnicas modernistas, porque primero deben dominar las bases de la cocina, que es la cocina tradicional. La cocina modernista evolucionó a partir de la cocina

tradicional, la cocina de nuestras madres y abuelas. Arequipa cuenta con un latente potencial gastronómico muy importante comprobado a nivel internacional y diariamente nos enfrentamos, nos actualizamos y competimos por mejorar de una forma muy técnica y mecanizada con el afán de conseguir una producción abundante y esta no siempre es de la mejor calidad ya que su finalidad es generar un menor gasto y mayores ganancias, olvidando así lo básico, su esencia, perdiendo así la identidad cultural dejada por nuestros antepasados con técnicas propias de nuestros platillos tradicionales generando el olvido de la gastronomía típica y sus métodos tradicionales.

Como nos sugirió Guardia (2020), es importante destacar el término de picantería como lugar enfocado a la elaboración, negociación y adquisición de la comida tradicional arequipeña. En el siglo XVI era llamado “Chicherías” porque servían chicha de guiñapo, una bebida fermentada a base de maíz negro. Es hasta el siglo XIX donde se hizo más popular. El 23 de abril de 2014, la picantería de Arequipa fue nombrada como patrimonio cultural de la nación. El restaurante picantería arequipeña se dedica a servir la gastronomía típica arequipeña y ofrece el plato del día.

Hoy en día, la gastronomía Arequipeña se desarrolla en restaurantes, picanterías, plazas, espacios improvisados. Por ejemplo, eventos destacados como FestiSabores, fiesta gastronómica importante en el sur del Perú, estructurada por la Asociación Gastronómica de Arequipa, (AGAR, 2008,2009) se realizó en 2008 y 2009 en la Plaza de Yanahuara, en 2010 al 2012 en Campo Ferial de Cerro Juli, del 2013 al 2016 retornó a la Plaza de Yanahuara, y en 2017 en Palacio Metropolitano de Bellas Artes Mario Vargas Llosa-Arequipa, I Festival gastronómico PICCANTUR en el Parque de Selva Alegre en 2018. Para la integrante de la Sociedad Picantera de Arequipa, Villanueva (2014) afirmó que a causa del tiempo y el secretismo en muchas de las recetas tradicionales es que murieron sin ser enseñadas, lo cual no es válido como legado inmaterial de nuestra ciudad, por lo que debe cambiarse.

Figura 4

Preferencias de los Turistas al visitar Arequipa



Nota. El gráfico nos muestra el nivel de satisfacción al visitar Arequipa, donde destaca su gastronomía. MINCETUR (2018).

Por cuestión de competitividad se habituaba guardar los secretos de tan deliciosas recetas, por lo que muchas de ellas se fueron perdiendo, una solución es motivar a las nuevas generaciones sobre lo grandiosa de nuestra gastronomía Arequipeña e involucrar al turista para que esta tradición siga presente entre las nuevas generaciones.

Los pocos equipamientos culturales de la ciudad se concentran en la zona urbana, la mayoría de los cuales se encuentran en el centro histórico, dejando de lado las zonas exteriores de la ciudad, existen otros lugares que cuentan con recursos patrimoniales, como el barrio de Sabandia, que brindan acceso a la naturaleza y el resto de la dinámica de la ciudad, a su vez, puede ser utilizada para la cultura y el entretenimiento Actualmente, el distrito de Sabandia cuenta con equipamiento turístico (Sabandia Mill), pero no existen otros equipamientos o instalaciones recreativas de este tipo para atraer turistas a permanecer en la zona.

Figura 5

Lugares turísticos de Sabandia

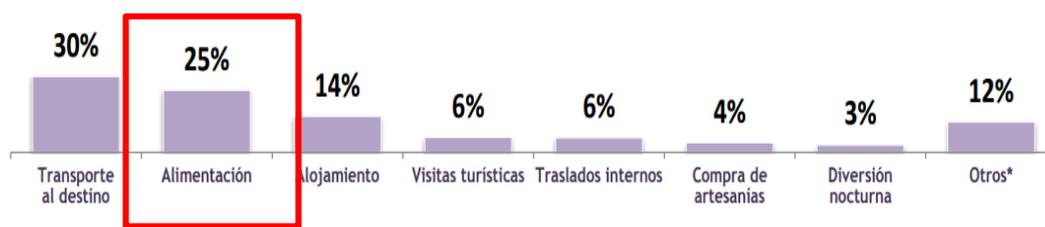


Nota. El gráfico nos muestra que existen varios destinos o recorridos turísticos dentro del distrito, pero penosamente el único de mayor importancia es el Molino de Sabandia, que, por su importante valor histórico cultural, no debemos dejar de lado todo el potencial de los otros circuitos turísticos del distrito de Sabandia que actualmente no es bien aprovechado.

El turismo ha producido un enorme crecimiento económico en los atractivos turísticos. No solo se considera desde la participación del mismo equipamiento, sino que, por el contrario, existen otros factores que también se están moviendo al mismo tiempo, este generador económico al no contar con las condiciones para brindar servicios acordes a sus necesidades, este se limita a brindar servicios poco técnicos e ineficientes.

Figura 6

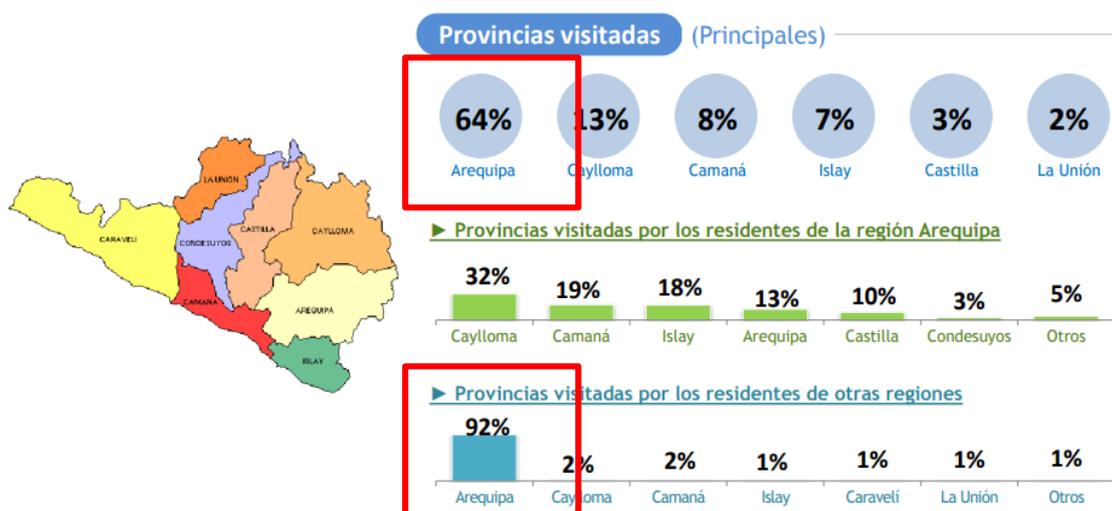
Distribución del gasto por parte del turista en Arequipa.



Nota. MINCETUR (2017). Como podemos ver en la imagen uno de los gastos principales por parte del turista reside en la alimentación, esto quiere decir que es una fuente fuerte de ingreso económico para la región.

Figura 7

Perfil de Turista Interno que visita Arequipa



Nota. Encuesta Trimestral de Turismo Interno –2017. En esta figura se puede apreciar que Arequipa es una de las provincias más visitadas por parte de los turistas en la región.

Por otro lado, Sabandía solo cuenta como recurso turístico el Molino de Sabandía, lo cual hace que sea el único factor económico para el sector. Más allá de eso el distrito cuenta con lugares de cultura como son el museo Menelik y los servicios comunales básicos. No aprovechan las bondades naturales que ofrecen el sector y sus diferentes maneras de intervención. El total de área agrícola en el distrito es de 360.92 del área agrícola distrital. Esto debido a la existencia de andenerías incas y pre incas.

Figura 8

Distrito de Sabandía - INEI 2013



Nota. La imagen muestra la masiva área verde que posee el distrito de Sabandía y la importancia de la protección y duración de este factor natural.

En el distrito de Sabandía la presencia de centros recreativos, picanterías y atractivos turísticos, han comenzado a construir una base turística en el distrito, que se perfila con buenas posibilidades económicas en el futuro.

Figura 9

Servicios ofertados por Sabandía



Nota. PUD Sabandía 2012-2017

El Plan Estratégico de Desarrollo Integral de Sabandía (2013 – 2020) nos indicó que debido a que Sabandía cumple con un objetivo ambiental destacado para la ciudad, al ser uno de los pocos distritos que poseen una importante área agrícola. El plan director de Arequipa Metropolitana, da referencia al gran valor patrimonial de la campiña, siendo Sabandía uno de los nueve distritos que contienen área agrícola, caracterizada carecer de andenerías y por sus grandes áreas de terreno agrícola que se han extendido en gran parte de su territorio, haciendo fructífera la ciudad (Plan de Desarrollo Metropolitano [PDM], 2020).

La actividad agropecuaria es la que más ocupa a la Población económicamente Activa (PEA) en Sabandía, donde se ubica el 18.4%; esto se explica por la especialización agropecuaria del distrito. La desigualdad en este comportamiento con la provincia de Arequipa es que mientras en Sabandía prevalece la agricultura, en la provincia domina la actividad comercial (Instituto Municipal de Planeamiento [IMPLA], 2017, p 299).

El distrito tiene una capacidad muy importante por los recursos naturales con los que cuentan, pero lamentablemente observamos islas rústicas sin uso y terrenos eriazos sin ocupación alguna, actualmente este recurso natural es fuente atrayente para el turismo, puesto que las personas eligen despejarse de las zonas urbanas a reposar en un lugar tranquilo y natural, pero en el distrito no tiene algún tratamiento para su uso y es este elemento natural también parte de nuestra manifestación histórica inmaterial Arequipeña.

Figura 10

Servicios ofertados por Sabandía

DISTRITO DE SABANDÍA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA				
VARIABLE / INDICADOR	Provincia AREQUIPA		Distrito SABANDÍA	
	Cifras Absolutas	%	Cifras Absolutas	%
Agricultura, ganadería, casa y silvicultura	30080	8.3	278,46	18,4
Explotación de minas y canteras	5159	1.4	8,16	0,5
Industrias manufactureras	40082	11.1	158,1	10,5
Suministro de electricidad, gas y agua	1061	0.3	9,18	0,6
Construcción	24334	6.7	183,6	12,1
Comercio	71373	19.7	209,1	13,8

Nota. PUD Sabandía 2012-2017, INE. La actividad agropecuaria es la que más ocupa a la PEA de Sabandía, donde se ubica el 18.4%; esto se explica por la especialización agropecuaria del distrito.

La diferencia en este comportamiento con la provincia de Arequipa es que mientras en Sabandía predomina la agricultura, en la provincia predomina la actividad comercial. Por lo tanto, debemos aprovechar mejor esta ventaja en beneficio del distrito.

Lo que nos indicó Daries, Vicente, Bucaram, (2021), El futuro crecimiento turístico nos señala un interés en el ecoturismo y una pérdida de interés en el turismo histórico-cultural, que actualmente atrae a más turistas al Perú, pero aun así seguirá siendo considerado como parte atrayente para un turismo receptivo, con un índice de mención del 92%, y el ecoturismo ocupa el segundo lugar con un 48%, para el 2021 ambos recibirán un 64% de atención.

De tal forma nace la pregunta ¿Cuáles serían los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en la ciudad de Arequipa en el distrito de Sabandia?

De tal forma nace la justificación social de la investigación, tomando en cuenta el incremento del deseo de los viajeros por tener experiencias con un enfoque más eco amigable y de respeto con el entorno en el que vivimos, características por las que destaca el turismo rural. La ciudad de Arequipa con una historia gastronómica y un legado cultural innegables, y también se debe tener en cuenta el escaso interés por la cultura gastronómica, agregando que los equipamientos culturales en la ciudad son escasos e inadecuados ya que no logran efectivamente la difusión de su legado. Servir como vehículo de referencia para la identidad comunitaria.

Respecto al objetivo general se plantea comprender los beneficios que generaría la reactivación del sector turístico gastronómico vivencial en el distrito de Sabandía, que destaque dentro de la ruta del Loncco como destino turístico cultural gastronómico de Arequipa. Tomando un enfoque turístico, destacando el potencial natural y agrícola del distrito de Sabandía.

La presente investigación se planteó como objetivos específicos, mostrar el turismo vivencial como fuente de diversificación gastronómica, involucrando a los residentes del distrito y a los turistas, aprendiendo sobre este proceso “de la chacra a la olla”. Como segundo objetivo específico, visualizar al Distrito de Sabandia como un sector gastronómico, el cual se integre como espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad,

acogernos en la tranquilidad y paz de la creación. Como tercer objetivo específico, mostrar esta ruta turística como un importante recorrido cultural (Ruta del Loncco) para fomentar la identidad cultural gastronómica Arequipeña y generar sentido de pertenencia.

II. MARCO TEÓRICO

Como parte importante del desarrollo de esta investigación, se analizó teorías que aportan contenido necesario para profundizar y analizar el tema de estudio, como parte de estas teorías, se describirán cinco referentes internacionales:

Bolivia, Mareño (2017) En su investigación titulada *Centro turístico vivencial “Tupaña” en la comunidad de Lapalaya. Municipio de Tiquiña*. Proyecto de grado presentado para la obtención del Grado de Licenciatura en Turismo en la Universidad Mayor de San Andrés. Para la realización del Diagnóstico se empleó el enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) a base de investigaciones y trabajo de campo como entrevistas y de información recopilada del sector.

El objetivo de la presente tesis es dar a conocer el turismo en Bolivia sea un potencial para constituir la comunidad se involucra de lleno como actividad prioritaria de reducción de la pobreza bajo los conceptos de gestión turística sostenible, protección del medio ambiente, conservación del patrimonio natural y cultural.

En conclusión no existe un servicio de turismo en la comunidad, por lo que afecta el crecimiento económico, social y cultural proporcional de la zona; Algunos turistas visitan el complejo La Playa y encuentran una hermosa playa pero no hay ningún tipo de servicio turístico y no se quedan más tiempo por falta de actividades turísticas; Es por esto que la propuesta de un centro de turismo vivencial brindará facilidades para actividades como elaboración de platos típicos regionales y elaboración artesanal con la planta de Totorá. De esta manera aportará a la actividad del turismo a través de la gestión turística, revalorizando la cultura ancestral del sector de forma sustentable y sostenible que el Estado mediante Ministerio de Turismo fomenta por medio de planes, ideas y programas de turismo comunitario.

Brasil, Meacci y Liberatore (2018) En su artículo titulado *A senses-based model for experiential tourism* para la revista *Tourism & Management Studies* revista científica de turismo y gestión cuyo artículo tiene un enfoque cualitativo utilizando un enfoque multisensorial a partir de experiencias, tomando una nueva forma de prestar los servicios a los turistas.

El punto importante de este artículo es plantear un nuevo modelo de turismo basado en los sentidos, evaluando los que intervienen con un punto de vista multidisciplinar para finalmente obtener un compromiso con el turista a partir de

puntos experienciales holísticos, sensoriales y multisensoriales. En conclusión, el primer los sentidos son la primera aproximación a generar una experiencia, existen puntos experienciales entre el turista y el atractivo turístico, nos propone el término de “marketing sensorial” afectando la percepción, el juicio y el comportamiento de los consumidores, a lo largo de la historia describen los sentidos como primera fuente de percepción de un lugar y el entorno. Todo este proceso parte del sentido, continúa a la percepción en relación con la cognición para obtener como resultado la experiencia.

En México, Reyes et al (2017) en su artículo titulado *Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo* para la revista el Periplo sustentable revista de carácter científico internacional, electrónica y semestral especializada en el Turismo, en su objetivo tiene tres enfoques el primero es conceptualizar el término gastronómico, el segundo es el enfoque de difusión educativo y formativo es en el tercer punto donde articula los conceptos y resalta los beneficios culturales. La metodología utilizada es cualitativa. La perspectiva del autor es primero el enfoque histórico de la gastronomía respecto a la relación entre la comida y el hombre, argumenta la conceptualización de la gastronomía y describe el comer como un acto de expresión cultural, convivencia social y de comunicación que a lo largo del tiempo el hombre come por placer más no solo por necesidad.

El segundo punto es el tema del estudio gastronómico, como un proceso práctico que comprende más fenómenos como su producción, su transportación, almacenamiento y proceso del producto desde una práctica culinaria y finalmente el tercer punto es la articulación entre la gastronomía como producto turístico con educación ya que gracias a la difusión educativa en temas gastronómicos permiten impulsar el patrimonio culinario cultural de México.

En conclusión, la gastronomía es un dinamizador del turismo y forma parte muy atrayente para el turista de forma vivencial puesto que participan y se involucran aprendiendo sobre la gastronomía, convirtiéndose en patrimonio cultural para una comunidad, a lo largo de los años la gastronomía tradicional se enfrenta a la globalización, pero a la vez va innovando y generando mayores ingresos como difusor cultural.

En Ecuador, Triviño et al (2020) en su artículo titulado *Fortalecimiento de la identidad cultural Gastronómica en la provincia de los Ríos, Ecuador* revista científica multidisciplinaria de divulgación de las Facultades de Ciencias Naturales, Exactas y Tecnología; Informática; Administración de Empresas y Contabilidad del Centro Regional Universitario de Colón. Tiene una metodología descriptiva, de los lugares típicos y platillos típicos del entorno conociendo los elementos tomados para la investigación. También toma un método deductivo en cuanto a la observación a las comunidades y su comportamiento con sus tradiciones y finalmente toma un método analítico, tomando en cuenta los platillos de mayor interés para poder potenciarlo.

La finalidad de esta tesis es incentivar la identidad cultural y gastronómica por medio de un diagnóstico, diseñando tácticas las cuales serán sistematizadas y promocionadas en la web, propone la creación de una ruta gastronómica a partir de su realidad gastronómica potencializando y consolidando la difusión de sus tradiciones culinarias. En conclusión, la iniciativa del autor es rescatar, preservar y difundir su identidad, preparando a los residentes comprometidos con la difusión del turismo brindando un servicio óptimo al turista a través de una ruta gastronómica que permita articular y zonificar un turismo tradicional.

En Turquía, COŞKUN (2021) En su artículo titulado *CULTURAL DIFFUSION THEORY AND TOURISM IMPLICATIONS* para la revista *International Journal of Geography and Geography Education* revista científica orientada a las áreas de la disciplina geográfica, incluida la educación geográfica, la geografía física y la geografía humana. Tiene como método de investigación cualitativa relacionados a la difusión cultural por medio del turismo. La globalización puede ser una amenaza para la cultura local, puesto que poco a poco van siendo influenciadas por nuevos estilos, formas o varias costumbres, pero el objetivo del autor es difundir y preservar la cultura local y analizar lo que el turismo implica.

En conclusión, a lo largo de la historia y debido a las migraciones internacionales y por el creciente intercambio de turismo es que se logra difundir la cultura surge un intercambio del turista con el anfitrión de la localidad, dando como resultado una cultura comercializada donde la singularidad atrae a los turistas que exige experiencias nuevas, variadas y vivenciales. Por otro lado, el impacto del turismo genera ingresos económicos valiosos para los anfitriones, así como genera

puestos de trabajo, actividad que es necesaria y valorada para las localidades anfitrionas.

También es importante analizar referentes que estén ubicados en un entorno más cercano, ya que de ellos podemos comprender y desarrollar mejor el tema del estudio de esta investigación, tomando en cuenta a estos cuatro **referentes nacionales:**

En Pimentel. Carrasco (2018) en su trabajo titulado Turismo vivencial para la diversificación de la oferta turística del producto bosques y pirámides, para obtener el Título profesional de Licenciado en Turismo y Negocios en la Universidad Señor de Sipán. El objetivo del estudio es desarrollar diferentes actividades turísticas en un entorno rural sostenible, diversificar la oferta turística según el perfil del turista con la finalidad de acrecentar la calidad de vida de la comunidad y su resultado es un producto turístico innovador y de calidad. El tipo de investigación que se utilizó es de tipo mixta, cualitativa analizando y describiendo a la comunidad y mezclado con datos cuantitativos.

En conclusión, la perspectiva del autor es potenciar el turismo vivencial que se transforma en una actividad que busca comprometerse junto con la comunidad, convirtiéndose en una herramienta que pueda revitalizar la economía local y como una opción responsable con principios sustentables en su entorno natural. No solo se enfoca en el ocio y placer del turista, por el contrario, busca un turismo alternativo que permita que el turista participe con la comunidad, de forma directa y activa con el poblador.

Vilímková (2015), en su artículo de investigación titulado *Turismo vivencial presentación de actividades y su impacto en la vida de algunas comunidades andinas en Perú*. En su revista ELHOI. El propósito de este artículo es explicar la marca que deja el turismo participativo en las comunidades andinas intercambiando experiencias y tradiciones culturales a los turistas extranjeros.

La metodología del estudio fue cualitativa, el diseño utilizado fue un estudio de referente, donde los participantes fueron de las comunidades andinas peruanas, se utilizaron técnicas de análisis de bibliografías. El objetivo es analizar los beneficios que trae el turismo vivencial a la comunidad y cómo estos beneficios pueden enriquecer a los turistas con el conocimiento de la vida de los campesinos indígenas y al observarlos o ayudarlos en sus quehaceres diarios, aprender sobre

las tradiciones y aprender vocabulario local. idioma., así como a miembros de la comunidad indígena que aportan ingresos económicos y la experiencia social de convivencia con turistas nacionales y extranjeros.

La autora llegó a la conclusión de que el turismo comunitario rural se encuentra en un crecimiento por el interés en la naturaleza, como característica destacada para el turista. Se ha encontrado que el impacto de este tipo de turismo sobre la naturaleza y el medio ambiente de vida de la comunidad es generalmente positivo, y que este tipo de turismo puede activar la economía local para lograr condiciones óptimas para la calidad de vida de las personas. Así, el turismo participativo ayuda a fortalecer la identidad cultural.

En Lima, Guzmán y Salvador (2016) en su tesis titulada *Centro turístico de difusión de la cultura gastronómica peruana*, para obtener el Título Profesional de Arquitecto en la Universidad Ricardo Palma, su objetivo fue dar a conocer sobre el degustar, comprar y aprender sobre la gastronomía, fusionando términos como feria, mercado, restaurante e instituto dando a conocer al turista la variedad de la gastronomía nacional. Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo en el ámbito de la arquitectura Turístico- Cultural, cuyo punto de vista principal del autor se justifica en dos razones, en primer lugar, surge de la necesidad de crear zonas de degustación y zonas de promoción de la cultura culinaria desarrollando un equipamiento donde se brinde a los visitantes diversos espacios para el conocimiento, degustación y promoción de la gastronomía peruana. En conclusión, los autores ven provechoso el desarrollo de la difusión de la gastronomía a través de la enseñanza que se imparte por medio de una exposición y degustación, generando la participación tanto del poblador local como del turista.

En Puno Hallasi (2019) En su tesis titulada *Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local de Pucará* para obtener el grado profesional de Licenciado en Turismo en la Universidad del Altiplano. Su objetivo es promover el turismo vivencial como alternativa de desarrollo local en Pucará, ya que tiene potencial turístico para diseñar un servicio de turismo alternativo.

El método aplicado es una descripción basada en el diagnóstico de los turistas locales en Pucará, a partir de la identificación de los monumentos culturales y naturales que se seleccionarán para su clasificación e inclusión en el circuito turístico vivencial. El autor concluye que existe una tendencia entre la población a

realizar actividades de turismo vivencial y sugiere desarrollar esta actividad a partir de la importancia de la identidad cultural que representa para el desarrollo local. A partir de la planificación, organización, capacidad y oferta de productos turísticos y programas turísticos que permitan la sostenibilidad de dicho desarrollo turístico.

2.1 Categoría 1: Turismo vivencial

¿Qué significa turismo vivencial?

El turismo vivencial se presenta como una alternativa al turismo en tanto implica involucramiento en las actividades cotidianas y manifestaciones de interés de la comunidad y sector con los turistas y visitantes. Las expresiones culturales enfatizan e identifican un dominio particular junto con sus ancestros y tradiciones.

Hay dos ejes importantes en la importancia de esta opción turística. Uno es el valor que se gana con la experiencia de vivir de los turistas formándose y participando activamente, y el segundo eje importante es la identidad cultural. Que aprendan por sí mismos y difundan lo mejor de sí mismos.

Martín (2019) considera cuatro etapas en torno a esta experiencia para que los turistas puedan invertir en experiencia y tiempo y disfrutar con gente divertida que brinda hospitalidad.

- Primero, soñar despierto con el viaje.
- Hacer realidad este viaje.
- Luego vivir la experiencia del viaje en sí.
- Finalmente terminar con los recuerdos de este viaje soñado.

El resultado es un nuevo tipo de turismo valioso. Allí, la experiencia será más rica y los beneficios de la misma serán mucho mayores. En conclusión, este autor dice que el Turismo Vivencial consiste en poner en valor la experiencia que va a vivir el cliente.

Según Ugarte y Portocarrero (2013), nos indica que el turismo vivencial muestra que las familias dedicadas principalmente a la agricultura, el deporte y la micro pesca son utilizadas en estrategias turísticas que se caracterizan por abrir

viviendas a los turistas y adaptarse a sus formas de vida. Otro significado de este turismo es que puede ocurrir en zonas rurales y es de interés para los habitantes de la ciudad por sus características extrañas, románticas o diferentes a lo que se hace en la vida cotidiana. También se define como una actividad turística única.

Para Valdez (2014) lo describe como un nuevo viaje interesante para establecer una estrecha relación a través de las actividades diarias de los colonos comunitarios, como el trabajo, el entretenimiento, la tradición y su estilo.

¿Cuáles son las actividades propias del turismo vivencial?

Según Laguna (2020) en este tipo de turismo se puede variar y experimentar diversas actividades, que dependen del lugar donde se encuentra el atractivo turístico, algunas de las actividades acordes al turismo vivencial son los siguientes:

Actividades relacionadas a la agricultura como la cosecha, la siembra, etc. Actividades relacionadas con la crianza de animales como ordeñar vacas, pastoreo, montar, etc. Actividades de observación de cultivos andinos. También actividades de intercambio y expresión cultural a través de historias, mitos, danzas folklóricas, etc. Actividades gastronómicas relacionadas a la preparación de comidas típicas, etc. Actividades de conocimiento de plantas curativas y medicinales o artesanías telares, etc. Actividades patrimoniales como ferias, fiestas, etc. Actividades de caminata a diversos lugares y terrenos. Actividades de conocimiento histórico cultural y otras Actividades diversas deportivas como ciclismo, rafting, trekking, camping, ciclismo, etc.

Figura 11

Experiencia de una turista amante de la gastronomía



Nota: En la imagen Ambroz (2013) muestra el impacto de un turista amante de la Gastronomía y su experiencia culinaria como muestra del turismo vivencial.

¿Cuáles son las tipologías del turismo?

Según Bonilla (2013) Nos habla de dos ramas primero es el turismo tradicional y el turismo alternativo, donde involucra a un turismo educativo, pues hace de la experiencia un aprendizaje, una metodología con metas educativas en temas culturales. (pp 79-81) y Hallasi (2019) nos habla de dos ramas más que el turismo gastronómico, turismo histórico cultural

I. Turismo tradicional:

Según Salcedo, San Martín (2012) el turismo tradicional es de forma estándar y mecánica puesto que ya están ubicados en zonas de afluencia cultural las cuales ya están acondicionadas y por lo general se toma una posición de observador al visitante, más no de participante o colaborador.

II. Turismo alternativo:

Según Innova y Ibáñez (2012) el turismo alternativo permite la participación del turista con la comunidad, promueve valores sociales, comunitarios, naturales a través de diversas actividades difundiendo así su cultura y tradición de un determinado sector. Surgiendo desde los años setenta por la búsqueda de nuevas experiencias y conocimientos.

Tabla 2

Características del turismo tradicional y alternativo

TURISMO TRADICIONAL	TURISMO ALTERNATIVO
Sol Y Playa	Ecoturismo
Cultural	Aventura
Salud	Rural
Náutico	
Deportivo	
Social	
Negocios	

Nota: En la figura Navarrete (2013) muestra las principales características del turismo tradicional y alternativo apreciando las diferencias de cada uno.

III. Turismo gastronómico:

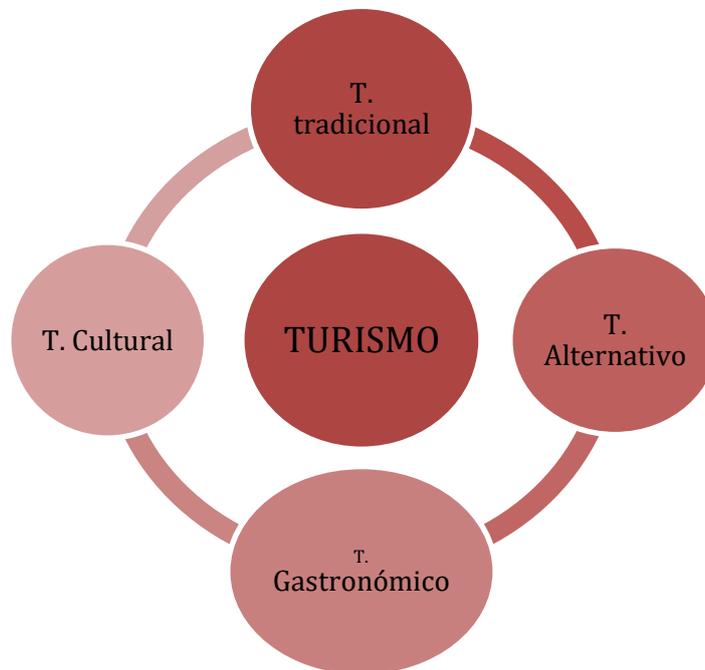
Es así como la comida del país que visitas forma parte de la actividad principal de tu visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura. También es una oferta para cualquiera que busque experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades incluyen no solo visitar restaurantes que sirven platos típicos, sino también visitar mercados, tiendas de alimentos locales y participar en festivales locales. Uno de los objetivos de este tour no es solo explorar, sino sorprenderse con la preparación de nuevos sabores y platillos.

IV. Turismo cultural histórico:

Contiene todos los elementos y expresiones visibles o invisibles producidos por la sociedad a lo largo de la historia, donde la reproducción de ideas y materiales constituye los elementos definitivos y claros de su país y región. El turismo cultural histórico no sólo incluye los monumentos y reliquias del pasado (ruinas y monumentos, edificios coloniales e históricos, documentos y obras de arte), sino también el llamado patrimonio vivo. Variedad de cultura popular (indígena, región, popularidad, ciudad), población o comunidad tradicional, lengua indígena, artesanía popular, indumentaria, saberes arquitectónicos, valores, costumbres y tradiciones, grupos culturales o características.

Figura 12

Tipologías de turismo



¿Cuáles son los tipos de turismo vivencial?

Según Vega (2018) señala algunas tipologías del turismo vivencial que se puede dar desde un cambio de papeles, del turista del tipo observador, al turista del tipo participante, nos describe tipos de turismo vivencial.

- AGROTURISMO

Los turistas participan rápidamente en actividades agrícolas, y trabajan juntas, donde también proporcionan una experiencia especial, como alimentos típicos, bebidas típicas, música original, visitas, visitas y residentes locales con la causa de los turistas se convierten en un proveedor de sitios.

- ECOTURISMO

Los estudiantes ambientales protegen el entorno cultural y natural donde se estiman turistas, y se puede encontrar el valor de cada llamada natural (paisaje, plantas y animales) del área visitante, así como las expresiones culturales. De la misma manera, es necesario mencionar que el turismo ambiental ayuda a educar y alentar a las comunidades a vivir entre los orígenes de la naturaleza natural y de esta manera, se convirtieron en una pasión positiva. Así que la población tiene una interacción positiva con los turistas

- VOLUNTARIADO

Los visitantes participan en actividades de divulgación y contribuyen a la comunidad en la que se encuentran.

¿Cuáles son los aspectos positivos del turismo vivencial?

Bonilla (2013) considera los aspectos positivos que se pueden derivar del desarrollo de esa actividad turística. Cabe recalcar que estas realidades se deben sólo en parte a que lograr el impacto cultural es un proceso.

El desarrollo del turismo vivencial incluye proyectos para dar a conocer la cultura de la comunidad para que las personas aprendan a apreciar los recursos desconocidos para la comunidad. Los cambios ambientales son mínimos, ya que las visitas al sitio están controladas. Por tanto, se mantiene el interés por la biodiversidad, como: gestión del paisaje, suelo y agua (potable y residual), cuidado de animales, gestión de residuos e investigación de la biodiversidad local. Actividades previstas donde el involucramiento de las comunidades vecinas extenderá los beneficios a nivel regional. Aprende sobre la cultura de los lugares, destacando sus tradiciones, mitos/leyendas y comida. Se deben considerar los perfiles de los usuarios que realizan estos recorridos, ya que es importante definir su mercado objetivo. Del mismo modo, también se tienen en cuenta las características demográficas, conductuales y motivacionales.

Por lo tanto, podemos decir que el turismo no debe reemplazar las actividades tradicionales, ya que la comunidad se vuelve indefensa y los objetivos de las visitas, las atracciones turísticas en sí, se encarecen.

Motivación del turista vivencial

Según Silva (2020) muchos visitantes de países europeos como Francia, Alemania, España y Japón están transformando al Perú en una nueva experiencia de viaje. Según los datos que encontramos, los viajeros posteriores se consideran clásicos porque eligen lugares populares como el Cañón del Colca, el lago Titicaca, Machu Picchu, que ya son lugares culturales. Elige estos lugares porque ya hay servicios disponibles, como pasar la noche en una isla flotante como Puno y compartir tus hábitos y actividades diarias. Estas actividades alientan a los turistas a experimentar la vida que no tienen en su propio país.

2.1.1 subcategoría 1: turismo gastronómico

La cultura de cada lugar es diferente, cuando se trata de cocina, es inseparable de la comida, que es la identidad de la nación, que se expresa a través del uso de ingredientes locales en la cocina.

El turismo de la gastronomía también es visto como un instrumento de inclusión social ya que permite la inserción de grupos y comunidades menos favorecidas. Según el exministro Silva (2016), la alimentación y el turismo tienen como objetivo reducir la pobreza ya que incrementan la economía del país anfitrión. Según la Organización Mundial del Turismo, la comida asume un rol importante en el turismo y el 88% de los destinos analizados a nivel mundial cree que la comida se ha transformado en un determinante estratégico de su imagen y marca. Asimismo, la Asociación Mundial de Turismo Culinario estima el impacto del turismo gastronómico en 150.000 millones de dólares al año.

Para Pololikashvili (2016). Secretario General, Organización Mundial del Turismo (OMT), La gastronomía se refiere a nuestro conocimiento de lo que comemos y cómo lo hacemos. Representa un campo interdisciplinario que incluye una amplia gama de procesos y lugares donde las personas cambian y consumen alimentos y bebidas, y tiene un impacto directo en su salud física y mental. De igual

forma destaca que la necesidad de comer nos define a todos por igual, pero a la vez nos distingue, hay turistas que consumen alimentos como parte de sus necesidades fisiológicas. Disfruta de otra cultura a través de la comida. Y es aquí donde se prioriza la zona anfitriona, ya que su paisaje, cultura, productos, tradiciones y especialidades representan la identidad culinaria de estos destinos (p. 8).

En las formas de turismo actuales, la cocina se considera una parte de las actividades turísticas. En este contexto, autores como Flavián (2011) entienden que el turismo gastronómico es el tipo de viajero o turista que ha preparado algunos o todos sus planes de viaje con el fin de disfrutar de una determinada comida, algo preparado en el lugar o para poder asistir a un evento.

Según Vázquez (2012) nos indica que se puede hacer referencia al turismo gastronómico como una visita a un lugar particular donde se degustan productos de alimentos primarios y secundarios, festivales gastronómicos, restaurantes y comida y/o experimentan las características del área de producción de alimentos (pp 78-87).

Se puede decir que el turismo gastronómico en los últimos años se ha desarrollado de forma muy dinámica, creando muchas nuevas razones para viajar. Algunas personas viajan por el mundo solo para comer y enriquecer el paladar.

Por tanto, el turismo de la gastronomía puede entenderse como una forma de turismo cultural donde se pueden conocer los estilos de vida y costumbres de la comunidad visitante a través de espectáculos culinarios. La comida es parte de un nuevo producto turístico, donde se puede conocer la cultura local a través de la sensación y experiencia de degustar la cocina típica regional.

2.1.1.1 indicador 1: integración

Según Vega (2018) la inclusión social es la capacidad de crear una comunicación que apoye a los representantes colectivos socialmente cohesivos, es decir, de crear una identidad colectiva que incluya a todos los segmentos de la sociedad e involucra la participación social de individuos y grupos en la sociedad, la cultura, la política y la economía.

Jiménez (2016) nos indica que otra forma de reflejar la inclusión en el turismo, según el artículo de la OMT, es la colaboración activa de las mujeres ya

que constituyen el 48,6% de la plantilla en el sector de la hostelería y la restauración. En estos eventos, el treinta y seis por ciento. Los empresarios y la mitad de los trabajadores independientes son mujeres. Siempre y cuando el turismo sea brindado por recursos locales y capacitado por programas que deben ser promovidos por el gobierno, los alimentos cultivados, cuidar el patrimonio natural y cultural y los buenos esfuerzos del gobierno en colaboración con el sector privado. Las probabilidades de una mejor calidad de vida aumentan. Por lo tanto, el crecimiento inclusivo requiere integración en la cadena de valor y propuestas de destino.

En conclusión, hablar de unirse a una comunidad crea un servicio que se brinda para brindar una estadía cómoda a los turistas y clientes al crear un punto importante para difundirlo culturalmente y, por lo tanto, esta comunidad se beneficiará de estos servicios y crecerá como una comunidad progresista. Otro factor social de participación activa es la colaboración de los integrantes de la comunidad para difundir la tradición a los visitantes. No es necesario contar con personal profesional por lo contrario se busca los conocimientos culturales y tradicionales de los lugareños y antepasados para promover oportunidades de empleo. Hecho para mujeres y ancianos.

2.1.1.2 indicador 2: Estabilidad económica

Según Westreicher (2019) la estabilidad económica se refiere a la ausencia de cambios significativos en los indicadores macroeconómicos clave de un país. Los más importantes son la inflación, el desempleo y el producto interno bruto. Dentro del contexto investigado un movimiento económico en torno al turismo local actúa como dinamizador y genera ingresos económicos por oferta de experiencias. Promueve el empleo de los pobladores locales porque son ellos los promotores y principales difusores de turismo, siendo ellos la principal fuente de información cultural es que se incrementa su valor manteniendo un comercio por prestación de servicios y comercio de productos que complementan la experiencia turística.

Para Peralta (2018) existen beneficios económicos para el turismo y estos son los siguientes:

a) El turismo como generador de divisas: el más notable beneficio del turismo es la generación de divisas. Los ingresos generados por el gasto turístico contribuyen positivamente a la balanza de pagos, especialmente en los países en desarrollo. Por lo tanto, esta actividad tiene un gran potencial para aumentar los ingresos del gobierno.

b) El turismo como alternativa al crecimiento y su efecto multiplicador: El turismo tiene el potencial de ser un poderoso impulsor del desarrollo económico y el cambio social, así como del crecimiento económico nacional. Del mismo modo, la aportación del turismo a otros sectores a través del efecto multiplicador de la economía es enorme, ya que afecta a algunos sectores. Por ejemplo, el gasto generado por los turistas afecta no solo a sectores directamente relacionados, sino también a otros sectores afectados por el consumo turístico. Se puede argumentar que pocas industrias generalmente se benefician del turismo.

c) El turismo como fuente de ingresos: Uno de los principales objetivos del gobierno es desarrollar una política económica que promueva el crecimiento económico. El turismo ha percibido un desarrollo más variado en los últimos años, lo que lo convierte en uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento en el mundo. Como resultado, el turismo se ha convertido en el principal motor impulsor del desarrollo socioeconómico del país. Por lo tanto, la expansión del turismo se considera que trae beneficios tanto para los países desarrollados como para los subdesarrollados, tanto en términos de economía como de oportunidades de empleo.

d) El turismo como generador de empleo: El turismo es generalmente una importante actividad de creación de empleo porque es importante en varias áreas de la economía. El impacto exponencial del turismo en la economía permite la creación de dos tipos de puestos de trabajo.

Directo: Gastos pagados por los turistas directamente en las instalaciones turísticas tales como alojamiento, comidas, transporte, viajes.

Indirecto: Generados indirectamente del gasto turístico. En otras palabras, es la etapa de construcción de hoteles y restaurantes.

e) El turismo como actividad económica regional: Gracias a las nuevas infraestructuras e instalaciones en las zonas más remotas, se da el mejoramiento y la decoración de varios espacios y se pone a disposición tanto de residentes como de turistas.

Se da una creación, mejora y se fomenta a mejorar las instalaciones para facilitar el turismo, desde las que también se puedan desarrollar otras actividades afines. También se dan la equidad entre las regiones más acomodadas y pobres para que ambas tengan ingresos de riqueza para el mejoramiento.

2.1.2 subcategoría 2: conservación ambiental

Según Pineda (2019) la protección ambiental es el acto humano de atender, preservar y sostener todos los elementos naturales, tales como la existencia humana, la fauna, la flora, las áreas verdes y las reservas naturales.

El creciente interés de los turistas sobre las localidades y la interacción de la naturaleza con el hombre, lleva al poblador local a dar un mejor tratamiento sobre los atractivos turísticos, fomentando la participación de autoridades locales y la comunidad para dar mantenimiento, mejor el tratamiento y fomentar la conservación del territorio visitado. La imagen que se proyecta sobre uno mismo, es fuente de críticas y aportes de los visitantes, por lo que el anfitrión debe estar a la altura y mantener una armonía con el entorno que lo rodea.

2.1.2.1 indicador 1: biodiversidad

Jaquenod (2007) nos explica que la biodiversidad se refiere a la variedad de especies que existen en un sistema natural, ya sean animales o plantas. Para Anton y Pascual (2017), un elemento muy importante de vincular la biodiversidad con el turismo es vincular el concepto de biodiversidad con los beneficios socioeconómicos que aporta, y vincular el desarrollo del turismo con la seguridad del medio ambiente. Esto reduce la abstracción del concepto de biodiversidad. El continuo crecimiento del turismo del que depende ha sido un agente clave en muchas economías, por ejemplo, en otros países, ya que se ha transformado en sinónimo de ecoturismo.

2.1.2.2 indicador 2: turismo sostenible

Según la OMT (2018) el turismo sostenible es un turismo que desarrolla integralmente los impactos temporales actuales y futuros, previendo aspectos económicos, sociales y ambientales para que se puedan complacer los requerimientos de los turistas y del medio ambiente. Su objetivo final es la comunidad de acogida. Complace las exigencias de los visitantes actuales y las regiones anfitrionas al tiempo que preserva y mejora las oportunidades futuras. El objetivo es gestionar todos los recursos para satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos fundamentales, la biodiversidad y los ecosistemas.

Figura 13

Impactos del turismo sostenible



Nota: Según Salame (2018) describe tres impactos para un desarrollo del turismo

Según Martínez (2017) considera que el turismo sostenible debería de contener las siguientes premisas:

- Ecológicamente aceptable: respetar el medio ambiente y reducir los efectos adversos

- Justicia social: toda la población se beneficia de las actividades turísticas y se promueven los valores de la población local
- Económicamente Viable: Contribuye a desarrollar habilidades financieras, generar empleos y mejorar la calidad de vida de los residentes.
- Respetuoso con el medio: Se adapta a la capacidad del espacio natural y cultural y minimiza los impactos estacionales
- Integrado/diversificado: adaptado al sitio, adaptado para empresas locales.
- Participativo: Implicación de todos los actores y participación de los vecinos.

2.2 categoría 2: gastronomía

Para Fuste (2016), la gastronomía y la diversidad actúan como motor y contribuyente a la identidad cultural, con el objetivo de contribuir a una mayor comprensión de los fenómenos culinarios, turísticos y culturales. La cocina se está volviendo importante en todo el mundo, al punto que es un fuerte motor para promover la diversidad y la cultura de un determinado lugar. Torres, Romero y Viteri (2017) nos dijo que se trata de apreciar lo que somos y lo que valoramos desde el punto de vista de la cultura culinaria para enriquecer esta parte importante de la oferta turística del país y un ejemplo es República Dominicana como destino más visitado del Caribe y Centroamérica, un destino turístico que recibe a más de 7.5 millones de turistas cada año con diferentes rutas, entre las que muchas personas desconocen nuestras delicias culinarias.

La gastronomía puede ser un factor que influye en la elección del destino a visitar. Así vemos que según Pololikashvili (2016), secretario general de la OMT, afirma que la gastronomía es un importante motor para los turistas a la hora de elegir su destino. Esto significa que las tendencias muestran que los turistas consideran que la experiencia culinaria es un factor importante que influye en sus decisiones de elección de destino.

En conclusión, necesitamos aprovechar el auge de la industria culinaria para transmitir los conocimientos de diferentes personas de la generación anterior y dar a conocer la comida como una experiencia sensorial que mantiene el mismo valor. Vale la pena gracias al conocimiento de los antepasados de la cocina.

Fortalecimiento gastronómico

Para Cortes (2018) fortalecer las fuerzas que dan forma a las artes culinarias, entrando en el estado de las culturas ancestrales, modernas o contemporáneas ya que combina elementos que ingresan a la cocina en un mundo donde el aroma y el sabor están separados. El espacio de la cocina es geográfico. Define cada región que varía de un lugar a otro. Marca un estilo de vida relacionado con el entorno social de cada región y sus habitantes.

Según Reyes y Vargas (2016) dijo que, a nivel nacional, uno de los principales lugares gastronómicos turísticos en Perú es Arequipa donde la gastronomía de la ciudad es diversa y se está expandiendo por el mundo. Considera tres atributos básicos: autenticidad, originalidad y alta calidad.

¿Qué es la gastronomía arequipeña?

Cornejo (2019) nos habla que es una cocina donde el gusto se encuentra con el arte, encontrando armonía entre sabor, color y forma. Su trabajo es atraer los sentidos visibles del huésped, así como activar las funciones del cuerpo. Los sabores, aromas, texturas, formas y colores se unen luego en delicadas brasas de barro y madera para crear deliciosos platos. La comida de Arequipa es mixta, combinando las antiguas cocinas de Aymara, Puquina y quechua con los moristas españoles. Esta mezcla culinaria ha dado como resultado exquisitos guisos de gran valor que traspasan fronteras nacionales e internacionales, como el rocoto relleno, el camarón, el cuy, el picante y diversos caldos ricos y ligeros.

La comida en Arequipa es deliciosa por las siguientes razones: Primero, los sabores de los platos son agradables y expresivos por el uso de leña (eucalipto y cacao) y vajilla. El sabor se logra a través de técnicas complejas que combinan los ingredientes, la mezcla y la cocción. Estas técnicas se aprenden y transmiten por costumbre entre generaciones naciendo desde casa.

Debido al uso y combinación de diversos ingredientes, productos de la región y sabores completamente naturales, no contienen químicos artificiales. Los productos alimenticios de Arequipa no contienen saborizantes o condimentos industriales. Tercero, ser parte y promover el carácter familiar y social de los alimentos arequipeños. Durante el almuerzo y la comida líquida, la calidez de la madre y la familia, se recuerdan. Cuarto, el hábito de respetar la dieta está

preparado para todos los días de la semana. De alguna forma, se sorprenderá toda la semana, la agradable fragancia de la comida tradicional, por lo tanto, para una variedad de platos se están preparando para todos los días de la semana.

Figura 14

Razones por las que la Gastronomía Arequipeña es muy sabrosa



Nota. Según Cornejo (2019) explica las bondades de la gastronomía Arequipeña.

Orígenes de la gastronomía arequipeña

Para Choque y LLacho (2018) el origen de la gastronomía se debe a causa la variedad ecológica y la diversidad de la geografía que posee Arequipa ya que se encuentra mucha variedad de alimentos. Son varios los productos que usaban y usan hoy en día, como: papas, chuños, racacha o arracacha, quinua, cañihua, muña, murmunta, tarhui, y pescados secos o frescos como bogas, suches o ispis, además de charquis con llama o alpaca.

Gracias a la agricultura encontramos diversos tubérculos, más variedades de papas, maíces, tomates, zapallo, lacayote, berros, liccha, hierbas aromáticas (huatacay o paico), airampo y diversas frutas (tumbo, tuna, papaya arequipeña, guayaba, aguaymanto o capulí). De la misma zona carne fresca de llama, guanaco y alpaca, cuyes, aves como la tanquita (empleada en la Ocopa), la extinguida wallpa (gallina andina), la choca o pequeña gallinácea, un tipo de pato nativo o ñuñuma, sin continuidad en la gastronomía local y el escaso venado andino o taruca. De los valles y ríos costeros, ajíes, pallares, caiguas, maní, porotos, pejerreyes y camarones, de pescado de mar, crustáceos (especialmente caracoles, mejillones y erizos de mar), areca o hueveras secas, charquesillo (anguila salada u otros

pescados, y algas secas como el cochayuyo, también usada en platos) guisos masticables varios (timpusca, charquicán) de cochayuyo, camarones fritos, etc.). También nos comentan que uno de los principales temas a tratar cuando se habla de gastronomía arequipeña son las picanterías ya que son pilares de esta, y Las primeras menciones de las Picanterías en Arequipa no se encuentran en documentos históricos, sino que en la época temprana se le llamaba chicherías.

Vizcardo (2014) nos mencionó que el origen de las "Picanterías" de Arequipa se remonta al siglo XVI. En esa época había una pequeña tienda de venta de chicha de maíz y otras bebidas, que estaba en las afueras del pueblo y debió ser en los siglos XIX y XX. A lo largo de los siglos, se empezaron a preparar platos tradicionales desde Chicharúa hasta Picado.

Choque y LLacho (2018) nos comentan que en 1575 aparecieron algunos de los primeros documentos acerca de las chicherías con normativa del Virrey de esa época, Toledo, en el Título XVIII, ordenó prohibir el comercio de chicha en las tabernas y en toda la ciudad, porque esto provocaría disturbio y confusión entre el pueblo, y los que desobedecieran la orden serían castigados con multas y azotes.

Sin embargo, luego en el Título X se declaró que todas las chichas se limitarían a una casa y que a cada indio podía obtener sólo dos litros. Estos títulos no eran practicados por la población ya que había 3200 chicherías en Arequipa en 1835, sin mencionar que las chicherías ya no solo vendían bebidas sino que se vendía comida a la hora del almuerzo. Picante para el almuerzo de la tarde. A partir del siglo XIX comienzan a desarrollarse con el cambio de nombre de Chicherías a Picanterías y la incorporación de la música popular en cada establecimiento.

Evolución de la gastronomía arequipeña

Robles (2019) Analiza la evolución de la gastronomía cuando los españoles llegaron a las Américas, aparecieron nuevos productos: lácteos como caña de azúcar, trigo, arroz, olivos, limones, naranjas, leche y queso, y también llevan diferentes tipos de carne como el cordero. y pollos, pero también huevos, y con el tiempo, gracias a estos nuevos productos, aparecieron nuevas preparaciones.

Vizcardo (2014) nos indicó que no se puede negar que Arequipa es famosa por sus platos excepcionales, no solo por su explosión de sabores en el paladar, elaborados con una mezcla de ingredientes de la región, también podemos

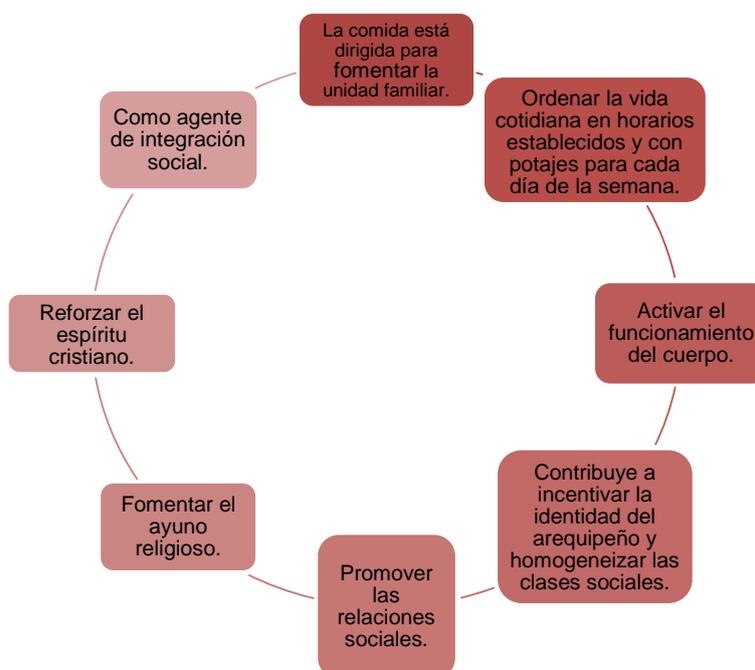
encontrar el calendario, la historia y las emociones realzan el sabor del arequipeño; Por ello, el 23 de abril de 2014, la Picantería Arequipeña fue declarada como patrimonio cultural de la nación por la RVM. No. 033-2014-VMPCIC-MC.

Funciones sociales de la gastronomía arequipeña

Según Cornejo (2019) indica que la alimentación no es solo una tarea natural, aporta beneficios para nuestra existencia, sino que también es importante, comunicar información, organizar nuestros horarios y una regla sobre la mesa, sagrada y cotidiana, representa la relación precio-ganancia. También es útil para reafirmar viejos roles de la sociedad y ser responsable de revelar abiertamente nuevos roles sociales. Además, pretende reducir los conflictos en grupos y jerarquías. Ayuda a mostrar el prestigio que una persona ha ganado o perdido ante los ojos de la comunidad.

Figura 15

Funciones sociales de la comida arequipeña.



2.2.1 subcategoría 1: tradición gastronómica

Para Navarrete y Muñoz (2018) Nos dijo que la tradición culinaria es el estudio entre la cultura y la comida, pero la gente suele pensar que el término se refiere a las artes culinarias y al comedor de mesa. La culinaria también implica el estudio de

diversos elementos culturales, y su eje central siempre ha sido la cocina, además de formar parte del sector turístico, por lo que su promoción y desarrollo es una vía importante para garantizar una alimentación de alta calidad.

La cocina arequipeña se basa en principios, significados y valores tangibles e intangibles. También se incluyen criterios funcionales, históricos, estructurales e incluso semióticos. Así las entradas, chupes o caldos o almuerzos, guisos o segundos están para cada día específico, así como para fechas y aniversarios específicos. De tal manera que los lunes se suele preparar el caldo de chaque de tripas; los martes: chairo; el miércoles: chochoca; el jueves: chupe de chuño; el viernes: chupe de viernes; el sábado: timpusca; el domingo: el legendario adobo y caldo de lomos. Además, se han institucionalizado horarios como «La hora del almuerzo», «La hora del yaraví», «La hora de los picantes».

Tabla 3

Aderezos tradicionales utilizados en la comida arequipeña

ADEREZO BÁSICO	Sofrito de ajo, cebolla y aceite
ADEREZO ROJO	Sofrito de ajo, cebolla, aceite y ají colorado seco rehidratado.
ADEREZO AMARILLO	Sofrito de ajo, cebolla, aceite y ají mirasol seco rehidratado o ají fresco o verde.
ADEREZO MIXTO	Sofrito de ajo, cebolla, aceite ají Colorado seco rehidratado y ají mirasol seco rehidratado o ají fresco o verde.

Nota. Algunos de los aderezos utilizados en la preparación de platos Arequipeños, para Navarrete y Muñoz (2018)

Figura 16

Menú semanal de la gastronomía arequipeña



Nota: Navarrete y Muñoz (2018) el diario de los platos tradicionales Arequipeños.

2.2.1.1 indicador 1: cultura gastronómica

Según Ochoa y Santamaria (2018) nos dicen que la cultura gastronómica se compone de muchas costumbres sociales, usos, costumbres, comportamientos y tradiciones, transmitidas entre generaciones y expresan las características sociales y los significados que comparten. (p 151). Para Chancay y Yagual (2018) cada cultura es apasionada por su propia cocina, construyendo una identidad cultural a través de un apego de generación en generación. La cocina es muy necesaria en la cultura, a través de la cual es un utensilio de cocina con significado y función que responde a las necesidades de las personas en relación al tiempo de elaboración de los alimentos, y gustos según diversos usos y costumbres, se expresan gustos, costumbres. Las personas se nutren de acuerdo con el entorno cultural que muestra su forma y forma de vida. (p 26).

2.2.2.1 indicador 2: sentido de pertenencia

Se puede llegar a definir el sentido de pertenencia gracias a lo recabado en las investigaciones del especialista Fuentes (2014) y Ministerio de Cultura (2013) cómo se transmite y se comparte el sentido de pertenencia de una sociedad entre generaciones en términos de rasgos, personalidades, hábitos, valores y creencias.

La materialidad y el anonimato se identifican como un rasgo de identidad cultural. Las diferencias étnicas y el pesimismo sobre el progreso también contribuyen a la falta de identidad cultural.

Según Cornejo (2019), la gastronomía arequipeña es una forma de reafirmar el sentido de pertenencia y el orgullo de ser arequipeños. Los diversos guisos arequipeños se suman al ambiente local. Por eso el rocoto relleno, el cuy chactado, la ocopa arequipeña, el chupe de camarón, los encurtidos son los platos insignia de Arequipa. Además, los hábitos alimentarios aceptan reglas, los horarios son símbolos que representan una forma de pertenencia e inclusión social.

En resumen, es un legado que todos aceptan. Es muy importante que todos tengan un sentido de identidad cultural y pertenencia cultural, de lo contrario, puede obstaculizar nuestro deseo de seguir creciendo como nación.

2.2.3 subcategoría 2: reactivación de la ruta del Loncco

Loncco era el nombre de un campesino arequipeño que vivía en la finca, o le decían campesino por su forma de hablar. En la ciudad de Arequipa es necesario informar a los turistas sobre las nuevas oportunidades turísticas, siempre se ha enfatizado el desarrollo de la naturaleza y el ecoturismo como base para la protección del paisaje natural debido a la vía que trae este calzado de caminar.

La ruta turística Ruta del Loncco ofrece una amplia gama de atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, y se basa en el contacto cultural en un entorno rural, a menudo en pequeños pueblos, algunos de los cuales aún se conservan bien. Esto se debe a que las personas y las ciudades no tienen suficiente conocimiento sobre los monumentos circundantes, solo tienen los monumentos más cerca pero no más lejos, también porque algunos lugares no tienen carreteras, por lo que a la ciudad tampoco le importa mucho, por lo que el turista Las rutas no

2.2.3.1 indicador 1: ruta turística

Para Vásquez (2012), crear una ruta turística es diseñar un producto turístico que ofrezca al turista calidad y accesibilidad. En otras palabras, los itinerarios pueden ser una colección de uno o más productos turísticos. En otras palabras, los itinerarios deben incluir los conceptos básicos de las operaciones turísticas y la señalización, además de los diversos recursos de viaje que se pueden incluir, pero de manera integral en un solo enfoque. Las rutas turísticas pueden ser:

Itinerarios de viaje: La duración puede variar y la característica principal es la salida y llegada al mismo lugar después de visitar uno o más atractivos turísticos.

Corredor Turístico: La característica principal es la salida y llegada a diferentes lugares después de recorrer uno o diversos atractivos turísticos.

2.2.3.2 indicador 2: promoción cultural

Para Ballesteros et al (2018) afirma que la promoción cultural es como un proceso inconcluso en el que el diálogo entre el pasado y el presente, uno mismo y un país extranjero, lo existente y lo que debe ser, ya está orientado hacia la modelación y construcción de un futuro que ya vive entre nosotros.

Se puede concluir que la promoción es una actividad empresarial encaminada a motivar a la demanda de un producto o servicio. La definición de promoción es una actividad regulada por la ley de turismo, como muchas veces hemos observado que la promoción tiene como propósito promocionar los servicios o productos que ofrecemos, beneficios, amenidades, beneficio; Para brindar a los consumidores información precisa y honesta, lo hacemos todos los días cuando queremos promocionar algo, no tiene que ser un producto o servicio, puede ser un evento, una celebración, etc.

Es importante aplicar correctamente las promociones para que los consumidores comprendan lo que se ofrece y tengan libertad de elección.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El enfoque de investigación del presente trabajo es de **tipo cualitativo**, ya que según Galeano. (2013) El enfoque cualitativo entrelaza áreas entre conocimiento y problemática rescatando la importancia de la subjetividad, con el objetivo de obtener un conocimiento científico sobre la realidad humana.

El diseño de la investigación es explicativo para Monje (2011) es utilizando la investigación como herramienta orientada a un objeto de estudio, permitiendo la descripción más a fondo de un tema en específico y sus fenómenos que a lo largo del tiempo pueden ser base para nuevos estudios. Como medio para registrar los datos obtenidos se realizarán a través de fichas de observación que nos permitirán recolectar datos de otras fuentes del entorno, para así comprender más a detalle la problemática de la investigación, otro medio de registrar información tomada en esta investigación será la presentación de referentes denominados casos de estudio donde se busca, comparar, evaluar y comprender la problemática, tomando referentes nacionales e internacional, entendiendo cualidades desde diferentes contextos, realidades y culturas, para así incorporarlas a la investigación.

Es una investigación de tipo básica, a razón de que este trabajo se esforzó en conocer y tratar de entender el fenómeno del turismo vivencial sin intentar la aplicación de los nuevos conocimientos, al respecto Sánchez y Reyes (2015) mencionan que este tipo de investigación busca conocer acerca de una determina realidad para enriquecer el conocimiento en específico, en este caso sobre el tema de estudio mencionado.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

El enfoque de esta investigación parte en particular de uno o dos temas, donde deben ser descritos con ideas claras que nos guíen en el proceso de investigación.

Las categorías o unidades de análisis que brindan información relevante para la investigación de tal manera que estimulan la comprensión del lector (Alfonzo, 2012. pp. 3-4). Mientras que las subcategorías, son significados que

desenredan las categorías delineadas en detalle, ayudando al investigador a recopilar mejor información. (Cisterna, 2009.p.71).

En la investigación se tomaron en cuenta 2 categorías y cada una presenta a su vez subcategorías; con ellas se trabajaron para dar inicio a las inmersiones en el campo.

Tabla 4

Categorías de la investigación

Número	Categoría
categoria 1	turismo vivencial
categoria 2	gastronomía

Tabla 5

Subcategorías de la investigación

Categoría	Subcategorías
turismo vivencial	inclusión a la gastronomía
	conservación natural
gastronomía	Tradición gastronómica
	Reactivación de la ruta del Loncco

Tabla 6

Matriz de categorización.

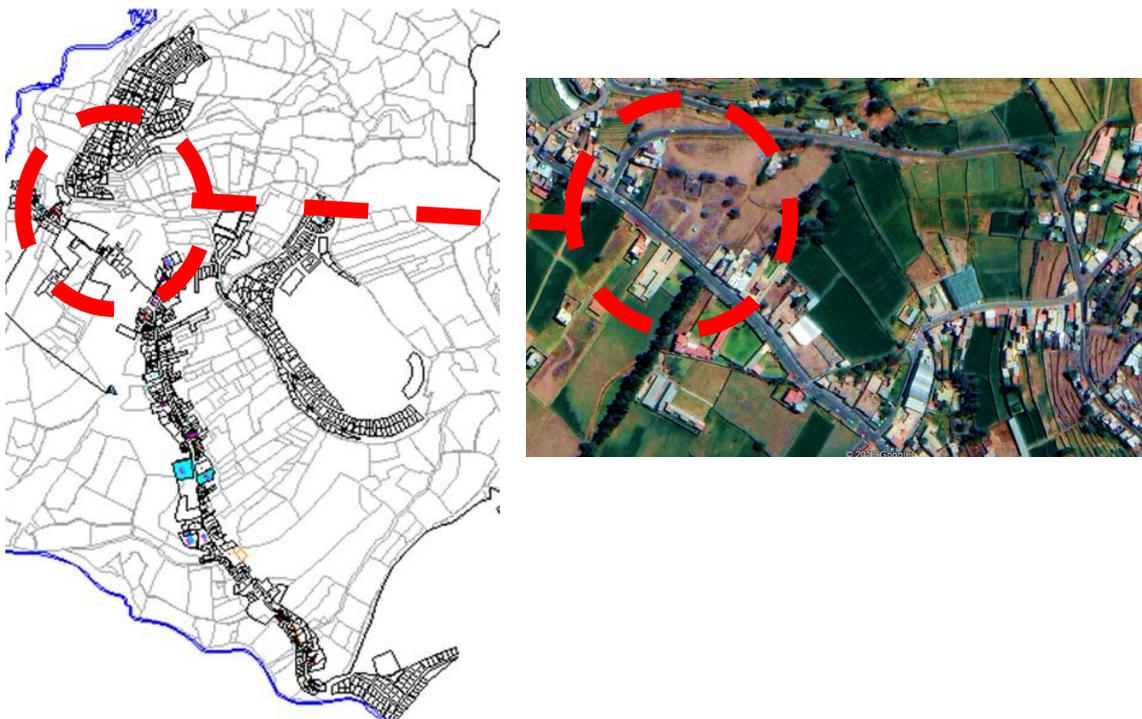
Categoría	definición de la categoría	objetivos	Subcategorías	Indicadores	fuentes	Técnicas	Instrumentos
		Comprender los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en el distrito de Sabandía, que destaque dentro de la ruta del Loncco como destino turístico cultural gastronómico de Arequipa. Tomando un enfoque turístico, destacando el potencial natural y agrícola del distrito de Sabandía.					
<i>Turismo vivencial</i>	Según Valdez (2014) es una nueva y emocionante propuesta turística que permite a los turistas participar junto con las actividades, establecer relaciones cercanas con los artesanos y la comunidad, para apreciar su trabajo diario, sus costumbres y su forma de vida.	Mostrar el turismo vivencial como fuente de diversificación gastronómica, involucrando a los residentes del distrito y a los turistas, aprendiendo sobre este proceso “de la chacra a la olla”.	turismo gastronómico	integración estabilidad económica	Material bibliográfico (libros, tesis, revistas y artículos científicos). Entrevistas	análisis documental Entrevista.	ficha de contenido Entrevista semi-estructurada
		visualizar al Distrito de Sabandía como un sector gastronómico, el cual se integre como espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad, acogernos en la tranquilidad y paz de la creación	conservación ambiental	biodiversidad turismo sostenible	Material bibliográfico (libros, tesis, revistas y artículos científicos) Entrevistas	análisis documental Entrevista.	ficha de contenido Entrevista semi-estructurada
<i>Gastronomía</i>	Para Fuste (2016), la gastronomía actúa como motor y contribuyente a la identidad cultural, con el objetivo de contribuir a una mayor comprensión de los fenómenos culinarios, turísticos y culturales. La cocina se está volviendo importante en todo el mundo, al punto que es un fuerte motor para promover la diversidad y la cultura de un determinado lugar.	Mostrar esta ruta turística como un importante recorrido cultural (Ruta del Loncco) para fomentar la identidad cultural gastronómica Arequipeña y generar sentido de pertenencia.	tradición gastronómica	cultura gastronómica Sentido de pertenencia	material fotográfico Entrevistas	observación Entrevista.	ficha de observación Entrevista semi-estructurada
			Reactivación de la ruta del Loncco	Ruta turística promoción cultural	Material fotográfico Entrevistas	Observación Entrevista.	ficha de observación Entrevista semi-estructurada

3.3. Escenario de estudio

Su definición es tomada del lugar donde se realizará la búsqueda. El medio físico, la dimensión del espacio o la repartición del medio social, en el cual se inicia los intercambios de inmediato con los involucrados y los recursos útiles para lograr los objetivos de nuestra investigación. (Valerdi, 2012). Por lo tanto, el escenario de investigación brinda un ambiente de recolección de información con las condiciones requeridas por la investigación y que fueron identificadas desde el enfoque de investigación. El escenario comprende el Distrito de Sabandia en la provincia de Arequipa, tiene por meridianos: Latitud sur $10^{\circ} 30'45''$ y de longitud norte: $71^{\circ}23'18''$.

Figura 18

Ubicación del terreno a intervenir en el distrito de Sabandia



Nota: ubicación del terreno a intervenir en el distrito de Sabandia.

En el aspecto físico predomina las edificaciones de un solo piso como indica Anexo D, el material predominante en las edificaciones es el ladrillo como indica Anexo E. Existe una mayoría de viviendas unifamiliares como indica Anexo F. Al ser un área de gran magnitud cuenta con escasos comercios locales que no

satisfacen a la población y al ser también un lugar turístico cuenta con pocas áreas de recreación o de descanso.

Si hacemos un análisis de imagen urbano, existe una variada vegetación, entre ellos predomina el eucalipto, molle y sauce llorón y cactus. El área a estudiar está rodeada de sendas como indica Anexo C, que fueron marcadas naturalmente por el usuario, también encontramos 2 vías principales una que te lleva hacia el molino de Sabandia y otro hacia Yumina, y otras 2 vías secundarias que son calles sin número. La vía Yumina es poco concurrida por la falta de actividades y señalización vial. En el camino hacia el molino se encuentra la posta médica la cual es muy estrecha puesto que ahí se concentra la mayor actividad de recreación y otro punto muy importante es que existe una pequeña plaza antes de entrar al molino de Sabandia, pero no se utiliza como tal ya que se emplea como estacionamiento.

Dentro del sector encontramos 3 tipos de nodos, el primero es donde existe una poca afluencia de personas ya que es la intersección de la vía Sabandia y la vía Yumina, el segundo nodo se encuentra un poco más transitado que es la vía principal hacia el molino y el tercer nodo que es el más importante ya que existen la mayor aglomeración de personas debido a q es el acceso hacia el molino y otro equipamiento como son la comisaría, la posta y la piscina de Sabandia.

Tenemos 3 bordes predominantes como indica Anexo A, 2 de ellos que son el río Socabaya y el río Cancahuasi los cuales tienen una continuidad marcada paralela al otro río y perpendicular a la vía Sabandia, este es el borde que da una caracterización compleja al emplazamiento; por otro lado tenemos el tercer borde que es la vía de Sabandia, esta configuración urbana es la más próxima al terreno , que se organiza linealmente, también encontramos 3 hitos como indica Anexo B que son el molino de Sabandia, plaza de Sabandia y el hotel el lago.

Actualmente, el lugar muestra una carencia de lugares de intercambio social, no cuenta con espacios de recreación, presenta inseguridad y un desorden de crecimiento urbano, existe desinterés por parte de los lugareños en mejorar el lugar.

3.4. Participantes

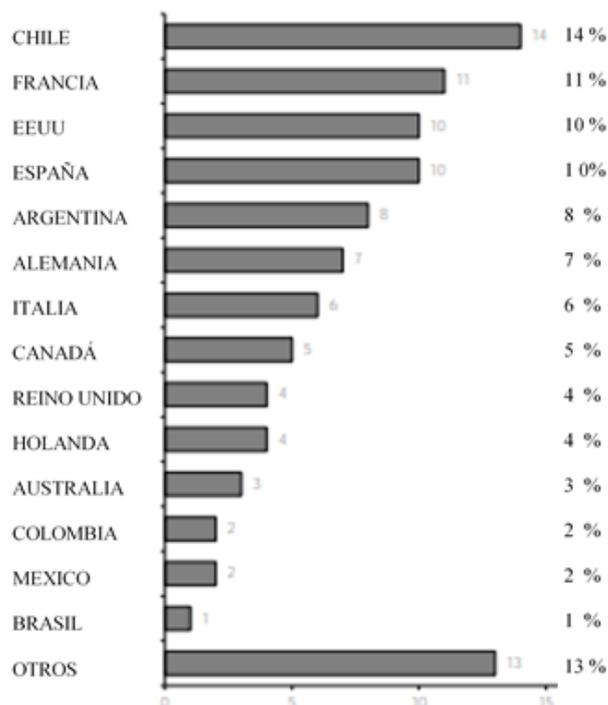
Según Guerrero (2016), el participante debe ser desconocido para los investigadores, coexistiendo en el sistema de estudio, como objeto y pilar fundamental de la aplicación del método desde la conciencia, el comportamiento, la actitud, etc. Miembros de la comunidad realizan un proceso interactivo basado en preguntas abiertas, flexibles, oportunas y debe ser redefinido constantemente con base en las observaciones anteriores obtenidas a través del trabajo de campo. Funciona en el contexto del diseño abierto. El investigador puede usar uno o más roles asociados con lo observado orientados al enfoque de la investigación empleado.

Se aplicará un muestreo no probabilístico, según Scharanger (2021) este tipo de muestreo depende de las condiciones que permiten hacerse, es decir, los elementos tomados en este muestreo no dependen de una probabilidad por lo que no representa a todos los miembros de la población.

Dentro de los participantes que formarán parte en la investigación son :Los turistas extranjeros que visitan Arequipa, (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PromPerú], 2019) nos muestra una relación de turistas siendo en su mayoría provenientes de Chile, Francia, España, EE.UU entre otros, de edad en su mayoría de 25 a 34 años que en su mayoría son solteros y la actividad que más realizan está enfocado a la Cultura recorriendo la ciudad y a su vez su interés está enfocado en la Naturaleza, visitando áreas verdes y reservas naturales. También dueño de las picanterías más importantes que pertenecen a la sociedad picantera de Arequipa.

Figura 19

Perfil del turista extranjero que visita Arequipa - PROMPERÚ 2019



Nota. La imagen muestra el origen de los países que son más atraídos a la región.

Los turistas nacionales que visitan Arequipa y a su vez los locales que a su vez se recrean en ciertos destinos turísticos dentro de la región (PROMPERU 2019), en su mayoría son de sexo femenino, la edad de los turistas en promedio es de 33 a 35 años que forma parte de una pareja cuyo motivo principal de viajar los destinos turísticos son por comentarios o sugerencias de experiencias de amigos o familiares que ya visitaron anteriormente el lugar y su mayor gasto fue en alimentos. El turismo que más realizan es el urbano, el turismo de naturaleza

Otro participante de vital importancia en nuestra investigación es el poblador local del mismo distrito, los cuales formarán parte vital para difundir la gastronomía y cultura propia de la región de Arequipa. Analizamos la población del distrito de Sabandía. En esta investigación se tomará como participantes a especialistas profesionales en arquitectura y/o conocedores en el área turística cultural, que nos orientarán en la recolección de información para así obtener una idea clara de la problemática en el sector y posteriormente brindar respuestas respecto a la investigación

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas son procedimientos operativos sistematizados que se utilizan para resolver problemas del mundo real. La elección de estas técnicas debe tener en consideración lo que se está estudiando, por qué, qué y cómo. Estas técnicas pueden ser: observación, entrevista, análisis de documentos, la experimentación y las encuestas. Artiles, Otero y Barrios, (2015).

Para. Arias (2012), nos indicó que los instrumentos son el medio físico utilizado para recopilar y almacenar información (p.67). Es decir, es un recurso importante y un medio para que los investigadores accedan al fenómeno y registren los datos obtenidos durante el estudio, de manera organizada y adecuada. El panel de recogida de datos como herramienta del estudio permite realizar datos primarios a partir de fuentes secundarias como libros, periódicos, folletos, maquetas, boletines, etc. (Arias, 2012, p.112).

De tal forma en este proyecto de investigación para obtener los datos al día y veraces de cada indicador se utilizará la técnica de observación, esta es una técnica de investigación cualitativa más tradicional, los investigadores la utilizaron para explicar clarificar y entender fenómenos que ocurren en la esencia y en los humanos en sus propios contextos usando esta tecnología no solamente “ver o viendo” fatalidad igualmente investigando información revelando más secretos Trujillo, Toro, Tapia y Rosas (2019, p.66), la técnica de análisis documental es una de las aplicaciones técnicas cualitativas, también juega un rol considerable la voluntad y el favor de los informantes a dar a conocer abiertamente y flexiblemente sus experiencias y percepciones y la técnica de entrevista es el intercambio de ideas, opciones mediante un diálogo que se da entre dos o más personas, Según Pérez (2015), es una conversación entre dos personas para recopilar información sobre un tema en particular (p.281). Según el autor, las entrevistas se basan en conversaciones que mantenemos con entrevistadores e interlocutores.

Utilizando como instrumentos la ficha de observación, ficha que permite juntar sistemáticamente toda la información, ya que está más estructurada y tiene un mejor control sobre el procesamiento de todo el producto aceptable. Méndez y Sandoval (2011), es decir esta ficha permite organizar los hechos que el

investigador ha tomado en cuenta y permite el fácil ordenamiento de la información recopilada mientras se hizo la investigación (p122), y el otro instrumento que es la ficha de contenido que según Zárate , Llanos y Salazar (2019) es una de las herramientas de investigación más utilizadas en la literatura, que permite guardar los datos obtenidos de forma organizada, visible y por último la guía de entrevista viene hacer un documento que comprende los temas, preguntas y aspectos para analizar, según Schettini y Cortazzo (2016), es una herramienta que sirve al entrevistador como un protocolo a seguir no exactamente como este escrito si no que es una hoja de apuntes para que se acuerde los temas y formule las preguntas de acuerdo como lo quiera describir (p.180), es decir guía de entrevista viene hacer apuntes que el entrevistador debe tener para no desviarse del tema no necesariamente lo va describir tal cual está si no que lo puede decir con sus propias palabras.

Tabla 7

Propuestas de las técnicas o instrumentos de recolección de datos

Técnica	Instrumentos	Propósito
observación	ficha de observación	Observaciones sistemáticas y fácticas en el contexto de la comunidad donde se desarrollaron las unidades analíticas.
análisis documental	Ficha de contenido	Registrar información de los indicadores
entrevista	Guía de entrevista semi-estructurada	Apuntes que el entrevistador debe tener para no desviarse del tema
	encuesta	contiene una serie de preguntas junto con las posibles respuestas o preguntas abiertas

De esta forma, los instrumentos deben ser validados por especialistas, ya que estos son las herramientas que determinan lo utilizado es fiable, Paniagua, (2015, p.2), es decir, es un método efectivo y válido para comprobar la confiabilidad de una herramienta, si es útil para lograr el propósito para el cual fue desarrollada y así obtener información o datos suficientes.

Tabla 8

Categorías, subcategorías, técnicas e instrumentos

categoría	subcategoría	técnica	instrumentos
turismo vivencial	Turismo gastronómico	. Análisis documental. . Entrevista	. Ficha de contenido . Entrevista
	conservación natural	. Análisis documental. . Entrevista	. Ficha de contenido . Entrevista
gastronomía	Tradición gastronómica	. Observación . Entrevista	. ficha de observación . Entrevista . Encuesta
	reactivación de la Ruta del Loncco	. Observación . Entrevista	. ficha de observación . Entrevista

Tabla 9

Instrumentos y validez de expertos

Instrumento	Fecha de validación	Validador
técnica de observación	23/02/2022	ARQ. SALAS CHAVEZ, PEDRO DOGOBERTO
análisis documental	23/02/2022	ARQ. PACHECO JIMENEZ , VICOTRIA ROSARIO
Guía de entrevista semi-estructurada	23/02/2022	ARQ. GARRAFA SAMAME, RONALD ARQ. JOSE LUIS VERA CHAMORRO

La ficha técnica es una herramienta útil que le permite agregar datos importantes a través de una descripción detallada del objeto Mondragón (2019). La ficha técnica es un documento de gran importancia en la investigación ya que gracias a esta herramienta se recopila toda la información necesaria para brindar información de una manera más integral. (p.2). El material mencionado anteriormente le permite al investigador construir exactamente un instrumento que contenga toda la información sobre el tema en un resumen, obteniendo datos relevantes que facilitarán el concepto de cada herramienta.

Luego se presentará una tabla estructurada a la herramienta que se aplicará para informar la investigación a través de la perspectiva de un profesional de la arquitectura.

Tabla 10

Ficha técnica del instrumento ficha de contenido

FICHA TÉCNICA	
Categoría	turismo vivencial
técnica	análisis documental
instrumento	Análisis de contenido
nombre	Análisis de contenido de la primera categoría: turismo vivencial
Autores	Subia Villanueva, Jandaly Dioselin Yanyachy Arispe, Carmen Patricia
año	2022
correspondencia	Consta de 2 subcategorías: Turismo gastronómico y conservación natural
duración	10 minutos
aplicación	Pobladores de Arequipa y del distrito de Sabandía
administración	solo una vez

Tabla 11*Ficha técnica del instrumento ficha de observación*

FICHA TÉCNICA	
Categoría	difusión de la gastronomía
técnica	observación
instrumento	ficha de observación
nombre	presentación de ficha de observación
Autores	Subia Villanueva, Jandaly Dioselin Yanyachy Arispe, Carmen Patricia
año	2022
correspondencia	Consta de 2 subcategorías: tradición gastronómica, y reactivación de la Ruta del Loncco
duración	20 minutos
aplicación	Lugares turísticos de Arequipa
administración	solo una vez

Tabla 12*Ficha técnica del instrumento encuesta*

FICHA TÉCNICA	
Categoría	Consta de 2 categorías: turismo vivencial y gastronomía.
técnica	Entrevista semi-estructurada
instrumento	encuesta
nombre	Encuesta sobre turismo vivencial y gastronomía arequipeña
Autores	Subia Villanueva, Jandaly Dioselin Yanyachy Arispe, Carmen Patricia
año	2022
correspondencia	1º categoría: Consta de 2 subcategorías: Turismo gastronómico y conservación natural 2º categoría: Consta de 2 subcategorías: tradición gastronómica y reactivación de la Ruta del Loncco.
duración	10 minutos
aplicación	Pobladores de Arequipa y del distrito de Sabandía
administración	solo una vez

Tabla 13*Ficha técnica del instrumento semi-estructurada*

FICHA TÉCNICA	
Categoría	Gastronomía.
técnica	Entrevista semi-estructurada
instrumento	entrevista
nombre	Entrevista sobre turismo vivencial y gastronomía arequipeña
Autores	Subia Villanueva, Jandaly Dioselin Yanyachy Arispe, Carmen Patricia
año	2022
correspondencia	Consta de 2 subcategorías: tradición gastronómica y reactivación de la Ruta del Loncco.
duración	20 minutos
aplicación	Picanterías de Arequipa
administración	solo una vez

3.6. Procedimientos

Como parte de la investigación, desarrollaremos un análisis por fases, para así entender el proceso desde la recolección de datos, el desarrollo de toda la investigación, para finalmente obtener un resultado de acuerdo a nuestros objetivos planteados.

Fase 1: Selección del tema, partió desde una observación al sector a analizar, desde una perspectiva de turista, se observó las deficiencias sobre los equipamientos turísticos.

Fase 2: Acercamiento al tema de estudio: Se busca la compatibilidad de la idea principal, analizando el entorno cultural, la potencialidad del sector en temas relacionados con el turismo y la gastronomía para así compatibilizar las variables.

Fase 3: Elaboración del marco teórico a partir de nuestras variables y tomando como referencias diversas investigaciones de tesis, artículos científicos entre otros, para lo cual tomamos referentes internacionales y nacionales.

Fase 4: Enfocamos la metodología de estudio que llevará nuestra investigación, de acuerdo a los alcances y enfoques que tomaremos como autores.

Fase 5: Establecer objetivos generales y específicos de la investigación, para tener una línea clara de la finalidad a conseguir de acuerdo al tipo y diseño de investigación.

Fase 6: Una vez que se identifican las técnicas y herramientas, y se definen las técnicas de recopilación de datos, implemente las herramientas con subcategorías y métricas en mente para que el proyecto sea relevante, relevante y claro para lo que desea analizar.

Fase 7: Una vez que las herramientas estén listas, ejecutar la matriz de categorización, especificando definiciones conceptuales y operativas, subcategorías, métricas, proyectos, fuentes, técnicas y herramientas.

Fase 8: Aplicación de los instrumentos, se lleva a cabo la aplicación de los instrumentos que son las fichas de observación y el análisis de referentes.

Fase 9: Redactar los datos respecto a los resultados obtenidos según los instrumentos en la investigación

Fase 10: Finalizar conclusiones y recomendaciones, se precisa las conclusiones y recomendaciones por los objetivos del estudio

3.7. Rigor científico

Este punto se refiere a la lucidez de conceptos en todo el desarrollo del estudio, lo que incluye que la ejecución de los procedimientos fue correcta y determinada para el estudio de los datos a recoger, Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.453), en otras palabras el rigor científico se hace para desarrollar un trabajo de alta calidad, fiable y digno de confianza y para navegar entre contextos de investigación, y el investigador puede explicar completamente las vivencias de los usuarios de una manera estandarizada y fácil de entender.

El rigor científico de este estudio se basa en un uso justo y metódico de la información recopilada de varios autores e investigadores, por lo que es importante resaltar que el rigor científico es un debate abierto, ya que no tiene criterios para juzgar la calidad de los resultados cualitativos. Es por eso que el presente trabajo de investigación cumplió con el siguiente criterio de rigor científico que cita Hernández, Fernández y Baptista (2014), la transferibilidad, con este criterio en mente, es deseable que los resultados obtenidos puedan ser aplicados en otros contextos o realidades a través de lineamientos que nos permitan tener una idea general del problema en estudio y potencialmente capacidad de comunicar los resultados a otros investigadores, contribuyendo así a un mejor conocimiento del fenómeno en estudio. A continuación, se detalla la matriz de codificación de la categoría:

Tabla 14*Matriz de codificación*

categoría		subcategoría	
código	denominación	código	denominación
C1	TURISMO VIVENCIAL	C1.1	Turismo gastronómico
		C1.1.1	integración
		C1.1.2	estabilidad económica
		C1.2	conservación natural
		C1.2.1	biodiversidad
		C1.2.2	sostenibilidad ambiental
C2	GASTRONOMÍA	C2.1	Tradición gastronómica
		C2.1.1	Cultura gastronómica
		C2.1.2	Sentido de pertenencia
		C2.2	Reactivación de la ruta del Loncco
		C2.2.1	Ruta turística
		C2.2.2	Promoción cultural

3.8. Método de análisis de datos

El método utilizado tiene como finalidad dar un mayor conocimiento y busca entender sobre un turismo gastronómico vivencial para así compararlos con nuestra realidad de estudio para que pueda servir como base para un próximo desarrollo.

Los casos de estudio nos posicionan en un lugar muy cerca al realismo, por lo que es importante con objetivos de búsqueda y análisis de la evidencia, se llegue a una teoría confiable como conocimiento científico. Para lograr este entendimiento, analizaremos casos de estudio a nivel internacional y nacional de algunos equipamientos gastronómicos, analizando de forma cualitativa en ellos las potencialidades a nivel descriptivo sobre sus características. Seguidamente se detallan los métodos empleados para el análisis de la información adquirida.

- Recopilación de datos para la parte correspondiente al marco teórico, se utilizó el resumen como estrategia para brindar mayor conocimiento de los conceptos importantes de la investigación.
- Se plantean los objetivos tomando como primer punto los conceptos de las categorías, que gracias a estos describen el propósito de la investigación.
- Realización de matriz de categorías, subcategorías, se expresó sobre el primer punto de los objetivos y de las ideas importantes que están en relación claramente con la investigación.
- Técnica, por el tratamiento establecido se eligió la técnica de análisis documental, entrevistas semi estructuradas y fichas de observación para poder sacar una información directa de lo analizado.
- Instrumento, se empleó una guía de observación para tener mayor claridad de lo real, entrevistas tanto a turistas como a las diferentes Picanterías de Arequipa y fichas de contenido a través de presentación de informes respecto a autores , en donde se va a registrar información de trabajos realizados.
- Matriz de categorización, este es un resumen donde se pueden ver los objetivos, categorías, subcategorías, indicadores, técnicas y herramientas que se tendrán en cuenta para el desarrollo de la investigación.

3.9. Aspectos éticos

Según Arias y Peñaranda (2015). Asumiendo que la ética de la investigación es un reflejo moral de la justicia, el investigador es ante todo visto como un sujeto moral y, por lo tanto, su práctica se rige por sus principios morales dentro de un marco de referencia axiológico y normativo particular. Entonces, necesitamos reconocer

nuestra racionalidad como investigadores, desde una dimensión ético-política y teórica, en plena interacción e interdependencia, no como dualidad.

Una investigación es importante y está en nuestro entorno profesional y social, al ser de carácter científico, nos da mayores beneficios puesto que promueve el pensamiento lógico y creativo en el investigador, cuyos resultados aportan a la solución de un problema o generan bases para futuros desarrollos. A lo largo de la historia, hemos aprendido sobre lo maravilloso de muchos avances en la investigación científica, pero a su vez se sufrieron muchas crueldades al realizar prácticas con la intención de obtener resultados.

En el desenlace de esta investigación no experimental se tomará en cuenta un compromiso social en torno al buen trato, con consentimiento informado, respetando la privacidad sin tomar represalias y siempre con respeto por la individualidad y la opinión valiosa que cada persona tiene. Es importante generar un compromiso del investigador en la recolección de datos y en la muestra de los resultados, aplicando la ética profesional siempre mostrando la verdad sin modificar o inclinar los resultados a favor de la investigación. En consecuencia, se describirán los aspectos éticos más importantes de una investigación cualitativa descritas por Mora (2016) tomadas en la presente investigación científica:

Diseño de estudio adecuado: La investigación debe llevarse a cabo de acuerdo con un protocolo de investigación bien diseñado, idealmente revisado por investigadores en un campo científico específico. Deben diseñarse con cuidado y rigor, teniendo en cuenta la normativa vigente, para producir resultados significativos y optimizar los recursos disponibles

Transparencia en el manejo de datos: El registro de la información obtenida debe hacerse de manera sensata, verídica e íntegra. La omisión, eliminación o modificación de referencias con el fin de ajustar, distorsionar o distorsionar el producto es inapropiada y puede dañar la credibilidad de la pesquisa.

Comunicación del producto: El entendimiento científico es de pertenencia público, por lo que es principalmente que los examinadores se preocupen más por poner a disposición del público sus nuevos hallazgos lo antes posible. Cuando se

completa la investigación, los investigadores deben estar preparados para compartir sus descubrimientos con los demás y escribir sus resultados finales de manera transparente, honrada, verídica y precisa.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Categoría 1: turismo vivencial

Objetivo específico N° 1: Mostrar el turismo vivencial como fuente de diversificación gastronómica, involucrando a los residentes del distrito y a los turistas, aprendiendo sobre este proceso “de la chacra a la olla”.

Para buscar los antecedentes teóricos sobre los principios enfatizados en el turismo vivencial se consiguieron por la aplicación del instrumento de **ficha de contenido y entrevista**, en el que describimos los enfoques turísticos que existen sobre esta clase de turismo. A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de cada indicador de las subcategorías.

Primera Subcategoría: turismo gastronómico

Con respecto a esta subcategoría, se busca incluir el turismo gastronómico como una vivencia diferente al turismo tradicional, para lo cual se elaboró cuadros de fichas de contenido y guía de entrevista semi-estructurada tomando en cuenta como tema principal cada indicador.

Indicador 1: integración

Con respecto al indicador, se detalla la importancia que tiene como pieza fundamental en el turismo vivencial, y como la integración está asociada para una mejor experiencia entre el poblador nato y el turista. Se consideró un ítem en la presentación de las fichas de contenido por este indicador.

Indicador 2: estabilidad económica

Con respecto a este indicador se describe el resultado que da al aplicar este tipo de turismo vivencial, y el impacto económico que tiene este tipo de turismo y por consiguiente la importancia de la estabilidad económica para el desarrollo de un sector urbano. Se consideró este indicador para la presentación de las fichas de contenido por este indicador.

Ficha de contenido aplicada

CATEGORIA: TURISMO VIVENCIAL

SUBCATEGORÍA: TURISMO GASTRONÓMICO

Tipo de actividad turística caracterizada por la experiencia de viaje del turista en términos de comida, productos relacionados y actividades. Además de experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o creativas, el turismo gastronómico puede incluir otras actividades relacionadas como: visitar productores locales, asistir a festivales gastronómicos y aprender a cocinar. Como lo indica la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2019) p44. En el desarrollo de esta categoría, se aplicarán fichas de análisis de contenido para cada indicador.

Indicador 1: INTEGRACIÓN

A causa de una globalización y acelerado crecimiento que vivimos actualmente, según la Organización Mundial del Turismo (2018) muchos de estos cambios generan una creciente desigualdad a causa de diversos factores, incrementando así el nivel de pobreza. También afirma que el turismo es una valiosa herramienta de inclusión y unificación social de un territorio y es desarrollado a través de sus actividades que generan los siguientes beneficios:

- *Es capaz de crear comunicación, de forma que se propicie un crecimiento inclusivo*
- *Crea una identidad colectiva que incluye a todos los segmentos de la sociedad.*
- *Brinda un apoyo a los representantes colectivos*
- *Contribuye a un crecimiento económico, brindando así mayores oportunidades económicas.*
- *Genera empleo a los que ofrecen servicios turísticos*
- *Inclusión de las mujeres en rubros afines a brindar servicio a los turistas*

Figura 20

Integración con locales y turistas



Indicador 2: ESTABILIDAD ECONÓMICA

Para Peralta (2018) El turismo es uno de los sectores económicos más importantes del Estado, porque es una actividad que produce desarrollo y crecimiento para su población. Este desarrollo es causado por el correcto uso de las diferentes rutas turísticas y los diversos beneficios que ofrece, como sus ofertas culinarias y ofertas de hospitalidad, lo que permitiría el desarrollo económico de varias regiones de un país. En la segunda mitad del siglo XX, el turismo se ha convertido en una actividad económica más importante, por lo tanto, esta actividad siempre se ha posicionado como la más relevante para cada país. Esto último es tan real que, para algunos países, el turismo es la principal fuente de generación de riqueza y su ingreso principal nace de las divisas generadas por este turismo.

En este aspecto, la llegada del turista genera mucho dinero e ingresos al viajar, logrando un ingreso positivo y aumento del Producto Bruto Interno de forma causa- efecto, los efectos económicos del turismo son:

- *El turismo como generador de divisas*
- *El turismo como alternativa al crecimiento y su efecto multiplicador*
- *El turismo como generador de renta*
- *El turismo como sector exportador*
- *El turismo como generador de empleo*
- *El turismo como actividad económica regional*

Figura 21

Producto de la estabilidad económica que brinda el turismo



Guía de entrevista aplicada

Esta sección de la investigación se desagrega de acuerdo a los objetivos planteados correspondiente de esta categoría identificados en el análisis de la recolección de datos. Se realizó una entrevista a veinticinco turistas para así analizar las actividades turísticas de las personas en el Distrito de Sabandía.

Del total de entrevistados, en promedio de rango de edad, el mayor porcentaje fue de personas entre los 18 a 25 años con un 48%, seguido con un rango de 26 a 40 años de edad un promedio de 40 % de entrevistados y en menor porcentaje un rango de edad de 50 años a más con un porcentaje del 12%.

Donde el 60% de la población entrevistada era de sexo masculino. Dicha entrevista fue atendida en su mayoría por turistas nacionales con un porcentaje del 88 % contra una diferencia del 12% de turistas extranjeros provenientes de Argentina. Encontramos diversos lugares de origen de estos turistas, siendo de Arequipa su mayoría, seguido de Lima, Cusco y Moquegua.

Cabe resaltar que, dentro del grupo de turistas de Arequipa, la mayoría son de distritos cercanos al distrito de Sabandía, como lo son el Cercado, Miraflores, Paucarpata y José Luis Bustamante y Rivero.

CATEGORIA: TURISMO VIVENCIAL

1. ¿Conoce usted que es el turismo vivencial?

Del total de entrevistados, la gran mayoría si conoce el turismo vivencial, a diferencia de solo un menor resultado que desconoce sobre este término.

2. ¿Cree usted que la comunidad donde vive cuenta con lugares turísticos que puedan ser visitados por turistas?

Dentro del criterio de cada entrevistado en relación a su comunidad donde reside, la gran mayoría de turistas consideran que cuentan con atractivos turísticos que pueden ser visitados por turistas a diferencia de un reducido número que estima no contar con lugares de interés para turistas dentro de su comunidad.

3. ¿Cuál sería su motivación para realizar turismo vivencial?

Esta pregunta fue abierta, con la finalidad de conocer la opinión de los entrevistados, donde sus respuestas fueron las siguientes:

- *Mi motivación sería conocer lugares nuevos*
- *Conocer cosas nuevas*
- *Conocer más sobre mi ciudad*
- *Para que así la gente pueda conocer más el distrito de Sabandia*
- *Mi motivación es el paisaje*
- *Mi motivación es la recreación*
- *Conocer el lugar*
- *Experiencia*
- *Mi motivación es Compartir momentos nuevos y especiales*
- *Mi motivación es experimentar algo nuevo*
- *Mi motivación es que sea ameno el tiempo con los demás*
- *Ver que el turismo que radico se vea lugares hermosos como los miradores que tenemos*
- *Mi motivación es el poder distraerme del trabajo*

4. ¿Le gustaría que en la ciudad de Arequipa hubiera una opción de turismo donde se desarrolle el turismo vivencial?

En esta pregunta, los entrevistados en un alto número indicaron que, si les encantaría que hubiera una opción de turismo vivencial, un menor número indicó que probablemente, frente a un muy reducido grupo que desconoce sobre el

término de turismo vivencial y ningún turista indicó que no les gustaría la opción de turismo vivencial en la ciudad de Arequipa.

5. ¿Considera usted que es importante que los turistas participen en las actividades típicas de la comuna?

La respuesta en esta interrogante fue afirmativa de un alto resultado de entrevistados que consideran importante la participación de los turistas en actividades típicas de la comunidad, a diferencia de un muy reducido número de turistas que no lo considera importante.

6. ¿Cree usted que al realizar turismo vivencial se obtiene una experiencia auténtica?

En esta pregunta, la gran mayoría coincidió afirmando la finalidad del turismo vivencial es generar experiencia auténtica, un reducido número mencionó que a veces o en ciertos casos se obtiene esa experiencia, otros en cifras muy reducidas desconocen sobre el turismo vivencial y la finalidad que tiene este y finalmente ningún turista opino que el turismo vivencial no genera una experiencia auténtica.

7. ¿Qué lugares turísticos de Sabandía conoce?

En esta pregunta abierta, la gran mayoría de turistas conoce el Molino de Sabandía, luego mencionan a la Plaza, Yumina y el restaurante el lago, no valoran otros destinos turísticos más que los antes mencionados.

8. ¿Podría mencionar cuáles son los atractivos más importantes de Sabandía?

Como resultado de esta interrogante, señalan ciertos atractivos como:

La campiña, el molino, la plaza, el ojo del milagro, la iglesia virgen del rosario

9. ¿Cómo considera el turismo en Sabandía?

Según los entrevistados un alto número consideró interesante el turismo en Sabandía, un menor número lo consideró nada interesante un grupo muy similar indicó no haber visitado Sabandía y en un menor número de turistas indicó a Sabandía como un distrito muy interesante

PRIMERA SUBCATEGORÍA: TURISMO GASTRONÓMICO

1. ¿Cuál es su opinión respecto al turismo gastronómico actualmente en Perú?

En esta interrogante, algunos de los turistas coinciden que es muy buena, variada, maravillosa, pero no muy aprovechada.

Otros comentaron que es muy diverso, ya que existen amplios recursos y muchos sabores que hacen la gastronomía peruana muy conocida a nivel mundial.

Existe comida para todos los gustos, en el Perú incluyendo comida fusión con la de otros países, lo que crea una riqueza muy grande de platos exquisitos.

2. Señale con una X el tipo de turismo que tiene más demanda en Arequipa.

De los turistas entrevistados, la mitad de ellos opinó que el turismo gastronómico tiene mayor demanda en Arequipa, seguido de un turismo recreativo y a su vez un turismo cultural. A diferencia de los turistas que no consideraron el turismo ecológico, el turismo comercial como tipos de turismo con alta demanda en Arequipa.

3. A su criterio ¿En qué escala puede considerar la importancia de la intervención del turista nacional e internacional con el proceso de las comidas tradicionales de Arequipa como parte de turismo vivencial?

Las respuestas ante la interrogante fueron similares, la mitad de entrevistados señaló que es muy importante la intervención del turista nacional e internacional con el proceso de las comidas tradicionales de Arequipa como parte del turismo vivencial, una similar cantidad de entrevistados afirma que es importante, frente a una menor cantidad que opina que es parcialmente importante y finalmente una reducida cantidad consideró que no es importante.

4. A su criterio ¿usted qué opina sobre la inclusión de personas de mayor edad que sepan sobre las recetas ancestrales arequipeñas y que sobre estas enseñen a los turistas?

Ante esta interrogante, la mayoría indicó muy importante la participación de las personas mayores, muy similar cifra que afirmó ser importante y en una muy reducida cantidad que opinó que es parcialmente importante, finalmente nadie comentó la negativa de no es importante la participación de las personas mayores y sus amplios conocimientos en las recetas ancestrales arequipeñas.

5. ¿Cree usted que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico de Arequipa?

En esta interrogante la gran mayoría afirmó la ayuda económica que genera el turismo gastronómico, algunas de las respuestas fueron:

- *Sí, porque contribuye al crecimiento de las pequeñas picanterías*
- *Si, debido a que la mayoría buscamos probar los platos típicos*
- *Al ser muy conocido, turistas nacionales y extranjeros aportan con la economía*
- *Sí, porque es algo muy bueno y llamativo.*

Objetivo específico N°2: Visualizar al Distrito de Sabandia como un sector gastronómico, el cual se integre como espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad, acogernos en la tranquilidad y paz de la creación

Para visualizar a Sabandia como distrito gastronómico se consiguió por la aplicación de **ficha de contenido y entrevista**, en el cuál se describen los espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad, acogernos en la tranquilidad y paz de la creación. Se presentarán los resultados obtenidos de cada indicador de las subcategorías.

SUBCATEGORÍA: CONSERVACIÓN AMBIENTAL

Con respecto a esta subcategoría, se busca explicar la importancia que tiene la conservación ambiental relacionada al turismo vivencial y los beneficios que aporta al sector a intervenir ya que fomenta la participación de la comunidad y visitantes para dar mantenimiento, mejorar el tratamiento y fomentar la conservación del territorio visitado. Para lo cual se elaboraron cuadros de fichas de contenido y una guía de entrevista semi-estructurada tomando en cuenta como tema principal cada indicador.

Indicador 1: biodiversidad

Con referencia al indicador, se detalla su importancia en la conservación ambiental, y la relación que tiene con el turismo y la protección del medio ambiente. Se realizó un ítem para este indicador en la ficha de contenido.

Indicador 2: turismo sostenible

Referente al indicador, se describe el valor que tiene en la conservación ambiental y la importancia que tiene para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora y proporcionar al visitante una experiencia de elevada calidad y mantener la calidad del medio ambiente. Se realizó un ítem para este indicador en la ficha de contenido.

Ficha de contenido aplicada

CATEGORIA: TURISMO VIVENCIAL

SUBCATEGORÍA: CONSERVACIÓN AMBIENTAL

Según Pineda (2019). La protección ambiental es el acto humano de cuidar, proteger y mantener todos los elementos de la naturaleza, tales como la existencia humana, los animales, las plantas, los parques y las reservas naturales. En el desarrollo de esta categoría, se aplicarán fichas de análisis de contenido para cada indicador.

Indicador 1: BIODIVERSIDAD

Para Anton y Pascual (2017). Nos habla del beneficio que tiene un turismo biodiverso en relación con el medio ambiente, resaltando lo mega diverso del planeta con los diferentes ecosistemas y bioclimas que hacen muy variado el turismo, pero a su vez, se debe tener una educación ambiental para generar sostenibilidad en este turismo sin dañar al ambiente, asegurando un futuro sostenible para las diversas especies naturales que, gracias a sus bondades, hacen posible la variedad de turismo que conocemos. Como características importantes se mencionan las siguientes:

- *Se refiere a la variedad de especies que existen en un sistema natural, ya sean animales o plantas*

- los turistas necesitan una buena educación ambiental para poder proteger la flora y la fauna correctamente en sus desplazamientos

Figura 22

Interacción con la naturaleza



Indicador 2: TURISMO SOSTENIBLE

La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2018) nos habla de un turismo que considera ciertos aspectos como el económico, el ambiental, el social, abordando las necesidades tanto de los turistas como de los anfitriones de cierta comunidad y son estas directrices las que deben cuidarse para garantizar un turismo duradero y sostenible.

- *Uso correcto de los recursos ya que son un punto de partida para el turismo.*
- *Obtener beneficios y empleo de forma justa.*
- *Respeto y tolerancia con otras costumbres, logrando identidad.*
- *Asegurar una economía viable de manera justa, reduciendo la pobreza de las comunidades anfitrionas.*

Figura 23

Relación de la sostenibilidad con el turismo



Guía de entrevista semi-estructurada aplicada

SUBCATEGORÍA: CONSERVACIÓN AMBIENTAL

1. ¿Considera usted que los lugares turísticos naturales de la comunidad se encuentran conservados y cuidados?

En esta interrogante se presentaron opiniones muy similares, mostrando una igual cantidad que considera que Si al paralelo de un No, con respecto a la conservación y cuidado de los lugares turísticos en su comunidad.

2. ¿Qué opinión tiene usted sobre los espacios naturales visitados en Arequipa?

La gran mayoría respondió como muy interesante los espacios naturales visitados en Arequipa y en una menor cantidad solo lo considera como interesante, a diferencia de ningún turista que consideró nada interesante o que nunca ha visitado ninguno.

3. ¿Gusta de realizar actividades al aire libre durante sus viajes?

En la encuesta realizada, la gran mayoría de entrevistados aseguró que le gusta realizar actividades al aire libre durante sus viajes, otros opinaron a veces y el resto opinó que el motivo es porque les gusta la naturaleza, se aprecia la flora y sus bondades, permite despejarse y distraerse, por la experiencia que se genera, porque forma parte de su hobby personal, se conoce más gente y cultura del lugar, es una forma de innovar nuevas cosas, porque permite conocer más y respirar aire puro.

4. ¿Conoce usted que es el turismo sostenible?

En esta pregunta realizada, la mayoría si conoce sobre el turismo sostenible, pero no tan distante y similar número de entrevistados no conoce sobre el turismo sostenible.

5. ¿Cree usted que el turismo sostenible mejora la calidad de vida de las personas que viven en zonas turísticas?

Se tuvo como respuesta una mayoría de entrevistados coinciden que si mejora la calidad de vida de las personas que viven en zonas turísticas, contra un muy reducido que considera que no genera beneficios a estas personas y muchos otros opinaron que permiten generar ingresos económicos, toda forma de turismo mejora la calidad de vida a nivel económico además de promover actividades amigables

con el medio ambiente, gracias a este turismo favorece a la sociedad y su economía si este es bien acondicionado.

Categoría 2: Gastronomía

Objetivo específico N°3: Mostrar a la ruta del Loncco como un importante recorrido cultural para fomentar la identidad cultural gastronómica Arequipeña y generar sentido de pertenencia.

La presentación de los resultados se obtuvo mediante la aplicación del instrumento **ficha de observación y guía de entrevista semi-estructurada**, en el cual se ha descrito el estado actual del distrito y el déficit de establecimientos gastronómicos, dando lugar a la pérdida de las tradiciones e identidad cultural lo cual ocasiona un déficit del turismo.

Primera Subcategoría: Tradición gastronómica

Respecto a esta subcategoría, se busca ver la identidad cultural por parte del poblador con respecto a su gastronomía innata y la relación que existe entre cultura y alimentos. A continuación, se detallarán los indicadores que comprende esta subcategoría. Para lo cual se elaboraron cuadros de fichas de observación y una guía de entrevista semi-estructurada hacia las picanterías que están incluidas dentro de la sociedad picantera de Arequipa

Indicador 1: cultura gastronómica

En lo que se refiere este indicador, se describe la relación que existe con la conservación de las tradiciones y la existencia de una cultura a partir de ellas, ya que las personas se nutren de acuerdo con el entorno cultural que muestra su forma de vida.

Indicador 2: Sentido de pertenencia

Con respecto a este indicador, nos da a conocer la influencia que tiene la tradición gastronómica con respecto a la promoción cultural lo cual conlleva al sentido de pertenencia.

Guía de entrevista semi-estructurada aplicada a las picanterías

1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?

Para poder responder esta pregunta es necesario mencionar que Arequipa es reconocida por la UNESCO como una de las 66 ciudades más creativas en gastronomía en todo el mundo, nuestra gastronomía tiene en las picanterías una rica historia en el cual se atesoran siglos de tradición, creatividad y también innovación. Entonces con tan solo mencionar esta importancia, sabrán lo importante de las picanterías, pero no solo para Arequipa sino también para Perú y el mundo. (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

Se podría decir que la mayor importancia de las picanterías arequipeñas está en el sur del Perú, en los distritos donde encontramos más picanterías son en Yanahuara, Sachaca, Tiabaya y Cerro Colorado, en el cual se encuentran las mejores picanterías y las cuales están incluidas en la sociedad picantería, cada picantería tiene su propia característica, pero tenemos el mismo objetivo, que es deleitar el paladar, y dar a conocer nuestra cultura a los peruanos y visitantes extranjeros. Esto es muy importante ya que de esta manera se difunde nuestra gastronomía y hoy por hoy podemos decir que en algún restaurante peruano que existe en el extranjero se puede encontrar al menos un plato inspirado en la culinaria arequipeña. (Picantería La Capitana, DíazJ. dueño)

Las picanterías arequipeñas son una expresión singular de la cultura culinaria peruana, ya que es una combinación de nuestras raíces andinas con las hispanas y conjuga antiguos conocimientos y también ingredientes tanto de las costas, los valles, las alturas y la puna, toda esta mezcla sirve para poder proporcionar una comida auténtica y sobre todo propia. Nuestra gastronomía arequipeña es tan importante que incluso en el 2014 fue declarada como Patrimonio Cultural de la Nación por el Ministerio de Cultura el 16 de abril. Es por eso que estoy

orgulloso de mi Arequipa y su gran legado que es la gastronomía y me da gusto decir que soy parte de la transmisión de esta cultura gastronómica. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

Como saben Arequipa es muy conocida por sus impresionantes atractivos turísticos como paisaje naturales, museos, artesanía y textilera, pero a comparación a otras regiones del Perú Arequipa posee un plus adicional en turismo que es la gastronomía ya que posee una impresionante variedad culinaria, antes de la pandemia del Covid-19, diariamente muchas personas tanto arequipeñas como extranjeros visitaban diversas picanterías, sin embargo al momento en que reactivaron de nuevo los negocios no tenían fe que la picanterías se pudieran levantar del choque económico que sufrieron, sin embargo al fecha se ha demostrado la innovación y adaptación a los nuevos cambios que exige las normativas del Gobierno Nacional. Respetamos la norma, pero eso no quiere decir que nuestros platillos también tengan que cambiar, seguimos dándole al cliente lo mejor y sobre todo conservando el sabor tradicional de nuestra comida. Las picanterías son muy importantes para Arequipa ya que en ellas damos a conocer un poco de nuestra cultura y es necesaria la permanencia y enseñar a la nueva generación en conservar esta tradición. (Picantería nieves, Tatiana)

2. ¿Qué es lo principal en una picantería?

Aquí hay algo que nosotros queremos ofrecer y sobre todo hacer saber a la población, y es que nosotros queremos, amamos a nuestra tierra y es a través de nuestra comida, y queremos que esta amida llegue y esté al alcance de todos, que lleguen los recuerdos de los que significa comerse un rico rocoto relleno y cuy chactado y que este cocinada a leña el cual hace que tenga un olor ahumado único. (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

Lo que queremos es que la gente, los turistas no solo coman rico, sino que también conozcan sobre nuestra cultura gastronómica arequipeña y que valoren nuestra riqueza cultural, la picantería es un museo y también entrar a una picantería no tan solo es sabroso y rico sino entrar a la casa de la abuelita, de la bisabuela y vivir un poco ese tiempo que ya pasó, pero que acá en las picanterías sigue vivo. Lo principal de una picantería es mostrar lo antaño, sobre todo el espacio la decoración y esto se ve apenas uno entra a una picantería, las mesas y las sillas son diferentes a los restaurantes comunes, es regresar en el pasado y conocer

nuestras tradiciones y por otro lado la buena sazón, el aderezo es muy diferente al resto de los restaurantes convencionales, juntado estas principales características queremos que cuando el cliente salga de una picantería se sienta orgulloso de Arequipa y su gastronomía. (Picantería La Capitana, DíazJ. dueño).

Para una picantería lo esencial es mostrar el sabor y lo antaño, el sabor es muy esencial es una picantería ya que a través de este medio damos a conocer nuestra cultura y tradición. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

Lo principal de una picantería es mostrar lo antaño. En nuestra picantería "NIEVES" estamos pensando en poner un museo, en donde puedan apreciar más sobre nuestra gastronomía de antaño, por ejemplo acá en Arequipa no hay sitios muy recreacionales en donde los adultos y sobre todo los más jóvenes puedan disfrutar y que sean parte de nuestra cultura gastronómica, por ejemplo en la picantería tenemos en el segundo piso una estampa picantera donde hay bastantes artículos muy de épocas antiguas que se evocan a la época de los españoles en donde no existía la electricidad y todo era a mano. Ahí encontramos 4 tinajas las cuales estas eran los utensilios primarios para hacer nuestra chicha de guiñapo, también tenemos las ollas de hierro las cuales tenían un peso considerable, luego de arcilla y posteriormente las ollas que continúan hasta la actualidad como la porcelana. (Picantería nieves, Tatiana)

3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?

Tenemos las estampas que son como mini museos en el cual se exponen las ollas, las cocinas, los cubiertos las tinajas, etc., todo lo que se refiere a la preparación y degustación de la comida, esto es para que nuestros visitantes vean un poco de historia al entrar a una picantería. (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

Está el lugar para degustar que se caracteriza por tener mesas largas y sillas sin espaldar, esto es muy de antaño ya que de esta manera se comía en la época de los hispanos, también tenemos mini museos que son llamados estampas, y lo más característico está en la cocina, ya que hay en donde surge la magia, utilizamos la cocina a leña la cual era utilizada por nuestras abuelitas, claro que también tenemos cocinas a gas, pero lo principal es la cocina a leña ya que esta da un sabor extra a las comidas y las diferencian de las demás comidas que sirven los otros restaurantes. (Picantería La Capitana, DíazJ. dueño).

El lugar que más debe resaltar y por el cual se debe diferenciar una picantería es por su espacio para los comensales ya que es el primer lugar en el cual el cliente se fija, es el lugar en el cual pasará más tiempo, por lo tanto, debe ser bien tratado y sobre todo hacer que el cliente se sienta como si estuviera en la Arequipa de antaño y por otro lado está la estampa picantera para que el cliente no solo conozca sobre comida sino sobre tradición e historia. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

Los lugares más característicos son las estampas picanterías en el cual se exhiben los utensilios antiguos y que se siguen utilizando hasta la actualidad, también otro lugar característico es la famosa cocina a leña característica de la cocina arequipeña ya que cocinar de esta manera les agrega un sabor diferente a todas las comidas. (Picantería nieves, Tatiana).

4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?

El día lunes: chaqué, el día martes: chairo, el día miércoles: chochoca, el día jueves: guiso rojo o sopa de chuño negro, el día viernes: sopa de viernes, el día sábado: timpusca, el día domingo: en este día tenemos variedad como es el tradicional caldo de 7 carnes, caldo de lomos pebre y adobo que se sirve desde las 6: am y las 10:30 a. m., como desayuno dominical. . (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

El día lunes: chaque, el día martes: chairo, el día miércoles: chochoca, el día jueves: la zarza de cenca, el día viernes: se prepara el chupe o también lo llaman mazamorra de chuño o chuño molido, el día domingo: caldo de lomos, en segundo también hay variedad, la especialidad que tenemos es chupe de camarón, iro de zapallo, locro de pecho, rocoto relleno, zarza de cenca y de patas, estofado y cuy chactado. (Picantería La Capitana, DíazJ. dueño)

El día lunes: chaque de tripas, El día martes: chairo; El día miércoles: chochoca, El día jueves: chupe de chuño; El día viernes: chupe de viernes; El día sábado: puchero, El día domingo caldo de lomos. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

El día lunes: el tradicional chaqué de tripas, el caldo blanco y una variedad de segundos, el día martes: día libre, la picantería no abre, el día miércoles: hacemos la chochoca con tripitas, chicharrón y caldo blanco, el día jueves: es un

día muy variado, se puede hacer una cazuelita, el adobo, etc., el día viernes: el clásico chupé (picantería nieves, Tatiana)

5. ¿Qué es lo que diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?

Lo que nos diferencia de otros restaurantes son el uso de instrumentos y de ingredientes, por ejemplo, el batán ya que es algo natural porque al momento de preparar los sazónadores no se fermentan, no se malogran rápido, por ejemplo, el ceviche de camarón si lo molemos en la licuadora sale espuma y ya no se puede preparar el plato, lo que se prepara en el batán conserva su sabor, su forma, sin embargo, con la licuadora no se puede, no hay pierda con el batán. Conserva la esencia de cada producto no lo cambia y le da buen sabor a la comida, aunque no lo crean es increíble que el simple hecho de moler el ajo en el batán para preparar la Ocopa es diferente que en otros sitios hasta muy diferentes q el que preparan en casa con la licuadora, por eso lo usamos porque el sabor es algo original algo propio de las picanterías. (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

Tenemos la cocina arequipeña que es la cocina a leña, que aún mantiene la tradición desde tiempos de antaño, y también los platos que conservan los ingredientes, como por ejemplo el más usado es el ají panca, que se usa para hacer el rico el chupe de camarones, otro ingrediente principal es el zapallo, y en platos tenemos las torrejitas que son tradicionales en la comida de Arequipa. etc. (picantería La Capitana, DíazJ. dueño)

Se puede encontrar en las picanterías en cada día de la semana un platillo diferente, por ejemplo, los lunes es el día del chaque, los otros días de la semana los Chupes, Picantes, Guisos, Chicharrones, Cuy Chactado, Rocoto Relleno entre otros platos que van acompañados de la deliciosa chicha de Guiñapo, esta chicha es exclusiva de las picanterías. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

La picantería a veces dicen que son platos muy contundentes, platos fuertes, grandes, pero lo que no saben es que la picantería desde unas épocas atrás se alistó siempre para el hombre de campo, el hombre que siempre tenía ejercicio, su trabajo era con mucha fuerza, desgaste físico y para eso tenía que tener vigor, fuerza y la chicha tenía q ser un poquito más madura, tenía que tener un grado de alcohol para darle la fuerza necesaria para estar en medio del campo y del sol , y

su comida era contundente porque él se paraba e iba y daba caminatas, tenía demasiado esfuerzo físico, en cambio hoy por hoy la gente es más que todo sedentaria, come y se va a sentar, esa es la diferencia de una picantería y son los platos contundente. Conservamos la tradición de nuestros antepasados. Y otra razón por la que nos diferenciamos de otros restaurantes es que aún utilizamos el famoso wiñapo que es la chicha antigua y es muy diferente a la chicha normal que les pueden servir en otros restaurantes. (Picantería nieves, Tatiana).

6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?

Claro que sí, por ejemplo, como les dije anteriormente el guiñapo que es nuestra chicha principal, esta nos sirve para los estafados, para un guiso, es como un vino que le agregamos a nuestros platos, y es lo que le da el sabor tan diferente característico de las verdaderas picanterías, y se podría decir que es gracias a esta bebida que pasó de generación en generación las picanterías siguen manteniendo su tradición. El Guiñapo es una chica diferente a la chica común. Esta no solo sirve para beber sino también para cocinar. Y es muy importante transmitir estos conocimientos a otras personas no solo a arequipeños sino a extranjeros para que de esta manera difundan nuestra gastronomía a todo el mundo. (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

La picantería es una parte de la historia de Arequipa, por eso es que Arequipa cuenta como patrimonio cultural desde el 2014. La picantería es uno de los lugares en donde la gente viene a degustar los alimentos donde congrega todo tipo de gente, hay familias de todo tipo, por ejemplo, para el mes de agosto es un mes muy importante para nosotros ya que es el mes de Arequipa y es ahí donde nos preparamos para recibir a una mayor cantidad de turistas tanto locales como extranjeros. Entonces al tener esta variedad de clientela tanto turística como local, es muy importante dar a conocer la variedad gastronómica que tiene Arequipa, y no solo por el lugar que es importante sino también por el gusto por la comida, que al momento de probar los platillos sientan que es una comida diferente a las demás, por ejemplo el estofado que hacen en casa es muy diferente a la de las picanterías, ya que acá cocinamos a leña, utilizamos sanadores caseros que tienen recetas desde tiempos antiguos, y que aún seguimos conservando, y otra muy importante característica es el uso del wiñapo que es nuestro ingrediente principal en casi todos los platillos. (Picantería La Capitana, DíazJ. dueño)

Si, nos gusta mantener la tradición y aparte hace 7 años entramos a la sociedad picantería donde se está inculcando a los socios activos que tenemos que mantener la tradición. Por ejemplo, nos dicen que debemos mantener las mesas largas con sillas largas también, ya que en la antigüedad ahí se venían a sentar los de la ciudad, los lonccos que eran los de la chacra y los turistas, los cuales se sentaban todos juntos sin distinción de clases sociales ni nada por el estilo. En una silla larga se sentaban unas 10 personas y se sentaban y dialogaban sobre muchas cosas, todo eso se mantiene aún en las picanterías, nos gusta mantener la cultura arequipeña, que no se pierda. Y actualmente las picanterías estamos tratando de recuperar e involucrar nuevamente las chombas las tinajas, todos esos utensilios tradicionales, estamos tratando de mantener y no perderla porque la gastronomía no solo es comida sino también se trata de mantener las tradiciones, las costumbres de cada región, utilizar los utensilios antiguos y dar a conocer cómo éramos y que no se pierda y se transmita de generación en generación. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

La zarcita viene con un chichagre, que es la combinación de chicha y vinagre, acordémonos que antes que ingrese el vinagre a nuestro continente. Nosotros sazonomos con la vinagreta de la chicha, claro que nosotros a veces usamos el vinagre, pero nuestro sazoador es el chichagre que es un recete pasada del bisabuelo, al abuelo, al padre y al hijo, y nosotros como picanterías no debemos dejar que esta riqueza gastronómica se pierda. (Picantería nieves, Tatiana).

7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se van a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?

Lo principal de nosotros es que no nos guardamos las recetas ni el proceso de estas, sino que enseñamos para que las próximas generaciones puedan transmitirlo a los demás. Hacer entender que los platos no salen rápido. A las personas de hoy en día no les gusta esperar, quieren todo rápido, pero deben entender que en las picanterías los platos se preparan en ese momento, porque la comida cuando se prepara y se guarda no es lo mismo cuando usted lo acaba de preparar y se la come inmediatamente, tiene diferente sabor. Así que es muy importante conservar este procedimiento y sobre todo hacer entender a las próximas generaciones la importancia de preparar un buen plato arequipeño. Por otro lado, las picanterías poco a poco están tomando más fuerza, solo falta difusión

y promoción de estas. Con ayuda de toda la población podremos sacar adelante las picanterías arequipeñas, que es nuestro patrimonio cultural más importante que tenemos. (Picantería La Lucila, Ballón R. hija de Lucila).

Nos proyectamos a seguir manteniendo la tradición arequipeña, continuar con la misma función con la que se inició la picantería, difundir nuestra variedad gastronómica y sobre todo lograr que los más jóvenes aprendan sobre su cultura y la aprecien, valoren y sobre todo que se sientan orgullosos. (Picantería La Capitana, DíazJ. dueño).

Las picanterías seguirán siempre y cuando se siga manteniendo la tradición y no se pierda ya que de esta manera se seguirá manteniendo la originalidad de los platos , claro que en el extranjero no se puede conservar esta sazón tan tradicional como encontramos en Arequipa , pero ahí viene la creatividad de los chef, cocineros ,etc. , de ellos depende difundir en el extranjero nuestra gastronomía , tal vez no tal cual pero sí hacer que la gente reconozca un plato arequipeño con sus características principales de cada comida. Otro aspecto es el lugar, acá en Arequipa cuando una persona va a una picantería ve la diferencia de inmediato, ya que el mismo ambiente es muy natural, campestre, de igual forma debe ser fuera de la ciudad y del Perú, se debe conservar lo característico de una picantería ya que de esta manera cada vez que alguien entre a una picantería se le venga a la mente el nombre de Arequipa. (Picantería Los Leños, Del Carpio R., dueño).

De acá unos 10 años las picanterías seguirán con la tradición de eso estoy seguro porque hay mucho interés sobre nuestra gastronomía, es importante saber que en las picanterías ya no te venden solo comida sino cultura, entonces el que va a una picantería ya solo no va comer solo un plato de comida sino ya viene a conocer la gastronomía cultural de Arequipa. (Picantería nieves, Tatiana).

Segunda Subcategoría: reactivación de la ruta del Loncco

Relacionado con esta subcategoría se quiere lograr resaltar la importancia que tiene la reactivación de la ruta del Loncco para la identidad arequipeña y la necesidad de informar a los turistas sobre las nuevas oportunidades turísticas.

Tanto gastronómicas, culturales y naturales. Para lo cual se elaboraron cuadros de fichas de observación y una guía de entrevista semi-estructurada. A continuación, se especificarán los indicadores que comprende esta subcategoría.

Indicador 1: ruta turística

En relación con este indicador, se puede describir la importancia que tiene el implemento de una ruta turística en una determinada región. Al planificar e implementar una ruta turística significa comprenderlo como el diseño de un producto turístico, con calidad y accesibilidad para el turista.

Indicador 2: Promoción cultural

Con respecto a este indicador, se busca describir la importancia de la promoción cultural con respecto a la gastronomía y los beneficios que conlleva.

Ficha de observación aplicada

Molino de Sabandía

El atractivo turístico observado es muestra de la arquitectura rural mestiza de Arequipa presenta mucha afluencia de personas de diversos lugares, que buscan el escape de las actividades cotidianas de la ciudad para pernoctar en un entorno natural, se parecía un molino con una materialidad de sillar, donde los visitantes se informan sobre sus orígenes y su funcionamiento. Este equipamiento es un importante nodo cultural del distrito, ya que es muy conocido y desarrolla sus actividades en medio de la campiña del distrito. Los visitantes se recrean de formas muy variadas como actividades al aire libre, caminatas, cabalgatas, etc.

Figura 24

Molino de Sabandía



Interpretación

Por lo tanto, según con la categoría por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía nula porque a pesar de su alta afluencia y de forma parte del circuito del Loncco, no está acondicionada como difusor de la gastronomía tradicional, pero es a partir de este que se generaron equipamientos complementarios diversos como hostales, restaurantes, etc que difunden las tradiciones Arequipeñas garantizando el retorno de los visitantes al distrito.

Plaza de Sabandía

El atractivo turístico observado es muestra de una arquitectura clásica y tradicional Arequipeña, puesto que es destacada por el uso del sillar y sus cominerías de piedra, se ubica en esta la iglesia de la Virgen del Rosario, siendo un Monumento histórico de la época del siglo XVIII. Al recorrer el lugar se observa un lugar tranquilo y de descanso.

Es esta plaza que sirve como nodo para distribuir a diferentes actividades recreativas del distrito, pero aun así es una fuente de cultura importante y tradicional. En los alrededores próximos se observan actividades gastronómicas donde reúne a visitantes nacionales en su mayoría para disfrutar de la cocina Arequipeña, pero por lo general son los fines de semana.

Figura 25

Plaza de Sabandia



Interpretación

Por lo tanto, según con la categoría por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía óptimo, porque cuenta con un enfoque cultural que actúa como punto de reunión a desarrollar diversas actividades y además en su entorno inmediato se desarrollan actividades gastronómicas que permiten un intercambio cultural entre los residentes del distrito y los visitantes comensales, asegurando así su próximo retorno al Distrito.

Fundo Huaycayapo

En el atractivo local social ubicado en el distrito, se observa un entorno netamente natural y tradicional como lo es la campiña Arequipeña, tiene una visual muy hermosa, su acceso es privado, puesto que es para eventos sociales y reuniones, la afluencia de las personas es numerosa puesto que las actividades que se desarrollan siempre tienen difusión, permite desarrollar diversas actividades recreativas y culturales, como caminatas, paseos a caballo, fiestas o bodas, ferias, etc. Es una excelente opción para paseos ya programados en fines de semana como escape del ruido y contaminación de la ciudad, este equipamiento tiene una propuesta interesante de turismo recreativo.

Figura 26

Fundo Huaycayapo



Interpretación

Por lo tanto, según con las categorías por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía óptimo, puesto que presenta varias alternativas de turismo vivencial en un entorno tradicional y recreativo, la actividad gastronómica es alternativa puesto que no se enfoca enteramente en ello, pero, aun así, cuenta con espacios acondicionados para abastecerse y disfrutar de la cocina Arequipeña. No se encuentra dentro de la Ruta del Loncco, lo que dificulta su ubicación.

Los leños

El restaurante campestre observado muestra muchos componentes culturales gastronómicos tradicionales que no solo son ofrecidos en carta para su degustación, sino por el contrario se hace participar al turista y se exponen ciertos procedimientos o materiales donde se preparan estos platos tradicionales. El entorno en el que está rodeado es natural de campiña, por lo que el tratamiento de su arquitectura es tradicional y no rompe con la temática de Arequipa de antaño. El retorno de los visitantes es garantizado, por la sazón de este y por la participación del visitante con el anfitrión y su atención en todo momento con una temática e indumentaria tradicional Arequipeña.

Figura 27

Picantería los Leños



Interpretación

Por lo tanto, según con la categoría por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía óptima adecuadamente desarrollada, las características observadas presentan cualidades importantes como la difusión de la gastronomía a través de un turismo vivencial. El acceso de este equipamiento es fácil, aunque no está contemplado en el circuito del Loncco, este está ubicado muy próximo a una zona de senderismo recorrida por turistas nacionales e internacionales, facilitando su afluencia de visitantes.

Fundo Sabandía

El equipamiento recreativo campestre observado cuenta con diversas actividades al aire libre como son: juegos acuáticos campestres, palestra, carrera de barquitos, slackline, tirolesa, entre otros, cuenta también con la crianza de animales ganaderos y cosecha de ciertas verduras de la zona, todas ellas están implantadas en campiña arequipeña, por lo que son muy atractivas para los visitantes de ciudad. Cuenta con espacios acondicionados gastronómicos, como zona de parrillas, siendo esta una actividad complementaria a su finalidad enteramente recreativa turística. Su arquitectura no rompe con el entorno del lugar, por el contrario, su materialidad es sencilla y tradicional acorde a la temática tradicional Arequipeña

Figura 28

Fundo Sabandia



Interpretación

Por lo tanto, según con la categoría por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía regular porque no está enfocado en la difusión gastronómica como tal, solo acondicionar sus espacios para la preparación de estos de forma personal, pero sí muestra un turismo vivencial en un entorno tradicional Arequipeño, lo que garantiza su próxima visita generando sentido de pertenencia con el lugar, muestra características y costumbres tradicionales como son en la crianza de animales, en la siembra de vegetales entre otros. No está ubicado dentro del circuito del Loncco, lo que dificulta su accesibilidad, pero aun así los desarrollos de estas diversas actividades son atractivos para los visitantes.

Rancho Aventura

El presente Restaurant campestre observado se caracteriza por sus visuales tradicionales hacia la campiña Arequipeña, donde se desarrollan actividades recreativas como cabalgatas, paseos en cuatrimotor, tirolesa, entre otros. Se acondicionó una hacienda para recibir a turistas a través de su gastronomía tradicional Arequipeña. Los turistas no participan íntegramente en la preparación de estos platillos, los piden con carta.

Debido a la cercanía con el Molino de Sabandia es que este equipamiento forma parte del circuito del Loncco, permitiendo así recibir mayor cantidad de

turistas que no son abastecidos en el Molino, ofreciendo una propuesta turística vivencial en un entorno natural y despejado de la ciudad.

Figura 29

Rancho Aventura



Interpretación

Por lo tanto, según con la categoría por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía óptima A causa de la proximidad con el Molino de Sabandia, obtiene la afluencia de turistas nacionales e internacionales, que buscan alimento y bebida cerca. A pesar que está en la ruta del Loncco, la finalidad de este equipamiento es la recreación y el turismo vivencial generado por las diversas propuestas de actividades recreativas, la difusión de la gastronomía se da por oferta y demanda, pero aun así garantizan el retorno del turista por la variada carta con platillos tradicionales Arequipeños.

Los Andenes de Sabandia

El presente restaurante campestre observado cuenta con una granja interactiva para los turistas y visitantes, que siendo esta una propuesta de recreación de muy accidentado acceso, es visitado por muchas personas que buscan conocer las costumbres ganaderas en un entorno tradicional y natural de campiña. Los visitantes también disfrutan de la variada gastronomía Arequipeña. En ocasiones es utilizado para el desarrollo de expresiones culturales y eventos diversos, generando un intercambio cultural con el visitante. Se observa la materialidad

rústica tradicional en su arquitectura, pero sí muestra un tratamiento en áreas verdes y de expansión, con material de piedra y ornamentos de la zona.

Figura 30

Los Andenes de Sabandía



Interpretación

Por lo tanto, según con la categoría por las que se basó el instrumento, este equipamiento demuestra Difusión de la gastronomía óptima es muestra y expresión de la cultura Arequipeña por lo eventos culturales que complementan a la gastronomía, siendo atractivos para los turistas, a pesar de no estar en la ruta del Loncco, muchos de los visitantes se aventuran a vivir la experiencia de granja que ofrece este equipamiento. El entorno en el que está ubicado es natural, permitiendo al visitante implantarse en una atmósfera distinta a la rutinaria de ciudad

Guía de entrevista semi- estructurada aplicada

Esta sección de la investigación se desagregó de acuerdo a los objetivos planteados correspondiente de esta categoría identificados en el análisis de la recolección de datos. Se realizó una entrevista a veinticinco turistas para así analizar las actividades turísticas de las personas en el Distrito de Sabandía.

Del total de entrevistados, en promedio de rango de edad, el mayor porcentaje fue de personas entre los 18 a 25 años, seguido con un rango de 26 a

40 años de edad de entrevistados y ningún porcentaje un rango de edad de 50 años a más.

Donde la gran mayoría de la población entrevistada era de sexo masculino con un reducido número del sexo femenino. Dicha entrevista fue atendida en su totalidad por turistas nacionales con ninguno de turistas extranjeros. Encontramos diversos lugares de origen de estos turistas, siendo de Arequipa su mayoría, seguido de Cusco y Moquegua.

Cabe resaltar que, dentro del grupo de turistas de Arequipa, la mayoría son de distritos, como lo son el Cercado, Miraflores, Socabaya, Yanahuara, Cayma y Hunter.

CATEGORÍA 2: GASTRONOMÍA

1. *Considera usted, que la diversidad de nuestros platos arequipeños se debe a la...*

Un porcentaje de los entrevistados considera que se debe a la mezcla de culturas, un similar número por su variedad de ingredientes, seguido de la opinión que se debe a la particularidad de la geografía y finalmente se consideró que se debe por la creatividad de los cocineros de la ciudad.

2. *¿Qué importancia tiene la gastronomía de Arequipa a nivel mundial?*

En la entrevista realizada en un porcentaje mayor afirmó que es muy importante en un nivel alto, frente menor número que lo considera medio donde en un porcentaje muy bajo que desconoce sobre la importancia de la gastronomía Arequipeña a nivel mundial.

3. *¿Conoce usted la gastronomía de Arequipa? Si conoce, escriba un ejemplo de un plato típico.*

En esta respuesta un alto porcentaje conoce la gastronomía Arequipeña en un nivel muy bajo de encuestados desconoce sobre la gastronomía Arequipeña y de los que, sí conocen, nombraron diversos platillos muy conocidos como el rocoto relleno, el cuy chactado, el triple, el chupe de camarón, el soltero de queso, americano, adobo, locro de pecho.

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

1. ¿Considera usted que es necesario establecer un lugar definido para las actividades gastronómicas de la ciudad de Arequipa?

De la mayoría de los entrevistados sí consideró el necesario establecer un lugar definido para las actividades gastronómicas, para que así influyeran a otras entidades a motivar la realización de más ferias gastronómicas, para que mejoren su accesibilidad y variedad. Otros comentarios a favor mencionaron que establecerse en un solo lugar permitiría realizar eventos o convenciones. Un comentario diferente mencionaba que al poner todo en un solo lugar ya no cabría la necesidad o las excusas de visitar diversos lugares campestres y hermosos.

2. ¿Cree usted que los insumos locales de Arequipa la convierten en una cocina atractiva y diferente de las del resto del Perú?

En un porcentaje reducido de entrevistados fue negativo considerando que los insumos locales de Arequipa no la convierten en una cocina atractiva y diferente a las del resto del Perú.

En contraposición, la mayoría opinó de forma positiva, brindando opiniones al respecto. Consideran que, sí porque los ingredientes utilizados al momento de cocinar no se encuentran en otros departamentos, Cada departamento tiene lo suyo en gastronomía, pero falta impulsar, otros consideran que la tierra y el tipo de clima hacen de cada producto único haciendo los productos agrícolas únicos con recetas exclusivas de la ciudad. Finalmente, porque en Arequipa se encuentran muchos ingredientes que en otras partes del Perú no lo usan o no saben cómo utilizarlo, convirtiendo a la cocina Arequipeña distinta al resto.

SUBCATEGORIA 2: REACTIVACIÓN DEL LONCCO

3. ¿Sabe usted de la existencia del circuito turístico: ¿La ruta de “Loncco”?

En esta pregunta cerrada, más de la mitad de los entrevistados si conoce sobre la existencia de la Ruta del Loncco, a diferencia de un alto número que desconoce sobre este.

4. ¿Sabe usted cuál es el significado del término “Loncco”?

Como resultado, la mayoría de entrevistados sí sabe sobre el significado del término “Loncco” y un reducido número de entrevistados no sabe sobre el significado de dicho término en cuestión.

5. ¿Cree usted que a través de la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña se pueda incrementar la afluencia de visitantes?

Solo una persona considero que a través de la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña no incrementa la afluencia de visitantes, a diferencia del resto de entrevistados que consideran positiva la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña, porque es muy variada y sobre todo tiene mucha tradición, sería un atractivo para que más personas vengan a probar la sazón Arequipeña siendo una de las principales razones de visita de turistas la gastronomía siendo un punto fuerte de turismo, siendo el Perú reconocido a nivel mundial su buena gastronomía, Arequipa podría aprovechar la fama y atraer más turistas.

6. ¿Qué servicios le gustaría recibir en su visita a la Ruta de “Loncco”?

En esta pregunta abierta las respuestas fueron las siguientes:

Ninguna, solo disfrutar de la comida

Deportes extremos

Experimentar turismo vivencial

Cuatrimotor

Comida y catering

Mayor comodidad e información disponible

Un guía o tour gastronómico

Un festival gastronómico picantero

Buena atención y conocer la historia del lugar u otras historias

Bailes, licores, etc.

DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación cuenta con una unidad temática, la cual está enfocada en la gastronomía. A su vez, posee dos categorías; turismo vivencial y difusión de la gastronomía.

De estas se desglosan dos subcategorías para la primera categoría y tres subcategorías para la segunda categoría; las cuales son: turismo gastronómico y conservación ambiental para la primera categoría y tradición gastronómica, promoción cultural, reactivación de la ruta del Loncco para la segunda categoría.

En el próximo capítulo, después de analizar y describir los diferentes resultados obtenidos usando estas herramientas de investigación, procedemos con las discusiones, incluyendo comparando y contrastando los resultados de cada objetivo de trabajos anteriores, para saber si es una coincidencia o una contradicción, combinando así los resultados de los dos esfuerzos de investigación, de esta manera, ayudará a adquirir nuevos conocimientos, consolidar los conocimientos adquiridos a partir de la investigación, incluso arrojar luz sobre el trabajo de investigación sobre nuevos y futuras investigaciones, tomando en cuenta nuestro **Objetivo General** el de comprender los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en el distrito de Sabandia, que destaque dentro de la ruta del Loncco como destino turístico cultural gastronómico de Arequipa, tomando un enfoque turístico, destacando el potencial natural y agrícola del distrito de Sabandia.

Objetivo específico N° 1: Mostrar el turismo vivencial como fuente de diversificación gastronómica, involucrando a los residentes del distrito y a los turistas, aprendiendo sobre este proceso “de la chacra a la olla”.

Se obtuvo según las fichas de contenido y entrevistas que nos encontramos en una etapa de globalización y dichos cambios generan desigualdad en diferentes ámbitos entre ellos sociales y económicos, sin embargo el turismo es considerado como una herramienta de **Integración** capaz de generar inclusión e identidad colectiva a través de la comunicación que genere, permitiendo la integración tanto del turista como del residente o anfitrión y a su vez produce desarrollo y crecimiento para su población, la llegada del turismo genera un movimiento económico haciendo que el turismo sea muy diversificado, tomando enfoques variados como el turismo generador de empleo y divisas, generador de renta, como alternativa de crecimiento y multiplicador de economías. Logrando así una **estabilidad económica**.

Cabe resaltar la opinión de los entrevistados que consideran importante la participación de los turistas en actividades típicas de la comunidad generando integración y afirmando que les encantaría la opción de turismo vivencial del cual la gran mayoría conoce y cuya finalidad es la generación de una experiencia

auténtica, la gran mayoría de entrevistados conoce el término y su principal motivación es la recreación que genera experiencias nuevas.

Asimismo según Martín (2019) nos describe la importancia del turismo, en relación a la experiencia en cuatro etapas, el primero es la idea concebida por el viaje, soñar despierto, luego una vez planificado hacer realidad el viaje para seguidamente vivir la experiencia en sí y finalmente obtener un recuerdo de esa experiencia, el turismo vivencial está enfocado en ponerle valor a lo que va a vivir el turista y es así que se ejecuta el turismo vivencial, el alto valor depende de que tan buena es la experiencia y el recuerdo, el impacto que se lleva el turista y ese valor cuantificable genera los ingresos y la estabilidad económica a la comunidad anfitriona.

Para Pololikashvili (2016), un potencial que genera una mayor experiencia del visitante es a través de la gastronomía porque genera una conexión entre la comunidad, su tradición y su patrimonio. Subraya que la necesidad de comer nos define a todos por igual, lo que genera una integración tomando a la comida como necesidad biológica y esta se disfruta a través de la cultura que difunden las comunidades a través del turismo vivencial y son estos lugares anfitriones los que se destacan y promocionan la identidad. Con esto podemos afirmar el aporte que genera el turismo vivencial a una comunidad en relación a la **integración** y a la **estabilidad económica**, complementando de forma positiva con la gastronomía, según el área investigada, se comparte el punto de vista de este resultado en relación con la integración y la estabilidad que genera el turismo, sin embargo no desarrolla al máximo su potencial turístico en el distrito de Sabandia, puesto que se considera solo interesante el turismo en el distrito, son pocos los lugares conocidos por los turistas, limitando la potencialidad del intercambio cultural y vivencial del turismo en el área de estudio analizado limitando el objetivo de aprender el proceso “de la chacra a la olla” planteada en este objetivo.

Objetivo específico N° 2: visualizar al Distrito de Sabandia como un sector gastronómico, el cual se integre como espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad, acogernos en la tranquilidad y paz de la creación

Se desarrollaron mediante fichas de contenido y entrevista, entendiendo la importancia de la protección al ambiente que nos rodea, puesto que es el escenario principal para desarrollar un turismo vivencial. La **biodiversidad** se caracteriza por la amplia variedad de especies, ecosistemas flora y fauna que son la base de nuestra existencia y debemos tomar en cuenta el constante uso que le damos al explotar el turismo y parte de ahí la importancia de la protección de este valioso recurso, a través de una conciencia ambiental y el **turismo sostenible**, haremos una contribución significativa a la conservación de la flora y la fauna, incluido el aumento del número de ciertas especies clave y la sensibilización sobre el valor de la biodiversidad a través de los ingresos del turismo involucrando diversos ámbitos como el económico, el social y el ambiental cuyo único objetivo es garantizar un turismo duradero y sostenible, para ello debe practicarse un correcto uso de los recursos naturales, ser justos con los beneficios económicos, un respeto y tolerancia con las costumbres y tradiciones entre otros.

Resaltando la opinión de los entrevistados, en relación al tema de turismo sostenible, la gran mayoría tiene conocimientos sobre este punto y le agrada el desarrollo de actividades turísticas en un ambiente libre donde se aprecie la flora y fauna despejando al turista de sus actividades rutinarias e innovando. Aportaron también los beneficios que ofrece en la mejora de la calidad de vida de los pobladores anfitriones, favoreciendo a su economía principalmente.

Para Jaquenod (2007) es un factor muy importante la vinculación de la **biodiversidad** y el turismo, es entender los beneficios económicos que nos genera, pero a su vez al desarrollar este turismo que debe garantizar la protección del medio ambiente. Su continuo crecimiento se ha convertido en un factor clave de muchas economías y a su vez sinónimo de ecoturismo por ello su importancia ante una variedad de especies, mayor debe ser su cuidado y conservación. Según la OMT(2018) considera principios del **turismo sostenible** enfocados en el ambiente, la sociedad y la economía cuyas dimensiones deben asegurarse para conseguir un turismo sostenible por lo que considera que se debe mantener los procesos naturales y garantizar una adecuada **conservación ambiental**, las comunidades anfitrionas deben ser respetadas en relación a sus bienes tradicionales, arquitectónicos y valores culturales, a fin de garantizar identidad en los pobladores

y finalmente distribuir de forma correcta los bienes económicos a corto y largo plazo cuya finalidad principal es generar el crecimiento de la comunidad anfitriona y reducir así su nivel de pobreza.

Por lo tanto, podemos concluir apoyando la importancia de mantener una economía justa, ser amigable con el ambiente a fin de garantizar su prevalencia y sobre todo generar identidad y respeto en torno a la comunidad. La población gusta de las actividades al aire libre y comprende sobre los beneficios del turismo sostenible ya que permite despejarse de un entorno de ciudad y adentrarse a un escenario más sano y libre.

Objetivo específico N° 3: Mostrar a la ruta del Loncco como un importante recorrido cultural para fomentar la identidad cultural gastronómica Arequipeña y generar sentido de pertenencia. Se logró desarrollar mediante fichas de observación y entrevista semi estructurada. Encontramos **tradición gastronómica** expresado en las picanterías Arequipeñas, donde se describe muchas de las características tomadas de nuestros antepasados y que aún siguen vigentes como parte de la **cultura gastronómica**, muchos describen el uso de ingredientes tradicionales, mobiliario tradicional y la forma de preparar los diversos platillos utilizando desde el batán, la leña, los tinajas las chombas entre otros muchos, cuya finalidad fue siempre mantener el sabor propio de cada ingrediente preparado de forma especial. Es en estos establecimientos donde se aprecia la cultura y la tradición con espacios culturales descritas como Estampas, donde se expone la historia a través de la gastronomía como principal difusor y generador del **sentido de pertenencia** para que el turista pueda entender las costumbres y tradiciones de antaño y según la carta, disfrutar de cada plato y llevarse un poco del sabor y la tradición de nuestra Arequipa.

Se observó equipamientos en el distrito investigado con relación a la importancia y mayor afluencia en la **Ruta turística** del Loncco encontrando así, equipamientos culturales dentro del circuito del Loncco, que se integran como espacios de encuentro recreativo y natural permitiendo así formar parte de una **Reactivación de la ruta del Lonco** ya que se encuentran y generan este recorrido tradicional, pero en su mayoría no difunden la gastronomía Arequipeña, vemos espacios de recreación y de turismo vivencial ubicados en un entorno

natural, pero no como parte de la **promoción cultural** en relación únicamente sobre la gastronomía Arequipeña, cabe resaltar equipamientos turísticos muy conocidos dentro de la ruta del Loncco como lo son el Molino de Sabandia y la Plaza del distrito, pero observamos que en estos importantes lugares no se expone la gastronomía Arequipeña como parte o promotora de cultura.

Para Condori y Cerpa (2020) La ruta del Loncco es una nueva opción de circuito ubicado en el sector sur de Arequipa, donde se obtienen productos turísticos desde un punto de vista de desarrollo económico local, permitiendo una integración social entre "cultura, paisaje y compromiso cívico en identidad". El resultado es nombrado "Ruta del Loncco Arequipeño" que incluye la preservación e integración de servicios y recursos turísticos, garantizando una calidad de servicio promoviendo una inversión pública y privada hacia esta **ruta turística**.

Según Ballesteros (2018) nos habla de un proceso detrás de la cultura, además de ser parte de una historia y expresión de riqueza cultural y ancestral, nos habla de la **promoción cultural** como producto. Son requeridos profesionales que gestionen y administren para que satisfagan con visión, estratégica, trabajo habilidades y negocio logrando así satisfacer a los consumidores culturales y seguir generando turismo.

En relación a este objetivo, nos hablan de mostrar el valor cultural de esta importante ruta como generador de sentido de pertenencia, pero no coincidimos con los autores en mención que hablan de estos indicadores como producto, del cual obtienen una recompensa, inversión y negocio, si bien forma parte del resultado de un turismo, el principal objetivo se debe proyectarse como un difusor de identidad cultural gastronómica Arequipeña. De acuerdo a los resultados de nuestros instrumentos, se destaca la tradición gastronómica y el enfoque cultural que proyecta este tipo de turismo, más no como fin de lucro o como producto indicado por los autores en mención.

V. CONCLUSIONES

Según los resultados analizados, se procede a presentar de forma ordenada según cada objetivo las conclusiones de esta investigación:

1. Según el objetivo específico N° 1: Mostrar el turismo vivencial como fuente de diversificación gastronómica, involucrando a los residentes del distrito y a los turistas, aprendiendo sobre este proceso “de la chacra a la olla”.

Se concluye que es importante la participación de los turistas en actividades típicas de la comunidad en relación al turismo vivencial. Su aporte contribuye a la gastronomía a través de la experiencia diversificada que consigue involucrar al turista con el anfitrión a partir del proceso “de la chacra a la olla”, tomado como participante de este procedimiento gastronómico. Es esta integración la que se traduce como generador de crecimiento y multiplicador de economías, puesto que se pone en valor la experiencia obtenida generando así una estabilidad económica en la comunidad anfitriona a través de este intercambio cultural y vivencial de turismo.

2. Según el objetivo específico N° 2: visualizar al Distrito de Sabandía como un sector gastronómico, el cual se integre como espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad, acogernos en la tranquilidad y paz de la creación

Se concluyó la preferencia del escenario a desarrollar el turismo vivencial integrado a un entorno natural genera en los turistas un beneficio puesto que la biodiversidad de los distintos ecosistemas permite al turista cambiar de escenario de ciudad y adentrarse a un medio natural tranquilo y pacífico, que a su vez debe generar un turismo sostenible para garantizar su permanencia, es importante mantener una conservación ambiental que visualice al distrito con un turismo gastronómico generador de una economía justa y a su vez amigable con el medio ambiente

3. Según el objetivo específico N° 3: Mostrar a la ruta del Loncco como un importante recorrido cultural para fomentar la identidad cultural gastronómica Arequipeña y generar sentido de pertenencia

Se concluyó la importancia que tiene los establecimientos gastronómicos denominados Picanterías y es a través de estos donde se fomenta la cultura gastronómica, la muestra de sus procedimientos ancestrales, el uso de ciertos

implementos, sus ingredientes y sus formas de preparación hacen viva la tradición gastronómica Arequipeña, Se observó el poco tratamiento e integración de estos establecimientos promotores de cultura en la Ruta del Loncco, puesto que esta ruta no se expone mucho la gastronomía

4. **Según el objetivo general:** Comprender los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en el distrito de Sabandia, que destaque dentro de la ruta del Loncco como destino turístico cultural gastronómico de Arequipa. Tomando un enfoque turístico, destacando el potencial natural y agrícola del distrito de Sabandia.

Se concluyó los muchos beneficios que genera la reactivación del turismo gastronómico en los diferentes enfoques y son:

- a) En el aspecto social, la importancia de involucrar al turista como parte y difusor de la gastronomía como fuente de diversificación vivencial gastronómica
- b) En el aspecto ambiental la preferencia de los turistas por un entorno natural y biodiverso donde se destaquen las bondades del sector
- c) En el aspecto económico la inclusión de las picanterías en la Ruta del Loncco como difusora cultural de la Gastronomía

VI. RECOMENDACIONES

La culminación de este trabajo de investigación es enfatizar la importancia de la identidad culinaria y su preservación, en especial el desarrollo culinario que existe en Arequipa, que permite y posibilita la formación de una cocina central para atraer a muchos turistas extranjeros y nacionales. Se realiza un análisis FODA para formar las siguientes recomendaciones basadas en los objetivos establecidos. Para lograr este objetivo, se han realizado las siguientes recomendaciones.

Objetivo general: Comprender los beneficios que generaría la reactivación del turismo gastronómico vivencial en el distrito de Sabandia, que destaque dentro de la ruta del Loncco como destino turístico cultural gastronómico de Arequipa. Tomando un enfoque turístico, destacando el potencial natural y agrícola del distrito de Sabandia.

Figura 31

Objetivos generales



Objetivo específico N° 1: ***Mostrar el turismo vivencial como fuente de diversificación gastronómica, involucrando a los residentes del distrito y a los turistas, aprendiendo sobre este proceso “de la chacra a la olla”, se recomienda hacer partícipe al sector turístico ya que es parte importante para la difusión de nuestra cultura a todo nivel y en lo que respecta a la gastronomía.***

Contribuyendo al proceso de identidad e integración, con participación y beneficio de la comunidad, esto según Ley Para El Desarrollo De La Actividad Turística. Ley N°26961.

- El desarrollo gastronómico que se observa en Arequipa actualmente, hace posible y viable la creación del Centro Gastronómico en el distrito de Sabandia.

Figura32

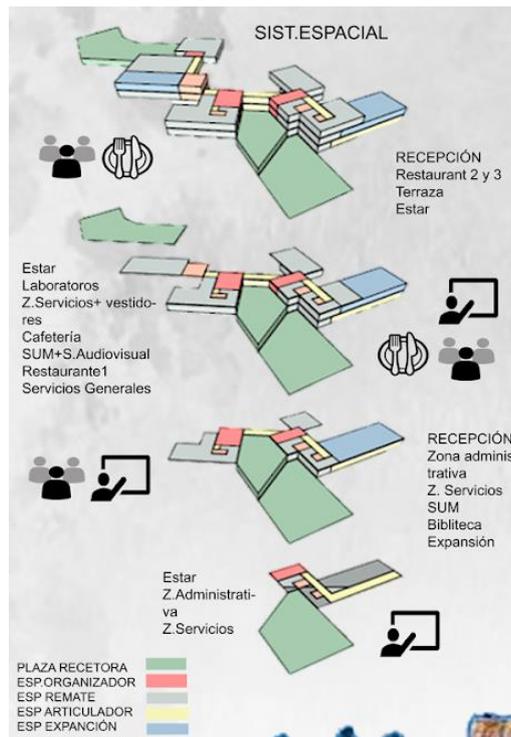
Propuesta del centro gastronómico aprovechando la flora del distrito



Nota. En este equipamiento se ofrecerán diversos servicios, como los gastronómicos para la venta de insumos y platillos tradicionales, otro espacio asignado para el consumo de productos elaborados en la zona de restaurantes y finalmente espacios que ofrecerán servicios culturales para los visitantes, dentro de los beneficios se plantea:

Figura 33

Sistema espacial del equipamiento



- Proyectar espacios de distribución de alimentos necesarios para la difusión de la gastronomía a través de espacios orientados a la enseñanza de la gastronomía tradicional Arequipeña, donde los pobladores puedan educar a los visitantes sobre el proceso de elaboración de los platos típicos y tradicionales, introducir a los visitantes a los ingredientes de sus ancestros que aún se utilizan en la actualidad, y de esta forma promover el espíritu de un nuevo turismo vivencial

Figura 34

Vista de cocina en vivo en espacios interiores



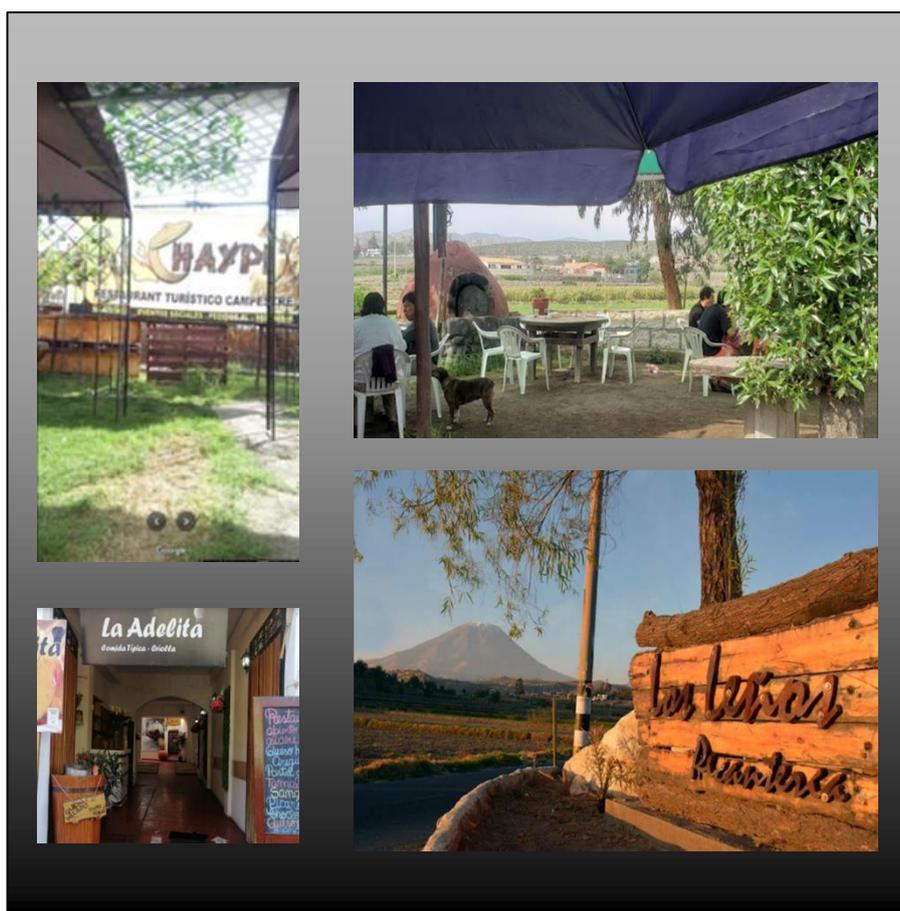
Figura 35

Difusión gastronómica en espacios exteriores



Figura 36

Restaurantes campestres



Nota: A pesar de que Sabandia cuenta con 31 restaurantes solo 6 de estos ofrecen comida típica de Arequipa y cuentan con el espacio adecuado al aire libre y aprovechan como vistas el área agrícola del sector.

- El Gobierno y la Municipalidad de Sabandia deben promover programas de comunicación con los promotores turísticos, que lleven a la práctica de un buen turismo vivencial, así mismo debe identificar y promocionar los puntos turísticos importantes para realizar turismo vivencial y que esté bien acondicionado para recibir a los turistas e involucrarnos con las diversas actividades del sector.

- Los miembros de la comunidad deben involucrarse y generar compromiso, una vez establecida la obligación de desarrollar el turismo vivencial, de esta forma florecerá el disfrute de los atractivos turísticos, aprovechando todas las riquezas de la comunidad, por la amabilidad en la forma en que tratan a los

visitantes para que se sientan como en casa y sirvan como un único destino ofrecido al mercado.

- Trabajar con las autoridades en proyectos donde se involucren a las asociaciones (sociedad picantera de Arequipa), familias y pequeñas microempresas referente al turismo gastronómico con el fin de que genere ingresos para las familias y la comunidad, en el caso de las microempresas pequeñas se trabajaría en generar empleo para las personas de la comunidad y que de esta manera se sustentan económicamente y puedan aportar al crecimiento turístico, mediante estos proyectos también se generarían más oportunidades para los mismos habitantes, esto según Ley de organización y funciones del ministerio de comercio exterior y turismo. Ley N° 27790.

Figura 37

Integración con locales y turistas



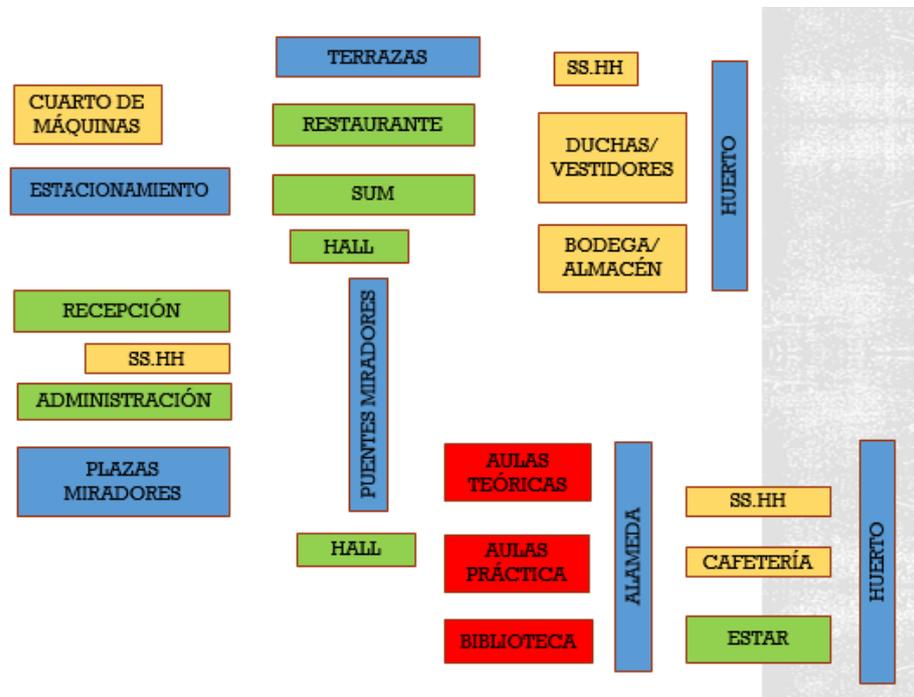
Nota. En la imagen se muestra como el turista aprende sobre la preparación del pan y es parte del procedimiento en conjunto a los miembros de la comunidad.

Objetivo específico N° 2: ***visualizar al Distrito de Sabandía como un sector gastronómico, el cual se integre como espacios de encuentro recreativo y natural con el área agrícola del entorno, para salir de la urbe de la ciudad, acogernos en la tranquilidad y paz de la creación.*** Se recomienda realizar la tentativa, de una programación arquitectónica (anexo J) teniendo en cuenta los

requerimientos físicos espaciales para la propuesta arquitectónica de un Centro Gastronómico.

Figura 38

Zonificación tentativa



- Debido al flujo y demanda de Arequipa por la buena y variada gastronomía. El programa de diseño arquitectónico del centro culinario es fundamental. Esto no solo aumenta el valor del plato, sino que también los motiva a aprender sobre él. Se recomienda utilizar la flora autóctona de la zona para tratar el paisaje con respeto al medio ambiente genera un valor agregado para los turistas que buscan despejarse de la ciudad para recrearse

Figura 39

Visuales del lugar elegido

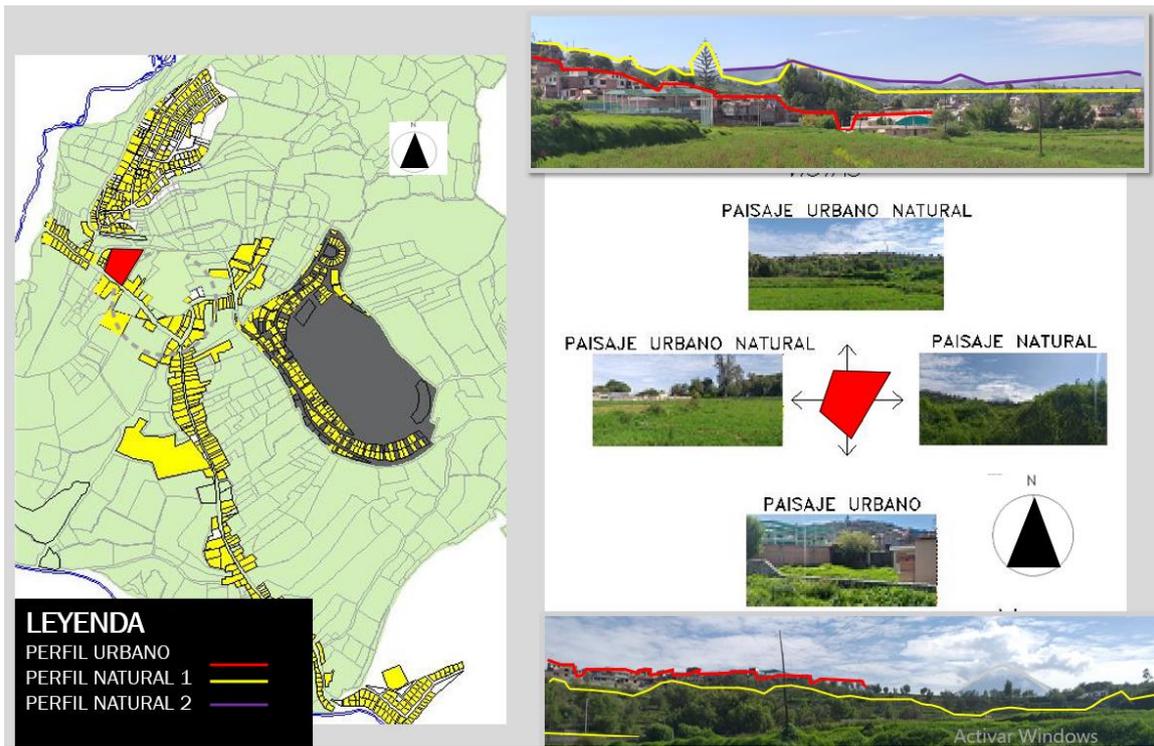


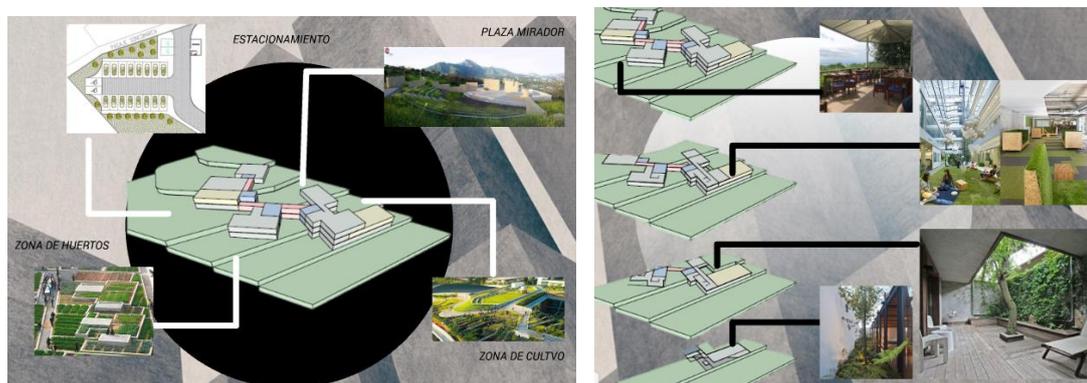
Figura 40

Aprovechamiento de la flora del Distrito



Figura 41

Sistema de espacios abiertos aprovechando la flora del distrito



- El creciente interés de los turistas en el área local y la interacción entre la naturaleza estimula a la población local a tratar mejor las atracciones turísticas por lo se recomienda incentivar al Municipio para su incorporación en el Programa Nacional de Conciencia Turística del MINCETUR y así a través de talleres participativos incluir proyectos de puesta en valor para promover las áreas naturales y generar un turismo sostenible.

- Incentivar a las autoridades en promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística vivencial teniendo en cuenta estudios de impacto ambiental, adecuación, equipamiento y presupuestos a través de plataformas de desarrollo sostenible, esto según a la Ley General del Turismo- Ley N° 29408 (MODIFICATORIA 30753)

- Mejorar las políticas para proteger todo el ecosistema del distrito, como áreas agrícolas, paisajes, animales y plantas, contra y prevenir diversas formas de contaminación capacitando a los habitantes de la comunidad para crear conciencia acerca de la protección y conservación del medio ambiente y de los recursos naturales existentes, Asimismo, para que con un tratamiento profesional pueda ser una importante fuente de generación de divisas, esto según Decreto Supremo 009-92 ICTI.

Objetivo específico N° 3: ***Mostrar a la ruta del Loncco como un importante recorrido cultural para fomentar la identidad cultural gastronómica Arequipeña y generar sentido de pertenencia.*** Se recomienda fomentar una

cultura de identidad y pertenencia tanto a la actual población, como a la futura, mediante nuevos espacios de equipamientos gastronómicos.

Figura 42

Distritos que comprenden la ruta del Loncco

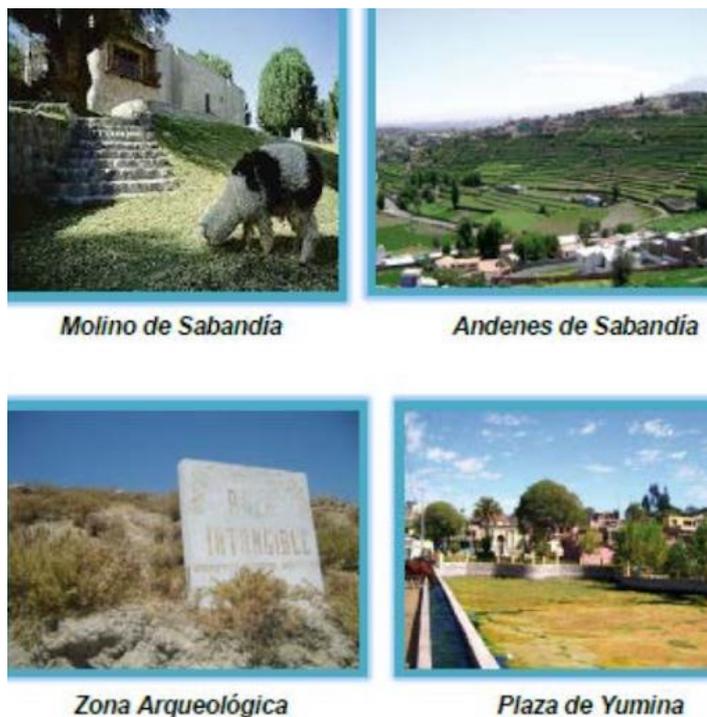


Nota: en la siguiente figura se puede apreciar los diferentes distritos que están comprendidos dentro de la ruta del Loncco, pero que lamentablemente no están acondicionados apropiadamente para albergar este tipo de actividad como es el turismo.

- Resaltar las funciones de los visitantes más frecuentes, para de esta forma contribuir al proceso de fortalecimiento de la identidad, el respeto a la diversidad cultural, y al proceso de integración nacional y regional, fomentando la conciencia turística, esto según Ley de organización y funciones del ministerio de comercio exterior y turismo. Ley N° 27790.

Figura 43

Circuito turístico en el distrito de Sabandía



Nota: PUD Sabandía 2017

- Ayudar a las empresas públicas y privadas a incrementar la promoción y difusión de la cocina arequipeña, incrementando así el número de turistas extranjeros y nacionales mediante la organización de festivales gastronómicos de expresión cultural en el distrito, las artes culinarias pueden ser contagiosas y perdurables no solo a nivel nacional sino también internacional, ya que este tipo de actividad atrae a muchos extranjeros.
- Compartir con una variedad de medios de comunicación en coordinación con operadores turísticos para publicitar y difundir atractivos, atracciones turísticas y diversas actividades turísticas en la comunidad.
- Articular la ruta del Loncco, analizar todo lo relacionado con el avance del desarrollo turístico con las autoridades del Distrito en coordinación con el programa Nacional de Conciencia Turística del MINCETUR , donde se deben tomar decisiones claras sobre las potencialidades del distrito, se deben establecer los requisitos de los mismos, esto es bueno para la identificación de la ubicación de los equipamientos turísticos, luego se basará en la Designación del Ambiente Físico

de atracciones para actividades puramente ecológicas y gastronómicas, los clientes pueden seleccionar cada destino turístico y al hacerlo, además, se determinará el precio de acuerdo con la actividad del turista. Cabe señalar que todas estas actividades tienen visiones ecológicas diferenciadas en el patrimonio natural y los privilegios de ubicación territorial, clima, paisaje, procesos agrícolas, haciendo de este lugar un destino único.

Figura 44

Principales servicios turísticos existentes

PRINCIPALES RECURSOS TURISTICOS EXISTENTES	
Arquitectónicos	Culturales
El Molino	Recursos Arqueológicos
Iglesia Virgen del Rosario	Festividades
Iglesia Virgen de La Asunta	Virgen de Lourdes
Cementerio	Pascua - Peleas de Toros
Casonas Coloniales	Espíritu Santo
Naturales	Resurrección
Andenerías	Aniversario de Sabandía
Flora y fauna silvestre	Virgen de Copacabana
Manantiales	Virgen de La Asunta
Miradores Naturales	Virgen del Rosario
Recreativos	Todos Los Santos
Lago de Sabandía	Nuestra Inmaculada Concepción
Piscinas de Sabandía	Turismo Deportivo
Paseos a caballo	Platos Típicos
La Rinconada	

Nota: PUD Sabandía 2017

- Incorporar un equipo multidisciplinar de profesionales en procesos para capacitar y educar al personal de la comunidad en temas como guías locales, servicio al cliente, comida, idiomas que apoyen a la gestión y acreditación de competencias laborales en turismo garantizando un satisfactorio servicio al turista e impulsando el turismo vivencial.
- Con la ayuda del Municipio gestionar un sistema de tours, donde se expongan las ofertas turísticas, se promueva los atractivos, costumbres y

tradiciones del distrito, procurando destacarse en otros destinos por ello, se debe dar un mejor trato a las rutas turísticas existentes, como la Ruta del Loncco en este caso, donde los servicios tendrán como objetivo obtener beneficios relacionados con la gente de la ciudad para mejorar la calidad de vida. Crear recursos laborales locales, cultura de ahorro, protección del medio ambiente, cocina ancestral y experiencia agrícola, especialmente el valor de la vida rural y adicionalmente crear un sitio web que promueva los atractivos turísticos del distrito en la Ruta del Loncco

- Los itinerarios deben incluir diversas actividades para que los visitantes se adapten a la interacción con los lugareños y la maravillosa naturaleza de la zona, así como actividades creativas como visitas a huertas tradicionales, alimentación de animales y comida, senderos, miradores, ciclismo, actividades extremas, deportes, tours de cascadas y eventos sociales. Cabe recalcar que los turistas podrán elegir cualquier actividad y crear sus propios paquetes turísticos. Por lo que se propone el desarrollo estratégico de senderos intensificando ciertas actividades que darán lugar a ejes simbólicos de su desarrollo organizado como un Eje Espiritual, Eje Recreación y Aventura, Eje Cultural Agricultura, Eje Gastronómico, Eje Natural y Agro Intensificación.

- Dar mantenimiento a la señalización de los senderos o rutas, hitos, pictogramas, consejos, señales, explicaciones para que los visitantes se sientan seguros en la ruta o durante el viaje, conozcan y disfruten de los servicios que ofrece la comunidad.

Figura 45

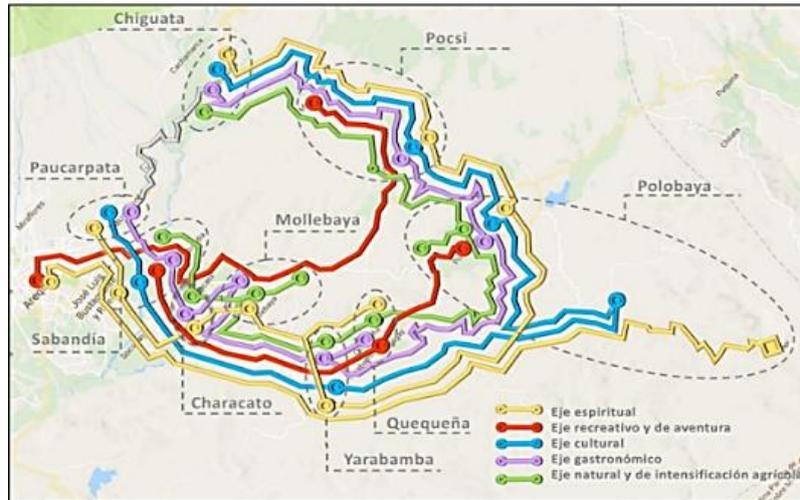
Señalización turística existente

Distrito	Cantidad	Descripción
Sabandía	10	5 Ubicados en el camino de acceso al Molino de Sabandía. 2 en el pueblo tradicional de Yumina en la vía de acceso y en la plaza. 2 en el pueblo de Sabandía: vía de acceso y en la plaza. 1 en el cementerio de piedra en su vía de acceso.
Characato	4	2 en el pueblo de Characato y 02 en el manantial

Nota. Plan estratégico de desarrollo de la cuenca sur oriental de Arequipa (2010-2020)

Figura 46

Ejes de Integración dentro de la Ruta del Loncco.



Nota. Ejes existentes dentro de la ruta del Loncco. Darian (2021).

REFERENCIAS

- Alfonzo, N. (2012). Categorización. Revista *Calameo*. pp 3-4.
<https://es.calameo.com/read/002784318d9be4e3f4d50>
- Anton, D. y Pascual, V. (2017). Biodiversidad en el turismo sostenible.
 CIENCIAS AMBIENTALES.
<https://www.cienciasambientales.com/es/noticias-ambientales/biodiversidad-turismo-sostenible-14319>
- Ambrozas, D. (2013). *Serious feast: Vancouver foodies in globalized consumer society*. Doctoral dissertation, School of Communication-Simon Fraser University. <http://summit.sfu.ca/item/8463>
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Caracas.
Episteme.https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION
- Arias, S y Peñaranda, F. (2015) En su artículo, La investigación éticamente reflexionada Revista *Facultad Nacional de Salud Pública*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-386X201500030001
- Artiles, L., Otero, J. y Barrios, I. (2015). Metodología de la Investigación. *Ciencias Médicas (ECIMED)*. “Metodología de la Investigación. Para las ciencias de la Salud”. <https://instituciones.sld.cu/ihi/metodologia-de-la-investigacion/>
- Ballesteros, C., Gracia, G., Ocaña, A. y Jacome, C. (2018). Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. *LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN–Vol. 15*.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v15n2/1794-4449-rlsi-15-02-367.pdf>
- Banco Interamericano De Desarrollo, (2021). Tourism -Economic aspects - Perú. NOTA TÉCNICA No IDB- TN -0221 1. *División de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Administración de Riesgos por Desastres*.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion>

-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-de-turismo.pdf

Bonilla, M. (2013). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. *TECNISUR*. Investigación y análisis. Master es esparcimiento sostenible con énfasis en turismo y antropología social.

http://www.greenactioncr.com/downloads/Turismo_Vivencial.pdf

Carrasco, M. (2018). *Turismo vivencial para la diversificación de la oferta turística del producto bosques y pirámides*. Tesis de grado de licenciado en turismo y negocios. Departamento de Ciencias Empresariales Escuela académico profesional de Turismo y Negocios.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4554/Carrasco%20Benites.pdf?sequence=>

Chancay, L. y Yagual, G. (2018). *Estudio y Propuesta de Difusión de la Gastronomía Tradicional del Cantón Gualaceo*. Tesis para optar el grado de licenciado en gastronomía. Facultad de Ingeniería Química Carrera Licenciatura en Gastronomía. Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35876/1/Tesis%20Gastronomia%20Estudio%20y%20propuesta%20de%20difusion%20de%20la%20gastronomia%20tradicional%20del%20cant%c3%b3n%20Gualaceo.pdf>

Choque, M., Llacho, M. (2018) *Valor nutritivo de los platos tradicionales y sus características gastronómicas de las picanterías de la ciudad Arequipa*. Tesis para optar el título de Licenciado en Nutrición Humana en la Universidad Nacional de San Agustín <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5816/NUchcu ml.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cisterna, F. (2009). Métodos de investigación cualitativa en educación. 71. Metodología de Investigación Cualitativa. Revista de la *Universidad*

Bio

Bio.

https://issuu.com/fabesparza/docs/metodos_invest_cualitativa

ComexPerú, (2018). Sociedad de Comercio Exterior del Perú.
<https://www.confiep.org.pe/noticias/economia/turismo-en-peru/>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo,
(2019). *Perfil del Turista Extranjero que visita Arequipa - 2019*.
https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_42_tips_2651_PTE%202019%20-%20Visita%20Arequipa.pdf

Condori, Y. y Cerpa, I. (2020), *Complejo Turístico-gastronómico vivencial en el distrito de Sabandía-Arequipa* Tesis de grado para Arquitectura Universidad Nacional de San Agustín.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/20.500.12773/12144>

Cornejo, H. (2019). El simbolismo de la comida arequipeña. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *INVESTIGACIONES SOCIALES* AÑO X N° 17. P. 44 -47.
<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-catolica-san-pablo/sistema-de-control-interno-peru/simbolismo-de-comida-arequipena/4815577>

Cortés, M. (2018). *DIFUSIÓN DE LA GASTRONOMÍA TRADICIONAL PARA EL TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN PÍLLARO*. PROYECTO DE EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. DE LA FACULTAD DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS CARRERA DE CHEFS.
https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/9439/1/TUAEX_COMESC004-2018.pdf

Coşkun, G. (2021) En su artículo titulado CULTURAL DIFFUSION THEORY AND TOURISM IMPLICATIONS para la revista *International Journal*

of Geography and Geography Education revista científica orientada a las áreas de la disciplina geográfica, incluida la educación geográfica, la geografía física y la geografía humana.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/igge/issue/60064/811722>

Daries, J., Vicente, J. y Bucaram, S. (2021). Evolución del turismo en Perú 2010 - 2020, la influencia del COVID -19 y recomendaciones pos - COVID -19. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Evolucion-del-turismo-en-Peru-2010-2020-la-influencia-del-COVID-19-y-recomendaciones-pos-COVID-19-nota-sectorial-de-turismo.pdf>

Díaz, L. (2020), Cómo la necesidad ha cambiado (y mejorado) nuestra forma de comer. *Viajes, National Geographic*.
https://viajes.nationalgeographic.com.es/gastronomia/trucos-conservar-alimentos-mejor-sabor_15322

Flavián, C. (2011). Turismo Gastronómico. Estrategias de marketing y experiencias de éxito. *Zaragoza: Prensa Universitarias de Zaragoza, 2011*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=692547>

Fuentes, M. (2014). La Picantería Arequipeña: Patrimonio Cultural De La Nación. 2014. *Instituto de Investigación del Patrimonio Cultural*.
<http://www.patrimonioculturalperu.com/wpcontent/uploads/2014/09/Picanter%C3%ADa-arequipeña.pdf>

Fuste, F. (2016). Landscapes of Culture: Gastronomy and Culinary Heritage. Para la revista *DIXTI* N°24.
<https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1166/1505>

Galeano, M. (2013). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. *GoogleBooks*.
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=Xkb78OSRMI8C&oi=fnd&pg=PA11&dq=ENFOQUE+DE+INVESTIGACI%C3%93N+CU>

ALITATIVA&ots=zsHuaQNInN&sig=5E_Hzm9KVVWpn9zbRy6BfQnHpm7A#v=onepage&q=ENFOQUE%20DE%20INVESTIGACION%20CUALITATIVA&f=false

Guardia, S. (2020). Gastronomía peruana. Patrimonio cultural de la humanidad. *Cátedra UNESCO Patrimonio Cultural y Turismo Sostenible de la Universidad de San Martín de Porres*. <http://catedraunesco.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2020/11/gp-patrimonio-cultural-humanidad-294.pdf>

Guerrero, M. (2016), *La investigación cualitativa para la editorial Innova Research Journal*. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>

Guzmán, R. y Salvador, E. (2016). *Centro turístico de difusión de la cultura gastronómica peruana*. Tesis para optar al título profesional de Arquitecto. Departamento de Arquitectura y Urbanismo. Universidad Ricardo Palma. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/urp/871/guzman_ar-salvador_ve.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hallasi, M. (2019). *Turismo vivencial como alternativa de desarrollo local de Pucará* para obtener el grado profesional de Licenciado en Turismo en la Universidad del Altiplano. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/13919/Hallasi_Machaca_Medardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición *MC GRAW HILL EDUCATION* <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. Quinta edición *MC GRAW HILL EDUCATION* <https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigacion-Sampieri.pdf>

Innova, A. y Ibañez, R (2012) Medio ambiente y política turística en México. tomo I. *ECOLOGÍA, BIODIVERSIDAD Y DESARROLLO TURÍSTICO*. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=que+es+turismo+&ots=i_jUUBslhe&sig=c_l0DZJxEpUCTAw2c5rGcc0WxEg#v=onepage&q=que%20es%20turismo&f=false

Instituto Municipal de Planeamiento, (2017). *Convocatoria N° 001-2017-IMPLA*. <https://impla.gob.pe/informacion/convocatoria-001-2017/>

Jaquenod, S. (2007) Vocabulario ambiental práctico: jurídico, técnico, etimológico: con ejercicios y ejemplos prácticos

<https://www.bookdepository.com/es/publishers/Dykinson-S-L>

Jimenez, A. (2016). *HABLEMOS DE TURISMO E INCLUSIÓN SOCIAL. Cultura y responsabilidad social turismo*. <https://equipos.pucp.edu.pe/default/publicacion/visualizacion?pub=hablemos-de-turismo-e-inclusion-social-155562747>.

Llerena, D. (2018). *Estudio de los recursos y servicios turísticos ofrecidos en la ruta del Loncco y su influencia en el interés de los turistas que visitan la provincia de Arequipa - Perú, 2018*. Tesis de grado. Departamento de Ciencias Sociales y Empresariales escuela profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía. <http://repositorio.uasf.edu.pe/bitstream/UASF/152/1/Tesis%20DLLM%20FINAL.pdf>

Lagua, M. (2020). *TURISMO VIVENCIAL Y EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO*. Tesis para la obtención de título de lince hincado en turismo y hotelería. De la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA MODALIDAD: PRESENCIAL. [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31716/1/LAGUA%](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31716/1/LAGUA%20TURISMO%20VIVENCIAL%20Y%20EL%20DESARROLLO%20SOCIOECONOMICO.pdf)

20MAYRA%20TRABAJO%20DE%20TITULACI%c3%93N%20%283
%29.pdf

Mareño, P. (2017) *Centro turístico vivencial “Tupaña” en la comunidad de La Playa. Municipio de Tiquiña*. Proyecto de grado presentado para la obtención del Grado de Licenciatura en Turismo en la Universidad Mayor de San Andrés. Departamento de humanidades y ciencias de la Educación Carrera de turismo.
<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/12746>

Martin, A. (2019). El Turismo Vivencial consiste en poner en valor la experiencia que va a vivir el cliente. *OSTELEA - TOURISM MANAGEMENT SCHOOL*.
<https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/el-turismo-vivencial-consiste-en-poner-en-valor-la-experiencia-que-va-vivir-el-cliente-antonio-martin>

Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. Ciencia, pensamiento y cultura. *ARBOR*.
<https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204>

Meacci, L. y Liberatore, G. (2018). A senses-based model for experiential tourism para la revista *Tourism & Management Studies*, revista científica de turismo y gestión.
https://www.tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewFile/1051/pdf_110

Méndez, R. y Sandoval, F. (2011). Investigación. Fundamentos y metodología. *PEARSON EDUCACIÓN*, México, 2011.
<https://josedominguezblog.files.wordpress.com/2015/06/investigacion-fundamentos-y-metodologia.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, (2020). Reporte Regional de Turismo - Arequipa 2020. *Plataforma digital única del estado*.
<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes->

publicaciones/1212813-reportes-de-turismo-reporte-regional-de-turismo-arequipa-2020

Ministerio de Cultura, (2013). Patrimonio Cultural. Ministerio de Cultura.:
<http://www.cultura.gob.pe/es/patrimonio>

Mondragón, V. (s.f.). (2019) La ficha técnica: definición, contenido y modelos. *Diario del exportador*. Portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales.
<https://www.diariodelexportador.com/2018/05/la-ficha-tecnica-definicion-contenido-y.html>

Mora, F. (2016) Código de ética de investigación científica tecnológica. *Universidad Tecnológica Internacional UTIC*.
<https://www.utic.edu.py/investigacion/index.php/reglamentos/codigo-de-etica-de-investigacion-cientifica-y-tecnologica>

Monje, A. (2011). En su libro “El diseño de la investigación es explicativo utilizando la investigación como herramienta orientada a un objeto de estudio.” *Universidad sur colombiana*.
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>.

Navarrete, A. (2013) *Interpretación del desarrollo turístico sustentable en México*, tesis de maestría, México, Centro Interdisciplinario de Investigaciones y estudios sobre medio Ambiente y Desarrollo. Instituto politécnico Nacional.
<https://tesis.ipn.mx/jspui/handle/123456789/1257>

Navarrete, M. y Muñoz, C. (2018). Turismo gastronómico sabor y tradición. *Journal of Tourism and Heritage Research*. Culinary tourism: taste and tradition. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7400807>

- Ochoa, K. y Santamaria, A. (2018). GASTRONOMÍA Y TURISMO. DISEÑO DE INDICADORES, POLÍTICAS Y CULTURA. *Culinaria. Revista Especializada en Gastronomía*. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/68959/Gastronom%C3%ADa%20y%20turismo.pdf?sequence=2#page=17>
- OMT. (2018). Retrieved from <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- OMT. (2019) "Global Report on Inclusive Tourism Destinations Model and Success Stories" - *Organization Mundial del Turismo* https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/ene/2_el_turismo_como_herramienta_de_inclusion_social.html
- Paniagua, R. (2015). Metodología para la validación de una escala o instrumento de medida. Universidad de Antioquia. Facultad Nacional de Salud Pública. *Acción y Reflexión Educativa*. <https://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/d76a0609-c62d-4dfb-83dc-5313c2aed2f6/METODOLOG%C3%8DA+PARA+LA+VALIDACI%C3%93N+DE+UNA+ESCALA.pdf?MOD=AJPERES>
- Peralta, L. (2018). *TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: UN ANÁLISIS EMPÍRICO DEL IMPACTO DEL TURISMO RECEPTIVO EN LA ECONOMÍA PERUANA EN EL PERIODO 2004-2015*. Trabajo de investigación para optar al Título Profesional de Economista. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/6054/Peralta_Petitjean_Luis_Jes%C3%BAs.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pineda, J. (2019). Conservación Ambiental: Proteger, Mantener y Cuidar los Recursos Naturales. *En Colombia*. <https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/conservacion-ambiental-protger-mantener-cuidar-recursos-naturales/>

Plan Estratégico de Desarrollo Integral de Sabandía. 2013-2020. Edgardo, PE / S". Instituto para el desarrollo sostenible urbano rural – I.D.S, *Gobierno Regional de Arequipa*. <https://www.saludarequipa.gob.pe/transp/planeamiento/PDRC%202013-2021.pd>

Plan estratégico de desarrollo de la cuenca sur oriental de Arequipa (2010-2020). *CIED*. <file:///C:/Users/DELL/Downloads/RUTA%20LONCCO.PDF>

Pololikashvili, Z. (2016). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. *UNWTO*. Secretario General, Organización Mundial del Turismo (OMT). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>

PROMPERU. (2019). Perfil del turista en el extranjero. *TURISMO INVESTIGA INNOVA*. https://institucional.promperu.gob.pe/TurismoIN/Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_43_Publicaci%C3%B3n_PTE_2019.pdf

PUD. (2017). Sabandía. <https://www.gob.pe/munisabandia>

Reyes, A, Guerra, E. y Quintero, J. (2017) en su artículo titulado Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo para la revista el *Periplo sustentable* revista de carácter científico internacional, electrónico y semestral especializada en el turismo. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100009

Reyes, L. y Vargas, J. (2016). *Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa – 2015*. TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO EMPRESARIALES. DE LA UCSP.

[https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/14862/4/REYES_CA
LCINA_LEE_EST.pdf](https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/14862/4/REYES_CA
LCINA_LEE_EST.pdf)

Robles, W. (2019). *LA PUESTA EN VALOR DE LAS PICANTERÍAS AREQUIPEÑAS TRADICIONALES PARA IMPULSAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN AREQUIPA*. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN TURISMO Y HOTELERÍA. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA. USMP.
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5566/ROBLES_GW.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salas, F. (2015) Técnicas de Cocina. *EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.*
<https://www.sintesis.com/data/indices/9788490771914.pdf>

Salame, F. (2018) PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO ANCESTRAL PARA LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL TITULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11296/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-524.pdf>

Salcedo, M y San Martín, R. (2012) Turismo y sustentabilidad: Paradigma de desarrollo entre lo tradicional y lo alternativo *GESTIÓN Y ESTRATEGIA*
<https://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/view/89/800>

Sánchez, H. y Reyes, C. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. *Universidad Ricardo Palma*.
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

- Scharanger, J. (2021) Metodología de la investigación. *Pontificia Universidad Católica de Chile*.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31715755/muestreo-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1643500316&Signature=FywAr9Fk-wsWF0bAhqye1JGxYvQ2rntnhjX~jkr~MI9nu1XEG4AnMBjfSAOTFu~VUeSloGqev7kAKcZWICG9bYf2FfwiyxJotfGZ0CnInJvDmMUFgVSlo wXd6S~7WELCyaUA6R7ED43H8qNjPQLtCO3syL3MidqYXW1Rlxw YGghlhYaAvKVODOiOEcspEiO3hj50avUHVva15kDlCoPzbk6DqmRA JirhKQupd2~pKExHjLQL9G5yaR~dQWMP9BtZqHFO3mTmxEDxAb HpC-6Bad39k5KYjn6VtutfApIUHbhrIb8rYPdCANavXyvFUrKjIEj0MqUMlgo or5NRv-nE4pA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Schettini, P. y Cortazzo, I. (2016). Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa. *LIBROS DE CÁTEDRA*. Facultad de trabajo social.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53686/Documento_completo__-%20Cortazzo%20CATEDRA%20.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Silva, M. (2020). Camino hacia un turismo sustentable. Ex ministra de comercio exterior y turismo. *Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR 2025*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf
- Silva, M. (2016). EL TURISMO ES UN FACTOR PREPONDERANTE EN LA LUCHA CONTRA LA POBREZA. *Ministerio de comercio exterior y turismo*. <https://www.mincetur.gob.pe/ministra-magali-silva-el-turismo-es-un-factor-preponderante-en-la-lucha-contr-la-pobreza/>
- Torres, F., Romero, J. Viteri, M. (2017) GASTRONOMIC DIVERSITY AND ITS CONTRIBUTION TO CULTURAL IDENTITY. *Comunicación de la SEECI*, núm. 44, pp. 1-13.
<https://www.redalyc.org/journal/5235/523556567001/html/>

- Triviño, K., Arandia, J., Robles, G., Rivera, G. (2020) en su artículo titulado Fortalecimiento de la identidad cultural Gastronómica en la provincia de los Ríos, Ecuador *revista Colón, ciencias, tecnología y negocios*. https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn/article/view/1140/967
- Trujillo, C., Toro, M., Tapia, K. y Rosas, M. (2019). Investigación Cualitativa Epistemología, Consentimiento Informado, Entrevistas en Profundidad. (Primera Edición). Ecuador: Editorial Universidad Técnica del Norte. Editorial *Universidad Técnica del Norte*. <https://docer.com.ar/doc/nscx5nx>
- Ugarte, W. y Portocarrero, V. (2013). Impacto del turismo vivencial en el departamento del cusco caso: Provincia de Anta, Distrito de Mollepata. *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Fac. de CC. Administrativas*, UNMSM. Lima, diciembre. Vol. 16, N. ° 32. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8649/7517>
- Valdez, E. (2014). *Condiciones turísticas que presenta el distrito de LLacanora, provincia de Cajamarca para la práctica del turismo rural comunitario*. Tesis de Pregrado. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/242>
- Valerdi, M. (2012). El tiempo libre en condiciones de flexibilidad del trabajo: Caso TetlaTlaxcala. *Editorial Académica Española (7 mayo 2012)*. <https://www.amazon.com/tiempo-libre-trabajo-flexible-Condiciones/dp/3848466376>
- Vázquez, G. (2012). Análisis del turismo gastronómico en la provincia de Córdoba. *Tourism & Management Studies*, núm. 8, 2012, pp. 78-87. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=388743870009>
- Vega, P. (2018). *PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE TURISMO VIVENCIAL PARA LOGRAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN*

LOS CASERÍOS LAGARTERA Y ARBOLSOL EN EL DISTRITO DE MÓRROPE- 2015. PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN TURISMO Y NEGOCIOS. DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4568/Vega%20Vargas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilímková, O. (2015) En su artículo titulado Turismo vivencial – presentación de actividades y su impacto en la vida de algunas comunidades andinas en Perú. *ELOHI peuples indigènes et environnement indigenous peoples and the environment*. <http://www.pub-editions.fr/index.php/revues/elohi/turismo-vivencial-presentacion-de-actividades-y-su-impacto-en-la-vida-de-algunas-comunidades-andinas-en-peru-article-3.html>

Villanueva, Z. (2014). Celebran declaración del patrimonio cultural con preparación de platos agenda *peruana de noticias* <https://andina.pe/agencia/noticia-celebran-declaratoria-patrimonio-cultural-preparacion-platos-tipicos-503479.aspx>

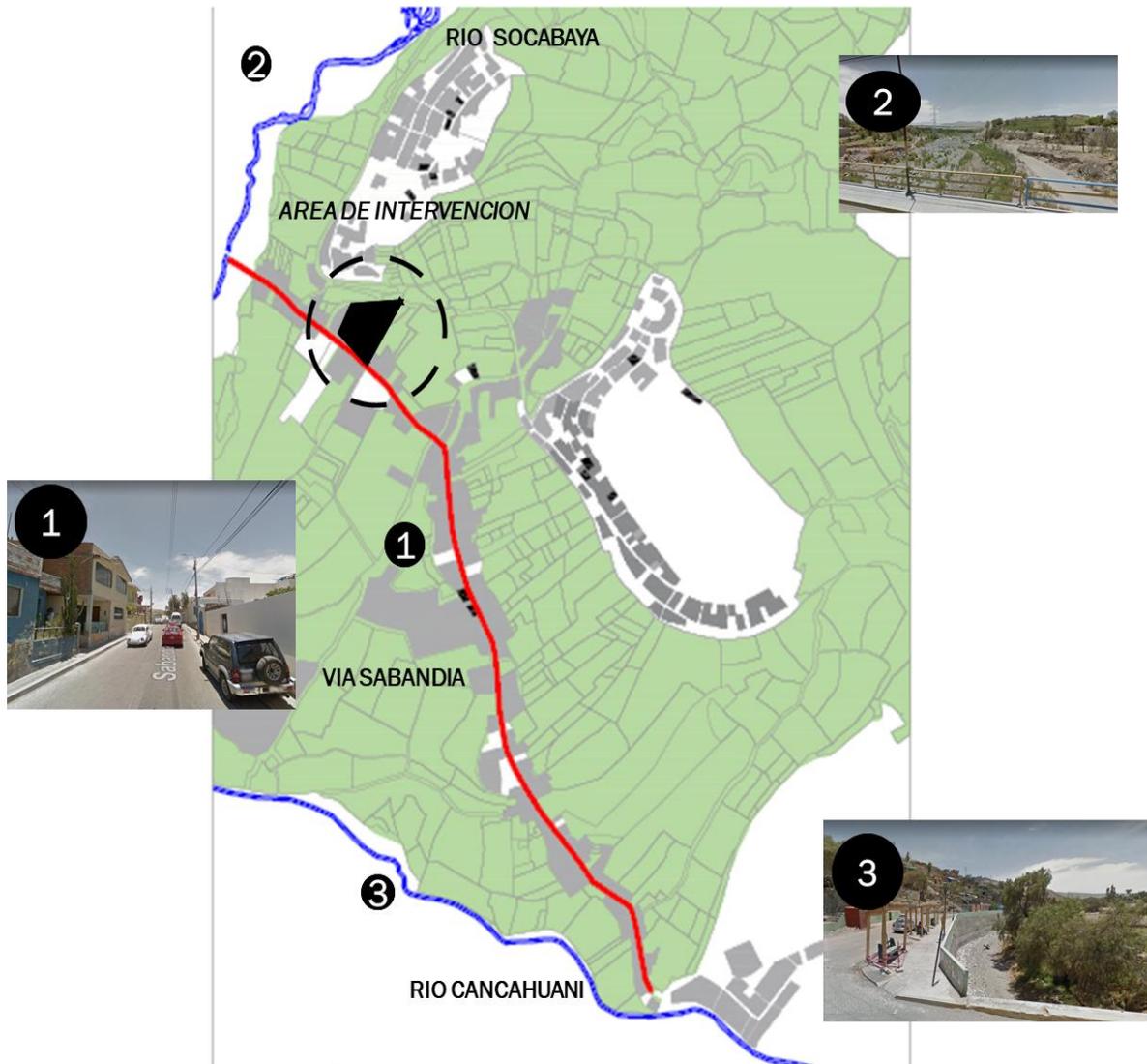
Vizcado, J. (2014). La picantería arequipeña, Patrimonio Cultural de la Nación Artículo del diario *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/peru/actualidad/la-picanteria-arequipena-patrimonio-cultural-de-la-nacion-noticia-687346>

Westreicher, G. (2019) En su artículo Estabilidad económica *ECONOMIPEDIA* <https://economipedia.com/definiciones/estabilidad-economica.html>

Zarate, C., Llanos, Y. y Salazar, V. (2019). Metodología de la investigación. *USMP estudios generales*. <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>

ANEXOS

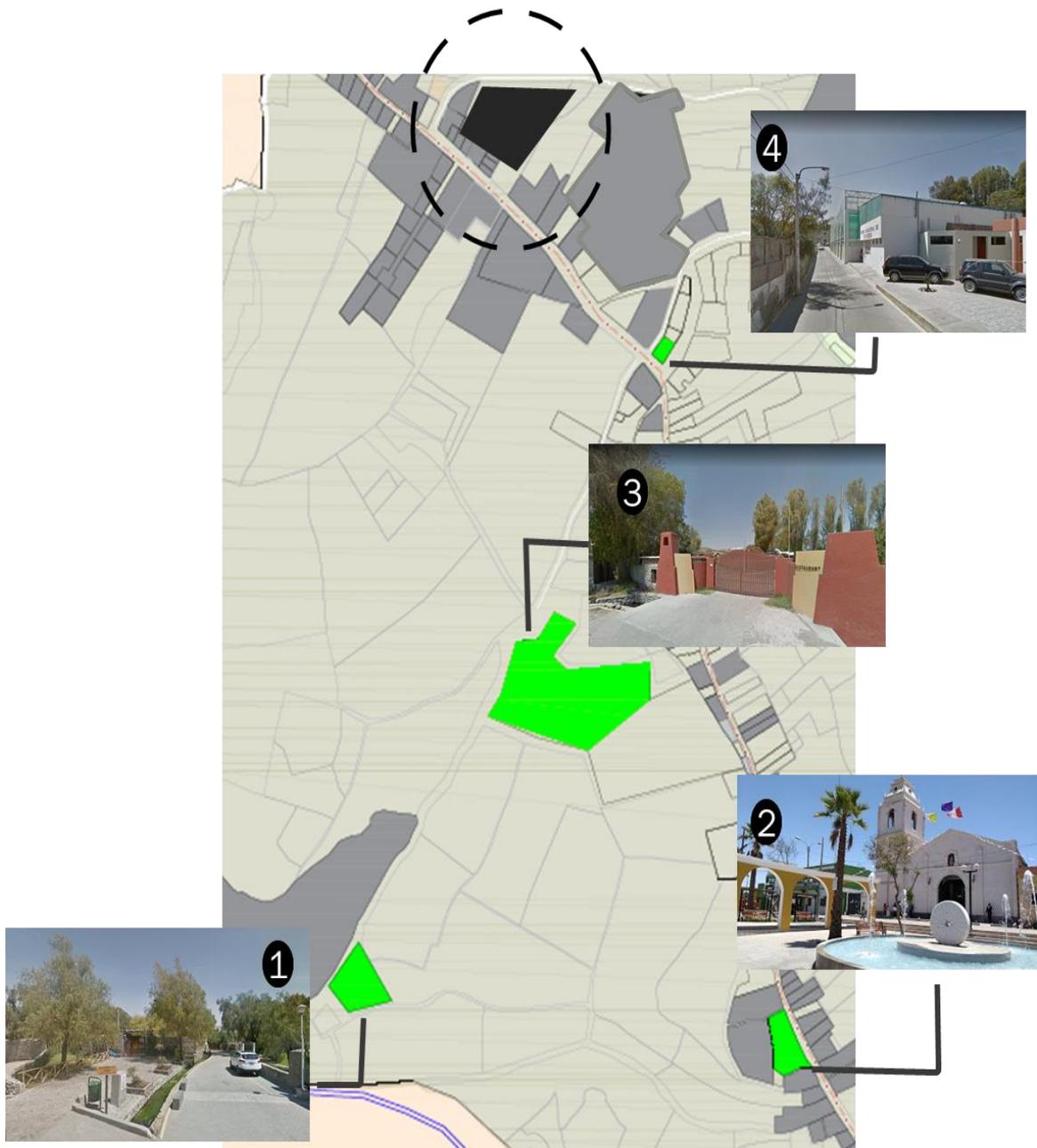
ANEXO A: Bordes en Sabandia



LEYENDA

ANDENES	
BARRIOS	
BORDE URBANO	
BORDE NATURAL 1	
BORDE NATURAL 2	

ANEXO B: Hitos en Sabandia



LEYENDA

PRINCIPALES:

MOLINO DE SABANDIA ①

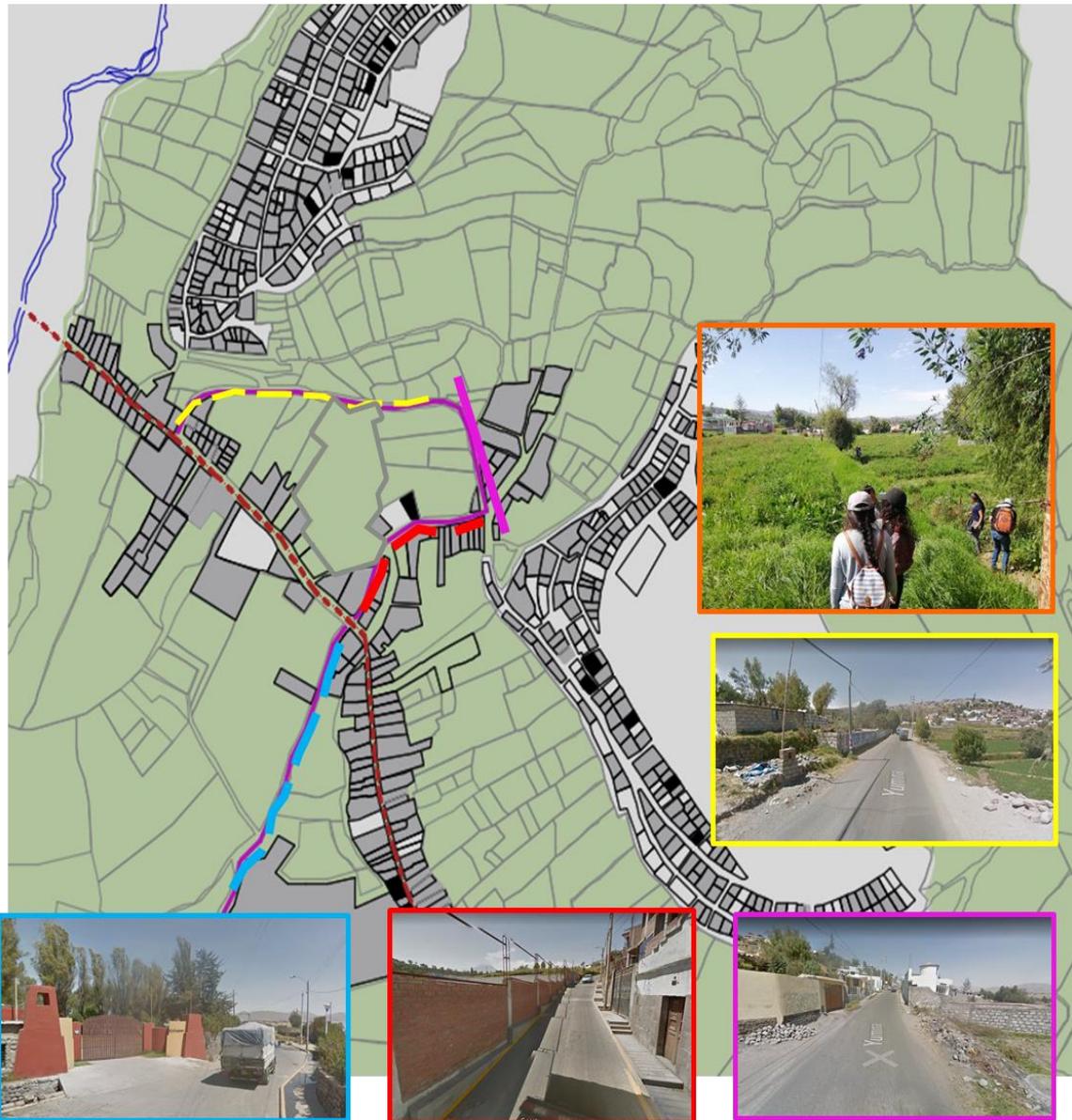
PLAZA DE SABANDIA ②

HOTEL EL LAGO ③

SECUNDARIOS

PUESTO DE SALUD ④

ANEXO C: Sendas en Sabandia



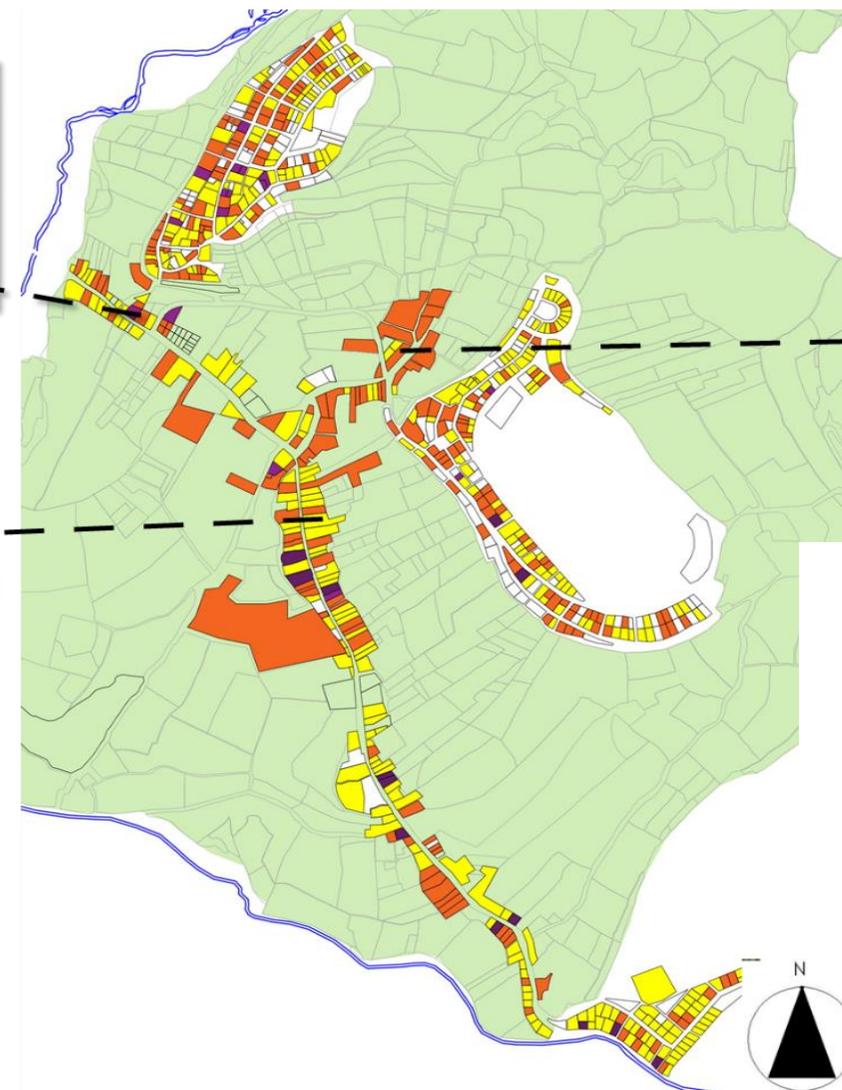
ANEXO D: Altura de edificación en Sabandia



AV. SABANDIA



AV. SABANDIA

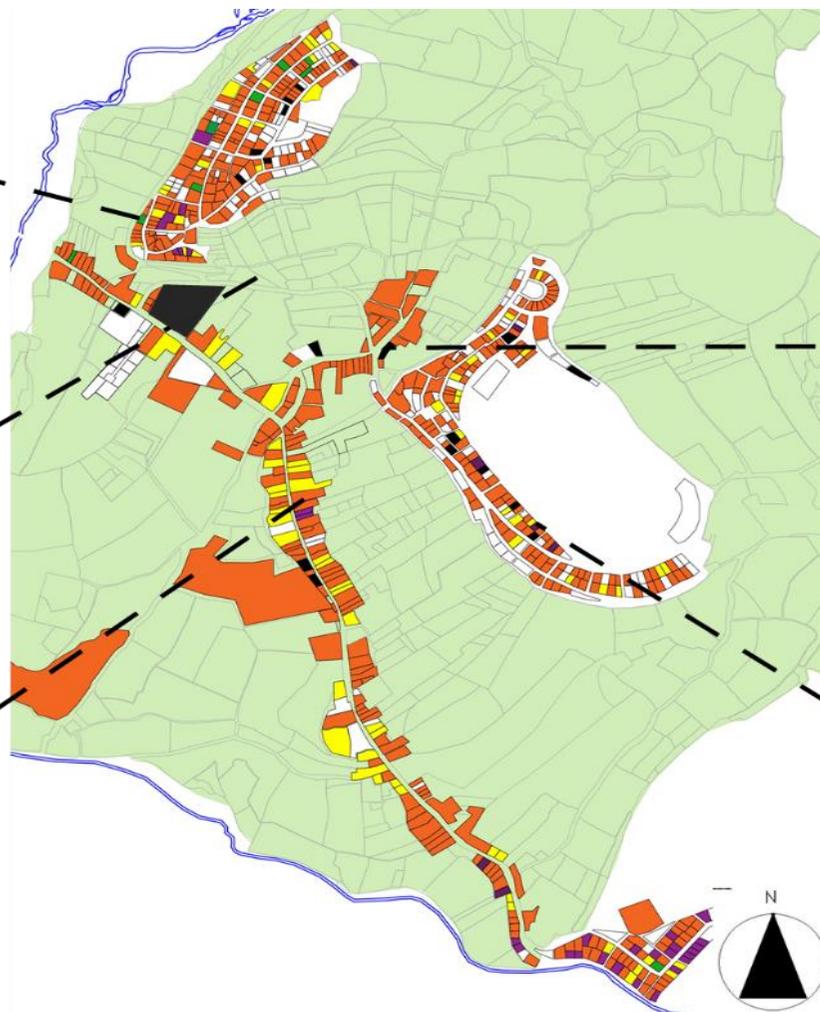


AV. YUMINA

LEYENDA

	1 PISO
	2 PISOS
	3 PISOS

ANEXO E: Materiales de construcción en Sabandia

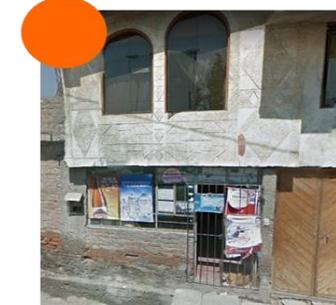
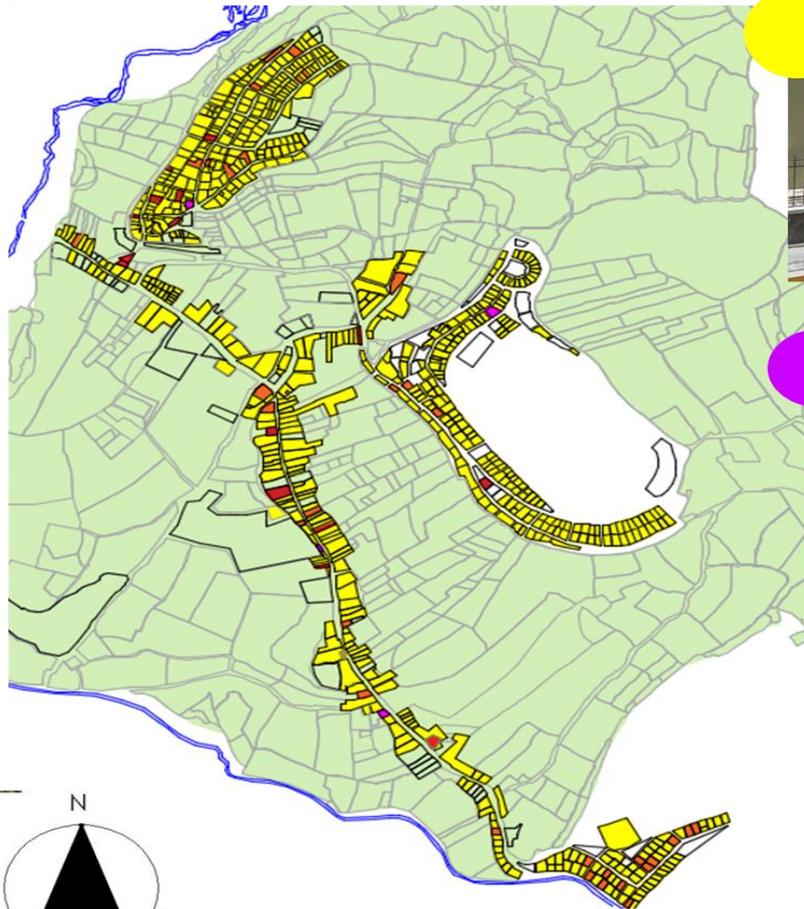


LEYENDA

- PIEDRA
- MADERA
- SILLAR
- MIXTO
- LADRILLO

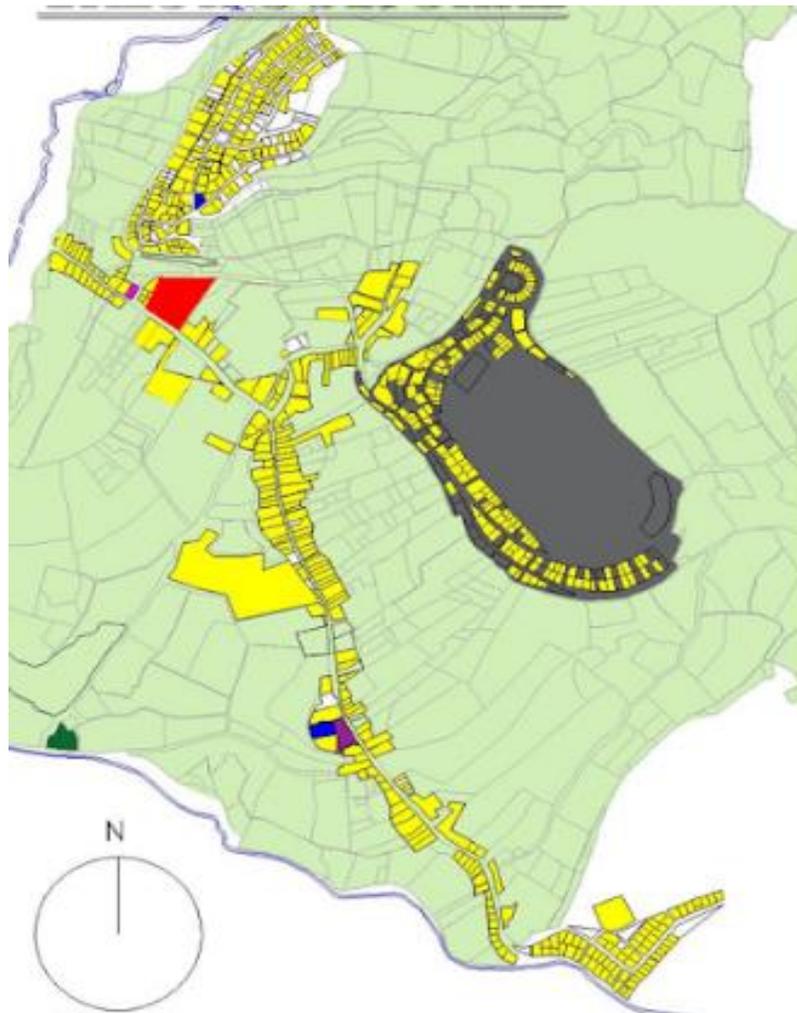


ANEXO F: Vivienda por tipo en Sabandia



- VIVIENDA UNIFAMILIAR
- VIVIENDA MULTIFAMILIAR
- VIVIENDA COMERCIO
- VIVIENDA TALLER

ANEXO G: Lugares con valor cultural en Sabandía



MOLINO DE SABANDÍA



LA BANDA



NUESTRA SRA DEL ROSARIO



CAP. INMACULADA C.



MUSEO MENELIK



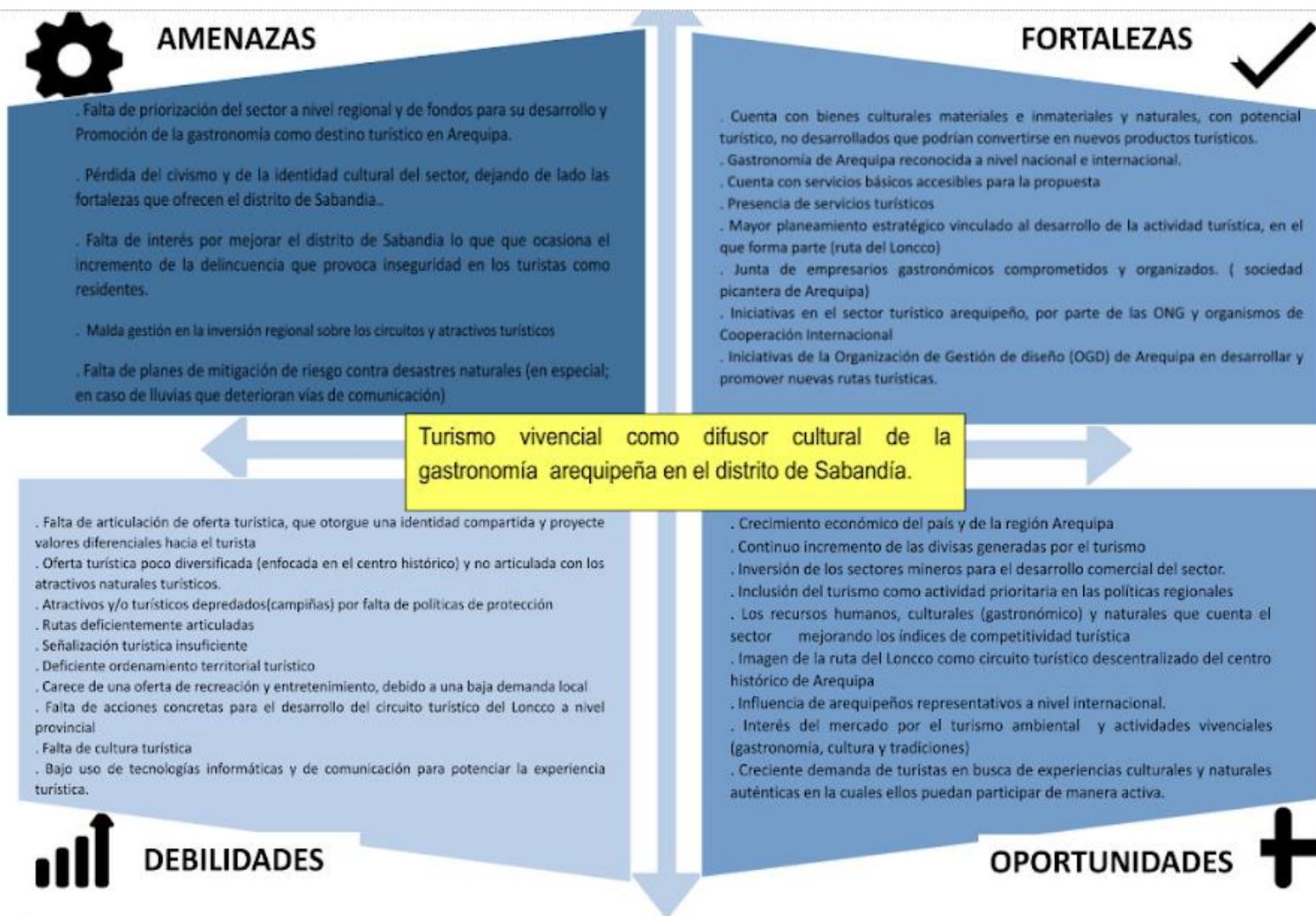
PLAZA SABANDÍA



LEYENDA

- TERRENO: MOLINO DE SABANDÍA
- TURÍSTICO: MUSEO MENELIK
- ARQUEOLÓGICO: CERRO ARQUEOLÓGICO LA BANDA
- RELIGIOSO: IGLESIA NUESTRA SRA. DEL ROSARIO
- CAPILLA INMACULADA CONCEPCIÓN

ANEXO H: FODA



ANEXO I: Programa de áreas y costos

ZONA	ESPACIO ARQUITECTÓNICO	FRECUENCIA DE	SUB ESPACIO ARQUITECTÓNICO	Cant AMBIENTE	MOBILIARIO	DIMENSIONES			ÁREA M2	ÁREA TECHADA	ÁREA NO	SUB TOTAL	TOTAL	INSTALACIÓN ESPECI	ACABADO	RELACION ESPACIA	
						LARGO	ANCHO	AFORO									
SOCIAL	ADMINISTRACIÓN GENERAL	S P I R E E	DIRECCIÓN GENERAL	1					1	10	10	50		Móvil	Variado	Próxima al ingreso	
			SECRETARÍA	1	Sillas	0.4	0.4			1	10						10
			RR.HH	1						1	10						10
			DIRECTOR ACADÉMICO	1	Mesas	1.5	0.8			1	10						10
			DIRECTOR CULTURAL	1						1	10						10
	RECEPCIÓN ESCUELA GASTRONÓMICA	F R E C U E N T E	HALL DE INGRESO	1					5	8	40	179.5		Móvil	Variado	Próxima al ingreso de la escuela	
			OF DIRECCIÓN GENERAL	1	Sillas	0.4	0.4			5	2.5						12.5
			SECRETARÍA	1	Mesa	1.5	0.8			1	10						10
			MESA DE PARTES	1						1	10						10
			ADMINISTRACIÓN	1						1	10						10
			CONTABILIDAD	1						1	10						10
			ARCHIVO	1	Silla	0.4	0.4			1	10						10
			SALA DE DOCENTES	1						6	10						60
			SS.HH VARONES	1	urinarios	0.3	0.8			1	2.5						2.5
			SS.HH DAMAS	1	inodoro lavamanos	0.4	0.7			1	2.5						2.5
	RECEPCIÓN RESTAURANTES	F R E C U E N T E	HALL DE INGRESO	1					5	8	40	87		Móvil			
			RECEPCIÓN	1						5	4						20
			CAJA	1	Barra	1.8	0.5			2	1						2
			ADMINISTRACIÓN	1	Mesa	1.5	0.8			1	10						10
			CONTABILIDAD	1	Sillas	0.4	0.4			1	10						10
SS.HH VARONES			1L,1U,1I	urinarios	0.3	0.8			1	2.5	2.5						
SS.HH DAMAS	1L,1I	inodoro lavamanos	0.4	0.7			1	2.5	2.5								
AUDITORIO/ SUM	VARIABLE		1	Barra	1.8	0.8		75	5	375	375		Fija	Variado	Próxima al ingreso		
			1	Sillas	0.4	0.4											
			1	Sillas	0.4	0.4											
ESTAR	SIEMPRE		1	Estares	2	1.5		10	8	80	80		Móvil	Variado	Interiores y a exteriores		
			1	Sillas	10	0.4											
RESTAURANTE	SIEMPRE	COMENSALES										70		Móvil			
		Área de comensales	1	Mesas	6	1.5			30	1.5	45						
		Terraza	1	Sillas	0.4	0.4			10	1.5	15						
		Bar	1	Barra	1.8	0.5			10	1	10						
		COCINA															
	Alimentoss fríos	2						2	9.3	18.6							
	Alimentoss calientes	2	Estantes					2	9	18							
	Zona de hornos	1						2	8	16							
	BODEGAS																
	Camará de fríos	1						1		10							
	Cámara de secos	2	Estantes					2	5	10							
	SERVICIOS																
	SS.HH VARONES	2U+2L+2I	urinarios	0.3	0.8				6	6							
	SS.HH DAMAS	2I+2I	lavamanos	0.5	0.45				6	6							
	S.H DISCAPACITADOS	1I+1I	inodoro	0.4	0.7				3.6	3.6							
Cto de basura	1							5	5								
Cto de limpieza	1	Estantes		0.3				3	3								
Duchas	1		0.7	0.5				5	5								
Vestidores	4U+4I+4I	Bancos	1	0.3				10	10								
SERVICIOS	SIEMPRE		1								38.6		Fija	Variado			
			1														
											193.3						

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	VALORES				VALOR TOTAL	MATERIAL	TIPO	OBSERVACIONES			
					1	2	3	4							
PRIVADA	CAFETERIA	COMENSALES													
		Área de comensales	1	Mesas	3	15	15	15	22.5	27.5	Mobil	Variado			
		Terraza	1	Sillas	0.4	0.4	10	15		5					
		COCINA													
		Alimentoss fríos	1	Estantes			1	5	5	10	Fija	Variado	Zona central		
		Alimentoss calientes	1				1	5	5						
		BODEGAS													
		Cámara de secos	2				2		5	5					
		SERVICIOS													
		SS.HH.VARONES	2U+2L+2i	urinario	0.3	0.8	1	2.5	2.5	8.6	Fija	Porcelanato			
	SS.HH.DAMAS	2i+2i	lavamanos	0.5	0.45	1	2.5	2.5							
	S.H.DISCAPACITADOS	1i+1i	inodoro	0.4	0.7	1	3.6	3.6							
	Depósito de basura	1						15	31	Fija					
	Cto de limpieza	1	Estantes					8							
	Cto de máquinas	1						8							
EXTERIORES	CUARTO DE USOS GENERALES	SERVICIOS													
		SS.HH.VARONES	2U+2L+2i	urinario	0.3	0.8	1	2.5	2.5	23.6					
		SS.HH.DAMAS	2i+2i	lavamanos	0.5	0.45	1	2.5	2.5						
		S.H.DISCAPACITADOS	1i+1i	inodoro	0.4	0.7	1	3.6	3.6						
		Duchas	1	Duchas	0.7	0.5		5	5						
		Vestidores	4u+4l+4i	Bancos	1	0.3		10	10						
		BIBLIOTECA	FRECUENTE	Mesas					30	5	150	717.6	Mobil	Variado	Próxima a las aulas
				Sillas											
		AULAS TEÓRICAS	SIEMPRE	Sala audiovisual	1	Mesas	0.8	0.5	20	3.2	64	304	Mobil	Variado	
				Aula teórica	3	Sillas	0.4	0.4	20	4	240				
AULAS DE PRÁCTICA	SIEMPRE	Patelería y repostería	1				20	3.2	64	240	Fijo	Variado			
		Cocelería	1				15	3.2	48						
		Cocina creativa	1				20	3.2	64						
		Público general	1				15	18		270					
ESTACIONAMIENTO	FRECUENTE	Administrativos	1	Autos/Bicicletas			8	18	144	609	Fijo	Variado	Próxima al ingreso		
		Alumnos	1				10	18	180						
		Ciclistas	1				10	15	15						
		Almacén	1	Estantes			1	5	5						
		Cosecha	1						1200	1205	4814				
PLAZAS MIRADORES	SIEMPRE	Plaza ingreso	1	Bancos					1000	2500			Ingreso restaurantes		
		Plaza de danzas	1	Anfiteatro					1500						
			1	Equipamiento urbano					200	200		Fijo	Variado	Visuales	
ALAMEDA	SIEMPRE		2	Juego de aguas				300	300			Conectar espacios			

CUADRO RESUMEN:

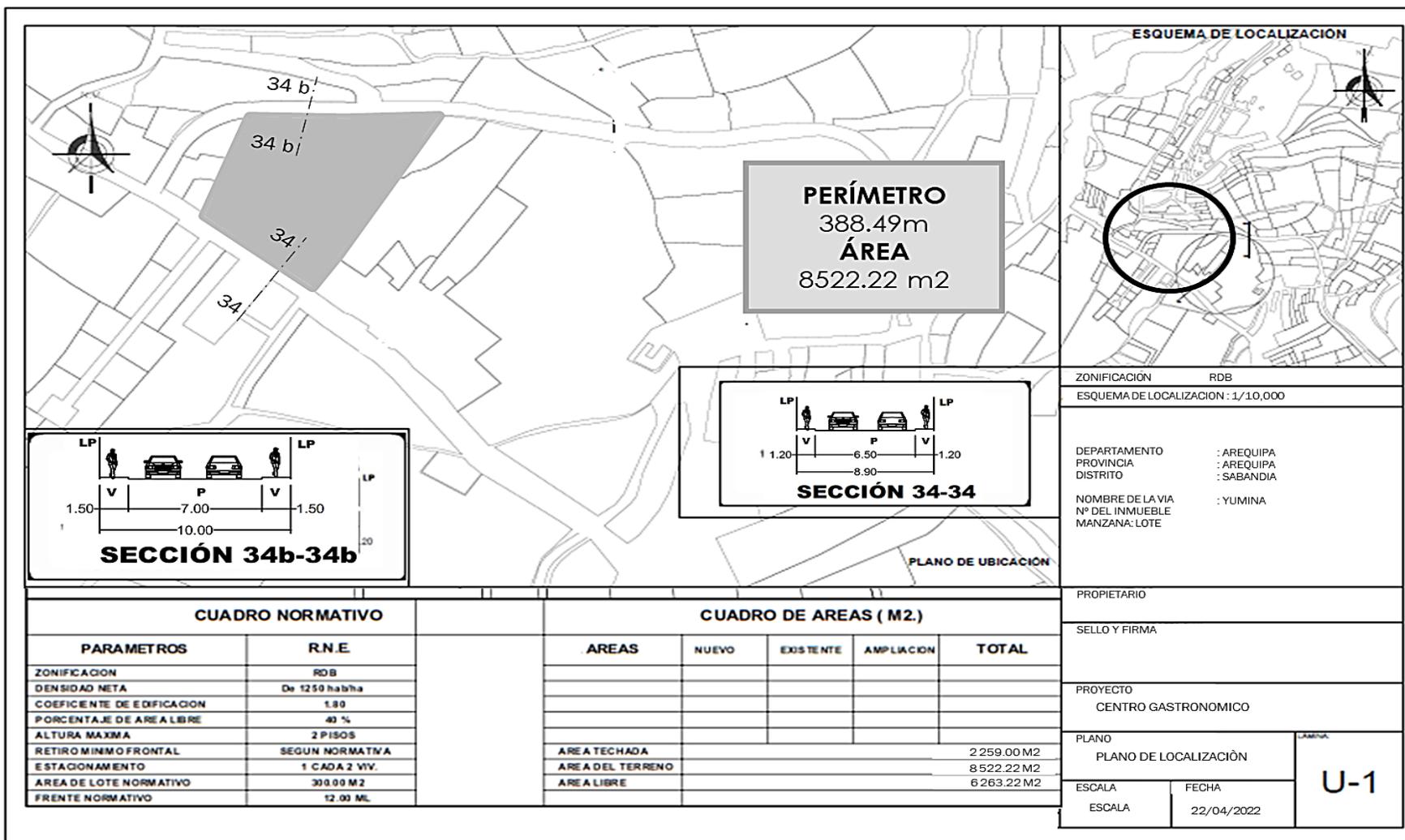
TOTAL ÁREA TECHADA	1737
30	521.2
¼CIRCULAC	
TOTAL	2259
TOTAL ÁREA SIN TECHAR	4829
TOTAL AT+A	7088

COSTO ESTIMADO DEL PROYECTO

VALORES POR PARTIDAS	TIPO	VALORES
MUROS Y COLUMNAS	C	260.43
TECHOS	A	313.72
PISOS	B	185.61

PUERTAS Y VENTANAS	F	53.27
REVESTIMIENTOS	D	151.93
BAÑOS	D	30.41
INST. ELÉCTRICAS Y SANITARIAS	E	52.41
	TOTAL S/.	S./ 1,047.78
ÁREA TECHADA CONSTRUIDA	VALOR UNITARIO DE EDIFICACIÓN	VALOR DE LA EDIFICACIÓN
2259 M2	1,047.78	S/. 2,366,935.02

ANEXO J: Plano de localización



ANEXO K: Instrumento de ficha de contenido

**GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL TURISMO VIVENCIAL EN EL
DISTRITO DE SABANDIA**

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

CATEGORIA: TURISMO VIVENCIAL

SUBCATEGORÍA: TURISMO GASTRONÓMICO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	
FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	
TITULO: “Turismo vivencial como difusor cultural de la gastronomía arequipeña en el distrito de Sabandía.”	
AUTORES: SUBIA VILLANUEVA JANDALY DIOSELIN YANYACHY ARISPE CARMEN PATRICIA	
FECHA:	22 / 02/ 2022
LUGAR:	DISTRITO DE SABANDIA
CATEGORÍA:	TURISMO VIVENCIAL
SUBCATEGORÍA:	TURISMO GASTRONÓMICO
AUTOR Organización Mundial del Turismo [OMT] (2019) p44.	Un tipo de actividad turística caracterizada por las experiencias de viaje de los turistas en términos de alimentos, productos

	<p>relacionados y actividades. Además de experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o creativas, el turismo gastronómico también puede incluir otras actividades relacionadas como: visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos y aprender sobre la cocina.</p>
<p>URL https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858</p>	
<p>INDICADOR</p>	<p>INTEGRACIÓN</p>
<p>AUTOR: “Global Report on Inclusive Tourism Destinations Model and Success Stories” - Organización Mundial del Turismo (octubre 2018)</p>	
<p>URL:https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/ene/2_el_turismo_como_herramienta_de_inclusion_social.html</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>IMAGEN</p>
<p>La inclusión social es la capacidad de crear una comunicación que apoye a los representantes colectivos socialmente cohesivos, es decir, de crear una identidad colectiva que incluya a todos los segmentos de la sociedad e involucra la participación social de individuos y grupos en la sociedad, la cultura, la política y la economía.</p>	
	<p>FUENTE: https://www.uexgroup.org/es/turismo-gastronomico/</p>

<p>COMENTARIO</p> <p>Un estudio reciente de la Organización Mundial del Turismo (OMT) muestra que el aumento de la desigualdad es un problema global muy grave, ya que promueve un círculo vicioso de pobreza y limita el crecimiento económico a largo plazo. En este marco, la publicación de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, The Global Report on Patterns and Successes in Inclusive Tourism Destinations, asegura que el turismo es una valiosa herramienta de inclusión por su capacidad para integrar a los grupos más vulnerables de la sociedad, y beneficiarlos.</p>	<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>La OMT afirma que un destino turístico inclusivo debe potenciar su competitividad creando puestos de trabajo, fomentando la igualdad de oportunidades (especialmente para los más vulnerables) y respetando los principios del desarrollo sostenible.</p>
<p>INDICADOR</p>	<p>ESTABILIDAD ECONÓMICA</p>
<p>AUTOR: Peralta (2018). TURISMO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO: UN ANÁLISIS EMPÍRICO DEL IMPACTO DEL TURISMO RECEPTIVO EN LA ECONOMÍA PERUANA EN EL PERIODO 2004-2015</p>	
<p>URL:https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/6054/Peralta_Petitjean_Luis_Jes%C3%BAAs.pdf?sequence=1&isAllowed=y</p>	
<p>DESCRIPCIÓN</p>	<p>IMAGEN</p>

<p>efectos económicos del turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> • el turismo como generador de divisas • el turismo como alternativa al crecimiento y su efecto multiplicador • el turismo como generador de renta • el turismo como sector exportador • el turismo como generador de empleo • el turismo como actividad económica regional 	 <p>FUENTE: https://diarioroatan.com/el-turismo-permitio-la-estabilidad-economica-y-la-actividad-productiva-en-honduras/</p>
<p>COMENTARIO</p> <p>Los efectos más relevantes que se producen a partir del fomento del desarrollo turístico son la generación de divisas y el crecimiento económico. Algunos estudiosos del tema, consideran que el turismo es un fenómeno parcialmente nuevo con el cual se fomenta el crecimiento económico de los países. Por otro lado, también se refieren a la actividad turística como una nueva arma en el modelo de crecimiento hacia afuera</p>	<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>Esta es una industria que crea riqueza e impulsa la economía, y solo en esta industria podemos desarrollar comunidades que nada más puede sostenerse. El turismo acerca a locales y extraños a la comunidad de una manera que ningún otro tipo de inversión puede alcanzar</p>

**GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL TURISMO VIVENCIAL EN EL
DISTRITO DE SABANDIA**

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva
Carmen Patricia Yanyachy Arispe

CATEGORIA: TURISMO VIVENCIAL

SUBCATEGORÍA: CONSERVACIÓN AMBIENTAL

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	
FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	
TÍTULO: “Turismo vivencial como difusor cultural de la gastronomía arequipeña en el distrito de Sabandía.”	
AUTORES: SUBIA VILLANUEVA JANDALY DIOSELIN YANYACHY ARISPE CARMEN PATRICIA	
FECHA:	22 / 02/ 2022
LUGAR:	DISTRITO DE SABANDIA
CATEGORÍA:	TURISMO VIVENCIAL
SUBCATEGORÍA:	CONSERVACIÓN AMBIENTAL
AUTOR Pineda J. (2019). Conservación Ambiental: Proteger, Mantener y Cuidar los Recursos Naturales. <i>En Colombia.</i>	La protección ambiental es el acto humano de cuidar, proteger y mantener todos los elementos de la naturaleza, tales como la existencia humana, los animales, las plantas, los parques y las reservas naturales.

URL: https://encolombia.com/medio-ambiente/interes-a/conservacion-ambiental-protoger-mantener-cuidar-recursos-naturales/	
INDICADOR	BIODIVERSIDAD
AUTOR: Anton D y Pascual V (2017). Biodiversidad en el turismo sostenible. <i>CIENCIAS AMBIENTALES</i> .	
URL: https://www.cienciasambientales.com/es/noticias-ambientales/biodiversidad-turismo-sostenible-14319	
DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Se refiere a la variedad de especies que existen en un sistema natural, ya sean animales o plantas y que los turistas necesitan una buena educación ambiental para poder proteger la flora y la fauna correctamente en sus desplazamientos.	
	FUENTE: https://www.excelenciasgourmet.com/es/turismo-gastronomico/agroturismo-y-desarrollo-rural-ruta-del-tabaco
COMENTARIO	DESCRIPCIÓN
Incluir la biodiversidad en el turismo es muy importante ya que se ofrece otro tipo de turismo muy diferente al acostumbrado, sino que se fomenta con la conservación de nuestra naturaleza, tanto flora como fauna y si poder experimentar las muchas maravillas naturales y culturales que ofrece nuestra región.	Incluir al turista con la flora de Arequipa que en este caso son las chacras que es una característica natural importante de este departamento.

INDICADOR	TURISMO SOSTENIBLE
AUTOR: La Organización Mundial del Turismo (OMT) (2018)	
URL: http://sdt.unwto.org/es/content/definicion	
DESCRIPCIÓN	IMAGEN
<ul style="list-style-type: none"> • Uso correcto de los recursos ya que son un punto de partida para el turismo. • Obtener beneficios y empleo de forma justa. • Respeto y tolerancia con otras costumbres, logrando identidad. 	 <p data-bbox="791 898 1382 1043">FUENTE: https://www.ceupe.com/blog/sostenibilidad-y-turismo.html</p>
COMENTARIO	DESCRIPCIÓN
<p>El turismo sostenible es un turismo que desarrolla integralmente los impactos temporales actuales y futuros, previendo aspectos económicos, sociales y ambientales para que se puedan satisfacer las necesidades de los turistas y del medio ambiente. Profesión realista. Su objetivo final es la comunidad de acogida.</p>	<p>Si nosotros logramos entender que la sostenibilidad como un modelo de desarrollo que pretende satisfacer las necesidades actuales de la sociedad, sin comprometer las de futuras generaciones, resultará fácil entender la importancia del turismo sostenible</p>

ANEXO L: Instrumento de ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE SABANDIA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 19/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 10:30 am

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO				
DATOS GENERALES				
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO				
MOLINO DE SABANDÍA				
DIRECCIÓN				
Molino de Sabandía S/N				
PRIVADO				
PÚBLICO				De paga
USO ACTUAL: RECREATIVO CULTURAL				
TIPO DE ARQUITECTURA			ESTADO DE CONSERVACIÓN	
TURÍSTICA			BUENA	
RELIGIOSA				
MILITAR			DESCRIPCIÓN	
DOMÉSTICA			EQUIPAMIENTO CULTURAL RECREATIVO	
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		

PUNTO PRINCIPAL DE TURISMO DEL DISTRITO, MUESTRA CULTURAL IMPORTANTE DE AREQUIPA.		GRAN RECEPCIÓN DE TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES		
SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			NO CUENTA CON ZONA GASTRONÓMICA
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			ENFOCADO A LO CULTURAL
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE SABANDIA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 19/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 11:30 am

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO			
DATOS GENERALES			
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO			
PLAZA DE SABANDÍA			
DIRECCIÓN			
CALLE PRINCIPAL SABANDÍA AREQUIPA			
PRIVADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
PÚBLICO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
USO ACTUAL EQUIPAMIENTO CÍVICO RELIGIOSO PUNTO CENTRAL DEL DISTRITO, REÚNE A MUCHOS USUARIOS			
TIPO DE ARQUITECTURA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TURÍSTICA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUENA
RELIGIOSA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
MILITAR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DESCRIPCIÓN
DOMÉSTICA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PLAZA CÍVICA CULTURAL
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES	
MUESTRA DE DIFUSIÓN DE CULTURA Y TRADICIÓN AREQUIPEÑA, NODO DEL DISTRITO		REÚNE DIVERSAS ACTIVIDADES NO SOLO CON FINES TURÍSTICAS	

SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			MUCHAS ACTIVIDADES
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE SABANDIA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 19/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 1:00 pm

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO				
DATOS GENERALES				
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO				
FUNDO HUAYCAYAPO				
DIRECCIÓN				
FUNDO HUAYCAYAPO S/N CORIPATA SABANDÍA				
PRIVADO	<input type="checkbox"/>			
PÚBLICO	<input type="checkbox"/>			
USO ACTUAL LUGAR DE EVENTOS Y RECREACIÓN FAMILIAR				
TIPO DE ARQUITECTURA			ESTADO DE CONSERVACIÓN	
TURISTICA	<input checked="" type="checkbox"/>		MUY BUENA	
RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>			
MILITAR	<input type="checkbox"/>		DESCRIPCIÓN	
DOMÉSTICA	<input type="checkbox"/>		LOCAL SOCIAL	
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
EQUIPAMIENTO RECREATIVO EN UN ENTORNO NATURAL Y CULTURAL		VISITANTES CON RESERVA Y PARA EVENTOS		

SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			NO ARTICULADO
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			SOLO EN OCASIONES
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			SE ENFOCAN EN LA RECREACIÓN
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			ENFOCADO EN EL LUGAR
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			ES VARIABLE
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE SABANDIA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 19/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 2:00 pm

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO				
DATOS GENERALES				
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO				
LOS LEÑOS				
DIRECCIÓN				
FUNDO LA BOTADA YUMINA SABANDIA				
PRIVADO	<input type="checkbox"/>			
PÚBLICO	<input type="checkbox"/>			
USO ACTUAL RESTAURANTE CON UN ENFOQUE TRADICIONAL				
TIPO DE ARQUITECTURA			ESTADO DE CONSERVACIÓN	
TURÍSTICA	<input checked="" type="checkbox"/>		BUENA	
RELIGIOSA				
MILITAR			DESCRIPCIÓN	
DOMÉSTICA			RESTAURANT CAMPESTRE	
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
RECREATIVO Y CULTURAL DONDE SE APRECIA LA TRADICIÓN AREQUIPEÑA CON DIVERSAS ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN		PROVENIENTES EN SU MAYORÍA DE LA CIUDAD COMO ESCAPE DE LA RUTINA		

SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE
SABANDIA**

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 20/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 10:00 pm

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

DATOS GENERALES				
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO				
FUNDO SABANDÍA				
DIRECCIÓN				
LOS PASTOS AREQUIPA				
PRIVADO	<input type="checkbox"/>			
PÚBLICO	<input type="checkbox"/>			
USO ACTUAL EQUIPAMIENTO RECREATIVO CULTURAL CON DIVERSAS ACTIVIDADES DE INTERACCIÓN.				
TIPO DE ARQUITECTURA		ESTADO DE CONSERVACIÓN		
TURÍSTICA	<input checked="" type="checkbox"/>	BUENA		
RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>			
MILITAR	<input type="checkbox"/>	DESCRIPCIÓN		
DOMÉSTICA	<input checked="" type="checkbox"/>	EQUIPAMIENTO RECREATIVO CAMPESTRE		
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
DE FINALIDAD RECREATIVA VIVENCIAL DONDE EXPONE LAS TRADICIONES Y COSTUMBRES AREQUIPEÑAS		SU ACOGIDA ES EXITOSA Y EN GRUPOS NUMEROSOS		
SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA	SI	NO	OBSERVACIÓN	

1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			ENFOCADO EN ACTIVIDADES RECREATIVAS
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE SABANDIA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 20/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 11:00 pm

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO				
DATOS GENERALES				
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO				
RANCHO AVENTURA				
DIRECCIÓN				
Av. Molino 340				
PRIVADO	<input checked="" type="checkbox"/>			
PÚBLICO	<input type="checkbox"/>			
USO ACTUAL				
TIPO DE ARQUITECTURA			ESTADO DE CONSERVACIÓN	
TURÍSTICA	<input checked="" type="checkbox"/>		MUY BUENA	
RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>			
MILITAR	<input type="checkbox"/>		DESCRIPCIÓN	
DOMÉSTICA	<input checked="" type="checkbox"/>		RESTAURANT CAMPESTRE	
DESCRIPCIÓN DE SU APORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
PICANTERÍA CON ENFOQUE RECREATIVO EN ESPACIOS DE CAMPIÑA		TURISTAS LOCALES E INTERNACIONALES POR LA PROXIMIDAD DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES		

SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE
SABANDIA**

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 20/02/2022

HORA DE LLEVADA LA OBSERVACIÓN : 12:00 pm

CATEGORÍA: GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA

SUBCATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO				
DATOS GENERALES				
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO				
LOS ANDENES DE SABANDÍA				
DIRECCIÓN				
AV MOLINO				
PRIVADO	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
PÚBLICO	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>
USO ACTUAL				
TIPO DE ARQUITECTURA			ESTADO DE CONSERVACIÓN	
TURÍSTICA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	MUY BUENA	
RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	DESCRIPCIÓN	
MILITAR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	RESTAURANT CAMPESTRE	
DOMÉSTICA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	GRANJA INTERACTIVA	
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO		DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
ESPACIO DE ACTIVIDADES SOCIALES PROGRAMADAS EN UN ENTORNO NATURAL TRADICIONAL		SON CON RESERVA Y EN HORARIOS RESERVADOS		
SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA	SI	NO	OBSERVACIÓN	

1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico			
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos			
3	Es difusor de cultura			
4	Su eje principal es la gastronomía			
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales			
SUB CATEGORÍA 4: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN
1	Aporta sentido de pertenencia			
2	Estimula la demanda gastronómica			
3	Difunde su identidad cultural			
4	Permite intercambio cultural			
5	Pernocta con el paso del tiempo			
6	Forma parte de la Ruta del Loncco			
7	Difunde al Loncco Arequipeño			
8	Articula el eje cultural del Loncco			
9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

ANEXO M: Instrumento de guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA TRADICIÓN GASTRONÓMICA

Título de la Investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

Entrevistadoras: Jandaly Dioselin Subia Villanueva
Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA: 05-03-2022

TIEMPO ESTIMADO: 20 MIN

LUGAR DE ENTREVISTA:

ESTABLECIMIENTO:

ENTREVISTADO:

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
TÍTULO: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.	
CATEGORÍA: GASTRONOMÍA	
SUBCATEGORÍA: TRADICIÓN GASTRONÓMICA	
NOMBRE DE LA PICANTERIA: "LA LUCILA"	
PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE PREGUNTAS
1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?	Para poder responder esta pregunta es necesario mencionar que Arequipa es reconocida por la UNESCO como una de las 66 ciudades más creativas en gastronomía en todo el mundo, nuestra gastronomía tiene en las picanterías una rica historia en el cual se atesoran siglos de tradición, creatividad y también innovación. Entonces con tan solo mencionar esta importancia, sabrán lo importante de las

	<p>picanterías, pero no solo para Arequipa sino también para Perú y el mundo.</p>
<p>2. ¿Qué es lo principal en una picantería?</p>	<p>Aquí hay algo que nosotros queremos ofrecer y sobre todo hacer saber a la población, y es que nosotros queremos, amamos a nuestra tierra y es a través de nuestra comida, y queremos que esta amida llegue y esté al alcance de todos, que lleguen los recuerdos de los que significa comerse un rico rocoto relleno y cuy chactado[1][2] y que este cocinada a leña el cual hace que tenga un olor ahumado único.</p>
<p>3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?</p>	<p>Tenemos las estampas que son como mini museos en el cual se exponen las ollas, las cocinas, los cubiertos las tinajas, etc., todo lo que se refiere a la preparación y degustación de su comida, esto es para que nuestros visitantes vean un poco de historia al entrar a una picantería.</p>
<p>4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?</p>	<p>El día lunes: chaqué, el día martes: chairo, el día miércoles: chochoca, el día jueves: guiso rojo o sopa de chuño negro, el día viernes: sopa de viernes, el día sábado: timpusca, el día domingo: en este día tenemos variedad como es el tradicional caldo de 7 carnes, caldo de lomos pebre y adobo que se sirve desde las 6: am y las 10:30 a. m., como desayuno dominical. .</p>
<p>5. ¿Qué es lo que diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?</p>	<p>Lo que nos diferencia de otros restaurantes son el uso de instrumentos y de ingredientes, por ejemplo, el batán ya que es algo natural porque al momento de preparar los sazónadores no se fermentan,</p>

	<p>no se malogran rápido, por ejemplo, el ceviche de camarón si lo molemos en la licuadora sale espuma y ya no se puede preparar el plato, lo que se prepara en el batán conserva su sabor, su forma, sin embargo, con la licuadora no se puede, no hay pierde con el batán. Conserva la esencia de cada producto no lo cambia y le da buen sabor a la comida, aunque no lo crean es increíble que el simple hecho de moler el ajo en el batán para preparar la Ocopa es diferente que en otros sitios hasta muy diferentes q el que preparan en casa con la licuadora, por eso lo usamos porque el sabor es algo original algo propio de las picanterías.</p>
<p>6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?</p>	<p>Claro que si, por ejemplo, como les dije anteriormente el guiñapo que es nuestra chicha principal, esta nos sirve para los estafados, para un guiso, es como un vino que le agregamos a nuestros platos, y es lo que le da el sabor tan diferente característico de las verdaderas picanterías, y se podría decir que es gracias a esta bebida que pasó de generación en generación las picanterías siguen manteniendo su tradición. El Guiñapo es una chica diferente a la chica común. Esta no solo sirve para beber sino también para cocinar. Y es muy importante transmitir estos conocimientos a otras personas no solo a arequipeños sino a extranjeros para que de esta manera difundan nuestra gastronomía a todo el mundo.</p>

<p>7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se van a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?</p>	<p>Lo principal de nosotros es que no nos guardamos las recetas ni el proceso de estas, sino que enseñamos para que las próximas generaciones puedan transmitirlo a los demás. Hacer entender que los platos no salen rápido. Las personas de hoy en día no les gusta esperar, quieren todo rápido, pero deben entender que en las picanterías los platos se preparan en ese momento, porque la comida cuando se prepara y se guarda no es lo mismo cuando usted lo acaba de preparar y se la come inmediatamente, tiene diferente sabor. Así que es muy importante conservar este procedimiento y sobre todo hacer entender a las próximas generaciones la importancia de preparar un buen plato arequipeño. Por otro lado, las picanterías poco a poco están tomando más fuerza, solo falta difusión y promoción de estas. Con ayuda de toda la población podremos sacar adelante las picanterías arequipeñas, que es nuestro patrimonio cultural más importante que tenemos.</p>
---	---

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA TRADICIÓN GASTRONÓMICA

Título de la Investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

Entrevistadoras: Jandaly Dioselin Subia Villanueva
Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA: 05-03-2022

TIEMPO ESTIMADO: 25 MIN

LUGAR DE ENTREVISTA:

ESTABLECIMIENTO:

ENTREVISTADO:

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
TÍTULO: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.	
CATEGORÍA: GASTRONOMÍA	
SUBCATEGORÍA: TRADICIÓN GASTRONÓMICA	
NOMBRE DE LA PICANTERIA: "LA CAPITANA"	
PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE PREGUNTAS
1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?	Se podría decir que la mayor importancia de las picanterías arequipeñas está en el sur del Perú, en los distritos donde encontramos más picanterías son en Yanahuara, Sachaca, Tiabaya y Cerro Colorado, en el cual se encuentran las mejores picanterías y las cuales están incluidas en la sociedad picantería, cada picantería tiene su propia característica pero tenemos el mismo objetivo, que es deleitar el paladar, y dar a conocer nuestra cultura a los peruanos y visitantes

	<p>extranjeros. Esto es muy importante ya que de esta manera se difunde nuestra gastronomía y hoy por hoy podemos decir que en algún restaurante peruano que existe en el extranjero se puede encontrar al menos un plato inspirado en la culinaria arequipeña.</p>
<p>2. ¿Qué es lo principal en una picantería?</p>	<p>Lo que queremos es que la gente, los turistas no solo coman rico, sino que también conozcan sobre nuestra cultura gastronómica arequipeña y que valoren nuestra riqueza cultural, la picantería es un museo y también entrar a una picantería no tan solo es sabroso y rico sino entrar a la casa de la abuelita, de la bisabuela y vivir un poco ese tiempo que ya pasó, pero que acá en las picanterías sigue vivo. Lo principal de una picantería es mostrar lo antaño, sobre todo el espacio la decoración y esto se ve apenas uno entra a una picantería, las mesas y las sillas son diferentes a los restaurantes comunes, es regresar en el pasado y conocer nuestras tradiciones y por otro lado la buena sazón, el aderezo es muy diferente al resto de los restaurantes convencionales, juntado estas principales características queremos que cuando el cliente salga de una picantería se sienta orgulloso de Arequipa y su gastronomía.</p>
<p>3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?</p>	<p>Está el lugar para degustar que se caracteriza por tener mesas largas y sillas sin espaldar , esto es muy de antaño ya que de esta manera se comía en la época de los hispanos, también tenemos mini museos que son llamados estampas, y lo</p>

	<p>más característico está en la cocina, ya que ahí en donde surge la magia , utilizamos la cocina a leña la cual era utilizada por nuestras abuelitas, claro que también tenemos cocinas a gas, pero lo principal es la cocina a leña ya que esta da un sabor extra a las comidas y las diferencian de las demás comidas que sirven los otros restaurantes.</p>
<p>4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?</p>	<p>El día lunes: chaque, el día martes: chairo, el día miércoles: chochoca, el día jueves: la zarza de cenca, el día viernes: se prepara el chupe o también lo llaman mazamorra de chuño o chuño molido, el día domingo: caldo de lomos, en segundo también hay variedad, la especialidad que tenemos es chupe de camarón, iro de zapallo, locro de pecho, rocoto relleno, zarza de cenca y de patas, estofado y cuy chactado.</p>
<p>5. ¿Qué es lo que diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?</p>	<p>Tenemos la cocina arequipeña que es la cocina a leña, que aún mantiene la tradición desde tiempos de antaño, y también los platos que conservan los ingredientes trajinales, como por ejemplo el más usado es el ají panca, que se usa para hacer el rico el chupe de camarones, otro ingrediente principal es el zapallo, y en platos tenemos las torrejitas que son tradicionales en la comida de Arequipa. etc</p>
<p>6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?</p>	<p>La picantería es una parte de la historia de Arequipa, por eso es que Arequipa cuenta como patrimonio cultural desde el 2014. La picantería es uno de los lugares en donde la gente viene a degustar los alimentos donde congrega todo tipo de gente, hay</p>

	<p>familias de todo tipo, por ejemplo, para el mes de agosto es un mes muy importante para nosotros ya que es el mes de Arequipa y es ahí donde nos preparamos para recibir a una mayor cantidad de turistas tanto locales como extranjeros. Entonces al tener esta variedad de clientela tanto turística como local , es muy importante dar a conocer la variedad gastronómica que tiene Arequipa, y no solo por el lugar que es importante sino también por el gusto por la comida, que al momento de probar los platillos sientan que es una comida diferente a las demás, por ejemplo el estofado que hacen en casa es muy diferente a la de las picanterías, ya que acá cocinamos a leña, utilizamos sanadores caseros que tienen recetas desde tiempos antiguos, y que aún seguimos conservando, y otra muy importante característica es el uso del wiñapo que es nuestro ingrediente principal en casi todos los platillos.</p>
<p>7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se van a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?</p>	<p>Nos proyectamos a seguir manteniendo la tradición arequipeña, continuar con la misma función con la que se inició la picantería, difundir nuestra variedad gastronómica y sobre todo lograr que los más jóvenes aprendan sobre su cultura y la aprecien, valoren y sobre todo que se sientan orgullosos.</p>

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA TRADICIÓN GASTRONÓMICA

Título de la Investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

Entrevistadoras: Jandaly Dioselin Subia Villanueva
Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA: 05-03-2022

TIEMPO ESTIMADO: 25 MIN

LUGAR DE ENTREVISTA:

ESTABLECIMIENTO:

ENTREVISTADO:

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
TÍTULO: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.	
CATEGORÍA: GASTRONOMIA	
SUBCATEGORÍA: TRADICION GASTRONOMICA	
NOMBRE DE LA PICANTERIA: "LOS LEÑOS"	
PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE PREGUNTAS
1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?	Las picanterías arequipeñas son una expresión singular de la cultura culinaria peruana, ya que es una combinación de nuestras raíces andinas con las hispanas y conjuga antiguos conocimientos y también ingredientes tanto de las costas, los valles, las alturas y la puna, toda esta mezcla sirve para poder proporcionar una comida auténtica y sobre todo propia. Nuestra gastronomía arequipeña es tan importante que incluso en el 2014 fue declarada como Patrimonio Cultural de la Nación por el

	<p>Ministerio de Cultura el 16 de abril. Es por eso que estoy orgulloso de mi Arequipa y su gran legado que es la gastronomía y me da gusto decir que soy parte de la transmisión de esta cultura gastronómica.</p>
<p>2. ¿Qué es lo principal en una picantería?</p>	<p>Para una picantería lo esencial es mostrar el sabor y lo antaño, el sabor es muy esencial es una picantería ya que a través de este medio damos a conocer nuestra cultura y tradición.</p>
<p>3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?</p>	<p>El lugar que más debe resaltar y por el cual se debe diferenciar una picantería es por su espacio para los comensales ya que es el primer lugar en el cual el cliente se fija, es el lugar en el cual pasará más tiempo, por lo tanto, debe ser bien tratado y sobre todo hacer que el cliente se sienta como si estuviera en la Arequipa de antaño y por otro lado está la estampa picantera para que el cliente no solo conozca sobre comida sino sobre tradición e historia.</p>
<p>4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?</p>	<p>El día lunes: chaque de tripas, El día martes: chairo; El día miércoles: chochoca, El día jueves: chupe de chuño; El día viernes: chupe de viernes; El día sábado: puchero, El día domingo caldo de lomos.</p>
<p>5. ¿Qué es lo que diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?</p>	<p>Se puede encontrar en las picanterías en cada día de la semana un platillo diferente, por ejemplo los lunes es el día del chaque, los otros días de la semana los Chupes, Picantes, Guisos, Chicharrones, Cuy Chactado, Rocoto Relleno entre otros platos que van acompañados de la</p>

	deliciosa chicha de Guiñapo, esta chicha es exclusiva de la picanterías.
<p>6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?</p>	<p>Si, nos gusta mantener la tradición y aparte hace 7 años entramos a la sociedad picantería donde se está inculcando a los socios activos que tenemos que mantener la tradición. Por ejemplo, nos dicen que debemos mantener las mesas largas con sillas largas también, ya que en la antigüedad ahí se venían a sentar los de la ciudad, los lonccos que eran los de la chacra y los turistas, los cuales se sentaban todos juntos sin distinción de clases sociales ni nada por el estilo. En una silla larga se sentaban unas 10 personas y se sentaban y dialogaban sobre muchas cosas, todo eso se mantiene aún en las picanterías, nos gusta mantener la cultura arequipeña, que no se pierda. Y actualmente las picanterías estamos tratando de recuperar e involucrar nuevamente las chombas las tinajas, todos esos utensilios tradicionales, estamos tratando de mantener y no perderla porque la gastronomía no solo es comida sino también se trata de mantener las tradiciones, las costumbres de cada región, utilizar los utensilios antiguos y dar a conocer cómo éramos y que no se pierda y se transmita de generación en generación.</p>
<p>7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se van a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?</p>	<p>Las picanterías seguirán siempre y cuando se siga manteniendo la tradición y no se pierda ya que de esta manera se seguirá manteniendo la originalidad de los platos , claro que en el extranjero no se puede conservar esta sazón tan tradicional como</p>

	<p>encontramos en Arequipa , pero ahí viene la creatividad de los chef, cocineros ,etc. , de ellos depende difundir en el extranjero nuestra gastronomía , tal vez no tal cual pero sí hacer que la gente reconozca un plato arequipeño con sus características principales de cada comida. Otro aspecto es el lugar, acá en Arequipa cuando una persona va a una picantería ve la diferencia de inmediato, ya que el mismo ambiente es muy natural, campestre, de igual forma debe ser fuera de la ciudad y del Perú, se debe conservar lo característico de una picantería ya que de esta manera cada vez que alguien entre a una picantería se le venga a la mente el nombre de Arequipa.</p>
--	--

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE LA TRADICIÓN GASTRONÓMICA

Título de la Investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

Entrevistadoras: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA: 05-03-2022

TIEMPO ESTIMADO: 20 MIN

LUGAR DE ENTREVISTA:

ESTABLECIMIENTO:

ENTREVISTADO:



TÍTULO:
TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

CATEGORÍA:
GASTRONOMÍA

SUBCATEGORÍA:
TRADICIÓN GASTRONÓMICA

NOMBRE DE LA PICANTERIA:
“NIEVES”

PREGUNTAS

TRANSCRIPCIÓN DE PREGUNTAS

1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?

Como saben Arequipa es muy conocida por sus impresionantes atractivos turísticos como paisaje naturales, museos, artesanía y textilería, pero a comparación a otras regiones del Perú Arequipa posee un plus adicional en turismo que es la gastronomía ya que posee una impresionante variedad culinaria, antes de la pandemia del Covid-19, diariamente muchas personas tanto arequipeñas como extranjeros visitaban diversas picanterías , sin embargo al momento en que reactivaron de nuevo los negocios no tenían fe que la picanterías se pudieran levantar del choque económico que sufrieron, sin embargo al fecha se ha demostrado la innovación y adaptación a los nuevos cambios que exige las normativas del Gobierno Nacional. Respetamos las normas, pero eso no quiere decir que nuestros platillos también tengan que cambiar, seguimos dándole al cliente lo mejor y sobre todo conservando el sabor tradicional de nuestra comida. Las picanterías son muy importantes para Arequipa ya que en ellas damos a conocer un poco de nuestra cultura y es necesaria

	la permanencia y enseñar a la nueva generación en conservar esta tradición.
2. ¿Qué es lo principal en una picantería?	Lo principal de una picantería es mostrar lo antaño. En nuestra picantería “NIEVES” estamos pensando en poner un museo, en donde puedan apreciar más sobre nuestra gastronomía de antaño, por ejemplo acá en Arequipa no hay sitios muy recreacionales en donde los adultos y sobre todo los más jóvenes puedan disfrutar y que sean parte de nuestra cultura gastronómica, por ejemplo en la picantería tenemos en el segundo piso una estampa picantera donde hay bastantes artículos muy de épocas antiguas que se evocan a la época de los españoles en donde no existía la electricidad y todo era a mano .Ahí encontramos 4 tinajas las cuales estas eran los utensilios primarios para hacer nuestra chicha de guiñapo, también tenemos las ollas de hierro las cuales tenían un peso considerable, luego de arcilla y posteriormente las ollas que continúan hasta la actualidad como la porcelana.
3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?	Los lugares más característicos son las estampas picanteras en el cual se exhiben los utensilios antiguos y que se siguen utilizando hasta la actualidad, también otro lugar característico es la famosa cocina a leña característica de la cocina arequipeña ya que cocinar de esta manera les agrega un sabor diferente a todas las comidas.
4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?	El día lunes: el tradicional chaqué de tripas, el caldo blanco y una variedad de segundos, el día martes: día libre, la

	<p>picantería no abre, el día miércoles: hacemos la chochoca con tripietas, chicharrón y caldo blanco, el día jueves: es un día muy variado, se puede hacer una cazuelita, el adobo, etc., el día viernes: el clásico chupe</p>
<p>5. ¿Qué es lo que diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?</p>	<p>La picantería a veces dicen que son platos muy contundentes, platos fuertes, grandes, pero lo que no saben es que la picantería desde unas épocas atrás se alistó siempre para el hombre de campo, el hombre que siempre tenía ejercicio, su trabajo era con mucha fuerza, desgaste físico y para eso tenía que tener vigor, fuerza y la chicha tenía q ser un poquito más madura, tenía que tener un grado de alcohol para darle la fuerza necesaria para estar en medio del campo y del sol , y su comida era contundente porque él se paraba e iba y daba caminatas, tenía demasiado esfuerzo físico, en cambio hoy por hoy la gente es más que todo sedentaria, come y se va a sentar, esa es la diferencia de una picantería y son los platos contundente. Conservamos la tradición de nuestros antepasados. Y otra razón por la que nos diferenciamos de otros restaurantes es que aún utilizamos el famoso wiñapo que es la chicha antigua y es muy diferente a la chicha normal que les pueden servir en otros restaurantes.</p>
<p>6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?</p>	<p>La zarcita viene con un chichagre, que es la combinación de chicha y vinagre, acordémonos que antes que ingrese el vinagre a nuestro continente. Nosotros sazonamos con la vinagreta de la chicha,</p>

	claro que nosotros a veces usamos el vinagre, pero nuestro sazónador es el chichagre que es un recete pasada del bisabuelo, al abuelo, al padre y al hijo, y nosotros como picanterías no debemos dejar que esta riqueza gastronómica se pierda.
7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se van a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?	De acá unos 10 años las picanterías seguirán con la tradición de eso estoy seguro porque hay mucho interés sobre nuestra gastronomía, es importante saber que en las picanterías ya no te venden solo comida sino cultura, entonces el que va una picantería ya solo no va comer solo un plato de comida sino ya viene a conocer la gastronomía cultural de Arequipa.

GUÍA DE ENCUESTA SOBRE TURISMO VIVENCIAL

Título de la Investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

Encuestadoras: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA: 05-03-2022

Estimado señor, señora:

Este cuestionario tiene como propósito conocer el interés de los turistas con respecto al turismo vivencial y la gastronomía arequipeña, por ello le pido a usted responder con sinceridad las siguientes preguntas ya que dicho material servirá para la realización de un proyecto de investigación.

Edad:..... Género: Femenino () masculino ()

Ocupación/ Profesión:.....

Por favor sírvase colocar; si es extranjero su país de procedencia, si es peruano, pero no arequipeño, el departamento en la cual reside y si es de Arequipa el distrito donde vive.

Extranjero: País.....

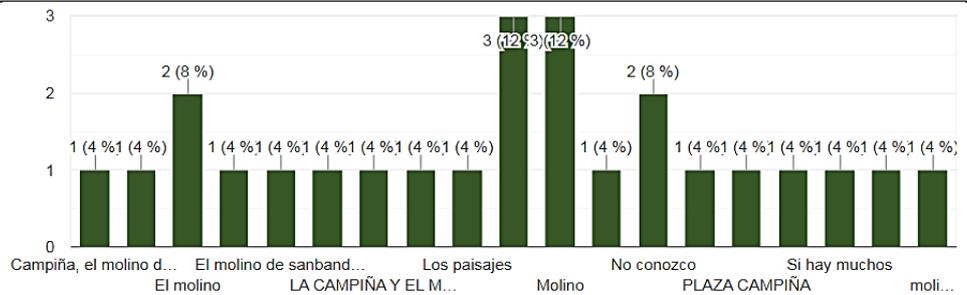
Peruano: Departamento:

Arequipeño: Distrito: Provincia.....



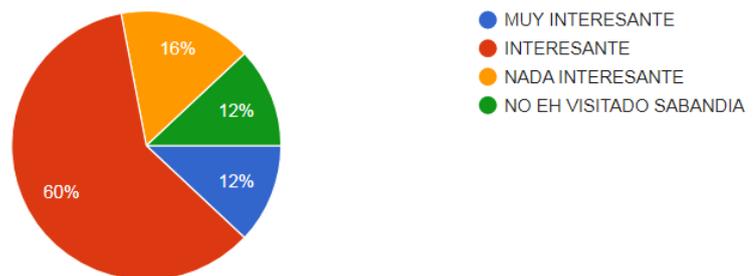
PREGUNTAS		RESPUESTA ABIERTA						
CATEGORÍA 1: GENERAL								
TURISMO VIVENCIAL	¿Conoce usted que es el turismo vivencial?							
	SI	NO						
	<table border="1" style="margin: 10px auto;"> <caption>¿Conoce usted que es el turismo vivencial?</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>32%</td> </tr> </tbody> </table>		Respuesta	Porcentaje	SI	68%	NO	32%
	Respuesta	Porcentaje						
	SI	68%						
NO	32%							
¿Cree usted que la comunidad donde vive cuenta con lugares turísticos que puedan ser visitados por turistas?								
SI	NO							
<table border="1" style="margin: 10px auto;"> <caption>¿Cree usted que la comunidad donde vive cuenta con lugares turísticos que puedan ser visitados por turistas?</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>84%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>		Respuesta	Porcentaje	SI	84%	NO	16%	
Respuesta	Porcentaje							
SI	84%							
NO	16%							
¿Cuál sería su motivación para realizar turismo vivencial?								
<p>en conclusiones generales las respuestas más comunes fueron las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mi motivación sería conocer lugares nuevos - Conocer cosas nuevas - Conocer más sobre mi ciudad - Para que así la gente pueda conocer más el distrito de Sabandia - Mi motivación es el paisaje - Mi motivación es la recreación - Conocer el lugar - Experiencia - Mi motivación es Compartir momentos nuevos y especiales - Mi motivación es experimentar algo nuevo - Mi motivación es que sea ameno el tiempo con los demás - Ver que el turismo que radico se vea lugares hermosos como los miradores que tenemos 								

	<p>- Mi motivación es el poder distraerme del trabajo</p>								
	<p>¿Le gustaría que en la ciudad de Arequipa hubiera una opción de turismo donde se desarrolle el turismo vivencial?</p>								
	<p>a. Me encantaría () b. Probablemente () c. No me gustaría () c. Desconozco el término "turismo vivencial" ()</p>								
	<table border="1"> <caption>Data for Pie Chart: ¿Le gustaría que en la ciudad de Arequipa hubiera una opción de turismo donde se desarrolle el turismo vivencial?</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ME ENCANTARIA</td> <td>64%</td> </tr> <tr> <td>PROBABLEMENTE</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>DESCONOZCO EL TERMINO "TURISMO VIVENCIAL"</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	ME ENCANTARIA	64%	PROBABLEMENTE	20%	DESCONOZCO EL TERMINO "TURISMO VIVENCIAL"	16%
Categoría	Porcentaje								
ME ENCANTARIA	64%								
PROBABLEMENTE	20%								
DESCONOZCO EL TERMINO "TURISMO VIVENCIAL"	16%								
	<p>¿Considera usted que es importante que los turistas participen en las actividades típicas de la comuna?</p>								
	<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table>	SI	NO						
SI	NO								
	<table border="1"> <caption>Data for Pie Chart: ¿Considera usted que es importante que los turistas participen en las actividades típicas de la comuna?</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>88%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	SI	88%	NO	12%		
Categoría	Porcentaje								
SI	88%								
NO	12%								
	<p>¿Cree usted que al realizar turismo vivencial se obtiene una experiencia auténtica?</p>								
	<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> <td>A VECES</td> <td>NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL</td> </tr> </table>	SI	NO	A VECES	NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL				
SI	NO	A VECES	NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL						
	<table border="1"> <caption>Data for Pie Chart: ¿Cree usted que al realizar turismo vivencial se obtiene una experiencia auténtica?</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>A VECES</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL</td> <td>16%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	SI	68%	A VECES	16%	NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL	16%
Categoría	Porcentaje								
SI	68%								
A VECES	16%								
NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL	16%								
	<p>¿Qué lugares turísticos de Sabandía conoce?</p>								
	<p>En conclusiones generales la gran mayoría de turistas conoce el Molino de Sabandia, luego mencionan a la Plaza, Yumina y el restaurante el lago</p>								
	<p>¿Podría mencionar cuáles son los atractivos más importantes de Sabandia?</p>								



¿Cómo considera el turismo en Sabandia?

- a. Muy interesante ()
- b. Interesante ()
- c. Nada interesante ()
- d. No eh visitado Sabandia ()



SUB CATEGORÍA 1: TURISMO GASTRONOMICO

¿Cuál es su opinión respecto al turismo gastronómico actualmente en Perú?

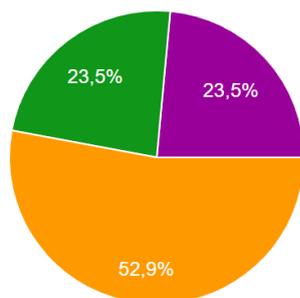
En esta interrogante, algunos de los turistas coinciden que es muy buena, variada, maravillosa, pero no muy aprovechada.

Otros comentaron que es muy diverso, ya que existen amplios recursos y muchos sabores que hacen la gastronomía peruana muy conocida a nivel mundial.

Existe comida para todos los gustos, en el Perú incluyendo comida fusión con la de otros países, lo que crea una riqueza muy grande de platos exquisitos.

Señale con una X el tipo de turismo que tiene más demanda en Arequipa.

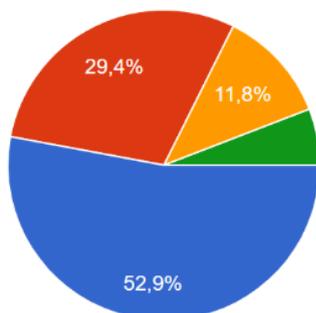
- a. Turismo ecológico ()
- b. Turismo comercial ()
- c. Turismo gastronómico ()
- d. Turismo cultural ()
- e. Turismo recreativo ()



- TURISMO ECOLOGICO
- TURISMO COMERCIAL
- TURISMO GASTRONOMICO
- TURISMO CULTURAL
- TURISMO RECREATIVO

A su criterio ¿En qué escala puede considerar la importancia de la intervención del turista nacional e internacional con el proceso de las comidas tradicionales de Arequipa como parte de turismo vivencial?

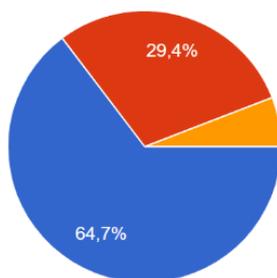
- a. Muy importante ()
- b. Importante ()
- c. Parcialmente Importante ()
- d. No es Importante ()



- MUY IMPORTANTE
- IMPORTANTE
- PARCIALMENTE IMPORTANTE
- NO ES IMPORTANTE

A su criterio ¿usted qué opina sobre la inclusión de personas de mayor edad que sepan sobre las recetas ancestrales arequipeñas y que sobre estas enseñen a los turistas?

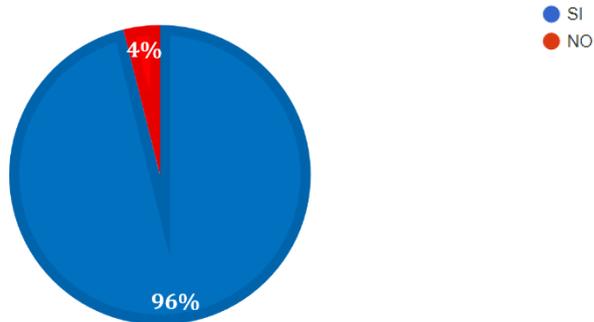
- a. Muy importante ()
- b. Importante ()
- c. Parcialmente Importante ()
- d. No es Importante ()



- MUY IMPORTANTE
- IMPORTANTE
- PARCIALMENTE IMPORTANTE
- NO ES IMPORTANTE

¿Cree usted que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico de Arequipa?

SI	NO	PORQUE:
----	----	---------



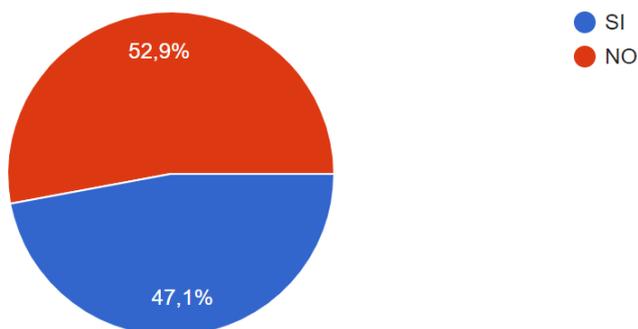
En esta interrogante la gran mayoría afirmó la ayuda económica que genera el turismo gastronómico, algunas de las respuestas fueron:

- Sí, porque contribuye al crecimiento de las pequeñas picanterías
- Si, debido a que la mayoría buscamos probar los platos típicos
- Al ser muy conocido, turistas nacionales y extranjeros aportan con la economía
- Sí, porque es algo muy bueno y llamativo.

SUB CATEGORÍA 2: CONSERVACIÓN AMBIENTAL

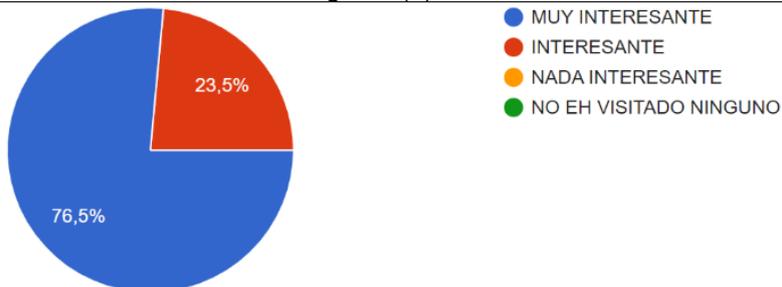
¿Considera usted que los lugares turísticos naturales de la comunidad se encuentran conservados y cuidados?

SI	NO
----	----



¿Qué opinión tiene usted sobre los espacios naturales visitados en Arequipa?

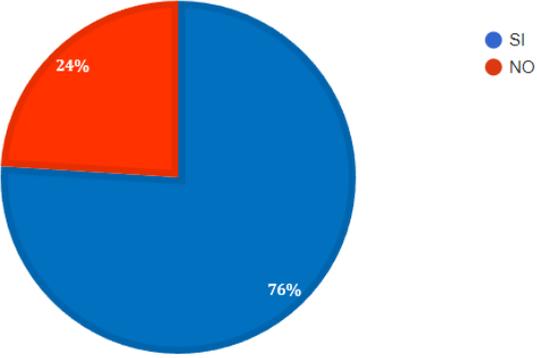
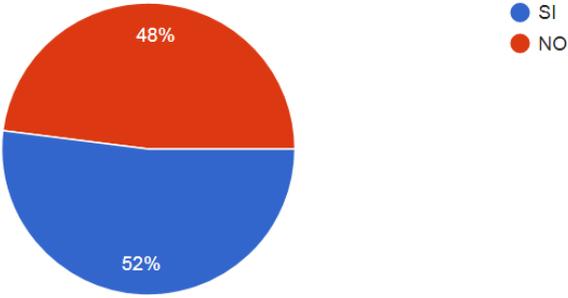
- a. Muy interesantes ()
- b. Interesantes ()
- c. Nada interesantes ()
- d. No he visitado ninguno ()

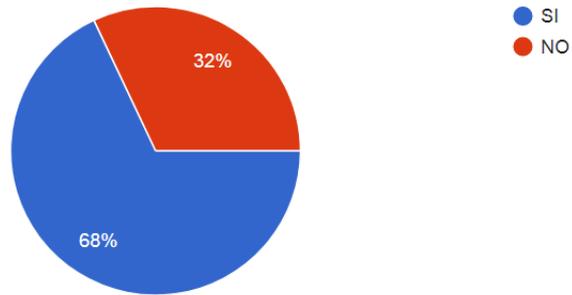


¿Gusta de realizar actividades al aire libre durante sus viajes?

	SI	NO	¿PORQUE?
			<p>● SI</p> <p>● NO</p>
	¿Conoce usted que es el turismo sostenible?		
	SI	NO	
			<p>● Si</p> <p>● No</p>
	¿Cree usted que el turismo sostenible mejora la calidad de vida de las personas que viven en zonas turísticas?		
	SI	NO	¿PORQUE?
			<p>● SI</p> <p>● NO</p>
CATEGORÍA 2:	GENERAL		
	Considera usted, que la diversidad de nuestros platos arequipeños se debe a la...		
	<p>a. Mezcla de culturas ()</p> <p>b. Creatividad de los cocineros de la ciudad ()</p> <p>c. Particularidad de la geografía ()</p> <p>d. Variedad de ingredientes ()</p>		
			<p>● MEZCLA DE CULTURAS</p> <p>● CREATIVIDAD DE LOS COCINEROS DE LA CIUDAD</p> <p>● PARTICULARIDAD DE LA GEOGRAFÍA</p> <p>● VARIEDAD DE INGREDIENTES</p>

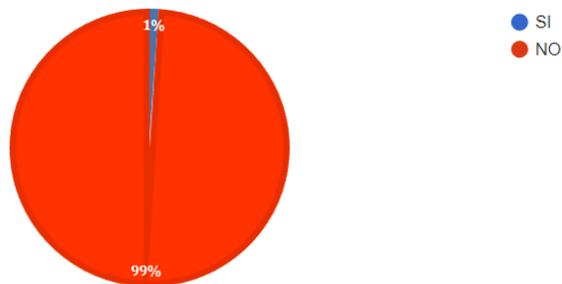
GASTRONOMÍA	¿Qué importancia tiene la gastronomía de Arequipa a nivel mundial?												
	a. Alto () b. Medio () c. Bajo () d. No sé ()												
	<table border="1"> <caption>Importancia de la gastronomía de Arequipa a nivel mundial</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ALTO</td> <td>68%</td> </tr> <tr> <td>MEDIO</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>BAJO</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>NO SE</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>			Categoría	Porcentaje	ALTO	68%	MEDIO	28%	BAJO	10%	NO SE	2%
	Categoría	Porcentaje											
	ALTO	68%											
	MEDIO	28%											
	BAJO	10%											
	NO SE	2%											
	¿Conoce usted la gastronomía de Arequipa? Si conoce, escriba un ejemplo de un plato típico.												
	SI	NO	EJEMPLO:										
El 100% de los entrevistados respondieron con un SÍ, de los cuales un 60% respondieron como plato típico el rocoto relleno, un 30 % respondieron como plato típico el cuy chactado, y un 10 % respondieron otro plato típico como el soltero de queso, adobo, chupe de camarones, locro de pecho y americano.													
SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA													
¿Considera usted que es necesario establecer un lugar definido para las actividades gastronómicas de la ciudad de Arequipa?													
SI	NO	¿PORQUE?											
<table border="1"> <caption>Necesidad de establecer un lugar definido para actividades gastronómicas</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SI</td> <td>67%</td> </tr> <tr> <td>NO</td> <td>33%</td> </tr> </tbody> </table> <p>De la mayoría de los entrevistados en un 64% si consideró el necesario establecer un lugar definido para las actividades gastronómicas, para que así influencien a otras entidades a motivar la realización de más ferias gastronómicas, para que mejoren su accesibilidad y variedad. Otros comentarios a favor mencionaron que establecerse en un solo lugar permitiría realizar eventos o convenciones. Un comentario diferente mencionaba que al poner todo en un solo lugar ya no cabría la necesidad o la excusas de visitar diversos lugares campestres y hermosos.</p>			Respuesta	Porcentaje	SI	67%	NO	33%					
Respuesta	Porcentaje												
SI	67%												
NO	33%												
¿Cree usted que los insumos locales de Arequipa la convierten en una cocina atractiva y diferente de las del resto del Perú?													

SI	NO	¿PORQUE?
 <p>Un porcentaje de 24% de entrevistados fue negativo considerando que los insumos locales de Arequipa no la convierten en una cocina atractiva y diferente a las del resto del Perú. En contraposición, la mayoría opinó de forma positiva, brindando opiniones al respecto. Consideran que, sí porque los ingredientes utilizados al momento de cocinar no se encuentran en otros departamentos, Cada departamento tiene lo suyo en gastronomía, pero falta impulsar, otros consideran que la tierra y el tipo de clima hacen de cada producto único haciendo los productos agrícolas únicos con recetas exclusivas de la ciudad. Finalmente, porque en Arequipa se encuentran muchos ingredientes que en otras partes del Perú no lo usan o no saben cómo utilizarlo, convirtiendo a la cocina Arequipeña distinta al resto.</p>		
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		
¿Sabe usted de la existencia del circuito turístico: La ruta de “Loncco”?		
SI	NO	
		
¿Sabe usted cuál es el significado del término “Loncco”?		
SI	NO	



¿Cree usted que a través de la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña se pueda incrementar la afluencia de visitantes?

SI	NO	¿PORQUE?
----	----	----------



Solo un 1% considero que a través de la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña no incrementa la afluencia de visitantes, a diferencia del resto de entrevistados que consideran positiva la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña, porque es muy variada y sobre todo tiene mucha tradición, sería un atractivo para que más personas vengan a probar la sazón Arequipeña siendo una de las principales razones de visita de turistas la gastronomía siendo un punto fuerte de turismo, siendo el Perú reconocido a nivel mundial su buena gastronomía, Arequipa podría aprovechar la fama y atraer más turistas.

¿Qué servicios le gustaría recibir en su visita a la Ruta de “Loncco”?

Las conclusiones generales las respuestas más comunes fueron las siguientes:

- Ninguna, solo disfrutar de la comida
- Deportes extremos
- Experimentar turismo vivencial
- Cuattrimotor
- Comida y catering
- Mayor comodidad e información disponible
- Un guía o tour gastronómico
- Un festival gastronómico picantero
- Buena atención y conocer la historia del lugar u otras historias

ANEXO N: Modelo de fichas

MODELO DE FICHA DE CONTENIDO

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	
FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	
TÍTULO: “Turismo vivencial como difusor cultural de la gastronomía arequipeña en el distrito de Sabandía.”	
AUTORES: SUBIA VILLANUEVA JANDALY DIOSELIN YANYACHY ARISPE CARMEN PATRICIA	
FECHA:	
LUGAR:	
CATEGORÍA:	
SUBCATEGORÍA:	
AUTOR	
URL	
INDICADOR	
AUTOR:	
URL:	
DESCRIPCIÓN	IMAGEN
	FUENTE:
COMENTARIO	DESCRIPCIÓN:

MODELO DE FICHA DE OBSERVACIÓN

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO					
DATOS GENERALES					
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO:			imagen		
DIRECCIÓN:					
PRIVADO					
PÚBLICO					
USO ACTUAL:					
TIPO DE ARQUITECTURA			ESTADO DE CONSERVACIÓN		
TURISTICA			DESCRIPCIÓN		
RELIGIOSA					
MILITAR					
DOMÉSTICA					
DESCRIPCIÓN DE SU APOORTE COMO EQUIPAMIENTO			DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
CATEGORÍA: GASTRONOMÍA					
SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN	
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico				
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos				
3	Es difusor de cultura				
4	Su eje principal es la gastronomía				
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales				
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN	
1	Aporta sentido de pertenencia				
2	Estimula la demanda gastronómica				
3	Difunde su identidad cultural				
4	Permite intercambio cultural				
5	Pernocta con el paso del tiempo				
6	Forma parte de la Ruta del Loncco				
7	Difunde al Loncco Arequipeño				
8	Articula el eje cultural del Loncco				

9	Garantiza el retorno de próxima visita			
10	Es una ruta bien acondicionada y accesible			

MODELO DE GUIA DE ENCUESTA

Estimado señor, señora:

Este cuestionario tiene como propósito conocer el interés de los turistas con respecto al turismo vivencial y la gastronomía arequipeña, por ello le pido a usted responder con sinceridad las siguientes preguntas ya que dicho material servirá para la realización de un proyecto de investigación.

Edad:..... Género: Femenino () masculino ()

Ocupación/ Profesión:.....

Por favor sírvase colocar; si es extranjero su país de procedencia, si es peruano, pero no arequipeño, el departamento en la cual reside y si es de Arequipa el distrito donde vive.

Extranjero: País.....

Peruano: Departamento:

Arequipeño: Distrito: Provincia.....

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
PREGUNTAS	RESPUESTA ABIERTA
CATEGORÍA 1:	GENERAL
TURISMO VIVENCIAL	¿Conoce usted que es el turismo vivencial?
	SI NO
	¿Cree usted que la comunidad donde vive cuenta con lugares turísticos que puedan ser visitados por turistas?
	SI NO
	¿Cuál sería su motivación para realizar turismo vivencial?
	¿Le gustaría que en la ciudad de Arequipa hubiera una opción de turismo donde se desarrolle el turismo vivencial?
	a. Me encantaría () b. Probablemente () c. No me gustaría () c. Desconozco el término "turismo vivencial" ()
¿Considera usted que es importante que los turistas participen en las actividades típicas de la comuna?	
SI NO	

¿Cree usted que al realizar turismo vivencial se obtiene una experiencia auténtica?			
SI	NO	A VECES	NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL
¿Qué lugares turísticos de Sabandia conoce?			
¿Podría mencionar cuáles son los atractivos más importantes de Sabandia?			
¿Cómo considera el turismo en Sabandia?			
e. Muy interesante () f. Interesante () g. Nada interesante () h. No he visitado Sabandia ()			
SUB CATEGORÍA 1:TURISMO GASTRONOMICO			
¿Cuál es su opinión respecto al turismo gastronómico actualmente en Perú?			
Señale con una X el tipo de turismo que tiene más demanda en Arequipa.			
f. Turismo ecológico () g. Turismo comercial () h. Turismo gastronómico () i. Turismo cultural () j. Turismo recreativo ()			
A su criterio ¿En qué escala puede considerar la importancia de la intervención del turista nacional e internacional con el proceso de las comidas tradicionales de Arequipa como parte de turismo vivencial?			
e. Muy importante () f. Importante () g. Parcialmente Importante () h. No es Importante ()			
A su criterio ¿usted qué opina sobre la inclusión de personas de mayor edad que sepan sobre las recetas ancestrales arequipeñas y que sobre estas enseñen a los turistas?			
e. Muy importante () f. Importante () g. Parcialmente Importante () h. No es Importante ()			
¿Cree usted que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico de Arequipa?			
SI	NO	PORQUE:	
SUB CATEGORÍA 2:CONSERVACIÓN AMBIENTAL			
¿Considera usted que los lugares turísticos naturales de la comunidad se encuentran conservados y cuidados?			
SI	NO		

	¿Qué opinión tiene usted sobre los espacios naturales visitados en Arequipa?		
	a. Muy interesantes () b. Interesantes () c. Nada interesantes () d. No he visitado ninguno ()		
	¿Gusta de realizar actividades al aire libre durante sus viajes?		
	SI	NO	¿PORQUE?
	¿Conoce usted que es el turismo sostenible?		
	SI	NO	
	¿Cree usted que el turismo sostenible mejora la calidad de vida de las personas que viven en zonas turísticas?		
	SI	NO	¿PORQUE?
CATEGORÍA 2:	GENERAL		
GASTRONOMÍA	Considera usted, que la diversidad de nuestros platos arequipeños se debe a la...		
	e. Mezcla de culturas () f. Creatividad de los cocineros de la ciudad () g. Particularidad de la geografía () h. Variedad de ingredientes ()		
	¿Qué importancia tiene la gastronomía de Arequipa a nivel mundial?		
	e. Alto () f. Medio () g. Bajo () h. No sé ()		
	¿Conoce usted la gastronomía de Arequipa? Si conoce, escriba un ejemplo de un plato típico.		
	SI	NO	EJEMPLO:
	SUB CATEGORÍA 1:TRADICIÓN GASTRONÓMICA		
	¿Considera usted que es necesario establecer un lugar definido para las actividades gastronómicas de la ciudad de Arequipa?		
	SI	NO	¿PORQUE?
	¿Cree usted que los insumos locales de Arequipa la convierten en una cocina atractiva y diferente de las del resto del Perú?		
	SI	NO	¿PORQUE?
	SUB CATEGORÍA 2:REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		
	¿Sabe usted de la existencia del circuito turístico: La ruta de "Loncco"?		
	SI	NO	
	¿Sabe usted cuál es el significado del término "Loncco"?		
	SI	NO	
¿Cree usted que a través de la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña se pueda incrementar la afluencia de visitantes?			
SI	NO	¿PORQUE?	
¿Qué servicios le gustaría recibir en su visita a la Ruta de "Loncco"?			

MODELO DE GUIA DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

Guía de entrevista sobre la tradición gastronómica en Arequipa.

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	
TÍTULO: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.	
CATEGORÍA: GASTRONOMÍA	
SUBCATEGORÍA: TRADICIÓN GASTRONÓMICA	
NOMBRE DE LA PICANTERIA:	
PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE PREGUNTAS
1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?	
2. ¿Qué es lo principal en una picantería?	
3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?	
4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?	
5. ¿Qué es lo que diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?	
6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?	
7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se van a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?	

ANEXO O: Validaciones



Título de la Investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMIA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

Encuestadoras: Jandaly Dioselin Subia Villanueva

Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA: 05-03-2022

Estimado señor, señora:

Este cuestionario tiene como propósito conocer el interés de los turistas con respecto al turismo vivencial y la gastronomía arequipeña, por ello le pido a usted responder con sinceridad las siguientes preguntas ya que dicho material servirá para la realización de un proyecto de investigación.

Edad: Género: Femenino () masculino ()
 Ocupación/ Profesión:

Por favor sírvase colocar, si es extranjero su país de procedencia, si es peruano, pero no arequipeño, el departamento en la cual reside y si es de Arequipa el distrito donde vive.

Extranjero: País:
 Peruano: Departamento:
 Arequipeño: Distrito: Provincia:

PREGUNTAS		RESPUESTA ABIERTA
CATEGORÍA 1:	GENERAL	
TURISMO VIVENCIAL	¿Conoce usted que es el turismo vivencial?	
	SI NO	
	¿Cree usted que la comunidad donde vive cuenta con lugares turísticos que puedan ser visitados por turistas?	
	SI NO	
	¿Cuál sería su motivación para realizar turismo vivencial?	
	¿Le gustaría que en la ciudad de Arequipa hubiera una opción de turismo donde se desarrolle el turismo vivencial?	
	a. Me encantaría () b. Probablemente () c. No me gustaría () c. Desconozco el término "turismo vivencial" ()	
	¿Considera usted que es importante que los turistas participen en las actividades típicas de la comuna?	
SI NO		
¿Cree usted que al realizar turismo vivencial se obtiene una experiencia auténtica?		



SI	NO	A VECES	NO SE QUE ES TURISMO VIVENCIAL
¿Qué lugares turísticos de Sabandia conoce?			
¿Podría mencionar cuáles son los atractivos más importantes de Sabandia?			
¿Cómo considera el turismo en Sabandia?			
a. Muy interesante ()			
b. Interesante ()			
c. Nada interesante ()			
d. No he visitado Sabandia ()			
SUB CATEGORÍA 1: TURISMO GASTRONOMICO			
¿Cuál es su opinión respecto al turismo gastronómico actualmente en Perú?			
Señale con una X el tipo de turismo que tiene más demanda en Arequipa.			
a. Turismo ecológico ()			
b. Turismo comercial ()			
c. Turismo gastronómico ()			
d. Turismo cultural ()			
e. Turismo recreativo ()			
A su criterio ¿En qué escala puede considerar la importancia de la intervención del turista nacional e internacional con el proceso de las comidas tradicionales de Arequipa como parte de turismo vivencial?			
a. Muy importante ()			
b. Importante ()			
c. Parcialmente Importante ()			
d. No es Importante ()			
A su criterio ¿usted qué opina sobre la inclusión de personas de mayor edad que sepan sobre las recetas ancestrales arequipeñas y que sobre estas enseñen a los turistas?			
a. Muy importante ()			
b. Importante ()			
c. Parcialmente Importante ()			
d. No es Importante ()			
¿Cree usted que el turismo gastronómico ayuda al desarrollo económico de Arequipa?			
SI	NO	PORQUE:	
SUB CATEGORÍA 2: CONSERVACIÓN AMBIENTAL			
¿Considera usted que los lugares turísticos naturales de la comunidad se encuentran conservados y cuidados ?			
SI	NO		
¿Qué opinión tiene usted sobre los espacios naturales visitados en Arequipa?			
a. Muy interesantes ()			
b. Interesantes ()			



	<p>c. Nada interesantes ()</p> <p>d. No he visitado ninguno ()</p> <p>¿Gusta de realizar actividades al aire libre durante sus viajes?</p> <p>SI NO ¿PORQUE?</p> <p>¿Conoce usted que es el turismo sostenible?</p> <p>SI NO</p> <p>¿Cree usted que el turismo sostenible mejora la calidad de vida de las personas que viven en zonas turísticas?</p> <p>SI NO ¿PORQUE?</p>
CATEGORÍA 2:	GENERAL
	<p>Considera usted, que la diversidad de nuestros platos arequipeños se debe a la...</p> <p>a. Mezcla de culturas ()</p> <p>b. Creatividad de los cocineros de la ciudad ()</p> <p>c. Particularidad de la geografía ()</p> <p>d. Variedad de ingredientes ()</p> <p>¿Qué importancia tiene la gastronomía de Arequipa a nivel mundial?</p> <p>a. Alto ()</p> <p>b. Medio ()</p> <p>c. Bajo ()</p> <p>d. No sé ()</p> <p>¿Conoce usted la gastronomía de Arequipa? Si conoce, escriba un ejemplo de un plato típico.</p> <p>SI NO EJEMPLO:</p>
	SUB CATEGORÍA 1:TRADICIÓN GASTRONÓMICA
	<p>¿Considera usted que es necesario establecer un lugar definido para las actividades gastronómicas de la ciudad de Arequipa?</p> <p>SI NO ¿PORQUE?</p> <p>¿Cree usted que los insumos locales de Arequipa la convierten en una cocina atractiva y diferente de las del resto del Perú?</p> <p>SI NO ¿PORQUE?</p>
GASTRONOMÍA	SUB CATEGORÍA 2:REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO
	<p>¿Sabe usted de la existencia del circuito turístico: La ruta de "Loncco"?</p> <p>SI NO</p> <p>¿Sabe usted cuál es el significado del término "Loncco"?</p> <p>SI NO</p> <p>¿Cree usted que a través de la promoción y difusión de la gastronomía Arequipeña se pueda incrementar la afluencia de visitantes?</p> <p>SI NO ¿PORQUE?</p> <p>¿Qué servicios le gustaría recibir en su visita a la Ruta de "Loncco"?</p>



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

OSERVACIONES: ninguna

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: _____

Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR: Garrapa Samané, Ronald

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado

Referencia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



RONALD GARRAPA SAMANÉ
ARQUITECTO
C.A.P. 8429

Firma del Experto validador

Especialidad: Arq. Proyectos en Turismo

23 febrero de 2022



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GASTRONOMÍA

GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA VERIFICAR LA GASTRONOMÍA EN EL DISTRITO DE SABANDÍA- AREQUIPA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

OBSERVADOR: Jandaly Dioselin Subia Villanueva
Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FECHA DE OBSERVACIÓN:

HORA DE OBSERVACIÓN:

DATOS GENERALES					
NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO:				imagen	
DIRECCIÓN:					
PRIVADO					
PÚBLICO					
USO ACTUAL:					
TIPO DE ARQUITECTURA				ESTADO DE CONSERVACIÓN	
TURISTICA					
RELIGIOSA					
MILITAR				DESCRIPCIÓN	
DOMESTICA					
DESCRIPCIÓN DE SU APORTE COMO EQUIPAMIENTO			DESCRIPCIÓN DE USUARIOS VISITANTES		
CATEGORIA: GASTRONOMIA					
SUB CATEGORÍA 1: TRADICIÓN GASTRONÓMICA		SI	NO	OBSERVACIÓN	
1	Forma parte de un eje tradicional gastronómico				
2	Continúa con los métodos tradicionales gastronómicos				
3	Es difusor de cultura				
4	Su eje principal es la gastronomía				
5	Sigue los criterios funcionales, históricos y estructurales				
SUB CATEGORÍA 2: REACTIVACIÓN DE LA RUTA DEL LONCCO		SI	NO	OBSERVACIÓN	
1	Forma parte de la Ruta del Loncco				
2	Difunde al Loncco Arequipeño				
3	Articula el eje cultural del Loncco				
4	Garantiza el retorno de próxima visita				



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

5	Es una ruta bien acondicionada y accesible			
6	Aporta sentido de pertenencia			
7	Estimula la demanda gastronómica			
8	Difunde su identidad cultural			
9	Permite intercambio cultural			
10	Pernocta con el paso del tiempo			

OSERVACIONES: Ninguna

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: _____

Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR: José Luis Vera Chamorro



José L. Vera Chamorro
ARQUITECTO
C.A.P. 19942

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Referencia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto validador

Especialidad: Arquitecto

23 febrero de 2022



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL
TURISMO VIVENCIAL**

GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL TURISMO VIVENCIAL EN EL DISTRITO DE
SABANDIA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA
GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

INVESTIGADORAS: Jandaly Dioselin Subia Villanueva
Carmen Patricia Yanyachy Arispe

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO	
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	
FICHA DE ANALISIS DE CONTENIDO	
TITULO: "Turismo vivencial como difusor cultural de la gastronomía arequipeña en el distrito de Sabandía."	
AUTORES: SUBIA VILLANUEVA JANDALY DIOSELIN YANYACHY ARISPE CARMEN PATRICIA	
FECHA:	
LUGAR:	
CATEGORIA:	
SUBCATEGORIA:	
AUTOR	
URL	
INDICADOR	
AUTOR:	
URL:	
DESCRIPCIÓN	IMAGEN
	FUENTE:
COMENTARIO	DESCRIPCIÓN:



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

--	--

OSERVACIONES: NINGUNA

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: _____

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR: PACHECO JIMENEZ VICTORIA ROSARIO

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Referencia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


VICTORIA R. PACHECO JIMENEZ
ARQUITECTA CAP. 7996

Firma del Experto validador

Especialidad: Arquitectura

23 febrero de 2022



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GASTRONOMÍA

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SOBRE GASTRONOMÍA

Título de la investigación: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.

ENTREVISTADORES: ~~Jandaly Dioselin Subia Villanueva~~
Carmen Patricia ~~Yanyachy Arispe~~

FECHA:

TIEMPO ESTIMADO:

LUGAR DE LA ENTREVISTA:

ESTABLECIMIENTO

ENTREVISTADO:

TITULO: TURISMO VIVENCIAL COMO DIFUSOR DE LA GASTRONOMÍA AREQUIPEÑA EN EL DISTRITO DE SABANDIA.	
CATEGORÍA: GASTRONOMIA	
SUBCATEGORÍA: TRADICION GASTRONOMICA	
NOMBRE DE LA PICANTERÍA:	
PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN DE PREGUNTAS
1. ¿Qué importancia tiene hoy en día la picantería en Arequipa?	
2. ¿Qué es lo principal en una picantería?	
3. ¿Qué lugares característicos tiene una picantería?	
4. ¿Cuál es el menú semanal tradicional de Arequipa?	
5. ¿Qué es lo que les diferencia a las picanterías con el resto de restaurantes?	
6. ¿Es importante conservar la tradición gastronómica arequipeña?	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

<p>7. ¿Cómo usted ve la picantería de acá a 10 años? ¿Considera que se va a conservar algunas tradiciones de la cocina arequipeña?</p>	
--	--

OSERVACIONES: _____

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

APELLIDOS Y NOMBRES DEL VALIDADOR: Arq. Boris Arias Cutipa


COLEGIO DE ARQUITECTOS DEL PERÚ

Arq. Boris Mijael Arias Cutipa
CAP. 19154

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Referencia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna al enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto validador

Especialidad: Arquitecto

23 febrero de 2022