



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORES:

Cueva Riquez, Briggith Flor (ORCID: 0000-0002-6464-6420)
Quillas Espino, Edward Jhair (ORCID: 0000-0003-0808-4619)

ASESORA:

Dra. García Cabrera, Clara Ivett (ORCID: 0000-0003-0978-9020)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y Recursos Turísticos

**LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria:

Dedicado a Dios por guiarme siempre en este camino para poder seguir adelante con mis propósitos; a mis padres y mi hermano por estar a mi lado; a mi abuela Gregoria Fuentes Andrade por ser mi guía, mi ejemplo a seguir para no rendirme hasta en los momentos más tensos de esta etapa de mi vida; a mi gran amigo y coautor Jhair, que a pesar de las dificultades que se nos presentaban hemos estado para apoyarnos desde el primer momento; finalmente a aquellos familiares y amistades que han estado para brindarme su ayuda y amor sincero.

Briggith

Dedico a Dios quien ha estado conmigo cuidándome y dándome fortaleza día a día; a mi madre Irma Espino que desde el cielo vela por mí en todos los momentos de mi vida, a mis hermanos y familiares que han sido mi mayor motivación para no rendirme y esforzarme cada día; a mi amiga y coautora Briggith, quien ha estado presente desde el primer ciclo hasta ahora apoyándome y brindándome su amistad sincera, finalmente a todas las personas que me apoyaron en algún momento en mi carrera y confiaron en mí.

Jhair

Agradecimiento:

Estamos agradecidos con Dios, con nuestros familiares y amigos que mostraron su apoyo en todo momento, además a las personas que brindaron su tiempo y formaron parte en la presente investigación, por último agradecer a nuestra asesora la Dra. Clara García Cabrera por su orientación durante el desarrollo de nuestra investigación.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	vi
Índice de Figuras.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.MARCOTEÓRICO.....	7
III.METODOLOGÍA.....	25
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	26
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	26
3.3. Escenario de estudio.....	27
3.4. Participantes.....	28
3.5. Técnica e instrumento de recolección de datos.....	29
3.6. Procedimiento.....	29
3.7. Rigor científico.....	30
3.8. Método de análisis de datos	30
3.9. Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
V. CONCLUSIONES.....	44
VI. RECOMENDACIONES.....	46

REFERENCIAS.....	48
ANEXOS.....	52

Índice de tablas

Tabla 1: Categorización del turismo enológico	26
Tabla 2: Validación de expertos.....	30
Tabla 3: Matriz de consistencia.....	53
Tabla 4: Matriz de categorización.....	55
Tabla 5: Codificación de entrevistas.....	153

Índice de figuras

Figura 1: Los pilares del enoturismo.....	13
Figura 2: Ubicación del distrito de Santa Cruz de Flores.....	27
Figura 3: Ubicación del distrito de Chilca.....	28
Figura 4: Ruta enológica en Chilca.....	177
Figura 5: Ruta enológica en Santa Cruz de Flores.....	178
Figura 6: Parte externa del folleto informativo.....	179
Figura 7: Parte interna del folleto informativo.....	180
Figura 8: Bodega Luján.....	181
Figura 9: Vitivinícola Andrés Arias Ayala.....	182
Figura 10: Pisco y bodega Gran Maestro.....	182
Figura 11: Vitivinícola Smithsan.....	183
Figura 12: Bodega Claro.....	183
Figura 13: Viña Florino.....	183
Figura 14: Caseta de Información Turística.....	184
Figura 15: Mapa turístico de Santa Cruz de Flores.....	184
Figura 16: Plaza de armas de Santa Cruz de Flores.....	185
Figura 17: Calendario turístico de Santa Cruz de Flores.....	185
Figura 18: Productos La Encantada.....	186
Figura 19: Comercialización y venta de vinos en laguna La Milagrosa.....	186
Figura 20: Helados artesanales Chilcanito.....	187
Figura 21: Artesanía de otro mundo.....	187
Figura 22: Plaza de armas de Chilca.....	188
Figura 23: Mapa turístico de Chilca, ubicado en Salinas.....	188

Figura 24: Resumen de coincidencias.....189

Resumen

La presente investigación tiene como título Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; cuyo objetivo fue analizar como el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021.

Asimismo, la investigación es de tipo básica, de enfoque cualitativo y diseño fenomenológico, para lo cual se empleó técnicas como la entrevista y la observación, como instrumentos la guía de entrevista y la ficha de observación. Las personas entrevistadas fueron los gestores municipales de turismo, dueños de bodegas vitivinícolas y pobladores de Santa Cruz de Flores y Chilca respectivamente.

Se llegó a la conclusión que el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; ya que los espacios del vino, la cultura del vino y la ruta enológica contribuyen de forma positiva en aspectos ambientales, socioculturales, económicas y políticas a favor de la población, por ello se recomienda a los gobiernos locales de Santa Cruz de Flores y Chilca, implementar un plan estratégico para fomentar el turismo enológico, realizando actividades turísticas donde participe la población local, las autoridades y los visitantes.

Palabras claves: Turismo enológico, desarrollo local , ruta enológica.

Abstract

This research is entitled Wine tourism as a factor of local development in Santa Cruz de Flores and Chilca, province of Cañete, 2021; whose objective was to analyze how oenological tourism allows local development in Santa Cruz de Flores and Chilca, province of Cañete, 2021.

Likewise, the research is of a basic type, with a qualitative approach and phenomenological design, for which techniques such as the interview and observation were used with their instruments to obtain data such as the interview guide and the observation sheet. The people interviewed were municipal tourism managers, owners of wine cellars and residents of Santa Cruz de Flores and Chilca respectively.

It was concluded that wine tourism allows local development in Santa Cruz de Flores and Chilca, province of Cañete, 2021; Since the wine spaces, the wine culture and the oenological route contribute positively in environmental, sociocultural, economic and political aspects in favor of the population, therefore it is recommended to the local governments of Santa Cruz de Flores and Chilca, implement a strategic plan to promote wine tourism, carrying out tourist activities where the local population, authorities and visitors participate.

Keywords: Wine tourism, local development , wine route.

I. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, el turismo se ha convertido en una actividad relevante en la economía a nivel global, por lo tanto, ha generado una evolución y crecimiento en la demanda turística, esta circunstancia desempeña un rol importante para la diferenciación y competitividad del servicio turístico en el mundo. Este crecimiento hace que los turistas al momento de viajar a un destino, tengan acceso a la globalización para realizar una mejor búsqueda de información y de esta manera encontrar lugares que mejor se adapten a sus expectativas con el fin de recibir experiencias y formas de conocer un lugar a través de sus cinco sentidos. Para dar respuesta a esta exigencia de los turistas se han generado cambios, que surgen desde la necesidad de crear nuevas actividades y productos vinculadas a la actividad turística, creando así nuevas alternativas para diversificar la oferta ya existente.

Es así como surge el turismo enológico o enoturismo, esta modalidad se muestra como una alternativa para impulsar el desarrollo de la actividad turística local que se conecta esencialmente con el conocimiento del proceso y elaboración del vino. Al respecto Santos (2020) menciona que el turismo enológico es una innovación y adaptación de la producción vitivinícola en territorios determinados porque “conlleva a una explosión que manifiesta el entusiasmo colectivo del público por conocer variedades y distinguirlas, al recorrer las zonas de producción” (p.9). García, Gargallo y Cabanes (2018) mencionan que el turismo enológico se vincula con el turismo gastronómico, cultural y de naturaleza (p.1). De esta manera se promueve las visitas a los viñedos o campos de cultivo y bodegas vitivinícolas, además de participar en festividades relacionadas con el vino, actividades agropecuarias, catas de vino y costumbres relacionadas con el enoturismo.

La vitivinicultura ha sido y es una actividad agrícola que ha formado parte de la naturaleza humana, que se ha visto ligado a sus creencias ya sea en rituales religiosos, celebraciones, tradiciones culturales y gastronómicas. La cultura vitivinícola se inicia, allá por el siglo XIX con las visitas a bodegas cuando ya existía viajes organizados en el periodo de la antigua Roma y Grecia, donde el vino apareció de una forma de turismo de interés exclusivo. Actualmente, existen diversas rutas enológicas que promueven el desarrollo local en las zonas con producción de vino, cultura, recursos ambientales e históricos que representan una

oportunidad importante para llamar al turista a conocer más sobre este producto. (Elías, 2006, p.55).

A nivel internacional, Australia ha conseguido establecer el sector vitivinícola como principal concepto para atraer turistas utilizando el recurso productivo del vino como medio de desarrollo. Por ello, se estima que hubo cerca de 8 millones de turistas que visitaron una bodega durante su estadía en el país, generando 163,790 empleos directos e indirectos, incluyendo el cultivo de la uva, producción de vino y asociados al enoturismo, contribuyendo con 45.5 mil millones al valor de la economía australiana (AgEconPlus and Gillespie Economics, 2019).

Hoy en día Europa es pionero en el crecimiento de esta modalidad de turismo, esto por haber desarrollado rutas enológicas incluyendo a las bodegas vitivinícolas más tradicionales del continente. Por ejemplo, Francia e Italia han desarrollado con antelación la promoción de este producto turístico y cuentan, actualmente con rutas temáticas en las zonas productoras de vino más prestigiosas destacando su potencial (Arévalo, 2018). España por ejemplo ha generado un impacto económico a un 24% en los últimos años en relación con el turismo enológico, es así que posee un total de 27 rutas enológicas ubicadas en las principales regiones vitivinícolas, contando con 602 bodegas y 86 museos en la práctica del enoturismo (ACEVIN, 2018). Las rutas del vino han generado una oportunidad para que el continente europeo muestre algo más que una simple temática, de hecho, cada ruta permite experimentar destinos y recursos culturales y ambientales.

En Estados Unidos el turismo enológico es sinónimo de California, específicamente en el Valle de Napa. Sin duda este lugar posiciona este producto turístico a los mejores niveles de calidad del vino que se ha posicionado como el segundo atractivo más visitado de California, después de Disneyland (Arévalo, 2018).

Las visitas y actividades enológicas relacionadas con la cultura del vino están ganando popularidad en el turismo convencional en Sudamérica. Argentina, por ejemplo, los turistas pueden encontrar la capital vinícola del país, Mendoza, varias bodegas pueden ser visitadas a través de tours temáticos donde sobresalen, por ejemplo, Vistandes, Viniterra o Cavas de Weinert. Por otro lado, está también

desarrollado en Chile, donde una de las visitas más populares son las bodegas de Concha y Toro. En este país, los visitantes tienen la posibilidad de apreciar de una vista panorámica del Valle de Maipo (Terruños, 2015).

En el Perú, la realidad del turismo enológico es considerado como una modalidad atractiva para los que son amantes del vino y de quienes buscan conocer las diferentes bodegas y viñedos más tradicionales del país. Ica, la zona vitivinícola más importante del país, por ejemplo, posee varias bodegas que son parte de la ruta del pisco, una ruta temática que combina el bagaje cultural del pisco con la gastronomía local. Sariego (2015) menciona que las rutas del pisco son espacios que se preocupan no solo por vender los productos que ofrecen las bodegas, sino por ofrecer una experiencia única, otorgándole al turista información provechosa y de calidad sobre su espacio (p.168). Esta ruta temática se centra en el interés de crear una cultura de viaje que implica recorrer las tradicionales bodegas de pisco que se encuentran ubicadas en las regiones del sur del país, además de disfrutar de alegres tradiciones y costumbres desde la época virreinal.

La provincia de Cañete cuenta con un gran potencial para el desarrollo del enoturismo debido a que las principales actividades realizadas según el perfil del turista vacacional que visita Cañete, el 21% visitan bodegas de vino y pisco mientras que un porcentaje no menor a 17% visitan viñedos respectivamente (PromPeru, 2017). Esta provincia representa un mercado potencial debido a su cercanía con Lima, a partir de ahí, los visitantes se distribuyen a los diferentes destinos turísticos del país. Además de que esta ciudad concentra la mayor demanda del turismo interno debido a las condiciones favorables de acceso que permiten a los turistas acceder a viajes cortos.

Es preciso mencionar que los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca cuentan con un gran potencial para el desarrollo turístico. Chilca es conocida por su abundante producción de higos y granadas de las cuales se elaboran productos artesanales derivados del mismo como la mermelada, los dulces, helados, licores, vinos y piscos, también cuenta con puntos de interés para realizar el turismo místico y medicinal, este último gracias a las famosas lagunas milagrosas que se le atribuyen propiedades curativas dermatológicas y óseas, problemas de hipertensión arterial e infertilidad. Por otro lado, Santa cruz de Flores cuenta con

atractivos paisajistas, ambientes rústicos y tierras productivas de una gran variedad de frutas como: manzana, uva, níspero, etc. Pero sin duda uno sus mayores tesoros es el llamado “Balcón de cielo”, desde este mirador se puede apreciar una vista privilegiada del valle de Mala, además este lugar se caracteriza por su producción vitivinícola y es reconocida como la “Capital del Vino y del Buen Pisco”.

En la actualidad existen familias que poseen bodegas vitivinícolas como recurso económico como es el caso de los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca. Además, estos distritos cuentan con un gran potencial para el desarrollo del turismo local que permite el aprovechamiento de sus recursos que existen dentro de las localidades para fines turísticos. La vinculación entre la cultura, el paisaje, producción y servicios turísticos se hace rápidamente en el enoturismo, aunque su desarrollo estratégico llevará tiempo debido en parte a la poca difusión de la actividad por parte del Estado. Es por ello que la labor de los representantes locales y las empresas de servicios turísticos influyen de manera importante en el uso del vino local para la promoción turística del destino, es decir desarrollar nuevas tendencias y actividades complementarias en cuanto a los productos y servicios ya ofrecidos para complacer las expectativas de los visitantes, en la cual los gestores y beneficiarios principales son los pobladores locales.

Por lo expuesto, se formuló como problema principal: ¿Cómo el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021? Mientras que los problemas específicos corresponden a las siguientes preguntas: ¿Cómo el espacio del vino permite desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021?, ¿Cómo la cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021?, y ¿Cómo una ruta enológica permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021?

Este proyecto de investigación está justificado socialmente con el fin de permitir a los pobladores saber sobre la importancia del turismo enológico como desarrollo local que le permita conocer sobre sus recursos existentes y poder ser aprovechados. En cuanto a la justificación práctica, se toma como base los resultados de la presente investigación con el objetivo de suscitar recomendaciones futuras que podrán ser de provecho por los gobiernos locales, los pobladores y/o

empresas involucradas al sector turístico a fin de impulsar el turismo enológico empleando los recursos o atractivos turísticos ya existentes. Así mismo desde el punto de vista teórico se justifica el aporte y nuevos conocimientos respecto a la enología y el desarrollo local, con el respaldo de autores en el sector del turismo. También la investigación se justifica metodológicamente con el empleo de los instrumentos para la acumulación de datos a fin de conocer el aporte del turismo enológico en el desarrollo local de los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca.

En la presente investigación se estableció como objetivo principal analizar como el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021. De la misma manera se plantearon como objetivos específicos; analizar como el espacio del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; analizar como la cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; analizar como una ruta enológica permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En la búsqueda de investigaciones previas referente a nuestro tema que ayuda a una aproximación en el aporte teórico, encontramos autores nacionales e internacionales, entre tesis y revistas. Entre las investigaciones internacionales tenemos a:

Martínez y Morales (2016) en su artículo de investigación titulado “El vino, como recurso turístico para el fomento del desarrollo local. Una oportunidad para las comarcas del Vinalopó (Alicante) y El Altiplano Yecla-Jumilla (Murcia)” la cual tuvo como objetivo realizar un análisis comparativo entre las comarcas de Vinalopó y el Altiplano murciano a fin de conocer las potenciales que genera el turismo del vino como desarrollo local. Los autores concluyeron que el turismo del vino genera una mejor posición económica en las familias que laboran en esta actividad y sobre la valoración del paisaje y los recursos patrimoniales de parte de los pobladores locales y turistas.

Según Gonzáles, Gómez y Sotés (2017) en su artículo de investigación “La cultura del vino, motor del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas” la cual tuvo como objetivo evidenciar el vínculo de la cultura del vino con el ambiente y el desarrollo sostenible, ya que se refleja un efecto sobre el desarrollo social y económico en las localidades vitivinícolas. Los autores llegaron a la conclusión de que la cultura del vino es un pilar fundamental que se relaciona directamente con el desarrollo ambiental, social y económica asociados en el entorno donde se desarrolla la actividad enoturística.

También, tenemos a de De Uña y Villarino (2019) en su artículo de investigación titulada “Linking Wine Culture, Identity, Tourism and rural development in a denomination of Origin Territory (Nw of Spain)”, la cual tuvo como objetivo investigar la percepción y las experiencias por parte de los actores locales sobre la cultura del vino, la identidad territorial y el turismo para el desarrollo local. Esta investigación fue documental y bibliográfica que incluyó estudios de sitios web, así como la información recopilada a través de entrevistas a profundidad a los grupos rurales de desarrollo y municipios locales. Los autores concluyeron que la cultura del vino, el paisaje y el patrimonio favorecen a la actividad turística, ya que generan valores de diversidad e identidad que son importantes en el desarrollo rural.

García y Parejo (2019) en su investigación “Enoturismo y Corcho en Alentejo: Una oportunidad pendiente” la cual tuvo como objetivo principal exponer el potencial del turismo enológico como alternativa de desarrollo local en el sur de Portugal. Esta investigación fue de un enfoque cualitativo y la información recopilada fue mediante la observación, entrevistas semiestructuradas y a profundidad, mientras que los participantes fueron los propios actores locales. Los autores concluyeron que existen un alto potencial en las bodegas vitivinícolas y que los propios pobladores han construido su espacio para empezar esta actividad relacionada con el turismo del vino.

Montiel, Díaz y Solano (2019) en su artículo de investigación “Las buenas prácticas para el enoturismo sustentable en el Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California, México. Un enfoque desde las Ciencias Sociales y Administrativas” la cual tuvo como objetivo analizar y determinar las buenas prácticas del enoturismo desde el punto de vista de las actividades de la región Ensenada. En la investigación se usó como metodología de tipo cualitativo, descriptiva, para la recolección de datos se utilizó una entrevista semiestructurada mientras que para el análisis de datos se desarrolló las herramientas de Atlas Ti. Los autores concluyeron que el fortalecimiento de la cultura del vino en el turismo enológico es importante en las buenas prácticas que presenten los visitantes en el Valle de Guadalupe.

Así mismo, Tafel y Szolnoki (2020) en su investigación “Estimating the economic impact of tourism in German wine regions” tuvo como objetivo evaluar el impacto económico del enoturismo en las regiones vitivinícolas alemanas, la cual se desarrolló un modelo multiplicador, además se aplicó 4448 cuestionarios en 13 regiones vitivinícolas alemanas con el fin de recolectar información sobre el comportamiento y características del viajero que practican el enoturismo. Los autores concluyeron que el enoturismo genera un impacto económico en las regiones vitivinícolas generando ingresos de 26.400 millones de euros.

De acuerdo, Chiodo et al. (2020) en su investigación “Wine routes and sustainable social organization within local tourist supply: Case studies of two italian regions” tuvo como objetivo investigar las percepciones y actitudes de las bodegas frente a las rutas del vino como herramienta para mejorar su atractivo turístico a

nivel regional. Se realizó un enfoque comparativo desarrollando encuestas y entrevistas a profundidad a algunas bodegas de las regiones de Abruzzo y Toscana. Los autores concluyeron que mientras más complejo sea el servicio que se ofrezca más satisfechas se encuentran las bodegas respecto a la gestión de las rutas del vino.

Santos (2020), en su investigación “Turismo enológico: oferta turística de las bodegas en la ruta del vino de altura de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013-2018”. En esta investigación se planteó como objetivo. Conocer la repercusión que tiene la producción vitivinícola en relación con el turismo. En esta investigación se usó el diseño descriptivo. Para la recolección de datos se empleó mediante entrevistas, además de la observación en las bodegas y revisión de documentos oficiales. En conclusión, la oferta turística que se le ofrece al turismo enológico se acomoda a las necesidades de los turistas, como a las necesidades de los productores de vino. En la investigación se puede apreciar que, si bien faltan tareas por realizar respecto al sector enoturístico, las experiencias que brindan las bodegas destacan las diversidades de actividades que se aprecian los enoturistas que hacen el recorrido más interesante.

Según, Kosulnikova et al. (2020) en su artículo de investigación “Cluster approach to development of wine and gastronomy tourism in Volgograd region”, la cual tuvo como objetivo analizar las posibilidades de la industria de producción y cultivo del vino en el desarrollo de la región de Volgogrado para aumentar el atractivo turístico de la región. Para la investigación se usó el enfoque de clúster, uniendo el apoyo de los viticultores y productores del vino, así como las empresas turísticas y hospitalarias de la región. Los autores concluyeron que la región de Volgogrado necesita la base del clúster e introducir la prestación de servicios turísticos y recreativos a la población local, esta investigación busca aclarar los problemas sociales y económicos en la región debido al desarrollo de actividades no agrícolas tales como: turismo enológico y gastronómico.

Serra, Ramón y Vachiano (2021) en su artículo de investigación “Increasing Sustainability through Wine Tourism in Mass Tourism Destinations. The Case of the Balearic Islands”. En esta investigación se planteó como objetivo explorar la contribución potencial de la actividad enoturística en un destino mediterráneo en

temas de desarrollo sostenible, económico y cultural. En esta investigación se llevó a cabo a través de un trabajo de campo a unas 200 bodegas. Finalmente, se llegó a la conclusión de que existe un gran potencial de la actividad enoturística, ya que el desarrollo del enoturismo puede contribuir no solo en el desarrollo sostenible, sino también diversificar la economía en la actividad turística.

Robinson (2021) en su investigación “Rural food and wine tourism in Canada’s south okanagan valley: Transformations for food sovereignty?” la cual tuvo objetivo analizar la contribución potencial del turismo enológico y gastronómico para el desarrollo de la soberanía alimentaria en el Valle de Okanagan del Sur. La investigación utilizó un enfoque apreciativo, mientras que para la recolección de datos se utilizó las entrevistas semiestructuradas. El autor concluyó que los participantes vieron oportunidades futuras para que el turismo enológico y gastronómico sirviera como propósito de transformación que beneficiaran a los lugareños, los visitantes y el medio ambiente. Los resultados de la investigación podrían utilizarse para inspirar un diálogo académico, comunitario y político a través de las cualidades de los destinos de turismo gastronómico y enológico en temas de desarrollo de la agricultura, el consumo de alimentos hacia la región local, el apoyo a las economías locales y la sostenibilidad ambiental.

Por último, tenemos a Brochado, Stoleriu y Lupu (2019) en su artículo de investigación “Wine Tourism: a multisensory experience” cuál tuvo como objetivo principal identificar los principales temas de las experiencias sensoriales de las bodegas del Duero. La investigación utilizó para la recolección de datos, reseñas en línea por los turistas, publicados en el sitio web TripAdvisor referidos a las experiencias de sus visitas en las bodegas. Los autores concluyeron que los sentidos de la vista, gusto y oído son las reseñas más mencionadas mientras que el tacto y el olfato son las menos mencionadas, estos hallazgos hacen referencia a las experiencias vividas por los turistas contribuyendo a una mejor comprensión de los actores locales hacia los gustos y preferencias de los visitantes.

A continuación, se presentan las teorías que sustentan el tema de investigación, de esta forma se dejará en claro las bases conceptuales que guiará la presente investigación.

La teoría del turismo se fundamenta según Acerenza (2006) quien menciona que el turismo es un fenómeno que abarca varias disciplinas de las ciencias sociales que aportan a un entendimiento de esta actividad como: la sociología, la psicología, la antropología y la economía (p. 16). El autor manifiesta que el turismo es una industria dinámica que requiere de varias capacidades, abarcando desde el comportamiento del ser humano en aspectos de relaciones, roles y motivaciones hasta conocer más sobre las costumbres y tradiciones de la sociedad en un ámbito en la actividad turística y como esto ha llevado a rasgos de desarrollo en las comunidades.

Ibáñez y Cabrera (2011) definen al turismo como un fenómeno de viaje que realiza una persona para trasladarse y pernoctar en un lugar dentro de un tiempo no menor a 24 horas con el fin de realizar actividades de ocio, sin la necesidad de recibir un salario, ni realizar funciones laborales (p. 32). El turismo es una actividad humana de carácter personal que trae consigo la motivación y necesidad de viajar para satisfacer nuevas experiencias de ocio. Creando una diversificación de opciones turísticas como la visita de lugares fuera de su contexto habitual, viviendo experiencias e intercambios culturales y sociales (Guerrero y Ramos, 2014, p. 32).

El turismo es también una industria que requiere la capacidad de adaptarse a las necesidades de los turistas, ya que la satisfacción y el disfrute del visitante son la prioridad de los destinos y empresas turísticas, por ello nace el turismo enológico como una modalidad para diversificar la actividad turística desde un punto donde el cliente requiere de nuevas ofertas turísticas no existentes.

Elías (2006) lo define como los viajes y permanencias de turistas que buscan saber el entendimiento del panorama, los trabajos y el entorno donde se produce el vino (p. 64). El autor añade que estas actividades enoturísticas incrementan el conocimiento de los visitantes, además que ayudan a mejorar el desarrollo de los sectores vitivinícolas.

Por tanto, el turismo enológico es una oferta turística que ofrece experiencias a los visitantes que gustan de temas relacionados con el vino, ya que los ayuda a gozar, comprender, educarse y apreciar el proceso, edificación de las bodegas, las tradiciones y costumbres de las personas y todo lo relacionado al producto del vino.

Terruños (2015) también manifiesta que el enoturismo ofrece: oportunidades en la superficie terrestre, en la sociedad, en los productores y en los turistas, generación de beneficio económico en la población local, aumento de puestos de trabajo, fortalecimiento de la identidad cultural, diversificación del mercado y el respeto del patrimonio natural y cultural (p. 29).

Vintur (2005) menciona que el desarrollo del enoturismo se entiende como las actividades enoturísticas de ocio y tiempo libre dedicadas al encuentro y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su espacio (p. 5). Esta entidad menciona que el desarrollo del enoturismo en un destino se basa en tres pilares importantes como el territorio, la cultura del vino y el turismo. El territorio parte desde el espacio donde se practica actividades relacionadas con el vino como las visitas a las bodegas y viñedos; la cultura del vino que es el eje central se relaciona con actividades relacionadas con el vino como la enología, viticultura, festividades y gastronomía; mientras que el turismo se ve como producto turístico lo cual está constituido por la ruta enológica que se desarrolla en regiones vitivinícolas donde se incluye no solamente a visitas de viñedos y bodegas sino a la oferta turística que tiene estas regiones añadiendo así recursos turísticos, equipamiento turístico, infraestructura y la superestructura.

Figura 1: Los pilares del enoturismo



Fuente: VINTUR (2005)

Elías (2006) menciona que el enoturismo parte del entorno en el que se desarrolla físicamente, que es en el medio rural (p.56). Estos espacios son zonas de baja densidad demográfica, tienen una economía asentada principalmente por la agricultura y la ganadería, por lo general estos espacios rurales forjan organizaciones sociales y formas de vida tradicionales que contribuyen a fortalecer la diversidad e identidad cultural (Valdez y Ochoa, 2015, p.11). En efecto, cualquier actividad turística que no se desarrollen en entornos no urbanos, está constituido por un tipo de turismo, un claro ejemplo es el turismo rural que implica integrarse en la población local, preservando y mejorando el entorno de una manera sostenible.

El medio rural además de ser un espacio, puede ser también un lugar productivo como fuente de servicios, tomando como base la agricultura y la ganadería para luego transformarlo en un espacio de servicios (Elías, 2006, p.64). el autor hace énfasis en los aspectos comerciales que dicha actividad puede generar beneficiando al sector privado como también a la comunidad.

Por tanto, el turismo rural, según la OMT (2019) es un tipo de turismo donde el visitante vive una experiencia única, relacionado principalmente por actividades vinculadas a la naturaleza, la agricultura, la cultura y estilos de vida de las comunidades tradicionales (p.35). Así mismo Valdez y Ochoa (2015) mencionan que el segmento de turistas que viven esta experiencia del turismo rural encuentran su lado más humano y sensible con el ambiente rural, además del valor y respeto por su cultura (p.13).

En el enoturismo, el turista no solamente es un observador durante sus visitas a comunidades que cohabitan en espacios rurales, sino que son personas que tienen la gran oportunidad de experimentar un encuentro activo con la comunidad durante su estadía en ella, donde podrá conocer no solo la zona vitivinícola sino las bodegas y los viñedos, proceso de elaboración del vino, embotellado y esto acompañado de la arquitectura, el entorno natural y la gastronomía local.

La cultura del vino es el eje central del turismo enológico, según Terruños (2015) durante las etapas de viaje se percibe el vino como alimento, paisaje, tradición, cultura, historia, arte, salud, convivencia, disfrute compartido y que nos

ayuda a estimular integralmente a la sociedad (p.43). Igualmente, Puig (2015) menciona que la cultura del vino es un concepto que va más allá de la degustación, el uso social o los rudimentos de enología y viticultura que puedan tener muchos aficionados y conocedores (p. 12).

En un sentido amplio, Terruños (2015) menciona que el enoturismo es también un segmento del llamado turismo cultural debido al variado complejo cultural en referencia al vino, ya que nos acerca a la historia, tradiciones y conocer más de los pueblos vitivinícolas (p.27). Desde el punto de vista del autor esta variante del turismo engloba aquellas actividades enoturísticas que incorporan ciertas manifestaciones culturales relacionadas con el vino, además en la búsqueda de conocimientos y recursos culturales.

Por tanto, el turismo cultural es definido por la OMT (2019) como los movimientos de personas que realizan un tipo de actividad turística en el que el objeto de visitar, descubrir y adquirir información para satisfacer necesidades culturales como atractivos o productos en un destino (p.31). En algunos destinos culturales, el vino forma parte de la cultura milenaria, esto con el tiempo se ha transformado en un producto turístico como factor de satisfacción para generar conocimientos, experiencias y encuentros trascendentales entre los visitantes.

Las bodegas son un punto importante cuando se visita algún destino enológico, para Elías (2006) las bodegas son el espacio de producción donde se transforma el fruto de la vid en mosto y luego para su respectiva elaboración de vino (p. 153). Además, este espacio ha cumplido una misión de ser un espacio social, como lugares de reunión, reunir a grupos o en muchos casos desarrollar actividades relacionados con la enología.

Es así como la bodega tiene un especial carácter de atractivo para los visitantes, anteriormente hemos mencionado sobre las posibilidades que aporta dentro de la modalidad del turismo enológico, como saber sobre los procesos de elaboración y también la degustación explicada de los vinos que ofrecen cada bodega de una forma particular. Otro de los aspectos que puede ofrecer la visita a una bodega es la posibilidad de que los visitantes comprendan los productos que ofrece el lugar.

Es importante definir el término de enología, para Puig (2015) la enología es la ciencia del conocimiento, la elaboración y la conservación del vino. Además, menciona que la enología nace como arte a partir de estudios científicos de personajes como; Chaptal, Rozier y Fabroni. Actualmente, es considerada como una ciencia moderna, luego de los estudios de pasteurización de Louis Pasteur que ayudaron a salvar la industria alimenticia y vinícola en el siglo XIX (p. 73).

La viticultura también es parte del turismo enológico, el mundo agrario que analiza las técnicas del sembrado hasta la cosecha de la vid. Todo este proceso estudiado es considerado como ciencia básica que tiene como finalidad conseguir los mejores frutos para elaborar vinos de calidad (Puig, 2015, p. 72).

Las costumbres y tradiciones que tienen las distintas zonas vitivinícolas, recogen un sinnúmero de manifestaciones y fiestas vinculadas a la uva el vino, como por ejemplo la vendimia, un ritual dedicados a la espera o llegada del nuevo vino.

Por otro lado, la OMT (2019) menciona que el enoturismo es un subtipo del turismo gastronómico cuya motivación es realizar actividades relacionadas con las visitas de bodegas y viñedos y su relación con el arte culinario como realizar catas o maridajes en un lugar donde se produce o vende vinos (p.45).

El turismo gastronómico es entendido como una actividad que se califica por el afán de que la experiencia del visitante está ligado a la comida, productos y actividades relacionados al mundo culinario. Además de las experiencias gastronómicas que se lleva el visitante, ellos también pueden realizar otras actividades como: visita a productores artesanales locales, ser partícipes de ferias o festividades gastronómicas y participar a clases de cocina (OMT, 2019, p.45).

Puig (2015) nos dice que el uso gastronómico del vino se da por la decisión de una persona profesional conocido como sommelier, experto en maridaje para hacer una combinación perfecta entre el vino y la comida (p. 81).

El turismo enológico es utilizado para promocionar un destino y el vino como parte de un producto turístico, pues en Europa se crean rutas enológicas para enriquecer mejor la experiencia de turista, así como herramienta de desarrollo local en el territorio.

Miranda y Fernández (2011) mencionan que la mejor forma de organizar el turismo enológico es la de crear rutas o itinerarios donde estén integradas las productoras de vino además de permitirle al turista conocer los recursos turísticos que caracterizan al destino visitado (p. 159).

Para Elías (2006) una ruta turística es aquel itinerario que reúne varios centros turísticos o que enlaza diversos recursos (p.195). Por tanto, una ruta turística trata de potenciar el territorio donde se desarrolla la actividad turística a partir de los recursos que representen y sustenten el espacio. Estas rutas ya se les puede considerar un producto turístico donde hablamos de recursos, equipamientos turísticos y la infraestructura como parte complementaria que forman el producto en sí.

Por ello la OMT (2019) menciona que para darse un producto turístico se debe combinar elementos tangibles e intangibles como recursos naturales, culturales y antrópicos, así como también la planta turística como servicios y actividades de gran interés para el turista que son comercializados como destino a través de canales de distribución para los posibles clientes y que genera una experiencia turística integral en las personas (p. 19).

Hoy en día el turista busca resolver sus necesidades básicas a través de servicios de alojamiento, transporte, alimentación, pero a su vez de realizar actividades que verdaderamente le motiva, por eso nace la ruta enológica como alternativa temática para los amantes del vino.

Para López, Guzmán y Sánchez (2008) una ruta enológica consiste básicamente en crear uno o varios productos turísticos en una misma área geográfica y que se encuentre con la señalización respectiva para identificar las diferentes bodegas y demás atractivos relacionados con la elaboración del vino u otros sitios de interés (p.163).

También Terruños (2015) menciona que las rutas del vino es una propuesta diferente que va mucho más allá de tan solo degustar y comprar un vino en sí, ya que existen actividades creativas diferentes para conocer el mundo del vino (p. 16). Por ello se debe reunir todos los posibles recursos alrededor del vino y crear un producto turístico enfocados en temas enológicos para los visitantes es una buena

alternativa de mostrar los atractivos que posee una localidad pasando por las actividades tradicionales de los viñedos y la elaboración del vino como también festividades, ferias, catas, etc.

Los recursos turísticos también forman parte complementaria de una ruta el MINCETUR (2018) considera que estos son los bienes naturales, culturales y humanos ya sean materiales e inmateriales, muebles o inmuebles que existen en un lugar que por su particularidad poseen un potencial que puede presentarse un interés entre los turistas (p. 14).

El equipamiento turístico es un elemento fundamental para el funcionamiento de un producto turístico, en este caso para una ruta enológica, ya que está relacionado principalmente con los servicios que necesita un turista para satisfacer sus necesidades y mejorar la satisfacción del destino elegido.

Para Boullón (2006) el equipamiento incluye todo aquel establecimiento administrado por una entidad pública o privada que se dedica a prestar servicios turísticos básicos (p. 42). Estos equipamientos están presentes en el espacio territorial para facilitar al turista su visita en dichos lugares turísticos, esto con la iniciativa de complemento de servicios que necesitan los visitantes.

Para posibilitar el funcionamiento de una ruta enológica es necesario mencionar también a la infraestructura, es decir los bienes y servicios con la que cuenta un destino para sostener las actividades turísticas.

Boullón (2006) menciona que la infraestructura es el conjunto de bienes y servicios con lo que cuenta una zona para equilibrar las organizaciones sociales y productivas, es decir forman parte la salud, la educación, las viviendas, el transporte, las comunicaciones y la energía (p. 47). Como menciona el autor la infraestructura es la que permite el buen uso de los recursos y de la planta turística.

Boullón (2006) refiere que la superestructura incluye a todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, responsables de optimizar y modificar, si es necesario, la funcionalidad de cada componente del sistema, así como de armonizar su relación para crear condiciones favorables para la producción y el negocio de muchos servicios que componen los productos turísticos (p.50).

En el área del enoturismo, podemos identificar organizaciones públicas y privadas que han asegurado que la actividad que se genera en un destino este en constante aumento con el fin de mejorar el desempeño de los actores involucrados que se dedican al enoturismo e implementar una gestión integral, modelo que tiene como objetivo contribuir a asegurar la calidad del servicio ambiental, social y cultural en todos los ámbitos.

El punto de vista de los actores de una ruta enológica, esto corresponde a la inclusión de la población local que es el recurso humano necesario para el desarrollo del enoturismo. En esta zona encontramos a los propietarios del viñedo o bodega para quienes se encargan de la vendimia, más precisamente, el trabajo en el campo, a través de viticultores, vendedores, guías o encargados de realizar visitas y rutas turísticas

El capital humano es de primordial importancia en cualquier actividad económica, pero para las industrias de servicios como el turismo es aún más importante porque la experiencia no se puede repetir, por eso la formación es tan importante. El factor clave para poder cumplir o superar las expectativas de turistas que visitan este lugar.

Dado que el producto vitivinícola se posiciona como producto turístico, es necesario crear conciencia entre los turistas, porque los turistas son tan importantes como el producto de la vid. También la comunidad local es un factor de gran importancia en el desarrollo del turismo, especialmente en la creación de itinerarios turísticos en la región donde se establece, por un lado, se beneficia principalmente del desarrollo de esta actividad, se crean nuevos puestos de trabajo, se mejora y diversifica la prestación de los servicios ya existentes,

En cuanto al tipo de enoturistas que gustan de realizar este tipo de actividades enoturísticas, un estudio realizado por Charters y Ali-Knight (2002) analizan esta segmentación tomando en cuenta sus valores, actitudes y estilos de vida. Según este estudio existen cuatro grupos de enoturistas:

El primer grupo es considerado como los amantes del vino, que son los turistas que tienen un alto conocimiento en asuntos enológicos, siendo el motivo primordial de su viaje, catar diferentes tipos de vino, comprar botellas y aprender

en el mismo lugar de los hechos además de estar muy interesado en la gastronomía local.

El segundo grupo es sobre los entendidos del vino, que son turistas que no tienen un alto conocimiento en temas enológicos, pero que conocen muy bien el mundo del vino, siendo su motivación primordial de viaje el de llevar a la práctica lo que han aprendido en diferentes actividades relacionadas con el vino.

El tercer grupo es el llamado los interesados del vino, que son los turistas que no tienen ninguna formación y conocimiento sobre asuntos enológicos, pero que su principal motivo de viaje es el de conocer algunas bodegas como un acompañamiento de otras actividades que se realizan durante su visita en el destino elegido.

El cuarto y último grupo de enoturistas son los iniciados al vino, turistas que por motivo de tener nuevas experiencias se acercan al mundo enológico sin tener ningún conocimiento sobre el tema (p. 7).

Sobre el desarrollo, Barroso y Flores (2010) mencionan que surge de dos conceptos, como son el desarrollo y los recursos, que son la base fundamental de la sociedad y la economía de los pueblos menos desarrollados. El autor también menciona elementos evolutivos del desarrollo originados a partir una unificación alternativa; el desarrollo igualitario, dirigido a complacer las necesidades humanas tanto tangible como intangibles; el desarrollo endógeno, dotación que dispone cada sociedad y que se configuran a una visión de futuro; desarrollo autónomo, que cada territorio dependa de sus propios recursos en el medio cultural y natural; desarrollo ecológico, consiste en utilizar responsablemente los recursos naturales de una manera equitativa, teniendo en cuenta su disponibilidad para las futuras generaciones; y desarrollo con transformación estructural, refiriéndose a la creación de condiciones favorables para autogestión y la intervención de los pobladores para la toma de decisiones de una manera conjunta (p.43).

La teoría del desarrollo local se sustenta desde un enfoque endógeno, que según Gallicchio y Winchester (2003) consiste en hacer crecer el territorio recibiendo el apoyo de inversiones, recursos humanos y recursos económicos (p.17). Así mismo, Casanova (2004), citado por Quintero (2008) puntualiza en la

necesidad de la intervención del estado como también la participación de la comunidad para potenciar sus propios recursos (p.94). Los autores nos mencionan que el desarrollo endógeno está enfocado en permitir a las comunidades organizar sus propios recursos ya existentes en su territorio con la facilidad de una intervención externa para mejorar la capacidad de utilizar los recursos en el ámbito territorial.

Es así que el territorio deja de convertirse en un actor más del desarrollo a convertirse en el entorno principal donde se establecen las relaciones sociales y económicas, de esta forma se genera un enfoque de desarrollo local donde los principales puntos de discusión en el territorio serían la participación del estado, la interacción entre los habitantes, la cooperación de instituciones sindicales, gremios, empresas y el gobierno.

Por otro lado, el término del desarrollo, Carvajal (2011) lo define como un proceso que debe ser construido desde una perspectiva social, cumpliendo con dos propósitos fundamentales como: el cubrir las necesidades básicas de una persona y la libertad de oportunidades humanas y colectivas (p.11). Tal como menciona Carvajal, el desarrollo es un procedimiento de expansión, es decir pasa de ser algo físico o geográfico a transformarse en el entorno externo, ya que implica establecer relaciones sociales y económicos en un aspecto donde el derecho que tiene una persona sea concretado con el tiempo.

Según Camelo y Ceballos (2012) menciona que lo local no solo es un espacio geográfico donde se origina hechos relacionados con personajes públicos y sociales ni en las acciones de un territorio delimitado, sino más bien la capacidad de cómo manejar la gestión local produciendo valores y bienes en los habitantes de una manera adecuada (p.21).

Resaltando los términos desarrollo y local citamos a Barroso y Flores (2010), quien une estos dos términos y lo definen como acciones concretas donde los actores sociales, económicos, públicos o privados de un determinado lugar para generar cambios radicales que requiera un territorio en problemas y así encontrar una solución a través de sus mismos recursos (p.63). Así mismo, Quintero (2008) lo define de la siguiente manera, como un grupo de sectores; político, institucional,

económico y social que buscan de manera conjunta un propósito en común que es el bienestar, convivencia y calidad de vida para los habitantes de un determinado territorio (p.91).

Como se puede apreciar en los conceptos generados por los autores mencionados coinciden que el desarrollo local busca mejorar el nivel de vida de los habitantes de las localidades aprovechando de sus propios recursos territoriales y de la sociedad local que le permita continuar con su propio proceso de desarrollo. La importancia de tomar en cuenta el desarrollo local como una alternativa que integra y revaloriza una comunidad, una apuesta basada en la necesidad de construir un espacio territorial en una época de globalización.

Camelo y Ceballos (2012) expresan que una modalidad alternativa de turismo puede representar una opción para la promoción del desarrollo local, el enoturismo es capaz de involucrar a la población que posee los recursos naturales y culturales, promoviendo de forma equitativa la producción de riqueza y calidad de vida de los pobladores.

Vásquez y Melián (2008) se refiere al turismo enológico como un modelo económico, sostenible y social en el medio rural, capaz de potenciar la competitividad de un territorio determinado, incrementando y mejorando la producción vinícola y condiciones de vida de los pobladores, así como respeto del medio ambiente (p.162). El autor también menciona que la creación de una ruta enológica sería una herramienta esencial para el desarrollo local.

Desde una visión multidimensional, el desarrollo local presenta cuatro dimensiones básicas según, Gallicchio y Winchester (2003) estas son: ambiental, económica, sociocultural y política.

La dimensión ambiental está referida a las características potenciales de los recursos naturales a fin de consolidar la sostenibilidad como modelo de desarrollo en el medio ambiente (Gallicchio y Winchester, 2003, p. 103).

García (2015) expresa la necesidad de proteger la naturaleza y sus recursos, esto ha generado propuestas como la sostenibilidad que desde un enfoque ecológico se plantean situaciones reales para generar un cambio en la sociedad. Desde esta perspectiva, se considera el desarrollo sostenible como el factor de

desarrollo local en el medio ambiente, de esta manera se invita a mitigar la escasez de recursos y la necesidad de generar un cambio mediante nuevas estrategias y acciones en la forma de producción, explotación de recursos y consumo (p.12).

El desarrollo ambiental establece el indispensable trabajo la sociedad con la naturaleza, así como el apoyo en conjunto con los gobiernos, empresas privadas y organismos a fin de generar una mesa de diálogo que permitan aportes específicos para la protección de los ecosistemas estableciendo nuevas formas de producción y establecer un desarrollo más amigable con el entorno.

En cuanto a la dimensión económica, Gallicchio y Winchester (2003) expresan que esta “vincula a la creación, acumulación y distribución de riqueza” (p.103) además menciona que esta dimensión nace del cambio tecnológico y organizativo en los sistemas de producción local producidos principalmente por la globalización económica.

Carvajal (2011) manifiesta que esta dimensión nace como un proceso de desarrollo focalizado en aspectos económicos, donde el sector público y privado laboran en conjunto con la sociedad local para afrontar nuevos obstáculos de competitividad en el mercado con el fin de mejorar el nivel de vida de la población (p.31).

El desarrollo económico según Alburqueque (2003) es un proceso evolutivo de la economía y la sociedad en conjunto, orientado principalmente a superar los obstáculos y exigencias del contexto actual (p. 12). Debido a la creciente competitividad y el mundo globalizado la mayor preocupación es entablar la sostenibilidad para mejorar las condiciones de vida de los pueblos. Para esto se requiere la actuación de varios actores locales que fomente la actividad económica a microempresas, pequeñas y medianas tanto del sector privado como público a fin de constituir un dinamismo exógeno del mundo empresarial.

El turismo es una de las actividades con mayor crecimiento y de desarrollo turístico debido al incentivo que genera en la economía de las localidades a través de la entrada de divisas, así como originar empleo en la población, aspectos que se consideren una opción para incentivar la actividad turística como complemento del desarrollo local (Huizar, 2018, p. 27).

Terruños (2015) afirma que al fomentarse el turismo enológico favorece el desarrollo económico y turístico de las zonas rurales debido a su ubicación puedan generarse como nuevos polos receptivos de turismo enológico contribuyendo a la generación de empleo y bienestar (p. 6).

Por consiguiente, la dimensión sociocultural se fundamenta en lo mencionado por Gallicchio y Winchester (2003) señalando que está referida a la calidad de vida equidad e integración social de la comunidad (p. 103).

Alburquerque (2001) menciona que los valores sociales y la identidad cultural desempeñan un rol importante para el proceso evolutivo del desarrollo local (p. 27). La confianza de la organización social, la cultura y valores de los pobladores explica las circunstancias de cooperación y participación de la comunidad local, lo que fomenta el fortalecimiento del desarrollo cultural y del bien social el desarrollo del social de los territorios vitivinícolas, se contribuye generalmente a fomentar el respeto por la naturaleza, la integración e interacción de los pueblos a fin de facilitar el uso racional de los recursos naturales.

Por último, pero no menos importante se encuentra la dimensión política que según Gallicchio y Winchester (2003) está vinculado a la gobernanza e institucionalidad del territorio y a la definición de un proyecto específico, autónomo emprendido por los actores locales.

Para Rodríguez, 1998 (citado de Huizar, 2018) la actuación de las autoridades y de los organismos a través de políticas territoriales deben fomentar el desarrollo económico a fin de crear entornos favorables a los pobladores y empresas y así impulsar la creación de entornos locales favorables para conseguir una mayor competitividad y potenciar el desarrollo local de la comunidad (p. 23).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo básica, la cual tiene como objeto de estudio aportar información de un problema y llevar a la práctica las necesidades que se plantean (Baena, 2014, p.11),

Así mismo se usa un enfoque cualitativo que desde el punto de vista de Hernández, Fernández y Baptista (2014) se apoyan más en una lógica exploratoria y descriptiva que van de lo particular a lo general, este método nos ayuda a comprender la realidad desde diferentes puntos de vista (p. 8).

El diseño que se emplea es el fenomenológico, que se define como la investigación que explora, describe y comprende las vivencias de los individuos a base de un fenómeno determinado con el fin de encontrar sucesos de una situación en común (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 493).

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Desde una visión multidimensional, el turismo enológico es tomado como unidad temática de estudio. También la investigación presenta tres categorías que fueron tomadas por los tres pilares del enoturismo de VINTUR (2005) estas son: espacio del vino, cultura del vino y ruta enológica. Mientras que las subcategorías fueron tomadas desde las bases conceptuales de cada una de las categorías mencionadas.

A continuación, se precisan todas las categorías y subcategorías, que son estudiadas en la presente investigación.

Tabla n. °1: Categorización del enoturismo

Unidad Temática	Categorías	Subcategorías
Turismo enológico	Categoría 1° Espacio del vino	Viñedos
		Bodegas
	Categoría 2° Cultura del vino	Enología
		Viticultura
		Festividades

	Categoría 1° Ruta enológica	Gastronomía
		Recursos turísticos
		Equipamiento turístico
		Infraestructura
		Superestructura

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Escenario de estudio

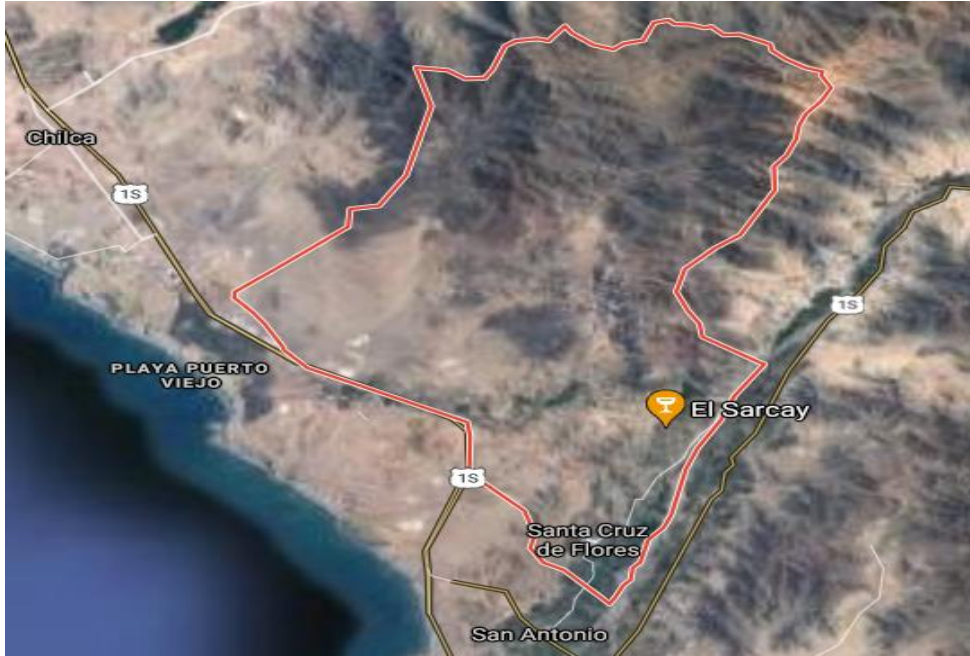
La presente investigación se realiza en los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca, el cual son dos de los 16 distritos que conforman la provincia de Cañete.

Santa Cruz de Flores se encuentra ubicado aproximadamente a una hora y a una altura del km 82 de la panamericana sur de la ciudad capital de Lima, con una superficie de 100,06 km² y una altitud de 85 m.s.n.m. Cuenta con atractivos en sus paisajes y ambientes campestres, además de contar con un clima húmedo. Así mismo tiene una población aproximada de 3,186 (INEI, 2020, p. 87). La principal actividad económica del distrito la constituye la agricultura y de esta se desprenden otras actividades como la vitivinícola, de la cual el lugar es reconocido como “La capital del vino y del buen pisco”.

Por otra parte, Chilca es un territorio que se encuentra ubicado aproximadamente en el km 64 al sur de Lima, con una superficie de 481,20 km² y una altitud de 3 m.s.n.m. Cuenta con una amplia playa y un imponente templo católico; así como por sus lagunas que según lugareños poseen propiedades curativas. Así mismo, cuenta con una población aproximada de 23,568 habitantes (INEI, 2020, p. 87). Esta tierra es conocida como “La capital del higo y la granada” debido a su abundante producción de estos frutos donde además se elaboran derivado de ellos como; licores, dulces, helados, mermeladas, etc.

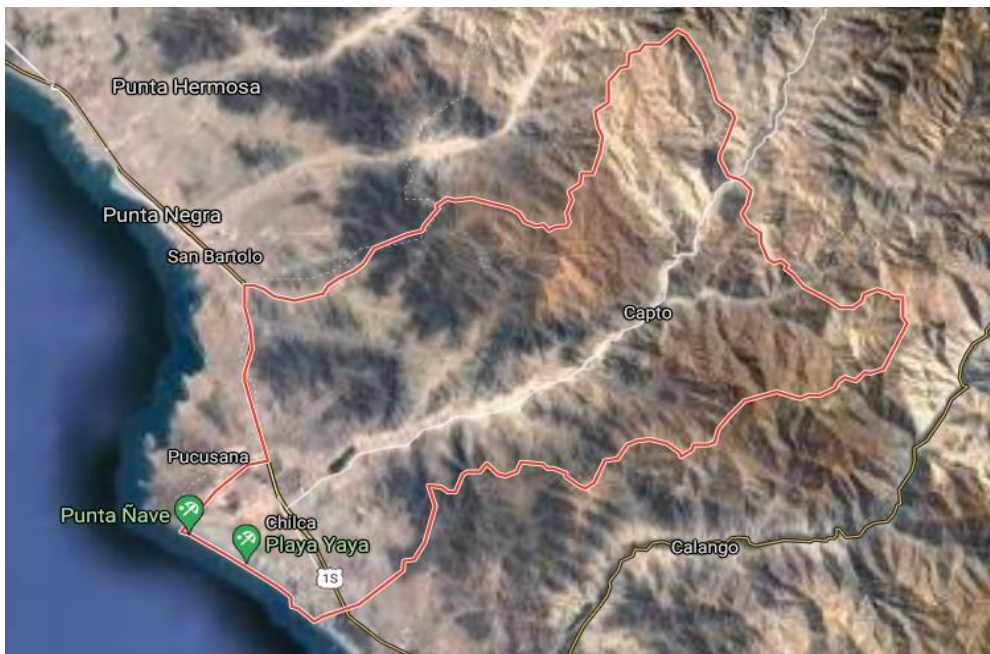
A continuación, se muestra el mapa de los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca:

Figura 2: Ubicación del distrito de Santa Cruz de Flores



Fuente: Google Maps (2021)

Figura 3: Ubicación del distrito de Chilca



Fuente: Google Maps (2021)

3.4 Participantes

Este trabajo de investigación al ser de enfoque cualitativo no es necesario determinar una muestra mediante una fórmula estadística, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) en las investigaciones cualitativas la muestra nos es relevante para el investigador desde una perspectiva probabilística

(p.382). Los participantes que se tomaron en cuenta en la presente investigación fue determinada por conveniencia, ya que para Velasco et al. (2002) se seleccionan a las unidades de estudio que se encuentren disponibles al momento de la recolección de datos (p.18).

Sobre los criterios de inclusión, los participantes de esta investigación fueron seleccionados de acuerdo a su lugar de residencia, en este caso pobladores que sean mayores de edad dentro de las localidades de Santa Cruz de Flores y Chilca. Entrevista a dueños de las bodegas vitivinícolas en temas de percepción del turismo enológico como desarrollo local, así mismo a actores locales (pobladores y empresas y gestores turísticos). Por otro lado, sobre el criterio de exclusión no se consideraron pobladores menores de edad y a los que no tienen lugar de residencia en los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la investigación, se aplicó la técnica de entrevista y observación para la recolección de datos, mientras que los instrumentos empleados fueron la guía de entrevista y la ficha de observación. Para Monje (2011) la entrevista es una técnica diseñada para adquirir respuestas verbales a situaciones o preguntas directas entre el entrevistador y el entrevistado (p.134). Por otro lado, tenemos a la observación que para Monje (2011) es observar y registrar la información de un objeto, actividad o fenómeno con un mínimo de capacidad sin interferencia del investigador (p.153). Por ende, la ficha de observación nos permite registrar información sobre los recursos, equipamientos e infraestructura existente en el lugar.

3.6 Procedimiento

El procedimiento que se empleó en el desarrollo de la presente investigación, fue la recopilación de trabajos de investigaciones previos y teorías como; artículos científicos indexados internacionales, así como también de revistas, boletines informativos y libros. Por otro lado, se aplicó las técnicas de estudio para la recolección de datos en el lugar donde se desarrolla la investigación.

Para el estudio, los datos fueron recolectados por medio de una entrevista semiestructurada, el cual responderá a las interrogantes planteadas permitiendo así obtener la información necesaria y relevante para la investigación. El desarrollo

de cada una de las entrevistas será solicitado previo aviso a las personas para solicitar su colaboración en la investigación, exponiendo los alcances y objetivos de la misma, y de esa forma buscar lograr el consentimiento para la realización de la entrevista para luego formular las preguntas referentes a la unidad temática.

Para finalizar la información recolectada fue previamente transcrita en Word para su posterior análisis del contenido de las guías de entrevistas y de observación, con la intención de responder las interrogantes del problema de investigación.

3.7 Rigor científico

Para el estudio cualitativo se cuenta con los siguientes criterios de investigación, según Niño (2011) la validez consiste en buscar medir la variable de un instrumento de manera precisa (p. 87). En referencia a la validez del contenido de nuestro instrumento fue revisado por tres profesionales especializados en la carrera de administración en turismo y hotelería de la Universidad Cesar Vallejo.

Otro de los criterios que se optó en la investigación es la confiabilidad la cual es una exigencia que asegura la veracidad de la información a fin de medir con exactitud los resultados del instrumento aplicado (Niño, 2011, p. 87). Por ello de la evaluación de nuestro instrumento a especialistas y analistas que permitirá detectar ciertas dudas acerca de su elaboración y así obtener la información suficiente que requiere la investigación.

Tabla n.º 2: Validación de expertos

N.º	Nombre del experto validador	Institución de procedencia	Promedio de validez
1	Zevallos Gallardo, Verónica	Universidad Cesar Vallejo	94%
2	Salvador García, Claribel Rosario	Universidad Cesar Vallejo	90%
3	Ruiz Palacios, Miguel Ángel	Universidad Cesar Vallejo	90%

Fuente: Elaboración propia

3.8 Método de análisis de datos

El análisis de datos de la presente investigación, se desarrolló de manera exhaustiva, donde la información fue estudiada de manera minuciosa. Para Niño (2011) sostiene que el análisis de los datos ayuda a “conceptualizar las relaciones, conclusiones, consecuencias y resultados que surjan de la información obtenida” (p.103), en donde se pudo evaluar a través del instrumento, la guía de entrevista.

Para ello se utilizó el método de análisis de contenido y codificación que para Hernández, Fernández y Baptista (2010) la codificación nos permite identificar las experiencias o piezas que van a ser categorizadas o codificadas y agrupadas que permitirán interpretar los datos (p.427), con esto se pudo desarrollar un análisis diferenciado de forma objetiva separando los componentes temáticos, pues de estos surgieron las preguntas específicas de la investigación, donde se establecieron diversas categorías. En el caso de las entrevistas, las informaciones obtenidas fueron transcritas a partir de los audios grabados, tal cual como fueron registradas, después se analizaron e identificaron las respuestas y por medio de ello se realizó la redacción de los resultados de acuerdo a los componentes temáticos.

3.9 Aspectos éticos

En esta investigación se consideró ciertas bases éticas; logrando que se respete los derechos de cada autor citado; la veracidad y credibilidad de información que se obtuvo fue de manera verídica sin ningún tipo de alteración; respeto a la privacidad y opinión de los entrevistados, además se usó correctamente las citas y referencias de acuerdo al manual de norma APA.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

En el presente capítulo, se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo, en el cual se utilizaron las técnicas de la entrevista y la observación; todo ello, con el objeto de analizar como el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca.

A lo largo del trabajo de campo se recolectaron datos sobre las categorías que facilitan el turismo enológico en el desarrollo local, las cuales están conformadas por el espacio del vino, la cultura del vino y la ruta enológica.

Con respecto al primer objetivo específico de la presente investigación, que fue analizar como el espacio del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; de acuerdo a las respuestas de los entrevistados, los espacios del vino, los paisajes, los recursos naturales, las bodegas y los viñedos contribuyen al desarrollo local en cada actividad enoturística para buscar el desarrollo ambiental y sostenible en las localidades.

Sobre los viñedos, los entrevistados mencionan que se fomenta la conservación de los recursos y del medio ambiente con actos sociales donde de parte de los pobladores “cada bodega debería tener sus tachos de residuos” (E1), otros nos mencionan sobre reducir “el uso de plásticos” (E4) en los establecimientos, así lo confirma los establecimientos donde venden una “botella de vino, volvemos a comprar a las mismas personas, los lavamos y lo volvemos a reutilizar” (E1). Los entrevistados también mencionan que la práctica del enoturismo ayuda en la concientización y preservación de los espacios del vino, ya que se debe “incentivar a los turistas a hacer buen uso de los recursos” (E3), “concientizando a los visitantes” (E5), “sobre su importancia de lo que la naturaleza produce” (E9), ya que “la producción de los recursos de la vid hace que vea una sostenibilidad” (E2). Además, la visita a estos lugares fomenta en los visitantes la valoración y mayor conocimiento del enoturismo; pues aquí “pueden aprender más sobre la elaboración de los vinos desde su inicio” (E2); una manera de brindarle una experiencia distinta al turista es mostrarle los campos de cultivo, donde los visitantes pueden “conocer, caminar por las chacras y conocer los procedimientos

de cultivo, como pueden ver toda la zona es verde principalmente de frutas y la uva, conocer el abono, la poda y todo eso” (E3).

El espacio del vino se relaciona directamente con la naturaleza, los paisajes, los recursos y los espacios del vino como los viñedos, bodegas y puestos de venta, estos lugares deben ser cuidados por los visitantes como también los pobladores, la concientización del medio ambiente debe ser plasmado en cada experiencia que visita un turista desde conocer, caminar o participar en alguna actividad enológica fomentando así el desarrollo sostenible en la localidad.

En cuanto a las bodegas, el enoturismo ayuda a la comercialización y venta de los productos que se ofrecen, generando así mayores beneficios económicos como “empleo y calidad de vida” (E3); además de “generar más ganancias en las familias” (E4); para otros “es un medio de vida, bueno en general a todas las personas que se dedican a esto generan un trabajo” (E2) y un poquito “más de ingreso y también ingreso para las personas que quieran trabajar” (E9), “yo les he dado educación con puras ventas nomas” (E6). Los entrevistados también mencionan que las bodegas deben buscar aumentar sus ingresos creando un espacio o un “ambiente donde la gente se pueda sentar y disfrutar de los vinos” (E1); agregando “quizá una cata, de vino y pisco” (E3); y así el turista pueda “conocer que aquí hacen vinos de calidad, entonces la gente pueda venir y visitar” (E1); los “productos que ofrecen las vitivinícolas no solo en su gente que lo realizan, sino que son producidos artesanalmente y que son más saludables para el paladar del turista” (E4); “que ya no se conservan hoy en día en muchas producciones por ello es necesario se reconozca este producto” (E2). Comentario)

Respecto al segundo objetivo específico de esta investigación, que fue analizar como la cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete 2021; de acuerdo a lo manifestado por los entrevistados, mencionan que las bodegas, la enología, la viticultura, las festividades y la gastronomía fomentan el desarrollo local, específicamente en el desarrollo económico y sociocultural.

Sobre la viticultura y enología, los entrevistados dicen que las personas que buscan adentrarse más al mundo del vino con su participación en las técnicas de

sembrado, cosecha y elaboración deberían ser aprovechados como recursos para dar a conocer y donde participe también el turista, ya que será un beneficio que se llevara, la experiencia de conocer más a fondo los productos de vino desde su trabajo en el campo hasta su embotellado, “traería beneficios tanto en los visitantes como en los productores” (E4); por ejemplo “para el turista sería conocer mejor el proceso de campo de la uva” (E3) porque mucho de ellos “quieren vivir la experiencia y si tú le invitas a participar en eso van a vivir más la experiencia y conocer más a fondo la producción del vino” (E1); “desde el cultivo hasta el embotellado en los productores, porque mejorarían sus ventas y promoción de sus productos” (E4).

Sobre las festividades relacionadas con el vino los entrevistados mencionan que forman parte también del desarrollo local porque ahí las empresas dedicadas al rubro turístico asisten a “eventos como ferias donde las bodegas vitivinícolas ofrecen sus productos, vinos y piscos y diferentes licores, macerados, etc.” (E5) donde invitan a las productoras “nosotros vamos llevando la mermelada, el vino de higo, pisco de higo, todo lo que es derivado de higo” (E7) con el fin de promocionar, vender y comercializar sus productos a lo que ellos atribuyen un beneficio económico; ya que “hay llegan más turismo, en lo que es la feria, la feria de los helados ahí participamos” (E8). Según los entrevistados, la gastronomía también contribuye a una mejora en las ventas de vinos locales debido a las alianzas entre bodegas y restaurantes “casi el 80% de los restaurantes trabajan con bodegas y ahí también, es una forma de vender” (E2), “hasta ellos nos compran vinos” (E6) para luego llevarlo a su local para usarlos como puntos de ventas, una estrategia comercial para aumentar sus ventas y crear lazos sociales entre actores locales.

En cuanto al tercer objetivo específico que fue analizar como una ruta enológica permitirá el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, de acuerdo a las respuestas dadas por los intervenidos se puede decir que existen recursos turísticos potenciales para la creación de una ruta enológica.

Respecto a los recursos turísticos que tiene el distrito de Santa Cruz de Flores se muestra que todos los entrevistados consideran potencial turístico a la plaza de armas con su reloj de las cuatro caras y la iglesia matriz de Santa Cruz de Flores, “Santa Cruz es uno de las cuatro zonas a nivel nacional que tienen esta arquitectura

a nivel del Perú lo que convierte en un atractivo, este reloj” (E3). Asimismo, se menciona a “los paisajes naturales, el valle de Azpitia” (E4), lugar donde se puede apreciar el valle de mala, lugar conocido como el balcón del cielo. Otros mencionan a ciertas actividades como “los deportes extremos que son ya en sí atractivos” (E4), estas actividades deportivas son el ciclismo, canopy, columpio extremo paseo a caballo y en cuatrimotos. Por otro lado, se comenta que los turistas “mayormente vienen por su comida y bodegas” (E1), estos platos típicos son principalmente el picante florino y el tamal florino, mientras que existen en total 16 bodegas vitivinícolas en el distrito. Por otro lado, en Chilca se menciona a las “lagunas de Salinas” como principal recurso turístico ya “que brindan propiedades curativas y es por lo que los turistas más vienen a conocer” (E5); la iglesia matriz nuestra señora de la asunción es otro de los atractivos más resaltantes, este monumento está ubicado “en la plaza de armas que es de un estilo barroco” (E9); las playas son otro de los recursos “el lugar que más van la gente es a la playa [...] algunos van a conocer la cueva del pirata que hay, Yaya (E7); los casos de los ovnis son un motivo, “ya que acuden al museo del señor Víctor, donde el habla de los avistamientos y todo eso” (E8).

En la ficha de observación, se indica que no todos los recursos turísticos que posee el distrito de Santa Cruz de Flores y Chilca están debidamente inventariados, pero si se encuentran en buen estado de conservación para recibir la visita de turistas.

El equipamiento turístico facilita a los visitantes en su estadía o ruta; Con respecto al servicio de alojamiento en Santa Cruz de Flores los entrevistados mencionan que se encuentran en un estado deficiente, ya que cuentan con poca planta hotelera para los turistas, “en hospedajes no hay muchas, cerca de 5 y solo trabajan o se llenan en fechas festivas” (E2); asimismo, para el caso de los restaurantes los entrevistados mencionaron que se encuentran en un estado eficiente porque los establecimientos son pequeños, pero que pueden recibir un servicio adecuado por parte del turista “aquí los restaurantes son pequeños” (E3), “y en Azpitia hay dos más sofisticados podría decirse” (E5), es así que, lo mencionado en las entrevistas se pudo comprobar mediante la observación, pues, que Santa Cruz de Flores en servicios de alojamiento cuenta con 5

establecimientos y que se encuentran en un buen estado, mientras que en servicios de alimentación cuenta con buenos restaurantes que ofrecen el servicio de menús y platos típicos, sobre otros servicios relacionados con el turismo se pudo constatar que no existe una agencia de viajes en el distrito así nos confirmó un entrevistado “Aquí no hay una agencia de viajes” (E3), también se pudo confirmar que existen otros servicios relacionados con el turismo específicamente en el poblado de Azpitia como el alquiler de cuatrimotos, servicio de canopy, venta de souvenirs y productos tradicionales del distrito.

Por otro lado, en Chilca en temas de servicios de alojamiento cuenta con una buena cantidad de establecimientos de hospedaje, ya que hay “bastantes hoteles que pueden recibir al turista” (E7), en cuanto a restaurantes existe una buena oferta restaurantera en el distrito y que están aptas para recibir visitantes, esto lo corroboran los resultados de la observación sobre la presencia de una cantidad considerada de establecimientos de hospedaje y restaurantes, sobre otros servicios relacionados con el turismo tenemos alquiler de cuatrimotos, venta de artesanías, ventas de productos derivados al higo y granada. Además, si cuenta con una caseta de información turística ubicada en la laguna milagrosa en el poblado de Salinas, pero que no está habilitada.

Con respecto a la infraestructura, según la ficha de observación, existen una facilidad de acceso debido a las carreteras que unen a ambos distritos además que cuentan con los diferentes medios de transporte para el fácil acceso de los visitantes a los recursos y servicios turísticos: Santa Cruz de Flores cuenta con los servicios básicos como, centros de salud, vías de acceso, energía eléctrica y agua, con relación a la cobertura móvil del distrito; todos los entrevistados indicaron que cuentan con una señal regular porque el distrito tan solo cuenta con coberturas como Claro y Bitel, pero que tienen problemas de comunicación en ciertos sectores tanto los vecinos como los visitantes que llegan al distrito. Por otro lado, en Chilca cuenta con servicios básicos como, centros de salud en algunos anexos del distrito, vías de acceso en un estado regular, energía eléctrica, agua y desagüe, y cobertura móvil sin ningún impedimento para los pobladores y visitantes.

Sobre la superestructura en Santa Cruz de Flores es eficiente debido al apoyo del gobierno local, donde la municipalidad fomenta al turismo enológico con ciertas

actividades como ferias, concursos y festividades, como la vendimia, el día del pisco sour, Concurso anual de piscos y vinos a fin de impulsar y promocionar al distrito como un destino enológico, las empresas turísticas también participan en las actividades organizadas por la municipalidad donde las bodegas vitivinícolas y artesanías ofrecen sus productos como vinos, piscos, licores, macerados, etc.; mientras que en Chilca existe un déficit de apoyo del gobierno local en el turismo enológico, ya que no realizan muchas actividades a favor del turismo, tan solo se realiza el festival del higo, por ello las empresas turísticas no tienen una plataforma donde puedan promocionar, vender y dar a conocer sus productos.

4.2 Discusión

El objetivo general de la investigación fue analizar como el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021. Según los resultados, se puede evidenciar que el espacio del vino puede atribuir a mejoras en las zonas rurales en temas desarrollo ambiental, sostenible y económico, la cultura del vino aporta tanto en los pobladores locales como en los visitantes desarrollo social y cultural; mientras que una ruta enológica beneficiaria a todos los actores locales de los distritos en temas de desarrollo económico, ambiental, sociocultural y político. Al respecto Martínez y Morales (2016) corroboran los resultados aduciendo que el turismo del vino es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo local y que genera una mejor posición económica en las familias que laboran en esta actividad y sobre la valoración del paisaje y de los recursos patrimoniales de parte de los pobladores locales y turistas. Por tanto, el turismo del vino se encuentra relacionado con el espacio y la población y esto está experimentando un crecimiento como una alternativa de desarrollo rural en las zonas rurales, donde ayuda a los actores locales no relacionadas directamente con el mundo del vino, pero que contribuyen significativamente a fortalecer el enoturismo en temas ambientales, sociales, culturales, políticas y económica a favor del sector territorial.

El primer objetivo fue analizar como el espacio del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021. Los resultados obtenidos evidencian como el espacio del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; se pudo determinar que los

espacios del vino (las bodegas y los viñedos) pueden contribuir al desarrollo local en cada actividad enoturística que se practique en Santa Cruz de Flores y Chilca, concientizando e incentivando a que cada visitante y poblador cuiden de estos espacios con el fin de que sea aprovechado para buscar el desarrollo ambiental y sostenible en los distritos mencionados; por lo que, Elías (2005) menciona que se debe considerar al espacio del vino como un complemento del turismo enológico y que puede facilitar la posibilidad de proteger esos espacios con las opciones diferentes de integrar el entorno natural con los recorridos urbanos. Por lo tanto, el turismo enológico fomenta la conservación de los recursos y del medio ambiente con actos sociales de concientización a los gestores turísticos, población y visitantes. Al respecto Montiel, Díaz y Lozano (2019) corroboran los resultados obtenidos aduciendo que las buenas prácticas que realizan los locales y turistas frente a actividades enoturísticas contribuyen a fortalecer el turismo sostenible principalmente en los recursos naturales y culturales que son significativos para el desarrollo medioambiental y social en los destinos. Por lo tanto, la actividad enoturística debe ser manejada por la población tomando en cuenta medidas de protección y conservación de los espacios naturales para que estos perduren en el tiempo de una manera más sostenible; comprobando la afirmación de García (2015) quien expresa la necesidad de proteger la naturaleza y sus recursos, esto se puede generar con propuestas de sostenibilidad que desde un enfoque ecológico plantean situaciones reales para generar un cambio en la sociedad.

Sobre los viñedos, según los resultados obtenidos, la visita a estos lugares fomenta en los visitantes la valoración del espacio del vino; tal es así que Valdez y Ochoa (2015) afirman que el segmento de turistas que vive la experiencia enoturística encuentran su lado más humano y sensible con el ambiente rural, además de valorar y respetar a la naturaleza y a la cultura local. Asimismo, Serra, Ramón y Vachiano (2021) sostienen que el enoturismo contribuye al desarrollo rural beneficiando a las zonas turísticas, fomentándose una mejora sostenible y equilibrada en términos estrictamente medioambientales.

En las bodegas, el enoturismo ayuda a la comercialización y venta de los productos que se ofrecen, generando así mayores beneficios económicos, puestos de trabajo, calidad de vida y brindar una mejor educación a los hijos de las familias

productoras; como lo confirma Tafel y Szolnoki (2020) en su investigación atribuyen al impacto económico que genera la actividad enoturística en las regiones vitivinícolas; asimismo, Terruños (2015) indica que el turismo enológico favorece el desarrollo económico y turístico de las zonas rurales debido a su ubicación puedan generarse nuevos polos receptivos de visitantes lo cual contribuye a la generación de empleo y bienestar.

El segundo objetivo fue analizar como la cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021. Los resultados obtenidos determinaron que la enología, la viticultura, las festividades y la gastronomía fomentan al desarrollo local, específicamente en el desarrollo económico y social en Santa Cruz de Flores y Chilca. Estos resultados guardan relación con lo estudiado por De Uña y Villarino (2019) quienes demostraron que la cultura del vino junto con el paisaje y patrimonio favorecen a la actividad turística, ya que generan valores de diversidad e identidad que son importantes en el desarrollo rural.

Sobre la viticultura y enología, estos pueden generar mayor conocimiento en las personas que buscan adentrarse más al mundo del vino. Desde una perspectiva conceptual Puig (2015) afirma que la enología es la ciencia del conocimiento, la elaboración y la conservación del vino, además, menciona que viticultura también es parte del turismo enológico, el mundo agrario que analiza las técnicas del sembrado hasta la cosecha de la vid, por ello la producción artesanal del vino deben ser conocidos por el turista tanto las técnicas de cosecha, sembrado y cultivo; y deberían ser aprovechados como recursos para dar a conocer y donde participe también el turista, ya que será un beneficio que se llevara, la experiencia de conocer más a fondo los productos de vino desde su trabajo en el campo hasta su embotellado; así como lo atribuye Brochado, Stoleriu y Lupu (2019) en su investigación, la cual tuvo como conclusión que la participación directa y las experiencias vivenciales de los turistas amantes del vino contribuyen a una mejor comprensión del proceso de elaboración del vino, una forma en que los actores locales se ajusten a los gustos y preferencias de los visitantes para incentivar su desarrollo turístico en las localidades.

Sobre las festividades relacionadas con vino forman parte también del desarrollo económico porque ahí las bodegas y demás empresas dedicadas al rubro turístico asisten a ferias, shows artísticos y demás eventos con el fin de promocionar, vender y comercializar sus productos a lo que ellos atribuyen un beneficio económico para el desarrollo local. La gastronomía también ha contribuido a una mejora en las ventas de vinos locales debido a las alianzas entre bodegas y restaurantes donde estos incluyen como ingrediente el vino y como maridaje en algunos platos típicos representativos de los distritos además de usar el local como puesto de venta, una estrategia comercial para aumentar sus ventas y crear lazos sociales entre actores locales. Estos resultados son similares a los obtenidos por Robinson (2021) quien, en su investigación resalta que se debe existir un diálogo comunitario entre el turismo gastronómico y enológico en temas de desarrollo, el apoyo a las economías locales y la sostenibilidad ambiental.

El tercer objetivo fue analizar como una ruta enológica permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021. Los resultados obtenidos determinaron que los distritos cuentan con alto potencial en los recursos turísticos, mientras que el equipamiento e infraestructura se encuentran en óptimas condiciones para la creación una ruta enológica y fomentar el desarrollo turístico local a favor de la población. García y Parejo (2019) concuerdan con estos resultados porque en su investigación concluyeron también que existe un alto potencial en las bodegas vitivinícolas en Alentejo al sur de Portugal, de esta forma los propios pobladores han construido su espacio para empezar la actividad del turismo del vino y promocionar sus recursos como alternativa de desarrollo local. Igualmente, Santos (2020) sostiene que la oferta turística enológica se debe acomodar a las necesidades de la demanda, como a las necesidades de los productores de vino. Se puede apreciar que las condiciones del sector enoturístico diversifican las actividades en las localidades y buscan la mejor forma de organizar una ruta que hace encontrar un recorrido más interesante para el turista, ya que encontrará todos los servicios turísticos adecuados, tal y como lo menciona Miranda y Fernández (2011) quienes manifiestan que la mejor forma de organizar el turismo enológico es la de crear rutas o itinerarios donde estén integradas las productoras de vino además de permitirle al turista conocer los recursos turísticos que caracterizan al destino visitado. Ante ello, la OMT (2019) menciona que, para que

un producto turístico llamativo debe combinar ciertos elementos tangibles e intangibles como recursos naturales, culturales y antrópicos, así como también la planta turística, servicios y actividades de gran interés para el turista.

Los recursos turísticos con los que cuenta Santa Cruz de Flores son el Cerro la Cruz, la Plaza de Armas con el reloj de cuatro caras, el valle de Azpitia, las bodegas vitivinícolas y los deportes extremos practicados en el río Mala; mientras que en Chilca se encuentran las lagunas, playas como Ñave, San Pedro y Yaya, el cerro Lapa Lapa, la plaza de armas e iglesia colonial de Nuestra Señora de la Asunción, museo taller de Víctor Tumay y el cerro Bandurria, estos recursos turísticos naturales y culturales no se encuentran inventariados, pero se encuentran en buenas condiciones de para desarrollar una ruta enológica, a lo que López-Guzmán y Sánchez (2008) aducen que una ruta enológica debe encontrarse con una señalización respectiva para identificar las diferentes bodegas y demás atractivos relacionados con la elaboración del vino u otros sitios de interés.

El equipamiento turístico en Santa Cruz de Flores es básico, cuenta con un número reducido de servicios turísticos como, establecimientos de hospedajes y restaurantes, agencias de viajes, a esto Kolsunikova et al. (2020) encontró el mismo problema en su investigación donde comenta la necesidad de crear una base clúster e introducir la prestación de servicios turísticos y recreativos a la población local. Mientras que en Chilca existen una cantidad considerable de establecimientos de hospedajes y restaurantes, cuenta con una caseta de información turística ubicada en la laguna milagrosa en el poblado de Salinas, pero que no está habilitada. Sobre las bodegas vitivinícolas Santa Cruz de Flores cuenta con 16 bodegas, por otro lado, en Chilca cuenta con 1 condiciones favorables para recibir visitantes. Al respecto Chiodo et al. (2020) en su investigación corrobora los resultados atribuyendo a que mientras más complejo sea el servicio, las rutas del vino serán más satisfechas y bien recibidas por el turista. El equipamiento son un elemento fundamental para el funcionamiento de un producto turístico, en este caso para una ruta enológica, ya que está relacionado principalmente con los servicios que necesita un turista para satisfacer sus necesidades y mejorar la satisfacción del destino elegido. Así como lo atribuye Boullón (2006) indicando que el equipamiento se dedica a prestar servicios turísticos básicos y estos pueden

facilitar al turista su visita en dichos atractivos, esto con la iniciativa de complementar los servicios necesarios en un recorrido enoturístico.

La infraestructura en Santa Cruz de Flores y Chilca, existen una facilidad de acceso debido a las carreteras que unen a ambos distritos, además que cuentan con los diferentes medios de transporte para el fácil acceso de los visitantes a los recursos y servicios turísticos, también se cuenta con servicios básicos como agua, luz y desagüe, sobre las telecomunicaciones solo Chilca cuenta con acceso a todas las redes móviles, mientras que en Santa Cruz de Flores existe una dificultad de señal en algunas zonas. La infraestructura son un elemento importante para el funcionamiento de una ruta enológica, los servicios básicos que posee un destino deben ser los adecuados para que la práctica enoturística se lleve de la mejor manera, a lo que Boullón (2006) sostiene que los bienes y servicios con que cuenta un destino deben ser fundamentales para el buen uso de los recursos y de la planta turística.

La superestructura en Santa Cruz de Flores es eficiente debido al apoyo del gobierno local, donde la municipalidad fomenta al turismo enológico con ciertas actividades como ferias, concursos y festividades, a fin de impulsar y promocionar al distrito como un destino enológico, las empresas turísticas también participan en las actividades organizadas por la municipalidad; mientras que en Chilca existe un déficit de apoyo del gobierno local en el turismo enológico, ya que no realizan muchas actividades a favor del turismo, por ello las empresas turísticas no tienen una plataforma donde puedan promocionar, vender y dar a conocer sus productos. Por tanto, la superestructura debe dar soporte a la actividad turística, así lo manifiesta Boullón (2006) donde menciona que son los encargados de optimizar y modificar, si es necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como de armonizar sus relaciones para facilitar la producción y negocios de servicios que integran el producto turístico.

V. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las siguientes conclusiones de la investigación.

1. Se analizó que el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021, ya que contribuye de forma positiva en aspectos ambientales, socioculturales, económicas y políticas a favor de la población. Los espacios del vino, la cultura y la ruta enológica fomentan la sostenibilidad, identidad cultural, ingresos económicos y desarrollo turístico en los distritos.
2. Los espacios del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021, debido a que las actividades que se desarrollan en los viñedos, bodegas y alrededores fomentan la conservación, valoración y concientización de los recursos naturales de dichas localidades con la participación de los turistas y pobladores locales, además de que las visitas a estos lugares, generan diversos puestos de trabajo, incremento en los ingresos económicos para el sustento de las familias mejorando el estilo y calidad de vida en la localidad.
3. La cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021, pues la enología, la viticultura, las festividades y la gastronomía fortalecen la identidad cultural en los pobladores debido a que la cultura del vino forma parte de sus labores cotidianas; asimismo, la participación de los turistas en actividades enológicas genera un mayor conocimiento, valores culturales y enriquece la experiencia del visitante.
4. La ruta enológica permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021; ambas localidades cuentan con un alto potencial para desarrollar el turismo enológico, pues poseen recursos turísticos capaces de atraer visitantes; cuentan con un equipamiento turístico bueno para el recibimiento de los turistas; sobre la infraestructura Santa Cruz de Flores le falta mejorar, pues si bien cuentan con servicios de transporte, sanidad, energía y salud , no cuenta con todos los servicios de conectividad móvil, mientras que en Chilca sobre el equipamiento no cuenta con una caseta de información turística.

VI. RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan las siguientes recomendaciones con relación a los hallazgos encontrados en la investigación.

1. Se recomienda a los gobiernos locales de Santa Cruz de Flores y Chilca, implementar al turismo enológico en los planes estratégico concertados para en los distritos, así también generar alianzas estratégicas con las empresas privadas del rubro turístico para que se trabaje de manera conjunta a favor del desarrollo turístico enológico; realizando más actividades turísticas donde participe la población local, las autoridades y los visitantes. Además, se debe mejorar, actualizar la información y oferta turística en las plataformas digitales como página web y redes sociales (Ver anexo 10).
2. Con respecto a los espacios del vino, se recomienda a los gestores municipales turísticos de Santa Cruz de Flores y Chilca crear programas de concientización, sostenibilidad, y aprovechamiento de los recursos en los distritos, también se debe incentivar a las bodegas y viñedos a crear nuevas actividades enológicas para el turista como, catas de vinos, maridajes, paseo por los viñedos, trabajos de viticultura.
3. Sobre la cultura del vino, se recomienda a la población local participar activamente en las actividades, festividades turísticas y enológicas que se desarrollan en el distrito; a los restaurantes locales, incluir los vinos como ingrediente principal en los platos además de usar instalaciones como puntos de venta para apoyar a las bodegas vitivinícolas.
4. En cuanto a la ruta enológica, se recomienda al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la creación de esta ruta temática para la promoción de actividades correspondientes al turismo enológico en los distritos de Santa Cruz de Flores y Chilca, añadiendo a esta ruta los recursos turísticos más resaltantes y actividades complementarias (Ver anexo 9).

REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.
- ACEVIN (2018). *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España*. Dinamiza Asesores.
- AgEconPlus & Gillespie Economics (2019). *Economic Contribution of the Australian Wine Sector 2019*. AgEconPlus & Gillespie Economics.
- Alburquerque, F. (2001). *Desarrollo Económico Local y Descentralización en América Latina: Un análisis comparativo*. Santiago de Chile: CEPAL/GTZ.
- Arévalo, G. (2018). La ruta turística enológica en Querétaro y Baja California, México: Un enfoque estratégico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14 (2), 122-134.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la investigación*. Patria.
- Barroso, M., y Flores, D. (2010). *Teoría y estrategias de desarrollo local*. Universidad Internacional de Andalucía.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Trillas.
- Brochado, A., Stoleriu, O., y Lupu, C. (2019). Wine Tourism: a multisensory experience. *Current Issues in Tourism*, 24 (5), 597-615.
- Camelo, J. y Ceballos, L. (2012). *Desarrollo, sustentabilidad y turismo: una visión multidisciplinaria*. Universidad Autónoma de Nayarit.
- Carvajal, A. (2011). *Desarrollo Local: Manual básico para agentes de desarrollo local y otros actores*. Recuperado de
- Charters, S., y Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23 (3), 311-319.
- Chiodo, E., Giordano, L., Tubi, J., y Salvatore, R. (2020). Wine routes and sustainable social organization within local tourist supply: Case studies of two Italian regions (2020). *Sustainability (Switzerland)*, 12 (22), 1-18.

- De Uña, E., y Villarino, M. (2019). Linking Wine Culture, Identity, Tourism and rural development in a denomination of Origin Territory (Nw of Spain). *Cuadernos de Turismo*, (44), 533-539.
- Elías, L. (2006). *El turismo del vino otra experiencia de ocio*. Universidad de Deusto.
- Gallicchio, E., y Winchester, L. (2003). *Territorio Local y Desarrollo*. SUR Corporación de Estudios Sociales y Educación, Chile / Centro Latinoamericano de Economía Humana (CLAEH).
- García, I., y Parejo, F. (2019). Enoturismo y Corcho en Alentejo: Una Oportunidad Pendiente. *ISMAI – Centro de Publicaciones do Instituto Universitario da Maia*. 69-80.
- García, N., Gargallo, P., y Cabanes, B. (2018). Un marco teórico para delimitar el concepto de enoturismo sostenible desde un enfoque multi-nivel. *E3S Web of Conferences*, 50, 03002, 1-7.
- García, J. (2015). *Desarrollo sostenible: origen, evolución y enfoques*. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Gonzales, L., Gómez, V., y Sotés, V. (2017). La Cultura del Vino, motor del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas / The Wine Culture, a driver of the sustainable development of wine regions. *BIO Web of Conferences*, 9, 04003, 1-9.
- Guerrero, P., y Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*. Patria.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Educación.
- Huizar, M. (2018). *Desarrollo local y turismo en la región de Bahía de Banderas*. Universidad de Guadalajara.
- Ibáñez, R., y Cabrera, C. (2011). *Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional*. Serie Didáctica.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). *Perú: Proyecciones de Población, Según Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020*.

- Kosulnikova, T., Sizeneva, L., Sharapov, D. & Semenova, M. (2020). Cluster approach to development of wine and gastronomy tourism in Volgograd region. *E3S Web of Conferences*,
- López, T. y Sánchez, S. (2008): «La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas», *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (2), 159-171.
- Martínez, A., y Morales, F. (2016). El vino como recurso turístico para el fomento del desarrollo local. Una oportunidad para las comarcas del Vinalopó (Alicante) y el Altiplano Yecla-Jumilla (Murcia). *Cuadernos de Turismo*, 38, 263-295.
- Miranda, B., y Fernández, R. (2011). Vino, turismo e innovación: las Rutas del Vino de España, una estrategia integrada de desarrollo rural. *Estudios de Economía Aplicada*, 29 (1), 129-165.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad Surcolombiana.
- Montiel, J., Díaz, I., y Lozano, M. (2019). Las Buenas Prácticas para el enoturismo sustentable en el Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California, México. Un enfoque desde las Ciencias Sociales y Administrativas. *El Periplo Sustentable*, (37), 62-91.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193467294003>
- Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación*. Ediciones de la U.
- Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*. OMT.
- PromPeru (2017). Peruanos que vacacionaron en Cañete durante el 2017.
- Puig, E. (2015). *La cultura del vino*. UOC
- Quintero, J. (2008). *Turismo y desarrollo local en México*. Universidad de Guadalajara.

- Robinson, D. (2021). Rural food and wine tourism in Canada's south Okanagan valley: Transformations for food sovereignty? *Sustainability (Switzerland)*, 13 (4), 1-19.
- Santos, M. (2020). Turismo enológico: oferta turística de las bodegas en la ruta del vino de altura de los Valles Calchaquíes, provincia de Salta, República Argentina durante el período 2013-2018. Universidad Nacional de Quilmes.
- Sariego, I. (2015). Las rutas del pisco como elementos turísticos representativos de la cultura peruana. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1, 167-192.
- Serra, A., Ramón, J., y Vachiano, M. (2021) "Increasing Sustainability through Wine Tourism in Mass Tourism Destinations. The Case of the Balearic Islands. *Sustainability*, 13, 2481.
- Terruños (2015). *Enoturismo*. Fundación para la cultura del vino.
- Tafel, M., y Szolnoki, G. (2020). Estimating the economic impact of tourism in German wine regions. *International Journal of Tourism Research*, 22 (6), 788-799.
- Valdez, D., y Ochoa, B. (2015). *Turismo rural*. ITSON.
- Vásquez, G., y Melián, A. (2008). Rutas turísticas enológicas y desarrollo rural. El caso estudio de la denominación de origen Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba. *Papeles de Geografía*, 47(48), 159 – 170.
- Velasco, V., Martínez, V., Roiz, J., Huazano, F., & Nieves, A. (2002). *Muestreo y Tamaño de Muestra*. México: e-libro.net.
- VINTUR (2005). *Proyecto Vintur*. Vademecum del enoturismo Europeo.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Tabla N°3: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Unidad temática	Definición Conceptual	Categorías	Subcategorías	Metodología
<p>Problema General ¿Cómo el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021?</p> <p>Problemas Específicos ¿Cómo el espacio del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021? ¿Cómo la cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021?</p>	<p>Objetivo General Analizar como el turismo enológico permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021</p> <p>Objetivos Específicos Analizar como el espacio del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021 Analizar como la cultura del vino permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021</p>	Turismo enológico	Para Terruños (2015) el turismo enológico es una oferta turística que ofrece experiencias a los visitantes amantes del vino, los ayuda a gozar, comprender, educarse y apreciar el proceso, edificación de las bodegas, las	<p>Espacio del vino</p> <p>Cultura del vino</p>	<p>Viñedos</p> <p>Bodega</p> <p>Enología</p> <p>Viticultura</p> <p>Festividad</p>	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Diseño de investigación: Fenomenológico</p>

<p>Chilca, provincia de Cañete, 2021?</p> <p>¿Cómo la ruta enológica permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021?</p>	<p>Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021</p> <p>Analizar como la ruta enológica permite el desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021</p>		<p>tradiciones y costumbres de las personas y todo lo relacionado al vino.</p>		Gastronomía	<p>Técnicas:</p> <p>Entrevista y Observación</p> <p>Instrumento:</p> <p>Guía de entrevista y Ficha de observación</p>
				Ruta enológica	Recursos turísticos	
					Equipamiento turístico	
					Infraestructura	
					Superestructura	
					Población local	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Matriz de categorización

Tabla N°4: Matriz de Categorización

Unidad temática	Definición conceptual	Categorías	Subcategorías	Ítems	Instrumento
Turismo enológico	Para Terruños (2015) el turismo enológico es una oferta turística que ofrece experiencias a los visitantes amantes del vino, los ayuda a gozar, comprender, educarse y apreciar el proceso,	Espacio del vino	Viñedos	1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente? 2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) pueden fomentar la valoración del paisaje?	Guía de entrevista
			Bodega	3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y ventas de productos de vino o licores? 4. ¿Qué otras actividades deben ofrecer las bodegas para mejorar sus ingresos?	
		Cultura del vino	Enología	5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?	Guía de entrevista
			Viticultura	6. ¿Qué beneficios trae la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada)?	

	edificación de las bodegas, las tradiciones y costumbres de las personas y todo lo relacionado al vino.		Festividad	7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?	
				8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?	
			Gastronomía	9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica con los vinos locales del distrito?	
				10. ¿Qué opciones adicionales deben ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?	
	Ruta enológica		Recursos turísticos	11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?	Guía de entrevista y ficha de observación
				12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes en el distrito?	
			Equipamiento turístico	13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?	
			Infraestructura turística	14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?	

			Superestructura	15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico? Y ¿Cuáles serían sus sugerencias?	
				16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3: Instrumentos

GUÍA DE ENTREVISTA PARA LOS ACTORES LOCALES

Nombre del entrevistado: _____

Centro de labores del entrevistado: _____

Edad del entrevistado: _____

Fecha de entrevista: _____ Hora de la entrevista: _____

Lugar de la entrevista: _____

Responsable de la entrevista: _____

TEMA:

I. SOBRE: ESPACIO DEL VINO

¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?
¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) puede fomentar la valoración del paisaje?
¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y ventas de productos de vinos y licores?
¿Qué otras actividades deben ofrecer las bodegas para mejorar sus ingresos?

II. SOBRE: CULTURA DEL VINO

¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?
¿Qué beneficios trae la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada)?
¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?
¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?
¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica con los vinos locales del distrito?
¿Qué opciones adicionales deben ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

III. SOBRE: RUTA ENOLOGICA

¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?
¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes en el distrito?
¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?
¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?
¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico? Y ¿Cuáles serían sus sugerencias?
¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Fuente: Elaboración propia

FICHAS DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	
Categoría:	Tipo:
Subtipo:	Época de visita:
Ubicación del recurso:	
Descripción:	Foto:
Descripción sobre el acceso:	Actividades turísticas desarrolladas:
Estado actual:	

Fuente: Elaboración propia

SUBCATEGORIA: Equipamiento turístico

Establecimiento	Tipo	N	Observaciones
Alojamiento	Hotel		
	Apart-Hotel		
	Hostal		
	Albergues		
	Resort		
	Ecolodge		
	Otro: _____		
Alimentación	Restaurantes		
	Cafeterías		
	Quioscos		
	Comedores típicos		
	Otro: _____		
Esparcimiento	Discotecas		
	Bares		
	Casinos		
	Clubes deportivos		
	Otro: _____		
Otros servicios	Agencias de turismo		
	Guías de turismo		
	Agentes financieros		

	Bancos		
	Cajeros automáticos		
	Estacionamiento		
	Información turística		
	Otro: _____		

Fuente: Elaboración Propia

SUBCATEGORIA: Infraestructura

Infraestructura	Servicios	Si	No	Observaciones	Evidencia fotográfica
Transporte	Red de carreteras				
	Red de calles				
	Señalización vial				
	Señalización turística				
	Servicio de transporte				
Comunicaciones	Servicio de telefonía				
	Servicio de internet				
Sanidad	Red de aguas				
	Red de desagües				
	Recolección de basura				
	Centros de salud				

Energía	Red eléctrica				
	Acceso a combustible				

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4: Validación de los instrumentos



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

Lima, 14 de junio de 2021.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

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

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

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

Promedio de valoración: 94%



Mg. Verónica Zevallos Gallardo.
Coordinadora E.P. Administración en Turismo y Hotelería
Lima norte

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

Lima, 15 de junio de 2021.

Apellido y nombres del experto: Salvador Garcia Claribel Rosario

DNI: 40910480 Teléfono: 993808689

Título/grados: Doctora en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente Universidad César Vallejo

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

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

Promedio de valoración: 90



Dra. Claribel Salvador Garcia

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, junio del 2021

Apellido y nombres del experto: Ruiz Palacios Miguel

DNI: 43678006 Teléfono: -

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

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

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

Promedio de valoración: 90



FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 5: Consentimiento informado

Entrevistado 1:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Luis Baldemir Flores..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 27 de Septiembre..... del 2021



Firma del participante



(Entrevistador)

Celular para contactar: 917 857281

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 2:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Maria Arias Cuya..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 27 de Setiembre del 2021


.....
Firma del participante


.....
(Entrevistador)

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 3:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Indira Fatama Sebaya..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 27 de Setiembre del 2021


.....
Firma del participante


.....
(Entrevistador)

Celular para contactarlo 992450586

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 4:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Ronald Huapaya Luque..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 18 de Setiembre del 2021



Firma del participante



(Entrevistador)

Celular para contactarlo 930235261

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 5:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Percy OLIVARES..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:


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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 18 de Septiembre del 2021



Firma del participante



(Entrevistador)

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 6:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Norma Sebastian Yataco..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 02 de octubre del 2021

Norma Sebastian Yataco

Firma del participante

[Firma]

(Entrevistador)

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 7:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Julia Avelos de Modesto..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 02 de Octubre..... del 2021

Julia Avelos de M.

Firma del participante

[Firma]
(Entrevistador)

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 8:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Liana Candelario Flores Cusi..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 16 de octubre..... del 2021


.....

Firma del participante


.....

(Entrevistador)

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevista 9:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Wilder Pedro Pojvalo Diaz..... Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

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

Se me ha informado que:

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

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.

Santa Cruz de Flores/Chilca 16 de Octubre del 2021



Firma del participante



(Entrevistador)

Celular para contactarlo.....

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Entrevistado 10:

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, Manuel Angel Eguiluz Indico que se me ha explicado que formare parte del desarrollo del proyecto de investigación: "Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

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

Por lo expuesto, declaro que:

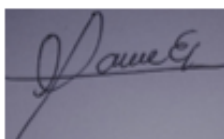
- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

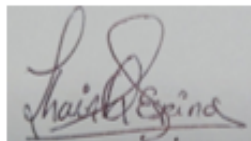
- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte del proyecto de investigación.]

Santa Cruz de Flores/Chilca 12 de octubre del 2021



.....
Firma del participante




.....
(Entrevistador)

Celular para contactarlo: 955010689

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador: briggith199517@gmail.com o eduardoquillasespino@gmail.com

Anexo 6: Transcripción de entrevistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
Número de registro: 01 (Entrevistado 1)	
Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair.	
Nombre de la población: Santa Cruz de Flores, Cañete.	
Fecha y hora de la entrevista: 27 de setiembre de 2021 / 12:45 pm.	
Fecha de llenado de ficha: 02 de octubre de 2021	
Tema: Patrimonio y recursos turísticos	
Informante: Bodega "Gran Maestro".	
Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.	
Observaciones: La entrevista se realizó en la bodega vitivinícola "Gran Maestro", usando la mascarilla y tomando en cuenta el distanciamiento social.	
Evidencia Fotográfica:	
	
Duración de entrevista: 19 minutos, 40 segundos.	
<p>1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?</p> <p>Bueno, por ejemplo, cuando hay visitantes para que no boten basura y no contaminen, yo creo que cada bodega debería tener sus tachos de residuos y seleccionados correctamente, como usted puede visualizar al frente nosotros contamos con depósitos de basura. Cada vez que nosotros</p>	

vendemos una botella de vino, volvemos a comprar a las mismas personas, los lavamos y lo volvemos reutilizar.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) pueden fomentar la valoración del paisaje?

Normalmente cada bodega cuenta con sus viñedos y debe ver recorridos y publicar en sus redes. En ese caso se recomendaría a las bodegas que tienen viñedos promocionar las visitas entres diciembre para que vean como se da la uva y en producción seria desde febrero hasta mayo para que vean como es su proceso.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y ventas de productos de vino o licores?

En el distrito mientras más producción hay y más ventas, eso va generar más empleo para la gente, más ingresos para el distrito ya que vienen visitantes gastan su plata en vino entonces ya genera trabajo para los ciudadanos.

4. ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Por ejemplo, acá en nuestra bodega debería haber un ambiente donde la gente se pueda sentar y disfrutar de los vinos, en este caso acá no lo tenemos, normalmente pueden degustar, pero no para tomar. Hoy en día la gente busca un lugar donde pueda relajarse en ese caso acá en Santa Cruz de Flores no hay como lugares campestres o restobares.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Debería ser conocido para que la gente venga más, deberían publicar en las redes sociales impulsar y hacer más publicidad en su negocio para que la gente pueda saber, conocer que aquí hacen vinos de calidad, entonces la gente pueda venir y visitar.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada) en el distrito?

Podría ayudar bastante, o sea la gente acá por ejemplo cuando viene un visitante van a un lugar y van a querer saber cómo es, quieren vivir la experiencia y si tú le invitas a participar en eso van a vivir más la experiencia y conocer más a fondo la producción del vino.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas se promueven en el distrito?

Por ejemplo, acá en las fiestas patronales realizan u obsequian vinos a los visitantes, cada visitante venia, tomaba. Degustaba y tal vez le gustaba y buscaban a la bodega y compraban. Aquí la vendimia, mejor dicho, en Azpitia hay un lugar campestre donde tienen su piscina y hacen la pisada de uva a lo antiguo, ponen su uva y lo chancan con pie. Los fines de semana existe una feria que realiza la municipalidad donde participan las bodegas para presentar sus productos done degustan y compran las personas que nos visitan.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Aquí si son bien organizados la gente, porque siempre salen programas del gobierno, que se organizan y presentan sus productos, además existe una asociación de bodegas que es PROCOMPITE donde se organizan eventos en conjunto con la municipalidad.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Acá mayormente Santa Cruz es conocido por su sopa seca y el picante florino, entonces hay una combinación, es bueno maridaje entre vinos y platos típicos de aquí de la zona ya que es una forma también de promocionar los vinos.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Una receta de platillos que lleven vinos o piscos sería una buena idea, si yo creo que es una forma también de apoyo entre restaurantes y bodegas y generar una mayor atracción.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

En Santa Cruz de Flores, aquí tenemos la cruz, que es un mirador, también las lomas de Azpitia y que es un lugar bien conocido también, después mayormente vienen por su comida y bodegas, además por los deportes que se realizan aquí.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos enológicos existentes en el distrito?

Acá en la plaza han hecho una caseta turística y ahí brindan información y de ahí debería a ver un guía y traerlos, realizar un tour por todas las bodegas ya que son cerca de 15, porque hay algunas bodegas que están escondidas y si hubiera un guía que los lleve porque hay bodegas que hacen buen vino y la gente no llega.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

Que, si están aptos, bueno se encuentran intermedio se podría decir, normalmente vienen visitantes y deberían enfocarse más en eso ya que los turistas buscan comodidad, porque a veces hay turistas que prefieren quedarse 2 días y debería a ver más hospedajes o también estos pueden hacer ofertas para invitar a los turistas quedarse un día más y favorecería a los visitantes y dueños.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Por ejemplo, aquí solo tenemos red Claro y Bitel, y hay visitantes que le gustan pagar con cuenta token o yape y muchas veces no le permite hacer eso por la señal u otra red en cambio si hubiera más señal de diferentes operadoras la gente gastaría más. Acá existe una posta medica pero que no está bien implementada, si sucede un accidente a un visitante de aquí tendrían que llevarlo a Cañete, aquí hay solo primeros auxilios como se dice. Sobre las carreteras aquí en el centro de Santa Cruz está bien, pero por ejemplo para dirección a Azpitia si esta trocha.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

La municipalidad, a través de la asociación de bodegas obsequian maquinas a las productoras y así las bodegas ponen más empeño para producir mejores vinos de calidad, en publicidad como usted puede apreciar no inculcan mucho en las redes, yo creo que las bodegas deberían crear su ubicación en google Maps y así los turistas ubicarlos rápidamente. También la municipalidad realiza eventos o ferias donde participan todas las bodegas y artesanos en fechas como el día del pisco sour, día del pisco, la fiesta patronal de la cruz.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

La municipalidad debería poner para que haya ingresos y genere empleos, por ejemplo, la municipalidad se alimenta de los impuestos, si más ventas hay más ingreso para el municipio y mejores obras para mejorar la infraestructura.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Deberían inculcarse más en publicidad, publicar más, como le digo acá las bodegas están un poco escondidas y los turistas prefieren irse a Azpitia y no degustan del vino, otro tema también es que las bodegas mejoren sus instalaciones que tengan un buen ambiente agradables para recibir a los turistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 02 (Entrevistado 2)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Santa Cruz de Flores, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 27 de setiembre de 2021 / 02:40 pm

Fecha de llenado de ficha: 03 de octubre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Bodega Vitivinícola "Andrés Arias Ayala" .

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en la vitivinícola "Andrés Arias Ayala" tomando en cuenta el distanciamiento social, el uso de la mascarilla y protector transparente que divide al entrevistado y entrevistador.

Evidencia Fotográfica:



Duración de entrevista: 13 minutos, 50 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?

La producción de los recursos de la vid hace que vea una sostenibilidad al igual que los turistas hace que las visitas y ventas mejoran el mantenimiento del medio ambiente.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) pueden fomentar la valoración del paisaje?

La manera está en que los turistas puedan conocer las áreas naturales y viñedos ya que de esa forma pueden aprender más sobre la elaboración de los vinos desde su inicio.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y venta de productos de vino o licores?

Para nosotros, es un medio de vida, bueno en general a todas las personas que se dedican a esto generan un trabajo y poder educar mejor a sus familias.

4. ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Bueno, normalmente aquí se hacen visitas guiadas, donde vienen los turistas se sientan y se le explica todo lo relacionado al vino además de contestar sus preguntas.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Porque es un recurso natural además de que es un producto artesanal que ya no se conservan hoy en día en muchas producciones por ello es necesario se reconozca este producto.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada) en el distrito?

Bueno eso sería cuando visitan los viñedos, pero por ahora no se hacen esas visitas, tan solo visitan las bodegas, pero creo que sería una forma adicional de mostrarle otra cosa a los turistas.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

Si bueno aquí solo se realiza la festividad de la vendimia, donde los turistas vienen y se presentan ferias con todas las productoras donde la gente puede degustar de vinos y piscos de las bodegas, además de shows artísticos, pero solo se celebra un día mas no una semana como en Ica.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

El pueblo si participa, no solo los que producen vino ya que se generan ingresos también para los restaurantes, hospedajes y tiendas.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Bueno yo creo que se deberían empalmar mutuamente tanto la oferta gastronómica como los vinos locales. Normalmente casi el 80% de los restaurantes trabajan con bodegas y ahí también, es una forma de vender.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Considero que en los platillos quizás puedan usar los vinos como ingrediente sea en guisos o carnes para resaltar la bebida con los platillos.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Bueno sería la gastronomía, las bodegas, el mirador de la Cruz, bueno específicamente este lugar no está bien promocionado generalmente asiste la gente que gusta de caminar, depende del turista de a pie y que le gusta va.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes en el distrito?

Claro, depende de que las bodegas mejoren sus instalaciones ya que por apoyo no hay la capacidad de que el turista tengan las expectativas claras y se van.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

Aquí no hay agencia de viajes, por general vienen de Lima, en hospedajes no hay muchas, cerca de 5 y solo trabajan o se llenan en fechas festivas.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Bueno acá tenemos un bajo nivel de comunicaciones de las redes operadoras, el único que entra señal es Bitel y Claro, porque cuando el turista viene se pasea para encontrar la señal y es algo negativo, después calve e internet los hoteles tienen y si contamos con un centro médico pero que no

funcionan los fines de semana ante alguna emergencia no tienen que llevar a Mala y sobre el agua y desagüe si en eso no hay problema.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

Ah siempre hace publicidad, también hacen proyectos, en los artesanos y bodegas, nos capacitan y hacen una feria todos los fines de semana para presentar sus productos.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

Bueno quizá mejorar las áreas verdes e infraestructura hacia la subida en el mirador ya que no hay señalización ni baños públicos, mejor dicho, ningún servicio.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Quizá asociarse más, invertir, capacitarse y mejorar sus instalaciones para recibir a los turistas, también pueden crear paquetes entre empresas y mejorar sus ingresos.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 03 (Entrevistado 3)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Santa Cruz de Flores, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 27 de setiembre de 2021 / 03:46 pm.

Fecha de llenado de ficha: 03 de octubre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Vitivinícola "Luján".

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en la vitivinícola "Lujan" tomando en cuenta el distanciamiento social y con el uso de mascarilla respectivamente.

Evidencia Fotográfica:



Duración de entrevista: 22 minutos, 38 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?
Mediante publicaciones de parte de la municipalidad incentivar a los turistas a hacer buen uso de los recursos y acerca del medio ambiente deberían poner en las esquinas o en el parque tachos que es para cada residuo.
2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) puede fomentar la valoración del paisaje?
Claro hacer visitar los campos, como se dice conocer, caminar por las chacras y conocer los procedimientos de cultivo, como pueden ver toda la

zona es verde principalmente de frutas y la uva, conocer el abono, la poda y todo eso.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?

Como negocio, muchos beneficios de empleo y calidad de vida, porque como dice los vinos son artesanales y este negocio es familiar y bueno hacerse conocido y ofrecer un buen producto.

4. ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Quizá hacer una cata, de vino y pisco, como aquí en la plaza hacían cuando había eventos, enseñarles el proceso a los visitantes.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Aquí la zona es conocida como la capital del vino y del buen pisco, lo que es lema del distrito y por ello debería ser conocida por su calidad.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada) en el distrito?

Los beneficios para la turista sería conocer mejor el proceso de campo de la uva.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

Actualmente se promueven actividades al año en referencia al vino como el día del pisco sour, la vendimia, día del pisco y el concurso regional del vino y pisco, además la municipalidad ha propuesto a realizar ferias los fines de semana para promocionar las ventas de sus productos.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Algunos pobladores no se dan cuenta de que esto es un atractivo turístico, pero si lo que están comprometidos lo que tienen un negocio, los pobladores no se dan cuenta de que el turismo mueve al colectivo viene un turista y se mueve con el transporte, viene un turista y consume en las tiendas va y compre una canchita en cualquier esquina, una gaseosita y eso las personas no tienen conciencia de eso y al final es beneficio para todos.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Se debe fomentar a través de que los restaurantes ofrezcan vinos con platillos dándole a los comensales mayor amplitud de oferta.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Pues sería ofrecer los piscos en cocteles, darles buenas ofertas porque no hay que abusar del turismo porque muchas veces el turista no quiere regresar porque un vaso de pisco sour le cobran cerca de 20 y 30 soles, ay que ofrecerles los precios justos.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

El anexo de Azpitia es el más conocido por su vista del valle y los deportes extremos, mientras que Santa Cruz pueblo, sus atractivos son las bodegas de vino y pisco, el mirador del cerro patrón, la plaza de armas con su reloj de las cuatro caras ya que Santa Cruz es uno de las cuatro zonas a nivel nacional que tienen esta arquitectura a nivel del Perú lo que convierte en un atractivo, este reloj y también una huaca que se llama la ollería.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes del distrito?

Si bastante, si hubiera una ruta se iría de bodega en bodega dar a conocer al turista, se empezaría de abajo hasta llegar acá al centro ya que hay cerca de 15 bodegas, osea que sea así de pasantía para conocerlas, se podría potenciar bastante o crear un programa no, donde se recorra todos no, pero siempre con un guía.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

No hay agencias de viajes para Flores de turistas, hay particulares que agarran, pero en ruta cogen de pasada a Santa Cruz no es punto de llegada acá. Porque ahora los turistas quieren tomar desayuno, almorzar y cenar, pero no acá solo encontrara vino, por ejemplo, los restaurantes aquí son pequeños y si vas a encontrar un amplio vas a encontrar en Azpitia, pero tienes que reservarlo. Lo que falta es espacio para recepción a los turistas

en los restaurantes y hospedajes, bueno hospedajes hay 4 creo, pero están en buenas condiciones.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

En las comunicaciones estamos fallando bastante, siendo un distrito no contamos con un teléfono público, un internet sólido también, sobre luz y energía si contamos, sobre el agua no disponemos en la noche de las 7, 8 u 9 de ahí cortan y al día siguiente a partir de las 6 am.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

Si ellos están dispuestos, cuando se le solicitan para eventos si apoyan por ejemplo pidiendo permiso a la prefectura, que todo se organicen, ponen el serenazgo, sus vehículos también si se necesita traer algo, en ese aspecto si nos da la mano

¿Cuáles serían sus sugerencias?

En turismo, mejorar la infraestructura para poder recibir al turista, mejorarlo y luego traer al turista.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Mencionar que Santa Cruz de Flores es un buen lugar para ofrecer buenos vinos y buenos piscos, las empresas turísticas deben promocionar a Santa Cruz de Flores como punto de referencia, y decir que las empresas de afuera nos consideren en una de sus rutas, al menos con mencionarnos ya es bastante para nosotros.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 04 (Entrevistado 4)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Santa Cruz de Flores, Chilca.

Fecha y hora de la entrevista: 22 de setiembre de 2021 / 01:38 pm.

Fecha de llenado de ficha: 24 de setiembre de 2021.

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Encargado de la oficina de turismo de la Municipalidad de Santa Cruz de Flores.

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en la plaza de armas de Santa Cruz de Flores tomando en cuenta el distanciamiento social y mascarilla respectivamente.

Evidencia Fotográfica:



Duración de entrevista: 16 minutos, 39 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de recursos y del medio ambiente?

Bueno aquí en el distrito es conocido como capital del vino y del buen pisco, la mayoría de la geografía está compuesta por chacras donde se cultivan distintas frutas y variedades de uva, lo artesanal se han tenido que adaptar a algo más moderno con el tema de los cuidados como el uso de plásticos que antes eran bateas, tinajas y ahora se piden materiales para una mejor producción, bueno son uno de los requisitos principal para que un vendedor

o productor de vinos y piscos pueda seguir trabajando de una manera más formal.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) puede fomentar la valoración del paisaje?

Aquí lo que realizamos es la vendimia donde es una actividad realizada por la municipalidad en conjunto con la asociación de vitivinícolas artesanales donde los turistas llegan y son parte de la paña y pisa de uva realizada en la última semana de marzo.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?

Bueno aquí se destacan por la calidad en los vinos y piscos, la manera en que ellos han invertido para mejorar sus ventas, porque no solamente te ofrecen vinos sino con obsequio adicional como son sus portabolsas donde usan imágenes icónicas del distrito, esto ayuda a vender más y generar más ganancias en las familias y mejorar su calidad de vida.

4. Y ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Lo que nosotros estamos pensando es crear la ruta del vino y del pisco que significa eso en recorrer todas las bodegas, pero no solo exclusivamente las vitivinícolas sino ir a atractivos como la plaza de armas que es un lugar céntrico, quizás al cerro patrón, que es un mirador.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Debería ser conocido por la calidad de productos que ofrecen las vitivinícolas no solo en su gente que lo realizan, sino que son producidos artesanalmente y que son más saludables para el paladar del turista.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada) en el distrito?

Traería beneficios tanto en los visitantes como en los productores, ya que mucho de los turistas son curiosos y quieren saber más a profundidad el proceso del vino desde el cultivo hasta el embotellado en los productores porque mejorarían sus ventas y promoción de sus productos.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

La municipalidad en unión con la asociación de bodegas vitivinícolas artesanales se junta para realizar actividades como expo ferias donde las bodegas ofrecen sus productos en la plaza de armas al igual que artesanos y restaurantes, también se realizan concurso anual de vinos y piscos, además participan shows artísticos presentados por la población. Además, estamos considerando en hacer actividades como concursos de shots que he visto en otros distritos y quien es el que toma más.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

La vendimia es una actividad en sí que participa todo el pueblo porque no solamente se llevan los créditos las vitivinícolas sino los dueños de restaurantes, los ambulantes, los artesanos y también la asociación de turismo y deportes extremos, en si se beneficia todo el pueblo a través de este evento.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Como menciono siempre en cada actividad hay un vino y un pisco. La gastronomía de aquí en Santa Cruz de Flores tenemos un plato representativo que el picante florino que esta por naturaleza y costumbre, nosotros mencionamos que ese plato se debe acompañar de un buen vino o de un buen pisco o sino no se puede comer de esa manera incentivamos al turista a degustar nuestro plato bandera junto con nuestros vinos locales.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Normalmente hay algunos platos que lo elaboran con pisco y con vino, los restaurantes ofrecen platillos a base de pisco o vino ya se han flameados o en guisados, además los restaurantes deben ofrecer una copita de vino o pisco a los comensales de esa manera hacen que se lleven un grato recuerdo de Santa Cruz de Flores.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Los más representativos serian la plaza de armas con vista hacia la iglesia principal y además de su reloj de cuatro caras, el cerro patrón, mirador de la

Cruz, los paisajes naturales, el valle de Azpitia y los deportes extremos que son ya en si atractivos, así como también las bodegas vitivinícolas.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes del distrito?

En si ayudaría bastante, con saber que aquí en Santa Cruz hay cerca de 20 vitivinícolas y al hacer una ruta sería beneficioso para todas las empresas que están en el rubro turístico además ya la vendimia esta entre los grandes eventos de la región como Ica y San Vicente de Cañete.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

Influye bastante en sí, ya que como mencione todos trabajan de una manera organizada, todos nos conocemos y todos nos apoyamos tanto vitivinícolas, restaurantes, hoteles y asociaciones de turismo y bodegas. En si no hay agencia de viajes aquí en Santa Cruz de Flores, pero la gente misma recomienda a los turistas que visitar y de esa manera es que se realizan las actividades.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Normalmente en el transporte, los días de semana son muy pasivos, tranquilos como estamos viendo ahora, pero los fines de semana son más movimientos por ello el serenazgo con la policía nos ayuda en seguridad desde los tramos de ingreso al distrito, si bien ahora la conexión está un poco ajustada debido a que están realizando una obra de agua y alcantarillado en la zona turística de Azpitia y temas de sanidad es por ello que se ha invertido para mejorar los servicios básicos en la población.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

Nosotros hacemos empezando nada más el día del pisco sour que es el 2 de febrero, también la vendimia que es en marzo, en abril es la bajada de cruces ya que esa es nuestra fiesta patronal que es la santísima cruz de 3 de mayo donde se bajan las cruces desde el cerro patrón en el cual todas las bodegas vitivinícolas obsequian o regalan botellas de vino a los visitantes de esa manera de promociona, en mayo específicamente el 3 de mayo ya es la fiesta

en sí, en junio es el festival del tamal donde influyen debido a las ferias de vinos y piscos en esa fecha, en fiestas patrias hacemos la fiesta multicultural justo este año hicimos la fiesta multicultural del bicentenario donde hacemos alrededor de la plaza, en setiembre tenemos el concurso regional de vinos y piscos y de ahí hasta diciembre que es la creación política del distrito que es el 27 de diciembre.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

Nuestras sugerencias serían promover nuevos eventos turísticos como la semana del turismo en setiembre, crear expo ferias, concursos donde participen visitantes y pobladores, sería genial.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Quizá de formalizar las empresas, también crear una agencia de viajes y determinar una ruta del vino y pisco, poder crear alianzas entre empresas como restaurantes y hoteles, además de las bodegas.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 05 (Entrevistado 5)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Santa Cruz de Flores, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 22 de setiembre de 2021 / 01:10 pm.

Fecha de llenado de ficha: 24 de setiembre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Poblador local

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en la vitivinícola "Gran Maestro" tomando en cuenta el distanciamiento social y el uso respectivo de la mascarilla.

Evidencia Fotográfica:



Duración de entrevista: 15 minutos, 37 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de recursos y del medio ambiente?

Bueno, nosotros siempre trabajamos, pero de hecho siempre va a ver contaminación no, porque por ejemplo cada vez que viene la uva y pasa por el proceso, mejor dicho, luego del prensado para poder destilar y la cascara que sale lo usamos como compost, para compost más que nada de esa forma evitamos quemarlo porque en otros lugares lo queman, nosotros si lo usamos para las plantitas que tenemos afuera como abono.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) puede fomentar la valoración del paisaje?

A la gente les gusta visitar los campos de cultivos, pero eso sería en época de campaña ya que por ahora lo dejamos entrar a la bodega.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?

Claro en ese caso sería cuando dejamos los vinos en ofertas y promociones para adquirir mayores ventas y poder tener mayores ingresos tanto para mejorar la calidad de vida en los trabajadores que laboran aquí no, más que nada tener un puesto de trabajo para nosotros.

4. Y ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Quizás hacer e iniciar una campaña de ventas o degustación de ventas, participar en más eventos o ferias en la provincia.

5. ¿Porque la producción del vino tradicional del distrito debería ser conocido por el turista?

Debería conocerse más que nada por la calidad de los productos ofrecen y además que son artesanales que vienen de generación en generación.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada) en el distrito?

Creo que el beneficio sería tanto para el visitante como los dueños ya que, los turistas quieren vivir mejor esa experiencia y eso les gusta, se llevan recuerdos y con sus propias manos ya son parte de todo el proceso del vino y en los dueños de poder brindar sus conocimientos y compartirlos con los demás es muy bueno en realidad.

7. ¿Qué actividades turísticas se promueven durante la vendimia (festividad del higo)?

Bueno la municipalidad junto con la asociación de vinos de aquí de Santa Cruz hace eventos como ferias donde las bodegas vitivinícolas ofrecen sus productos, vinos y piscos y diferentes licores, macerados, etc.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante la vendimia (festividad del higo)?

Si hay un apoyo, los pobladores siempre apoyan e inclusive en festividades promovemos de degustar vinos gratis a los locales como turistas y ahí participan, compran más, por ejemplo, de Quilmana vienen a visitarnos y

compran los vinos y la mayoría son por recomendaciones de los mismos vecinos.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Bueno aquí el plato bandera es el picante florino donde se debe acompañar con alguna bebida en este caso los restaurantes ofrecen también vinos, nosotros trabajamos con el restaurante Sarcay, que es uno de los mejores de acá y la gente de Lima acude ahí por su buena comida, donde ellos además de vender acompañan el paladar de los platos con nuestros vinos.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Quizá realizar platos a la carta con los vinos locales, agregar como que una barra y promocionar nuestros vinos ahí y también realizar catas por que no.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Bueno aquí la mayoría viene por los vinos y pisco como también los deportes extremos, pero tenemos mucha naturaleza como el valle, el mirador natural, nuestra plaza con la parroquia y el reloj de cuatro caras, creo que esos serian lugares ideales que los turistas puedan visitar.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos existentes del distrito?

Sería mayor ingreso económico, que más pues, la gente para que vengan a visitarnos de una forma más atractiva y acompañarlo con otras actividades adicionales y que se mas días.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) que ofrece el distrito a los visitantes?

Acá hay hospedajes, son tres no hay muchos, pero falta más recreos campestres, acá en Flores no más hay restaurantes pequeños y en Azpitia hay dos más sofisticados podría decirse, pero acá en el centro debería a ver también sería más atracción para el turista.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) que posee el distrito?

En las comunicaciones por ejemplo deberían poner más antenas de movistar o entel porque esas señales no entran y lo que agarra aquí son claro y bitel nomas, debería ampliarse más para que el turista tenga su señal y se vea mejor.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo? Hacen ferias gastronómicas, donde también nos incluye para las ventas de vinos y piscos, también realizan el día del pisco sour y el concurso del tamal florino donde viene gente a visitarnos.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

Promover más con ferias vitivinícolas, debería a ver más al año, deberían incrementar las ferias y tengamos mayores ventas e ingresos para nosotros.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo en el distrito?

Deberían ver una empresa o agencia que haga tour por toda la zona por ejemplo visitar las bodegas, recreo o las zonas turísticas de aquí en Santa Cruz de Flores y Azpitia.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 06 (Entrevistado 6)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Chilca, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 02 de octubre de 2021 / 03:04 p.m.

Fecha de llenado de ficha: 05 de octubre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Pobladora y vendedora de productos de vino.

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en el pueblo de Salinas, laguna "La milagrosa" tomando en cuenta el distanciamiento social y el uso de las mascarillas.

Evidencia



Fotográfica:

Duración de entrevista: 21 minutos, 35 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?
De qué forma, te podría decir que, uno es evitando colocar la basura en el suelo, claro, otro podría ser la, como te podría decir. Nosotros prácticamente cuando vendemos ponemos una cajita y hay personas que lo dejan encima de la mesa y ahí entonces le decimos, señor un favor ahí está el tachito, claro evitando no, en esa parte podría ser.
2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) y los paisajes del distrito pueden fomentar la valoración del paisaje?

Claro, mira este podría ser en que uno está yendo a visitar los lugares y poder cuidar de estos espacios.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?

Mira, yo desde que, este tengo mis hijos, yo les he dado educación con puras ventas nomas, osea me ponía en un lado, hacia mis vinos, hacia mis dulces, hacia todito esto.

4. Y ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Mira, porque, llegar a que mis hijos, mis nietos tengan algún futuro mejor a lo que nosotros tenemos, porque ese es un anhelo para todos, que tengan algo mejor, que los hijos, los nietos estén orgullosos de uno, eso es lo más importante. Como yo te digo, yo sé hacer la cachina todito esto, la cachina de manzana, la cachina de uva yo lo sé hacer y todo lo que es dulces también yo lo preparo, yo no sé cómo, pero tengo tiempo.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Claro yo creo que, sobretodo el valor que tiene uno dándolo de este, sabiendo como uno le prepara tú tienes conocimientos ya de eso y con eso ya tú tienes una mayor garantía, porque si tú le das de probar, le das este prácticamente, como es que tú lo trabajas porque cada quien tiene una manera de trabajar, pero lo que te va a impresionar es la manera como tú lo trabajas y como tú lo das porque lo das con cariño, bueno yo creo que esa es la parte que uno tiene que tener.

6. ¿Qué beneficios trae la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada)?

Bueno como te digo, yo creo que una persona primeramente tiene que cultivar la tierra, ponerlos toditos este en un buen estado y también hay, porque la uva no brota de semillas, las uvas brotan de las ramitas, tú la podas y después siembras y con eso ya lo vas cosechando.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

Mira en la temporada de higo, todo lo que es el festival del higo, todo lo que te sale es puro higo, bien el vino del higo, chocotejas de higo, tejas de higo,

todo y el higo fresco, el higo seco, el dulce de higo mayormente toditito, todo lo que es higo porque la gente se viene a eso y ahí no te venden ningún otro vino, todo es vino de higos.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Mayormente si, si se interesan porque toditas las gentes que viven acá, viven de sus propios productos y vienen y venden acá y le dan a conocer a las gentes que vienen, a toditos ellos y mucha gente vienen, mas vienen por los higos y las chapanas.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Mira el vino de higo mayormente lo utilizan ese es como una miel porque es muy bueno para la anemia, los bronquios y el vino de higo lo echan un poquito en los picarones que es muy bueno que lo echen y el vino borgoña, el vino tinto también lo acompañan a la comida, bien a los tallarines a los guisos, por ejemplo, los siete amores he visto, he comprobado que lo echan a la pachamanca y es riquísimo porque a veces hasta ellos nos compran vinos y después ellos nos venden su pachamanca a nosotros.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Mira te podría decir que en los restaurantes se utilizan, nos compran los vinos de acá, nos compran el vino borgoña, el pisco para ellos echar a su comida y después ellos nos mandan, nos recomiendan a nosotros para que nosotros lo podamos comer.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Mira los atractivos que hay acá, la gente mayormente vienen por los higos y por las lagunas, claro mayormente y vienen y tú le ofreces un vino de higo unas pasas de higo y las personas se van contentas porque, porque dicen: a no hemos ido al sitio donde este mayormente este es conocido por los ovnis, los extraterrestres, porque muchas veces vienen gente y dicen: señora y porque por todos lados veo marcianos, que porque puros helados de higo, es que acá es la tierra de los higos le digo y me dicen: señora a ver cuéntame

algo, si muchas personas que a veces no conocen vienen y te hacen unas preguntas ahí, ya y tú tienes que estar, bueno al menos no sabes tanto pero al menos explicas.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes del distrito?

Bueno que haya más turismo y que haya una guía para que incentive a las personas.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) que ofrece el distrito a los visitantes?

Si, bueno lo que te podría decir, donde yo me quedo, la señora es muy buena, es bien amable, aja bien amables son, nosotros jalamos gentes para los restaurantes y ellos también jalan para nosotros, aja una con otra.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Mira primeramente acá le falta muchísimo porque este es un lugar olvidado y otro que la municipalidad debe tener un poco más de limpieza porque a veces vienen turistas, está bien que uno venga así de pasada ahí pero también, uno también tiene que llevarse una buena imagen, en ese yo creo que debería ahí, porque hay gentes que son de acá y son demasadamente egoístas, tú le preguntas, prácticamente se dice se botan, yo digo: y, ellos deberían estar orgullosos que su zona es reconocido y vienen turismo y para que ellos sobresalgan también, ya la envidia y todito eso, deben dejarlo al lado.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico? Y ¿Cuáles serían sus sugerencias?

Mira yo, esto lo hizo el anterior alcalde, este alcalde no ha hecho nada, creo que han hecho actividades de ciclismo, hoy día, maratón creo porque vi algunas personas corriendo, es muy poco, bueno no es el motivo porque el alcalde también está ahí, pero yo sé que la Fénix Power, es el quien está apoyando a Salinas, es el que más mueve, más que la municipalidad.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo en el distrito?

Bueno, más publicaciones acerca de esto y tener una como te digo, hacer una, hacer un solo puño para que todos mantenerlo bien, sobretodo mantener bien, conservarlo para tener mejor y que todos sean uno ahí, acá que no haya diferencia entre uno ni el otro nada, todos que formen uno solo porque es bienestar para todos.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 07 (Entrevistado 7)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Chilca, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 02 de octubre de 2021 / 03:00 pm.

Fecha de llenado de ficha: 05 de octubre de 2021.

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Productos "La Encantada".

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en el local de productos de "La encantada" tomando en cuenta el distanciamiento social y el uso de mascarilla.

Evidencia Fotográfica:

Duración de entrevista: 24 minutos, 17 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?
Ahorita aquí lo que hace falta que el ambiente ya ahorita se está contaminando, es que hay cantidad de empresas, por ello cada vez que los visitantes vengan deben incentivarle a cuidar los espacios donde se realiza el turismo.
2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) o los paisajes del distrito pueden fomentar la valoración de paisaje?
No, nosotros si no, no permitimos porque las higueras, pero sería útil que las personas conozcan como son las plantaciones y conservar el espacio sin dañarlo, la entrada a la chacra, la chacra es bien celosita si bien celosita es no, las plantas mismas son bien especiales, si son delicadas.
3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?
Para nosotros hemos trabajado duro, duro, yo me iba a vender allá, éramos poquitas las vendedoras y teníamos la clientela, una clientela selecta y esos

clientes siempre todos los años venían a comprarnos y así le di estudios a mis hijos y mejoramos nuestra calidad de vida se puede decir.

4. Y ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Ofrecer nuevos productos derivados del higo, hacer nuevas actividades y ofrecer sus productos en ferias.

5. ¿Porque la producción del vino tradicional del distrito debería ser conocido por el turista?

Por su calidad de productos y que son netamente chilcanos, los frutos.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas del vino (higo y granada) en el distrito?

Conocimiento de las higueras, sobre las hoyadas que son un sistema de donde están las plantaciones y eso.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

Ya ahí nos invitan a la feria de vino, nosotros vamos llevando la mermelada, el vino de higo, pisco de higo, todo lo que es derivado de higo, algunos preparan pan de higo, pie de higo.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Acá por ejemplo los que participamos son pocos en ir a vender, a conocer son pocos de acá de Chilca son pocos, sino la gente que viene de afuera, vienen de un sitio otro sitio a comprar, al festival llevamos la mermelada, llevamos pasa de higo, el vino, el pisco todas esas cositas llevamos.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Ah acá el plato típico es la sopa con su carapulcra, el picante criollo, y siempre se le acompaña con vinos, si para acompañarle con su vinito.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Algunos restaurantes preparan ah, algunos restaurantes preparan su carapulcra, por ejemplo, acá en el mercado tú has visto que toda la semana hay en la esquina del finado, ahí la señora que vende, vende su picante y su

carapulcra, ahí son dos vendedoras de picante y carapulcra y así en otros sitios.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Mira, diferentes sitios algunos van a conocer la cueva del pirata que hay, Yaya, después las ruinas de Bandurria, también podrías ir a las Salinas a Wilder, claro él trabaja en artesanías de otro mundo. Mmm, mira el parque de la identidad, de la virgen empiezan, después van a la iglesia a conocer la iglesia principal que es de acá de Chilca, que es una iglesia colonial, después se van unos al museo que hay acá en Chilca del profesor Víctor, profesor Víctor conoce como te digo bastante del turismo de acá de Chilca.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes del distrito?

Ayudaría bastante a promocionar el turismo en Chilca, sobre todo.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

Si hay bastante restaurante, bastantes hoteles que pueden recibir al turista.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Eh mira, para las Salinas la pista antigua no esta tan buena hay trocha, muchos se van pagan su peaje y bajan por el peaje, no entran por acá a veces no ingresan acá al centro, si pues es por la pista que está un poco deteriorada, pero algunos se arriesgan ah, porque cuando nosotros nos vamos a la chacra en los fines de semana, cantidad de gente de Lima que viene.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

Si está apoyando, si apoya.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

Mejorar la pista porque está un poquito, si impulsar eso, pero si, si apoyan por ejemplo cuando es el festival invita y vamos y con una invitación vamos nosotros.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Si las empresas hicieran Chilca antes era un pueblo tranquilo, pero ahorita ya Chilca no es el pueblo que era antes y eso equivale a mejorar todo lo relacionado al turismo.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 08 (Entrevistado 8)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair

Nombre de la población: Chilca, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 02 de octubre de 2021 / 04:35 p.m.

Fecha de llenado de ficha: 04 de octubre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Pobladora y trabajadora de los helados artesanales "Chilcanito"

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en el puesto de venta de los helados artesanales el "Chilcanito" ubicado en el km. 64 de la carretera panamericana sur tomando en cuenta con el distanciamiento social y el uso respectivo de la mascarilla.

Evidencia Fotográfica:



Duración de entrevista: 9 minutos , 4 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación del medio ambiente?

Ah de mantener limpio a la hora que coman ellos sus productos pues botar sus envolturas en un tachito de basura, para que no esté sucio pues.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) pueden fomentar la valoración del paisaje?

Ah siempre también es bueno algún guía que nos pueda guiar a los sitios donde están todo lo que son los higos, las plantas, las plantaciones que están al lado de playas pues no, porque por ahí están las higueras.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?

Ah buenos beneficios, buena venta hay buena venta a veces hay, eh también cuando llegan personas de otros lados hay que atenderlos bien para que puedan volver a regresar porque si tú los atiendes mal pues ya no vuelven ya ellos, claro ha generado, claro jala más personal y hay un poquito más de ingreso y también ingreso para las personas que quieran trabajar.

4. Y ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Eh que la marca sea más conocida también digo yo no, sea más conocida y el producto sea rico y bueno y poder tener eh recomendarlos a las personas.

5. ¿Porque la producción del vino tradicional del distrito debería ser conocido por el turista?

Eh, debe ser conocido por la buena calidad que es no que son y también es por los higos que hay acá en Chilca, higo y la lúcuma que es de acá de Chilca es conocida esas frutas, los productos.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas del vino (higo y granada) en el distrito?

Claro que conozca más el sitio y poder también recomendar a las demás personas donde hay un lugar bueno para que puedan comer los ricos helados no y sea conocido también la marca.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

Eh que actividades, eventos pues hay los ciclismos que empiezan con los ciclismos, las misas eh los grupos que vienen siempre día a día hay llegan más turismo, en lo que es la feria, la feria de los helados ahí participamos.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Ah ya, si participamos junto con la población participamos con la marca de helado participamos, si también participa siempre a saborear sus ricos helados hay varias cosas y ahí vienen las fiestas claro.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Eh, disgustándolos pues para que puedan ellos este comprar, haciéndoles disgustar a las personas cada producto y cada vino de que sabor es porque no hay solamente vino, solamente hay vino de granada y vino de higo también hay y haces disgustar para que ellos puedan comprarte cual es el mejor producto no.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Ah que sus comidas sean buenas, claro los platillos favoritos que acá en Chilca en la carapulcra, el picante también claro y vender productos de chilca y ofrecer platos con este producto como postres o comidas.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Su turismo pues, las tres lagunas, playa y los ovnis ya que acuden al museo del señor Víctor, donde el habla de los avistamientos y todo eso y pues los helados, obvio la marca Chilcanito.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes del distrito?

Claro ayudaría en si a todos crear como un mapa grandote donde que ahí vea en cada punto donde que diga en tal lugar encontramos un helado, en tal lugar unas ricas comidas donde que se saborea en tal lugar, ya depende del cliente a donde se va pue no, para que vayan de frente a esos lugares, los helados Chilcanito obvio que tiene que estar ahí, tiene que estar en un punto ahí claro que sí.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

Claro, bueno no he entrado a muchos hoteles acá para recomendarte porque no sé cómo es, pero por fuera veo que es buena son buenas sus fachadas y los restaurantes son buenazo ya hay un restaurant ahí que ese es buenazo ese restaurant, yo lo recomendaría, acá no hay agencia de viaje, y los grupos que vienen se concentran en la virgen y se les recomienda el hospedaje Adán y Eva, por ejemplo.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Si eso es bueno creo acá sí, no creo que falte eso ah, sí es bueno eso acá, si hay una posta sí.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

A veces en ferias veo que si, osea invita a todos los productos que son artesanos de acá de Chilca, eso veo que en ferias si invitan que es en fiesta del higo el 14 de agosto invitan a todas las empresas de sus productos si invitan.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

Claro que sean mejores y que haiga, que sean más días, más eventos seguidos porque solamente son de cuatro días y ya no hay más y cuando hay concursos solo es un día nada más, pero debería haber más días pues para poder invitar gente de otros lados, porque en un día no se puede, claro organizar más eventos todo lo que son productos de acá chilcanos para que se haga más conocido también.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Promocionar claro, en radio, promocionar pues poner su marca más en varios lados no, asociarse con otras empresas para que sea más conocida también su marca pues, porque hoy en día si es conocida pero no, montón de lugares no, no hay, hay que ser sinceros, cerca nada más de conocido de la marca Chilcanito, conocidos pero cerca más no.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 09 (Entrevistado 9)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair.

Nombre de la población: Chilca, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 02 de octubre de 2021 / 12:37 p.m.

Fecha de llenado de ficha: 04 de octubre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Poblador, "Artesanía de otro mundo".

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en el puesto de venta de "Artesanía de otro mundo" que se encuentra afuera de la laguna "La milagrosa" en el pueblo de Salinas tomando en cuenta con el distanciamiento social y el uso correcto de la mascarilla.

Evidencia Fotográfica:



Duración de entrevista: 13 minutos, 02 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de recursos y del medio ambiente?

Yo creo que de tener mayor conociendo en los recursos naturales que existen en la zona, conocer cómo se forman las filtraciones de las lagunas y los minerales que tienen y de esa forma concientizar a los visitantes sobre su importancia de lo que la naturaleza produce.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) pueden fomentar una valoración del paisaje?

Bastante porque hay muchas personas que suben al cerro se quedan maravillados con el paisaje, con los atardeceres aparte con la presencia de cuarzos y la gente siente esa buena vibra y energía ya que la gente llega estresada de Lima, hacen una caminata hacia arriba sudan, se relajan libre de estrés. A mí me parece que este cerro a diferencia de los otros porque yo he recorrido a varios y es por lo que te dije que es por los minerales y eso les transmite bastante a las personas.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización de productos de vino o licores?

Bastante porque fomentamos la marca Chilca y antes no existía la marca por decir Chilca-Perú, casi ninguno ponía esa marca en sus productos que ofrecían por más simple que parezca y fui el primer en colocar este distintivo en mis trabajos manuales y de ahí poco a poco se ha ido extendiendo. Inicialmente fui el único que hacía artesanías propias de Chilca y eso ha sido algo innovador, innovador porque no existía.

4. Y ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Quizás hacer recorridos por sus plantaciones donde se producen sus productos sería un plus adicional que el turista quiere conocer.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Porque es un producto propio de aquí, hecho con los mismos higos de la zona, son higos chilcanos y es una muestra de trabajo de los mismos trabajos de los higos, las frutas para elaborar los vinos.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada)?

Como te digo es una experiencia diferente que se pueden llevar las personas.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?

Hay maratón, hay ferias y ciertos shows relacionados al vino.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Si la mayoría participa, si se reúnen, algunas empresas se apoyan no todas para participar en las festividades.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Aquí los platillos son la carapulcra con sopa seca y el picante

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Crear nuevos platillos con productos locales, como pescados, quizás hacer postres con vinos de higo o granada y que sean locales.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Las lagunas y algo que no está tan promovido que es el cerro yaya y el mirador, debería habilitarse mejor el camino.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos enológicos y turísticos existentes del distrito?

Si hospedajes si hay y ha aumentado más y bueno restaurantes en Chilca centro hay más variedad.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Si está bien, hay transporte.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

Creo que lo único que ha hecho más por presión y por pandemia y todo eso han querido hacer, creo que más por obligación considero es hacer los tres días de actividades por el día del turismo.

¿Cuáles serían sus sugerencias?

Sencillo que apoye más al turismo como en todas las gestiones, estar constantes en todo, con todas las empresas del rubro de turismo, con los vinos, hospedajes, etc.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?

Hacer folletos, boletines entonces creo que las empresas deberían crear o participar en proyecto participativos para el turismo.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 10 (Entrevistado 10)

Nombre del investigador/investigadora: Cueva Riquez, Briggith Flor y Quillas Espino, Edward Jhair.

Nombre de la población: Chilca, Cañete.

Fecha y hora de la entrevista: 12 de octubre de 2021 / 12:05 pm.

Fecha de llenado de ficha: 14 de octubre de 2021

Tema: Patrimonio y recursos turísticos

Informante: Poblador

Contextualización: Turismo enológico en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete.

Observaciones: La entrevista se realizó en la plaza de armas de Chilca.

Evidencia Fotográfica:

Duración de entrevista: 14 minutos, 07 segundos.

1. ¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes, la conservación de los recursos y del medio ambiente?

Bueno yo considero que puede ser mediante la concientización que se le den a los que tienen empresas turísticas no, que son los que están en ese rubro y en los turistas pues tener más información sobre la importancia de los espacios que son patrimonio también de Chilca.

2. ¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) pueden fomentar la valoración del paisaje?

Yo creo que adquiriendo conocimiento de los dueños pueden generar en los visitantes darle mayor importancia del recurso que tiene el recurso y así generar revalorización en las plantaciones higueras tanto en los pobladores como en los visitantes.

3. ¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y ventas de productos de vino o licores?

Yo creo que puede generar en las familias mejores ingresos, calidad de vida además es una fuente de trabajo para ellos y que generan en la población.

4. ¿Qué otras actividades deben ofrecer una bodega para mejorar sus ingresos?

Se me ocurre que puedan crear espacios agradables para la degustación o hacer catas u ofrecer vinos con algún platillo como piqueos.

5. ¿Porque la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?

Creo que debería ser conocido por su importancia y que sepan que aquí también se hace productos de buena presencia y que son artesanales sin ninguna alteración.

6. ¿Qué beneficios traería la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada) en el distrito?

Los beneficios serian que los turistas puedan adquirir nuevos conocimientos de cómo se trabaja en el campo porque aquí en chilca hay varias chacras de higo, pero mucho de los dueños tienen el temor de desaparecer, pero creo que su importancia es relevante en el distrito ya que es parte de su identidad.

7. ¿Qué actividades y festividades enológicas se promueven en el distrito?

Creo que aquí hacen la semana del chilcano, pero se promocionan los pisco, pero la festividad más importante sería la fiesta del higo, en febrero, donde vienen artistas y hacen una feria aquí en la plaza y empresas presentan sus productos como mermeladas de higo, vinos de higo y granada y los helados también, la fiesta dura como una semana.

8. ¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?

Aquí si participan los pobladores, donde se reúnen las familias, salen a las calles a las ferias, a los shows artísticos y a la celebración.

9. ¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica y los vinos locales del distrito?

Mmm, pues aquí el plato típico es la carapulcra chilcana y el picante, pero nose como se pueden fomentar quizás ofreciendo productos locales.

10. ¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?

Quizás los restaurantes puedan ofrecer más platos típicos, porque no hacen mucho.

11. ¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?

Pues aquí serían las lagunas, las playas, que son tres, ñave, yaya y san pedro. Después sería la plaza y la iglesia y el museo del profesor Víctor que habla de los avistamientos de ovnis.

12. ¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos enológicos existentes en el distrito?

Ayudaría bastante creo a conocer los atractivos de Chilca y el turismo y todos los hoteles y restaurantes.

13. ¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes, etc.) del distrito?

Yo considero que se encuentran aptos, aquí hay bastantes hoteles y algunos buenos como el descanso del rey y benvenuto y restaurantes pues vas a encontrar varios en las avenidas.

14. ¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?

Bueno creo que están algo regular las vías están asfaltadas, pero faltan mantenerlas, además aquí tenemos una posta médica y en algunos anexos hay un centro de salud.

15. ¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico?

La municipalidad realiza tan solo una actividad como la feria del higo y la semana del chilcano.


¿Cuáles serían sus sugerencias?

Considero que deberían realizar más actividades turísticas como ferias los fines de semana donde se puedan ofrecer productos chilcanos.

16. ¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?


Deberían potenciar sus publicaciones y promociones en sus páginas el turismo en chilca y crear alianzas estratégicas en beneficio de los empresarios y pobladores.

Anexo 7: Transcripción de observación


FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Iglesia de Santa Cruz de Flores
Categoría: Manifestaciones culturales	Tipo: Arquitectura y espacios urbanos
Subtipo: Iglesias	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Plaza de armas de Santa Cruz de Flores en la provincia de Cañete	
<p>Descripción:</p> <p>Esta Iglesia se construyó con materiales de quincha y adobe en los años 1862, fue una obra arquitectónica única de su época, contaba con una costosa joyería que adornaba a sus altares, las imágenes lucían oro y plata fina pedrería. El templo fue destruido por un devastador incendio en 1936, un cirio encendido cayó al piso de la nave central y el fuego devoró el templo; hasta la actualidad se sigue con el apoyo del obispado de Lima y un ONG.</p>	<p>Foto:</p> 
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a San Antonio: terrestre-bus 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rituales místicos o tradicionales. - Actividades religiosas o patronales. - Toma de fotografías y filmaciones.

<p>público-vía asfaltada- 94.1km/1h. 27 minutos.</p> <p>- Paradero San Antonio a plaza de armas de Santa Cruz de Flores: terrestre-bus público, mototaxi-vía asfaltada- 3.3km/8 minutos.</p>	
<p>Estado actual:</p> <p>Se encuentra en un excelente estado de conservación, en el presente año se están realizando los trabajos de restauración integral del altar principal interno del templo.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos

Nombre del recurso turístico:	Valle de Azpitia
Categoría: Sitios naturales	Tipo: Valles
Subtipo: Valles	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Centro poblado de Azpitia de Santa Cruz de Flores en la provincia de Cañete	
Descripción: <p>Su cálido clima durante todo el año y sus excelentes vistas al valle del río Mala convierten a Azpitia en uno de los paraísos naturales de Lima. Este destino está rodeado de campos frutales de manzanas, lúcumas y pacaes; lo que le brinda un ambiente tranquilo y acogedor, que le ha servido para que muchos bauticen este lugar como 'El balcón del cielo'. 'El balcón del cielo' es un destino ideal para escaparse del bullicio ciudadano, cuando se llega allí te da la bienvenida un esplendoroso cielo azul adornado con nubes que parecen gigantes e inmóviles copos algodón. Asimismo, en este lugar es todo un privilegio apreciar el impresionante amanecer y la puesta del sol,</p>	Foto: 

<p>así que tenlo en cuenta para tu próxima ruta corta desde Lima</p>	
<p>Descripción sobre el acceso: La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a San Antonio: terrestre-bus público-vía asfaltada-94.1km/1h. 27 minutos. - Paradero San Antonio a Centro poblado de Azpitia de Santa Cruz de Flores: terrestre-bus público, mototaxi-vía asfaltada-7.1km/21 minutos. 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación de paisaje. - Canopy - Toma de fotografías y filmaciones.
<p>Estado actual: El estado de conservación es bueno.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Mirador del cerro patrón
Categoría: Sitios naturales	Tipo: Zonas paisajísticas
Subtipo: Miradores naturales	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Centro poblado de Santa Cruz de Flores en la provincia de Cañete	
<p>Descripción:</p> <p>El mirador Natural es una formación rocosa de una altura de donde se hace una pequeña caminata de minutos desde el centro poblado de Santa Cruz de Flores, está rodeado de tunales libres de cosechar y disfrutar la vista de todo el Valle de Mala y sus recursos, su ubicación en medio del Valle hace majestuosa su presencia y permite la vista paisajística.</p>	<p>Foto:</p> 
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a San Antonio: terrestre-bus público-vía asfaltada- 94.1km/1h. 27 minutos. - Paradero San Antonio a plaza de armas de Santa Cruz de Flores: terrestre-bus público, 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación de paisaje. - Toma de fotografías y filmaciones. - Caminata y trekking.

<p>mototaxi-vía asfaltada- 3.3km/8 minutos.</p> <ul style="list-style-type: none">- Plaza de armas a mirador cerro patrón: terrestre-a pie-vía sin asfaltar-1.5km/25 minutos.	
<p>Estado actual:</p> <p>El estado de conservación es bueno. Además, el 20 de noviembre se realizó la inauguración de escaleras hacia el mirador turístico del cerro patrón con el fin de embellecer el lugar y permitir a las personas de la tercera edad puedan subir, de esta forma, motivar que en cualquier época del año puedan peregrinar a la Santísima Cruz y que haya más lugares turísticos.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Parque temático de la identidad florina
Categoría: Manifestaciones culturales	Tipo: Arquitectura y espacios urbanos
Subtipo: Parques temáticos	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Ingreso de Santa Cruz de Flores en la provincia de Cañete	
<p>Descripción:</p> <p>Se tomó como base los estudios hechos por el arqueólogo FREDERICK ANDRE ENGELS, francés que mediante el proyecto CIRA, (centro de investigación de las zonas áridas) promovido por la UNALM (universidad nacional agrícola de la molina) y su asistente el arqueólogo peruano Bernardo Ojeda, Duccio Bonavia y María Rostworowski diez Canseco, en su libro historia del Tawantinsuyo habla de las panacas. También se encontró en viviendas privadas huacos, telares, momias y restos arqueológicos.</p> <p>De esta manera se ha rescatado parte de la identidad florina.</p>	<p>Foto:</p> 

<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none">- Desde Lima a San Antonio: terrestre-bus público-vía asfaltada-94.1km/1h. 27 minutos.- Paradero San Antonio a entrada de Santa Cruz de Flores: terrestre-bus público, mototaxi-vía asfaltada-3.3km/8 minutos.	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Toma de fotografías y filmaciones.
<p>Estado actual:</p> <p>El estado de conservación es bueno.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Reloj de 4 caras
Categoría: Manifestaciones culturales	Tipo: Arquitectura y espacios urbanos
Subtipo: Santuario	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Plaza de armas de Santa Cruz de Flores en la provincia de Cañete	
<p>Descripción:</p> <p>Fue donación del estado japonés, donando 4 relojes l Perú. Tres de ellos están en el parque universitario de Lima, Cajamarca y en el Cusco, gestionado por la familia Washiyama. En esos tiempos estaba como regidor el señor Nicolás Chumpitaz quien se encargó de la construcción del obelisco para el reloj, fatal fue su destino cuando uno de los andamios en los que se encontraba subido cedió. La petición fue que su hermano Pedro Chumpitaz termine su majestuosa obra.</p>	<p>Foto:</p> 
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a San Antonio: terrestre-bus 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Toma de fotografías y filmaciones.

<p>público-vía asfaltada- 94.1km/1h. 27 minutos.</p> <p>- Paradero San Antonio a plaza de armas de Santa Cruz de Flores: terrestre-bus público, mototaxi-vía asfaltada- 3.3km/8 minutos.</p>	
<p>Estado actual: El estado de conservación es bueno.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos**Nombre del recurso turístico:**

Museo Cultural y Taller Artístico de Víctor Tumay

Categoría: Manifestaciones culturales**Tipo:** Museo y Otros**Subtipo:** Muse de sitio**Época de visita:** Todo el año**Ubicación del recurso:** Jr. IV Centenario 240, Chilca 15871, provincia de Cañete.**Descripción:**

El museo cultural y taller artístico de Víctor Tumay y Hnos., es un museo de sitio que está ubicado en la cochera de su casa, donde se expone la historia de Chilca desde la cultura pre inca e inca, asimismo se exponen piezas de restos de platillos voladores y textilería donde se aprecia la presencia extraterrestre en el distrito. A su vez, se pueden apreciar pinturas donde se evidencia la presencia de platillos voladores. Además, podemos observar la colección de billetes y monedas desde la guerra con Chile. Los Hnos. de Víctor Tumay también realizan artesanías como la fabricación de Sombreros, souvenirs sobre

Foto:

<p>los frutos de Chilca tales como la granada, la tuna y el higo</p>	
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de “Recorridos”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos. - Paradero Chilca a plaza de armas de Chilca: terrestre-mototaxi-vía asfaltada-3 minutos. - Caminar hacia el Jr. IV Centenario: terrestre-a pie-2 minutos. 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apreciación de muestras o actividades artísticas (danza, teatro, canto, pintura, escultura, etc.) - Estudios de investigación
<p>Estado actual:</p> <p>El estado es óptimo para recibir turistas.</p>	

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción de Chilca
Categoría: Manifestaciones culturales	Tipo: Arquitectura y espacios urbanos
Subtipo: Iglesias	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Plaza de armas de Chilca en la provincia de Cañete	
<p>Descripción:</p> <p>El Templo Ntra. Sra. de La Asunción de Chilca, es una construcción católica que se encuentra localizada en el distrito de Chilca, en la provincia de Cañete, departamento de Lima. Aquella iglesia, es una construcción de estilo predominantemente Barroco, que fue erigida, durante la Colonia, posiblemente durante la segunda mitad del siglo XVIII y se da como fecha tentativa de su fundación el año 1674.</p> <p>De esta iglesia, se sabe, además, que sufrió las consecuencias del terremoto de 2007, que afectó especialmente al sur del Perú. Tras el terremoto, la iglesia tuvo que pasar por un proceso de reconstrucción que recién se vio consolidado en el 2009.</p> <p>Se sabe que, a lo largo de historia, este templo ha tenido que pasar</p>	<p>Foto:</p> 

por una serie de modificaciones producto de los fuertes sismos que sometieron a esta zona del Perú, así como también de algunos siniestros que aquejaron al templo; como consecuencia de todas aquellas restauraciones es que, especialmente el interior del templo, presenta, una serie de atributos propios de distintos periodos históricos, así como de diferentes tendencias artísticas.

El actual templo, que como se ha mencionado, es la reconstrucción realizada tras el terremoto de 2007, sigue presentando las grandes dimensiones del templo inicial; interiormente, la iglesia ha conservado todavía una hermosa colección de altares que llaman la atención por su tendencia barroca, manifestada tanto en el fino tallado de los mismos como en el lujoso recubrimiento de pan de oro.

Descripción sobre el acceso:

La ruta de acceso se compone de "Recorridos".

- Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos.

Actividades turísticas desarrolladas:

- Rituales místicos o tradicionales.
- Actividades religiosas o patronales.
- Toma de fotografías y filmaciones.

- Paradero de Chilca a plaza de armas: terrestre-a pie -vía asfaltada-15 minutos.

Estado actual:

Se encuentra en un excelente estado de conservación y está apto para recibir turistas.


FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Laguna “La Encantada”
Categoría: Sitios NATURALES	Tipo: Costas
Subtipo: Playas	Época de visita: Todo el año y en verano cobran entrada de S/. 1.00 a los visitantes, cuando termina la temporada de verano permanece libre.
Ubicación del recurso: Jr. IV Centenario 240, Chilca 15871, provincia de Cañete.	
Descripción: La laguna “La Encantada” tiene propiedades curativas tales como evita la caída de cabello, mejora la visión.	Foto: 
Descripción sobre el acceso: La ruta de acceso se compone de “Recorridos”. <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos. - Paradero Chilca a Centro poblado Salinas: 	Actividades turísticas desarrolladas: <ul style="list-style-type: none"> - Observación del paisaje. - Estudios de investigación

terrestre-bus público-vía
asfaltada-10 minutos.

- Caminar hacia el Jr. El Encanto: terrestre-a pie-
15 minutos.

Estado actual:

El estado es óptimo para recibir turistas.

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Laguna “La Milagrosa”
Categoría: Sitios NATURALES	Tipo: Costas
Subtipo: Playas	Época de visita: Todo el año y en verano cobran entrada de S/. 1.00 a los visitantes, cuando termina la temporada de verano permanece libre.
Ubicación del recurso: Jr. IV Centenario 240, Chilca 15871, provincia de Cañete.	
Descripción: La laguna “La Milagrosa” es la más grande de las 3 lagunas que se encuentran en Las Salinas. Contiene altos niveles de sales marinas como el yodo y el azufre.	Foto: 
Descripción sobre el acceso: La ruta de acceso se compone de “Recorridos”. - Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos. - Paradero Chilca a Centro poblado Salinas: terrestre-bus público-vía asfaltada-10 minutos.	Actividades turísticas desarrolladas: - Observación del paisaje. - Estudios de investigación

Caminar hacia la laguna "La Milagrosa": terrestre-a pie-6 minutos.	
--	--

Estado actual:

El estado es óptimo para recibir turistas.


FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Laguna “La Mellicera”
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Costas
Subtipo: Playas	Época de visita: Todo el año y en verano cobran entrada de S/. 1.00 a los visitantes, cuando termina la temporada de verano permanece libre.
Ubicación del recurso: Jr. IV Centenario 240, Chilca 15871, provincia de Cañete.	
<p>Descripción:</p> <p>La laguna “La Mellicera” es la más grande de las 3 lagunas que se encuentran en Las Salinas. Contiene altos niveles de sales marinas como el yodo y el azufre recomendadas contra la esterilidad, artrosis y raquitismo.</p>	<p>Foto:</p> 
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de “Recorridos”.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos. - Paradero Chilca a Centro poblado Salinas: 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación del paisaje. - Estudios de investigación

terrestre-bus público-vía
asfaltada-10 minutos.

Caminar hacia la laguna “La
Milagrosa”: terrestre-a pie-6
minutos.

Estado actual:

El estado es óptimo para recibir turistas.

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Playa Yaya
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Costas
Subtipo: Playas	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Chilca, Cañete, Lima	
<p>Descripción:</p> <p>La playa Yaya está ubicado en el Km. 67.5 de la panamericana sur un lugar perfecto para compartir en familia.</p>	<p>Foto:</p> 
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos. - Paradero Chilca a Centro poblado Salinas: terrestre-bus público-vía asfaltada-10 minutos. 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación del paisaje.

- Tomar movilidad hacia la playa Yaya”: terrestre-mototaxi-9 minutos.

Estado actual:

El estado es óptimo para recibir turistas.

FICHA DE OBSERVACIÓN : Recursos turísticos	
Nombre del recurso turístico:	Playa Yaya
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Montañas
Subtipo: Cerro	Época de visita: Todo el año
Ubicación del recurso: Av. Virrey Amat. Al costado de la capilla está el ingreso al cerro Lapa Lapa	
<p>Descripción:</p> <p>Cerro Lapa Lapa se encuentra en la Provincia de Cañete, en este cerro encontramos un centro de adoración de culto al Dios Sol, son construcciones incaicas. También, es considerado como un mirador natural.</p>	<p>Foto:</p> 
<p>Descripción sobre el acceso:</p> <p>La ruta de acceso se compone de "Recorridos".</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desde Lima a Chilca: terrestre-bus público-vía asfaltada-63km/45 minutos. - Paradero Chilca a Centro poblado Salinas: terrestre-bus público-vía asfaltada-10 minutos. - Caminar hasta la entrada del cerro Lapa 	<p>Actividades turísticas desarrolladas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observación del paisaje. - Paseos en cuatrimotos. - Caminata / Trekking. - Montañismo / Camping. - Toma de Fotografías y filmaciones. - Estudios de investigación

Lapa Terrestre-A pie-Vía Asfaltada-10 minutos /3.5 km.	
--	--


Estado actual:



El estado es óptimo para recibir turistas.



SUBCATEGORIA: Equipamiento turístico en Santa Cruz de Flores			
Establecimiento	Tipo	N	Observaciones
Alojamiento	Hotel	0	- No se encuentran establecimientos de hospedaje de categoría. - El estado es óptimo para el recibimiento de turistas.
	Apart-Hotel	0	
	Hostal	5	
	Albergues	0	
	Resort	0	
	Ecolodge	0	
	Otro: _____	0	
Alimentación	Restaurantes	13	- Se puede encontrar restaurantes que ofrecen platos típicos del distrito. - Se pueden encontrar quioscos o bodegas en cada esquina del distrito y en el mercado.
	Cafeterías	2	
	Quioscos	10	
	Comedores típicos	1	
	Otro: _____	0	
Esparcimiento	Discotecas	0	- Cuenta con bares cerca a la plaza principal.
	Bares	2	
	Casinos	0	
	Clubes deportivos	0	
	Otro: _____	0	
Otros servicios	Agencias de turismo	0	- Se puede ubicar estacionamiento público alrededor de la plaza de armas. - Existe una caseta de información turística en la plaza de armas, además de un mapa turístico y un calendario de festividades y fiestas realizadas en el distrito.
	Guías de turismo	X	
	Agentes financieros	2	
	Bancos	0	
	Cajeros automáticos	0	
	Estacionamiento	1	
	Información turística	1	

	Otro: Deportes de aventura	4	- En el anexo de Azpitia se pueden encontrar servicios de canopy y columpio extremo, además de alquiler de cuatrimotos
--	----------------------------	---	--

SUBCATEGORIA: Infraestructura en Santa Cruz de Flores

Infraestructura	Servicios	Si	No	Observaciones	Evidencia fotográfica
Transporte	Red de carreteras	X		- El sistema vial del distrito se centra fundamentalmente en su accesibilidad hacia la carreta Panamericana Sur, vía principal de acceso a toda la provincia de Cañete.	
	Red de calles	X			
	Señalización vial	X		- La distancia entre Santa Cruz de Flores a la capital de Lima es de 94.70 km.	
	Señalización turística	X		- La vía de acceso se realiza a través de la calle Pablo Nosiglia que comunica directamente a Santa Cruz de Flores con su vecino distrito San Antonio.	
	Servicio de transporte	X		- El estado de las vías y la señalización es bueno. - Para el servicio de transporte se realiza mediante custer y combis.	

Comunicaciones	Servicio de telefonía	X		<ul style="list-style-type: none"> - En la plaza de armas de Santa Cruz de Flores se ubica 1 teléfono público. - Tan solo hay cobertura o señal para Claro y Bitel. - La conexión a internet es extremadamente reducida en los hogares. 	
	Cobertura móvil	X			
	Servicio de internet	X			
Sanidad	Red de aguas	X		<ul style="list-style-type: none"> - Se puede encontrar una posta de salud en el distrito a dos cuadras del mercado. - Solo el 58.4% de las viviendas del distrito cuentan con abastecimiento de agua a través de la red pública dentro de la vivienda. 	
	Red de desagües	X			
	Recolección de basura	X			
	Centros de salud	X			

					
Energía	Red eléctrica	X		- El 65.3% de las viviendas del distrito cuentan con servicios de electricidad.	
	Acceso a combustible		X		



SUBCATEGORIA: Equipamiento turístico en Chilca

Establecimiento	Tipo	N	Observaciones
Alojamiento	Hotel	3	- La oferta hotelera se encuentra en la Av. Antigua panamericana sur y en el centro poblado de Salinas, frente a la laguna "La milagrosa. - Existen hospedajes campestres fuera del centro de la ciudad.
	Apart-Hotel	0	
	Hostal	10	
	Albergues	0	
	Resort	0	
	Ecolodge	0	
	Otro:_____	0	
Alimentación	Restaurantes	21	- Se pudo observar que existen restaurantes que ofrecen platos típicos del distrito en la Av. Antigua panamericana sur.
	Cafeterías	6	
	Quioscos	25	
	Comedores típicos	4	
	Otro:_____	0	
Esparcimiento	Discotecas	2	- 3 club deportivos con grass sintético.
	Bares	7	
	Casinos	1	
	Clubes deportivos	3	
	Otro:_____	0	
Otros servicios	Agencias de turismo	0	- Existe una caseta de información turística en la laguna "La Milagrosa" pero esta se encuentra inhabilitada. - Existen guías locales que ofrecen sus servicios previa coordinación - Existe señalización turística tan solo en Salinas.
	Guías de turismo	3	
	Agentes financieros	10	
	Bancos	3	
	Cajeros automáticos	3	
	Estacionamiento	1	
	Información turística	0	

	Otro: Alquiler de cuatrimotos	0	<ul style="list-style-type: none">- Existen 2 cajeros automáticos (BCP) y 1 Cajero (Continental).- Se puede ubicar estacionamientos públicos en la plaza de armas de Chilca.- Bancos (Banco de la nación, Caja Ica y Mi banco)
--	-------------------------------	---	--

SUBCATEGORIA: Infraestructura en Chilca

Infraestructura	Servicios	Si	No	Observaciones	Evidencia fotográfica
Transporte	Red de carreteras	X		<ul style="list-style-type: none"> - Las vías de acceso a Chilca es regular ya que cuentan con algunas calles en mal estado. - Para el servicio de transporte se utilizan las combis y mototaxi. - El distrito de Chilca cuenta con varias vías que le permiten la interconexión interna y su conexión con la Panamericana Sur. 	
	Red de calles	X			
	Señalización vial	X			
	Señalización turística	X			
	Servicio de transporte	X			
Comunicaciones	Servicio de telefonía	X		<ul style="list-style-type: none"> - Buena cobertura móvil de todas las operadoras. - La conexión a internet es buena. 	
	Cobertura móvil	X			

	Servicio de internet	X			
Sanidad	Red de aguas	X		<ul style="list-style-type: none"> - La recolección de basura es 3 veces a la semana. - Existe una posta médica en Chilca centro y un centro de salud en el poblado de Salinas. - En el distrito de Chilca 3,823 viviendas cuentan con servicio de agua. 	 
	Red de desagües	X			
	Recolección de basura	X			
	Centros de salud	X			
Energía	Red eléctrica	X			

	Acceso a combustible	X		<ul style="list-style-type: none">- En chilca la mayor proporción de viviendas tiene alumbrado eléctrico, pero hay otra existen porcentajes de viviendas que no cuentan con alumbrado eléctrico.	
--	----------------------	---	--	--	--

Anexo 8: Codificación de Entrevistas

Tabla N° 5: Codificación de entrevistas

Santa Cruz de Flores						
	E1	E2	E3	E4	E5	Resultado
¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes la conservación de los recursos del medio ambiente?	“Bueno, por ejemplo, cuando hay visitantes para que no boten basura y no contaminen , yo creo que cada bodega debería tener sus tachos de residuos y seleccionados correctamente, como usted puede visualizar al frente nosotros contamos con depósitos de basura. Cada vez que nosotros vendemos una botella de vino, volvemos a comprar a las mismas personas, los lavamos y lo volvemos reutilizar”	“La producción de los recursos de la vid hacen que vea una sostenibilidad ... al igual que los turistas hace que las visitas y ventas mejoran el mantenimiento del medio ambiente ”	“Mediante publicaciones de parte de la municipalidad incentivar a los turistas a hacer buen uso de los recursos y acerca del medio ambiente deberían poner en las esquinas o en el parque tachos que es para cada residuo ”	“Bueno aquí en el distrito es conocido como capital del vino y del buen pisco, la mayoría de la geografía está compuesta por chacras donde se cultivan distintas frutas y variedades de uva, lo artesanal se han tenido que adaptar a algo más moderno con el tema de los cuidados como el uso de plásticos que antes eran bateas, tinas y ahora se piden materiales para un mejor producción, bueno son uno de los requisitos principal para que un vendedor o	“Bueno nosotros siempre trabajamos, pero de hecho siempre va a ver contaminación no, por ejemplo cada vez que viene la uva y pasa por el proceso, mejor dicho, luego del prensado para poder destilar y la cascara que sale lo usamos como compost ... nosotros si lo usamos para las plantitas que tenemos afuera como abono”	<ul style="list-style-type: none"> - Sostenibilidad - Concientización - Clasificación de residuos - Reducción de plástico - Uso de compostaje

				productor de vinos y piscos pueda seguir trabajando de una manera más formal”		
¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) puede fomentar la valoración del paisaje?	“Normalmente cada bodega cuenta con sus viñedos y debe ver recorridos y publicar en sus redes. En ese caso se recomendaría a las bodegas que tienen viñedos promocionar las visitas entres diciembre para que vean como se da la uva y en producción sería desde febrero hasta mayo para que vean como es su proceso”	“La manera están en que los turistas puedan conocer las áreas naturales y viñedos ya que de esa forma pueden aprender más sobre la elaboración de los vinos desde su inicio”	“Claro hacer visitar los campos, como se dice conocer, caminar por las chacras y conocer los procedimientos de cultivo, como pueden ver toda la zona es verde principalmente de frutas y la uva, conocer el abono, la poda y todo eso”	“Aquí lo que realizamos es la vendimia donde es una actividad realizada por la municipalidad en conjunto con la asociación de vitivinícolas artesanales donde los turistas llegan y son parte de la paña y pisa de uva realizada en la última semana de marzo”	“A la gente les gusta visitar los campos de cultivos, pero eso sería en época de campaña ya que por ahora lo dejamos entrar a la bodega”	<ul style="list-style-type: none"> - Recorridos en viñedos - Visitar los campos y espacios naturales - Apreciación de los procedimientos de cultivo
¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y ventas de productos	“En el distrito mientras más producción hay y más ventas eso va generar más empleo para la gente, más ingresos para el distrito ya que vienen visitantes gastan su plata en vino entonces genera	“Para nosotros, es un medio de vida, bueno en general a todas las personas que se dedican a esto generan un trabajo y poder educar mejor a sus familias”	“Como negocio, muchos beneficios de empleo y calidad de vida, porque como dice los vinos son artesanales y este negocio es familiar y bueno hacerse	“Bueno aquí se destacan por la calidad en vinos y piscos, la manera en que ellos han invertido para mejorar sus ventas, porque no solamente te ofrecen vino sino un obsequio adicional	“Claro en ese caso sería cuando dejamos los vinos en ofertas y promociones para adquirir mayores ventas y poder tener mayores ingresos tanto para mejorar la calidad de vida en los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de vida - Generación de empleo - Mayores ingresos económicos

de vinos y licores?	trabajo para los ciudadanos”		conocido y ofrecer un buen producto”	como en sus portabolsas donde usan imágenes icónicas del distrito, esto ayuda a vender más y generar más ganancias en las familias y mejorar su calidad de vida”	que laboran aquí no, más que nada tener un puesto de trabajo para nosotros”	
¿Qué otras actividades deben ofrecer las bodegas para mejorar sus ingresos?	“Por ejemplo acá en nuestra bodega debería un ambiente donde la gente se pueda sentar y disfrutar de los vinos, en este caso acá no lo tenemos, normalmente pueden degustar, pero no para tomar. Hoy en día la gente busca un lugar donde pueda relajarse... como lugares campestres o restobares”	“Bueno, normalmente aquí se hacen visitas guiadas, donde vienen los turistas se sientan y se le explica todo lo relacionado al vino además de contestar sus preguntas”	“Quizá hacer una cata de vino y pisco, como aquí en la plaza hacían cuando había eventos, enseñarles el proceso a los visitantes”	“Lo que nosotros estamos pensando es crear la ruta del vino y del pisco que significa eso en recorrer todas las bodegas, pero no solo exclusivamente las vitivinícolas sino ir a atractivos como la plaza de armas que es un lugar céntrico, quizás al cerro patrón, que es un mirador”	“Quizás hacer e iniciar una campaña de ventas o degustación de ventas, participar en más eventos o ferias en la provincia”	<ul style="list-style-type: none"> - Catas de vino - Ruta enológica - Degustaciones - Visitas guiadas - Crear restobares
¿Por qué la elaboración del vino debería ser conocido por el turista?	“Debería ser conocido para que la gente venga más, deberían publicar en las redes sociales y hacer más publicidad en su	“Porque es un recurso natural además de que es un producto artesanal que ya no se conservan hoy en día en muchas	“Aquí la zona es conocida como la capital del vino y del buen pisco, lo que es lema del distrito y por ello debería ser	“Debería ser conocido por la calidad de productos que ofrecen las vitivinícolas no solo en su gente que lo realizan, sino que son	“Debería conocerse más que nada por la calidad de los productos ofrecen y además que son artesanales que	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de productos - Productos naturales - Productos artesanales

	negocio para que la gente pueda saber, conocer que aquí hacen vinos de calidad , entonces la gente pueda venir y visitar”	producciones por ello es necesario se reconozca este producto”	conocida por su calidad ”	producidos artesanalmente y que son más saludables para el paladar del turista”	vienen de generación en generación”	
¿Qué beneficios trae la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y cosecha de la vid (higo y granada)?	“Podría ayudar bastante, o sea la gente acá por ejemplo cuando viene un visitante van a un lugar y van a querer saber cómo es, quieren vivir la experiencia... y conocer más a fondo la producción del vino ”	“Bueno eso sería cuando visitan los viñedos, pero por ahora no se hacen esas visitas, tan solo visitan las bodegas, pero creo que sería una forma adicional de mostrarle otra cosa a los turistas ”	“Los beneficios para la turista sería conocer mejor el proceso de campo de la uva ”	“Traería beneficios tanto en los visitantes como en los productores, ya que mucho de los turistas son curiosos y quieren saber más a profundidad el proceso del vino desde el cultivo hasta el embotellado en los productores porque mejorarían sus ventas y promoción de sus productos”	“Creo que el beneficio sería tanto para el visitante como los dueños ya que, los turistas quieren vivir mejor esa experiencia y eso les gusta, se llevan recuerdos y con sus propias manos ya son parte de todo el proceso del vino y en los dueños de poder brindar sus conocimientos y compartirlos con los demás es muy bueno en realidad”	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor experiencia - Adquirir conocimientos y vivencias - Recuerdos - Compartir conocimiento
¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se	“Por ejemplo, acá en las fiestas patronales realizan u obsequian vinos a los visitantes, cada visitante venia, tomaba. Degustaba y	“Si bueno aquí solo se realiza la festividad de la vendimia , donde los turistas vienen y se presentan ferias con todas las productoras	“Actualmente se promueven actividades al año en referencia al vino como el día del pisco sour, la vendimia, dial del pisco y el	“La municipalidad en unión con la asociación de bodegas vitivinícolas artesanales se juntan para realizar actividades como expo	“Bueno la municipalidad junto con la asociación de vinos de aquí de Santa Cruz hace eventos como ferias donde las bodegas	<ul style="list-style-type: none"> - Festividad de la vendimia - Día del Pisco sour - Ferías vitivinícolas

<p>promueven en el distrito?</p>	<p>tal vez le gustaba y buscaban a la bodega y compraban. Aquí la vendimia, mejor dicho, en Azpitia hay un lugar campestre dode tienen su piscina y hacen la pisada de uva y lo chancan con pie. Los fines de semana existe una feria donde participan las bodegas para presentar sus productos donde degustan y compran las personas que nos visitan”</p>	<p>donde la gente puede degustar de vinos y piscos de las bodegas, además de shows artísticos, pero solo se celebra un día mas no una semana como en Ica”</p>	<p>concurso regional del vino y pisco, además la municipalidad ha propuesto a realizar ferias los fines de semana para promocionar las ventas de sus productos”</p>	<p>ferias donde las bodegas ofrecen sus productos en la plaza de armas al igual que artesanos y restaurantes, también se realizan concurso anual de vinos y piscos, además participan shows artísticos presentados por la población. Además, estamos considerando en hacer actividades como concurso de shots que he visto en otros distritos y quien es el que toma más”</p>	<p>vitivinícolas ofrecen sus productos, vinos y piscos y diferentes licores, macerados, etc.”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso regional de vino y pisco - Shows artísticos
<p>¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las actividades y festividades?</p>	<p>“Aquí si son bien organizados la gente, porque siempre salen programas del gobierno, que se organizan y presentan sus productos, además existe una asociación de bodegas que es PROCOMPITE donde</p>	<p>“El pueblo si participa, no solo los que producen vino ya que se generan ingresos también para los restaurantes, hospedajes y tiendas”</p>	<p>“Algunos pobladores no se dan cuenta de que esto es un atractivo turístico, pero si lo que están comprometidos lo que el turismo mueve al colectivo viene un turista y se mueve con el transporte, viene un turista y consume en las</p>	<p>“La vendimia es una actividad en sí que participa todo el pueblo porque no solamente se llevan los créditos las vitivinícolas sino los dueños de restaurantes, ambulantes, los artesanos y también la</p>	<p>“Si hay un apoyo, los pobladores siempre apoyan e inclusive en festividades promovemos de degustar vinos gratis a los locales como turistas y ahí participan, compran más, por ejemplo, de Quilmana</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Organización - Participación activa - Comprometidos - Conciencia

	se organizan eventos en conjunto con la municipalidad”		tiendas va y compre una canchita en cualquier esquina, una gaseosita y eso las personas no tienen conciencia de eso y al final es beneficio para todos”	asociación de turismo y deportes extremos, en si se beneficia todo el pueblo a través de este evento”	vienen a visitarnos y compran los vinos y la mayoría son por recomendaciones de los mismos vecinos”	
¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica con los vinos locales del distrito?	“Acá mayormente Santa Cruz es conocido por su sopa seca y el picante florino, entonces hay una combinación, es bueno maridaje entre vinos y platos típicos de aquí de la zona ya que es una forma también de promocionar los vinos”	“Bueno yo creo que se deberían empalmar mutuamente tanto la oferta gastronómica como los vinos locales. Normalmente casi 80% de los restaurantes trabajan con bodegas y ahí también, es una forma de vender”	“Se debe fomentar a través de que los restaurantes ofrezcan vinos con platillos dándole a los comensales mayor amplitud de oferta”	“Como menciono siempre en cada actividad hay un vino y un pisco. La gastronomía de aquí en Santa Cruz de Flores tenemos un plato representativo que el picante florino que esta por naturaleza y costumbre, nosotros mencionamos que ese plato se debe acompañar de un buen vino o de un buen pisco o si no se puede comer de esa manera incentivamos al turista a degustar nuestro plato	“Bueno aquí el plato bandera es el picante florino donde se debe acompañar con alguna bebida en este caso los restaurantes ofrecen también vinos... ellos además de vender acompañan el paladar de los platos con nuestros vinos”	- Punto de venta de vinos - Maridaje de platillos locales

				bandera junto con nuestros vinos locales”		
¿Qué opciones adicionales deben ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?	“Una receta de platillos que lleven vinos o piscos sería una buena idea, si yo creo que es una forma también de apoyo entre restaurantes y bodegas y generar una mayor atracción”	“Considero que en los platillos quizás puedan usar los vinos como ingrediente sea en guisos o carnes para resaltar la bebida con los platillos”	Pues sería ofrecer los piscos en cocteles, darles buenas ofertas porque no hay que abusar del turismo porque muchas veces el turista no quiere regresar porque un vaso de pisco sour le cobran cerca de 20 y 30 soles, ay que ofrecerles los precios justos”	“Normalmente hay algunos platos que lo elaboran con pisco y con vino, los restaurantes ofrecen platillos a base de pisco y vino ya sean flameados o en guisados, además los restaurantes deben ofrecer una copita de vino o pisco a los comensales de esa manera hacen que se lleven un grato recuerdo de Santa Cruz de Flores”	“Quizá realizar platos a la carta con los vinos locales, agregar como que una barra y promocionar nuestros vinos ahí y también realizar catas por que no”	- Vino como ingrediente de platillos - Ofrecer cocteles - Catas de vino - Ofrecer aperitivos
¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativ	“En Santa Cruz de Flores tenemos la cruz, que es un mirador, también las lomas de Azpitia... su comida y bodegas, además por los deportes que se realizan aquí”	“Bueno sería la gastronomía, las bodegas, el mirador de la Cruz, bueno específicamente este lugar no está bien promocionado generalmente asiste la	“El anexo de Azpitia es el más conocido por su vista del valle y los deportes extremos, mientras que Santa Cruz pueblo, sus atractivos son las bodegas de vino y	“Los más representativos serian la plaza de armas con vista hacia la iglesia principal y además de su reloj de cuatro caras, el cerro patrón, mirador de la Cruz, los paisajes	“Bueno aquí la mayoría viene por los vinos y pisco como también los deportes extremos, pero tenemos mucha naturaleza como el valle, el mirador natural, nuestra plaza con la	- Valle de Azpitia - Iglesia de Santa Cruz de Flores - Bodegas vitivinícolas - Mirador cerro patrón

<p>os del distrito?</p>		<p>gente que gusta de caminar, depende del turista de a pie y que le gusta va”</p>	<p>pisco, el mirador del cerro patrón, la plaza de armas con su reloj de las cuatro caras ya que Santa Cruz es uno de las cuatro zonas a nivel nacional que tienen esta arquitectura a nivel del Perú lo que convierte en un atractivo, este reloj y también una huaca que se llama ollería”</p>	<p>naturales, el valle de Azpitia y los deportes extremos que son ya en si atractivos, así como también las bodegas vitivinícolas”</p>	<p>barroquia y el reloj de cuatro caras, creo que esos serian lugares ideales que los turistas puedan visitar”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Deportes extremos - Reloj de cuatro caras - La gastronomía
<p>¿Cómo la creación de una ruta enológica ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes en el distrito?</p>	<p>“Acá en la plaza han hecho una caseta turística y ahí brindan información y de ahí debería a ver un guía y traerlos, realizar un tour por todas las bodegas ya que son cerca de 15, porque hay algunas bodegas que están escondidas y si hubiera un guía que los lleve porque hay bodegas que hacen buen vino y la gente no llega”</p>	<p>“Claro, depende de que las bodegas mejoren sus instalaciones ya que por apoyo no hay la capacidad de que el turista tengan las expectativas claras y se van”</p>	<p>“Si bastante, si hubiera una ruta se iría de bodega en bodega dar a conocer al turista, se empezaría de abajo hasta llegar acá al centro ya que hay cerca de 15 bodegas, osea que sea así de pasantía para conocerlas, se podría potenciar bastante o crear un programa no, donde se recorra todos no, pero siempre con un guía”</p>	<p>“En si ayudaría bastante, con saber que aquí en Santa Cruz hay cerca de 20 vitivinícolas y al hacer una ruta sería beneficioso para todas las empresas que están en el rubro turístico además ya la vendimia esta entre los grandes eventos de la región como Ica y San Vicente de Cañete”</p>	<p>“Sería mayor ingreso económico, que más pues, la gente para que vengan a visitarnos de una forma más atractiva y acompañarlo con otras actividades adicionales y que se mas días”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejores ingresos económicos - Mayores visitas - Potenciar los atractivos

<p>¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes) del distrito?</p>	<p>Que, si están aptos, bueno se encuentran intermedio se podría decir, normalmente vienen visitantes y deberían enfocarse más en eso ya que los turistas buscan comodidad, porque a veces hay turistas que prefieren quedarse 2 días y debería a ver más hospedajes o también estos pueden hacer ofertas para invitar a los turistas quedarse un día más y favorecería a los visitantes y dueños</p>	<p>“Aquí no hay agencia de viajes, por general vienen de Lima, en hospedajes no hay muchas, cerca de 5 y solo trabajan o se llenan en fechas festivas”</p>	<p>“No hay agencias de viajes para Flores de turistas, hay particulares que agarran, pero en ruta cogen de pasada a Santa Cruz no es punto de llegada acá. Porque ahora los turistas quieren tomar desayuno, almorzar y cenar, pero no acá solo encontrará vino, por ejemplo, los restaurantes aquí son pequeños y si vas a encontrar un amplio vas a encontrar en Azpitia, pero tienes que reservarlo. Lo que falta es espacio para recepción a los turistas en los restaurantes y hospedajes, bueno hospedajes hay 4 creo, pero están en buenas condiciones</p>	<p>“Influye bastante en sí, ya que como mencione todos trabajan de una manera organizada, todos nos conocemos y todos nos apoyamos tanto vitivinícolas, restaurantes, hoteles y asociaciones de turismo y bodegas. En si no hay agencia de viajes aquí en Santa Cruz de Flores, pero la gente misma recomienda a los turistas que visitar y de esa manera es que se realizan las actividades</p>	<p>“Acá hay hospedajes, son tres no hay muchos, pero falta más recreos campestres, acá en Flores no más hay restaurantes pequeños y en Azpitia hay dos más sofisticados podría decirse, pero acá en el centro debería a ver también sería más atracción para el turista”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aptos para recibir turistas - No hay agencias de viajes - Restaurantes pequeños - Pocos hospedajes
--	---	--	---	---	--	---

<p>¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?</p>	<p>“Por ejemplo, solo tenemos red Claro y Bitel, y hay visitantes que le gustan pagar con cuenta token o yape y muchas veces no le permite hacer eso por la señal u otra red en cambio si hubiera más señal de diferentes operadoras la gente gastaría más. Aquí existe una posta medica pero que no está bien implementada, si sucede un accidente a un visitante de aquí tendrían que llevarlo a Cañete, aquí hay solo primeros auxilios como se dice. Sobre las carreteras aquí en el centro de Santa Cruz está bien... dirección a Azpitia si esta trocha”</p>	<p>“Bueno acá tenemos un bajo nivel de comunicaciones de las redes operadoras, el único que entra señal es Bitel y Claro porque cuando el turista viene se pasea para encontrar la señal y es algo negativo, después cable e internet los hoteles tienen y si contamos con un centro médico pero que no funcionan los fines de semana ante alguna emergencia no tienen que llevar a Mala y sobre el agua y desagüe si en eso no hay problema”</p>	<p>“En las comunicaciones estamos fallando bastante, siendo un distrito no contamos con un teléfono público, un internet solido también, sobre luz y energía si contamos, sobre el agua no disponemos en la noche de las 7, 8 u 9 de ahí cortan y al día siguiente a partir de las 6 am”</p>	<p>“Normalmente en el transporte, los días de semana son muy pasivos, tranquilos como estamos ahora, pero los fines de semana son más movimientos por ello el serenazgo con la policía nos ayuda en seguridad desde los tramos de ingreso al distrito, si bien ahora la conexión está un poco ajustada debido a que están realizando una obra de agua y alcantarillado en la zona turística de Azpitia y temas de sanidad es por ello que se ha invertido para mejorar los servicios básicos en la población”</p>	<p>“En las comunicaciones por ejemplo deberían poner más antenas de movistar o entel porque esas señales no entran y lo que agarra aquí son claro y bitel nomas, debería ampliarse más para que el turista tenga su señal y se vea mejor”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo nivel de comunicaciones - Existe puesto de salud - Alumbrado eléctrico - Agua y alcantarillado - Vías de conexión en buen estado
<p>¿Cuáles son las actividades</p>	<p>“La Municipalidad, a través de la asociación de bodegas obsequian</p>	<p>“Ah siempre hace publicidad, también hacen proyectos, en los</p>	<p>“Si ellos están dispuestos, cuando se le solicitan para eventos</p>	<p>“Nosotros hacemos empezando nada más el día del pisco sour que</p>	<p>“Hacen ferias gastronómicas, donde también nos incluye</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ferias de productos locales

<p>que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico? Y ¿Cuáles serían sus sugerencias?</p>	<p>maquinas a las productoras y así las bodegas ponen más empeño para producir mejores vinos de calidad, en publicidad como usted puede apreciar no inculcan mucho en las redes, yo creo que las bodegas deberían crear su ubicación en google Maps y así los turistas ubicarlos rápidamente. También la municipalidad realiza eventos o ferias donde participan todas las bodegas y artesanos en fechas como el día del pisco sour, día del pisco, la fiesta patronal de la cruz. La municipalidad debería poner para que haya ingresos y genere empleos, por ejemplo, la municipalidad se</p>	<p>artesanos y bodegas, nos capacitan y hacen una feria todos los fines de semana para presentar sus productos. Bueno quizá mejorar las áreas verdes e infraestructura hacia la subida en el mirador ya que no hay señalización ni baños públicos, mejor dicho, ningún servicio”</p>	<p>si apoyan por ejemplo pidiendo permiso a la prefectura, que todo se organicen, ponen el serenazgo, sus vehículos también si se necesita traer algo, en ese aspecto si nos da la mano. En turismo, mejorar la infraestructura para poder recibir al turista, mejorarlo y luego traer al turista”</p>	<p>es el 2 de febrero, también la vendimia que es en marzo, en abril es la bajada de cruces ya que esa es nuestra fiesta patronal que es la santísima cruz de 3 de mayo donde se bajan las cruces desde el cerro patrón en el cual todas las bodegas en junio es el festival del tamal donde influyen debido a las ferias de vinos y piscos en esa fecha, en fiestas patrias hacemos la fiesta multicultural justo este año hicimos la fiesta multicultural del bicentenario donde hacemos alrededor de la plaza, en setiembre tenemos el concurso regional de vinos y piscos y de ahí hasta diciembre que es la creación política del</p>	<p>para las ventas de vinos y piscos, también realizan el día del pisco sour y el concurso del tamal florino donde viene gente a visitarnos. Promover más con ferias vitivinícolas, debería a ver más al año, deberían incrementar las ferias y tengamos mayores ventas e ingresos para nosotros”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Festividades como día el del pisco sour, la vendimia, del tamal - Ferias de vino y pisco
---	---	--	--	--	---	---

	<p>alimenta de los impuestos, si más ventas hay más ingreso para el municipio y mejores obras para mejorar la infraestructura”</p>			<p>distrito que es el 27 de diciembre. Nuestras sugerencias serian promover nuevos eventos turísticos como la semana del turismo en setiembre, crear expo ferias, concursos donde participen visitantes y pobladores, seria genial”</p>	
<p>¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?</p>	<p>Deberían inculcarse más en publicidad, publicar más, como le digo acá las bodegas están un poco escondidas y los turistas prefieren irse a Azpitia y no degustan del vino, otro tema también es que las bodegas mejoren sus instalaciones que tengan un buen ambiente agradables para recibir a los turistas”</p>	<p>“Quizá asociarse más, invertir, capacitarse y mejorar sus instalaciones para recibir a los turistas, también pueden crear paquetes entre empresas y mejorar sus ingresos”</p>	<p>“Mencionar que Santa Cruz de Flores es un buen lugar para ofrecer buenos vinos y buenos piscos, las empresas turísticas deben promocionar a Santa Cruz de Flores como punto de referencia, y decir que las empresas de afuera nos consideren en una de sus rutas, al menos con mencionarnos ya es bastante para nosotros”</p>	<p>Quizá de formalizar las empresas, también crear una agencia de viajes y determinar una ruta del vino y pisco, poder crear alianzas entre empresas como restaurantes y hoteles, además de las bodegas</p>	<p>“Deberían ver una empresa o agencia que haga tour por toda la zona por ejemplo visitar las bodegas, recreo o las zonas turísticas de aquí en Santa Cruz de Flores y Azpitia”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Promociones - Mejorar instalaciones - Crear alianzas empresariales - Formalización

Chilca						
	E6	E7	E8	E9	E10	Resultado
¿De qué forma el espacio del vino puede fomentar en los pobladores y visitantes la conservación de los recursos y del medio ambiente?	“De qué forma, te podría decir que, uno es evitando colocar la basura en el suelo, claro, otro podría ser la, como te podría decir. Nosotros prácticamente cuando vendemos ponemos una cajita y hay personas que lo dejan encima de la mesa y ahí entonces le decimos, señor un favor ahí está el tachito, claro evitando no, en esa parte podría ser”	“Ahorita aquí lo que hace falta que el ambiente ya ahorita se está contaminando, es que hay cantidad de empresas, por ello cada vez que los visitantes vengan deben incentivarle a cuidar los espacios donde se realiza el turismo”	“Ah de mantener limpio a la hora que coman ellos sus productos pues botar sus envolturas en un tachito de basura, para que no esté sucio pues”	“Yo creo que de tener mayor conociendo en los recursos naturales que existen en la zona, conocer cómo se forman las filtraciones de las lagunas y los minerales que tienen y de esa forma concientizar a los visitantes sobre su importancia de lo que la naturaleza produce”	“Bueno yo considero que puede ser mediante la concientización que se le den a los que tienen empresas turísticas no, que son los que están en ese rubro y en los turistas pues tener más información sobre la importancia de los espacios que son patrimonio también de Chilca”	<ul style="list-style-type: none"> - Concientización - Clasificación de residuos - Importancia de los espacios y recursos naturales
¿De qué manera la visita a los viñedos (las higueras) puede fomentar la valoración del paisaje?	“Claro, mira este podría ser en que uno está yendo a visitar los lugares y poder cuidar de estos espacios”	“No, nosotros si no, no permitimos porque las higueras, pero sería útil que las personas conozcan como son las plantaciones y conservar el espacio sin dañarlo la entrada a la chacra, la chacra es	“Ah siempre también es bueno algún guía que nos pueda guiar a los sitios donde están todo lo que son los higos, las plantas, las plantaciones que están al lado de playas pues	“Bastante porque hay muchas personas que suben al cerro se quedan maravillados con el paisaje, con los atardeceres aparte con la presencia de cuarzos y la gente siente esa buena vibra y energía	“Yo creo que adquiriendo conocimiento de los dueños pueden generar en los visitantes darle mayor importancia del recurso que tiene el recurso y así generar revalorización en las	<ul style="list-style-type: none"> - Visitar los campos de cultivo - Apreciación de los procedimientos de cultivo - Conservación de los espacios

		bien celosita si bien celosita es no, las plantas mismas son bien especiales, si son delicadas”	no, porque por ahí están las higueras”	ya que la gente llega estresada de Lima, hacen una caminata hacia arriba sudan, se relajan libre de estrés. A mí me parece que este cerro a diferencia de los otros porque yo he recorrido a varios y es por lo que te dije que es por los minerales y eso les transmite bastante a las personas”	plantaciones higueras tanto en los pobladores como en los visitantes”	- Revalorización
¿Qué beneficios económicos puede generar la comercialización y ventas de productos de vinos y licores?	“Mira, yo desde que, este tengo mis hijos, yo les he dado educación con puras ventas nomas, osea me ponía en un lado, hacia mis vinos, hacia mis dulces, hacia todito esto”	“Para nosotros hemos trabajado duro, duro, yo me iba a vender allá, éramos poquitas las vendedoras y teníamos la clientela, una clientela selecta y esos clientes siempre todos los años venían a comprarnos y así le di estudios a mis hijos y mejoramos nuestra calidad de vida se puede decir”	“Ah buenos beneficios, buena venta hay buena venta a veces hay, eh también cuando llegan personas de otros lados hay que atenderlos bien para que puedan volver a regresar porque si tú los atiendes mal pues ya no vuelven ya ellos, claro ha generado, claro un mejor comodidad más personal y hay un poquito más de ingreso y también ingreso para	“Bastante porque fomentamos la marca Chilca y antes no existía la marca por decir Chilca-Perú, casi ninguno ponía esa marca en sus productos que ofrecían por más simple que parezca y fui el primer en colocar este distintivo en mis trabajos manuales y de ahí poco a poco se ha ido extendiendo. Inicialmente fui el único	“Yo creo que puede generar en las familias mejores ingresos, calidad de vida además es una fuente de trabajo para ellos y que generan en la población”	- Calidad de vida - Generación de empleo - Mayores ingresos económicos - Buena educación

			las personas que quieren trabajar "	que hacia artesanías propias de Chilca y eso ha sido algo innovador, innovador porque no existía"		
¿Qué otras actividades deben ofrecer las bodegas para mejorar sus ingresos?	"Mira, porque, llegar a que mis hijos, mis nietos tengan algún futuro mejor a lo que nosotros tenemos, porque ese es un anhelo para todos, que tengan algo mejor, que los hijos, los nietos estén orgullosos de uno, eso es lo más importante. Como yo te digo, yo sé hacer la cachina todito esto, la cachina de manzana, la cachina de uva yo lo sé hacer y todo lo que es dulces también yo lo preparo, yo no sé cómo, pero tengo tiempo"	"Ofrecer nuevos productos derivados del higo, hacer nuevas actividades y ofrecer sus productos en ferias "	"Eh que la marca sea más conocida también digo yo no, sea más conocida y el producto sea rico y sacar nuevas cosas con las marcas y bueno y poder tener eh recomendarlos a las personas"	"Quizás hacer recorridos por sus plantaciones donde se producen sus productos sería un plus adicional que el turista quiere conocer"	"Se me ocurre que puedan crear espacios agradables para la degustación o hacer catas u ofrecer vinos con algún platillo como piqueos"	- Catas de vino - Visitas guiadas - Degustaciones - Crear espacios confortables - Nuevos productos derivados - Asistencia a ferias
¿Por qué la elaboración del vino	"Claro yo creo que, sobretodo el valor que tiene uno dándolo de	" Por su calidad de productos y que son	"Eh, debe ser conocido por la buena calidad que es no que son y	"Porque es un producto propio de aquí, hecho con los mismos higos	"Creo que debería ser conocido por su importancia y que	- Calidad de productos

<p>debería ser conocido por el turista?</p>	<p>este, sabiendo como uno le prepara tú tienes conocimientos ya de eso y con eso ya tú tienes una mayor garantía, porque si tú le das de probar, le das este prácticamente, como es que tú lo trabajas porque cada quien tiene una manera de trabajar, pero lo que te va a impresionar es la manera como tú lo trabajas y como tú lo das porque lo das con cariño, bueno yo creo que esa es la parte que uno tiene que tener”</p>	<p>netamente chilcanos, los frutos”</p>	<p>también es por los higos que hay acá en Chilca, higo y la lúcuma que es de acá de Chilca es conocida esas frutas, los productos”</p>	<p>de la zona, son higos chilcanos y es una muestra de trabajo de los mismos trabajos de los higos, las frutas para elaborar los vinos”</p>	<p>sepan que aquí también se hace productos de buena presencia y que son artesanales sin ninguna alteración”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Productos naturales - Buena presencia - Productos artesanales
<p>¿Qué beneficios trae la participación de los visitantes en las tareas de técnicas de sembrado y</p>	<p>“Bueno como te digo, yo creo que una persona primeramente tiene que cultivar la tierra, ponerlos toditos este en un buen estado y también hay, porque la uva no brota de semillas, las uvas</p>	<p>“Conocimiento de las higueras, sobre las hoyadas que son un sistema de donde están las plantaciones y eso”</p>	<p>“Claro que conozca más el sitio y poder también recomendar a las demás personas donde hay un lugar bueno para que puedan comer los ricos helados no y sea conocido también la marca”</p>	<p>“Como te digo es una experiencia diferente que se pueden llevar las personas”</p>	<p>“Los beneficios serian que los turistas puedan adquirir nuevos conocimientos de cómo se trabaja en el campo porque aquí en chilca hay varias chacras de higo, pero mucho de los dueños tienen el temor</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejor experiencia - Recuerdos - Adquirir conocimientos

<p>cosecha de la vid (higo y granada)?</p>	<p>brotan de las ramitas, tú la podas y después siembras y con eso ya lo vas cosechando”</p>				<p>de desaparecer, pero creo que su importancia es relevante en el distrito ya que es parte de su identidad”</p>	
<p>¿Qué actividades y festividades enológicas, turísticas se promueven en el distrito?</p>	<p>“Mira en la temporada de higo, todo lo que es el festival del higo, todo lo que te sale es puro higo, bien el vino del higo, chocotejas de higo, tejas de higo, todo y el higo fresco, el higo seco, el dulce de higo mayormente toditito, todo lo que es higo porque la gente se viene a eso y ahí no te venden ningún otro vino, todo es vino de higos”</p>	<p>“Ya ahí nos invitan a la feria de vino, nosotros vamos llevando la mermelada, el vino de higo, pisco de higo, todo lo que es derivado de higo, algunos preparan pan de higo, pie de higo”</p>	<p>“Eh que actividades, eventos pues hay los ciclismos que empiezan con los ciclismos, las misas eh los grupos que vienen siempre día a día hay llegan más turismos, en lo que es la feria, la feria de los helados ahí participamos”</p>	<p>“Hay maratón, hay ferias y ciertos shows relacionados al vino”</p>	<p>“Creo que aquí hacen la semana del chilcano, pero se promocionan los pisco, pero la festividad más importante sería la fiesta del higo, en febrero, donde vienen artistas y hacen una feria aquí en la plaza y empresas presentan sus productos como mermeladas de higo, vinos de higo y granada y los helados también, la fiesta dura como una semana”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Semana del chilcano - Festival de higo - Shows artistico
<p>¿Cómo considera la participación de los pobladores ante las</p>	<p>“Mayormente si, si se interesan porque toditas las gentes que viven acá, viven de sus propios productos y vienen y venden acá y</p>	<p>“Acá por ejemplo los que participamos son pocos en ir a vender, a conocer son pocos de acá de Chilca son pocos, sino la gente que</p>	<p>“Ah ya, si participamos junto con la población participamos con la marca de helado participamos, si también participa</p>	<p>“Si la mayoría participa, si se reúnen, algunas empresas se apoyan no todas para participar en las festividades”</p>	<p>“Aquí si participan los pobladores, donde se reúnen las familias, salen a las calles a las ferias, a los shows</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa

<p>actividades y festividades?</p>	<p>le dan a conocer a las gentes que vienen, a toditos ellos y mucha gente vienen, más vienen por los higos y las chapanas.”</p>	<p>viene de afuera, vienen de un sitio otro sitio a comprar, al festival llevamos la mermelada, llevamos pasa de higo, el vino, el pisco todas esas cositas llevamos”</p>	<p>siempre a saborear sus ricos helados hay varias cosas y ahí vienen las fiestas claro”</p>		<p>artísticos y a la celebración”</p>	
<p>¿De qué manera se puede fomentar la oferta gastronómica con los vinos locales del distrito?</p>	<p>“Mira el vino de higo mayormente lo utilizan ese es como una miel porque es muy bueno para la anemia, los bronquios y el vino de higo lo echan un poquito en los picarones que es muy bueno que lo echen y el vino borgoña, el vino tinto también lo acompañan a la comida, bien a los tallarines a los guisos, por ejemplo, los siete amores he visto, he comprobado que lo echan a la pachamanca y es riquísimo porque a</p>	<p>“Ah acá el plato típico es la sopa con su carapulcra, el picante criollo, y siempre se le acompaña con vinos, si para acompañarle con su vinito”</p>	<p>“Eh, disgustándolos pues para que puedan ellos este comprar, haciéndoles disgustar a las personas cada producto y cada vino de que sabor es porque no hay solamente vino, solamente hay vino de granada y vino de higo también hay y haces disgustar para que ellos puedan comprarte cual es el mejor producto no”</p>	<p>“Aquí los platillos son la carapulcra con sopa seca y el picante”</p>	<p>“Mmm, pues aquí el plato típico es la carapulcra chilcana y el picante, pero nose como se pueden fomentar quizás ofreciendo productos locales”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Puntos de venta de vino - Degustación - Maridaje de platillos locales

	veces hasta ellos nos compran vinos y después ellos nos venden su pachamanca a nosotros”					
¿Qué opciones adicionales deberían ofrecer los restaurantes locales para los comensales, amantes del vino?	“Mira te podría decir que en los restaurantes se utilizan, nos compran los vinos de acá, nos compran el vino borgoña, el pisco para ellos echar a su comida y después ellos nos mandan, nos recomiendan a nosotros para que nosotros lo podamos comer”	“Algunos restaurantes preparan ah, algunos restaurantes preparan su carapulcra, por ejemplo, acá en el mercado tú has visto que toda la semana hay en la esquina del finado, ahí la señora que vende, vende su picante y su carapulcra, ahí son dos vendedoras de picante y carapulcra y así en otros sitios”	“Ah que sus comidas sean buenas, claro los platillos favoritos que acá en Chilca en la carapulcra, el picante también claro y vender productos de chilca y ofrecer platos con este producto como postres o comidas	“Crear nuevos platillos con productos locales, como pescados, quizás hacer postres con vinos de higo o granada y que sean locales”	“Quizás los restaurantes puedan ofrecer más platos típicos, porque no hacen mucho”	- Ofrecer productos innovadores - Vino como ingrediente de platillos
¿Cuáles considera que son los atractivos turísticos más representativos del distrito?	“Mira los atractivos que hay acá, la gente mayormente vienen por los higos y por las lagunas, claro mayormente y vienen y tú le ofreces un vino de higo unas pasas de higo y las personas se van	“Mira, diferentes sitios algunos van a conocer la cueva del pirata que hay, Yaya, después las ruinas de Bandurria, también podrías ir a las Salinas a Wilder, claro él trabaja en artesanías de otro mundo. Mmm,	“Su turismo pues, las tres lagunas, playa y los ovnis ya que acuden al museo del señor Víctor, donde él habla de los avistamientos y todo eso y pues los helados, obvio la marca Chilcanito”	“Las lagunas y algo que no esta tan promovido que es el cerro yaya y el mirador, debería habilitarse mejor el camino”	“Pues aquí serían las lagunas, las playas, que son tres, ñave, yaya y san pedro. Después sería la plaza y la iglesia y el museo del profesor Víctor que habla de los avistamientos de ovnis”	- Las lagunas medicinales - Las playas - La iglesia nuestra señora de la asunción - Museo taller Víctor Tumay y Hnos

	<p>contentas porque, porque dicen: a no hemos ido al sitio donde este mayormente este es conocido por los ovnis, los extraterrestres, porque muchas veces vienen gente y dicen: señora y porque por todos lados veo marcianos, que porque puros helados de higo, es que acá es la tierra de los higos le digo y me dicen: señora a ver cuéntame algo, si muchas personas que a veces no conocen vienen y te hacen unas preguntas ahí, ya y tú tienes que estar, bueno al menos no sabes tanto pero al menos explicas”</p>	<p>mira el parque de la identidad, de la virgen empiezan, después van a la iglesia a conocer la iglesia principal que es de acá de Chilca, que es una iglesia colonial, después se van unos al museo que hay acá en Chilca del profesor Víctor, profesor Víctor conoce como te digo bastante del turismo de acá de Chilca”</p>				<ul style="list-style-type: none"> - Ruinas de Bandurria - Parque de la identidad. - Cueva del pirata - Helados de higo - La plaza de armas - Avistamiento de ovnis o turismo ufológico
<p>¿Cómo la creación de una ruta enológica</p>	<p>“Bueno que haya más turismo y que haya una guía para que este</p>	<p>“Ayudaría bastante a promocionar el turismo en Chilca, sobre todo”</p>	<p>“Claro ayudaría en si a todos crear como un mapa grandote donde que ahí vea en cada</p>	<p>“En si ayudaría bastante, con saber que aquí en Santa Cruz hay cerca de 20 vitivinícolas</p>	<p>“Ayudaría baste creo a conocer los atractivos de Chilca y el turismo y</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejores ingresos económicos - Mayores visitas

<p>ayudaría a potenciar los recursos turísticos y enológicos existentes en el distrito?</p>	<p>incentive a las personas”</p>		<p>punto donde que diga en tal lugar encontramos un helado, en tal lugar unas ricas comidas donde que se saborea en tal lugar, ya depende del cliente a donde se va pue no, para que vayan de frente a esos lugares, los helados Chilcanito obvio que tiene que estar ahí, tiene que estar en un punto ahí claro que sí”</p>	<p>y al hacer una ruta sería beneficioso para todas las empresas que están en el rubro turístico además ya la vendimia esta entre los grandes eventos de la región como Ica y San Vicente de Cañete”</p>	<p>todos los hoteles y restaurantes”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciar los atractivos
<p>¿Qué opina sobre el equipamiento turístico (restaurantes, hospedajes, agencias de viajes) del distrito?</p>	<p>“Si, bueno lo que te podría decir, donde yo me quedo, la señora es muy buena, es bien amable, aja bien amables son, nosotros jalamos gentes para los restaurantes y ellos también jalan para nosotros, aja una con otra”</p>	<p>“Si hay bastante restaurante, bastantes hoteles que pueden recibir al turista”</p>	<p>“Claro, bueno no he entrado a muchos hoteles acá para recomendarte porque no sé cómo es pero por fuera veo que es buena son buenas sus fachadas y los restaurantes son buenazo ya hay un restaurant ahí que ese es buenazo ese restaurant, yo lo</p>	<p>“Si hospedajes si hay y ha aumentado más y bueno restaurantes en Chilca centro hay más variedad”</p>	<p>“Yo considero que se encuentran aptos, aquí hay bastantes hoteles y algunos buenos como el descanso del rey y benvenuto y restaurantes pues vas a encontrar varios en las avenidas”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aptos para recibir turistas - Variedad de restaurantes - Bastantes hospedajes - No hay agencia de viajes - Buena atención

			recomendaría, acá no hay agencia de viaje , y los grupos que vienen se concentran en la virgen y se les recomienda el hospedaje Adán y Eva por ejemplo”			
¿En qué condiciones se encuentra la infraestructura turística (transporte, comunicaciones, sanidad y energía) del distrito?	“Mira primeramente acá le falta muchísimo porque este es un lugar olvidado y otro que la municipalidad debe tener un poco más de limpieza porque a veces vienen turistas, está bien que uno venga así de pasada ahí pero también, uno también tiene que llevarse una buena imagen, en ese yo creo que debería ahí, porque hay gentes que son de acá y son demasíadamente egoístas, tú le preguntas, prácticamente se dice	“Eh mira, para las Salinas la pista antigua no esta tan buena hay trocha, muchos se van pagan su peaje y bajan por el peaje, no entran por acá a veces no ingresan acá al centro, si pues es por la pista que está un poco deteriorada , pero algunos se arriesgan ah, porque cuando nosotros nos vamos a la chacra en los fines de semana, cantidad de gente de Lima que viene”	“Si eso es bueno creo acá sí, no creo que falte eso ah, sí es bueno eso acá, si hay una posta ”	“Si está bien, hay transporte”	“Bueno creo que están algo regular las vías están asfaltadas , pero faltan mantenerlas , además aquí tenemos una posta médica y en algunos anexos hay un centro de salud ”	- Vías asfaltadas pero en deterioro - Existe una posta medica

	se botan, yo digo: y, ellos deberían estar orgullosos que su zona es reconocido y vienen turismo y para que ellos sobresalgan también, ya la envidia y todito eso, deben dejarlo al lado”					
¿Cuáles son las actividades que realiza el gobierno local a favor del turismo enológico? Y ¿Cuáles serían sus sugerencias?	“Mira yo, esto lo hizo el anterior alcalde, este alcalde no ha hecho nada, creo que han hecho actividades de ciclismo, hoy día, maratón creo porque vi algunas personas corriendo, es muy poco, bueno no es el motivo porque el alcalde también está ahí, pero yo sé que la Fénix Power, es el quien está apoyando a Salinas, es el que más mueve, más que la municipalidad”	“Si está apoyando, si apoya. Mejorar la pista porque está un poquito, si impulsar eso, pero si, si apoyan por ejemplo cuando es el festival invita y vamos y con una invitación vamos nosotros”	“A veces en ferias veo que si, osea invita a todos los productos que son artesanos de acá de Chilca, eso veo que en ferias si invitan que es en fiesta del higo el 14 de agosto invitan a todas las empresas de sus productos si invitan”	“Creo que lo único que ha hecho más por presión y por pandemia y todo eso han querido hacer, creo que más por obligación considero es hacer los tres días de actividades por el día del turismo. Sencillo que apoye más al turismo como en todas las gestiones, estar constantes en todo, con todas las empresas del rubro de turismo, con los vinos, hospedajes, etc.”	“La municipalidad realiza tan solo una actividad como la feria del higo y la semana del chilcano. Considero que deberían realizar más actividades turísticas como ferias los fines de semana donde se puedan ofrecer productos chilcanos”	<ul style="list-style-type: none"> - Actividades por el día del turismo - Festival del higo - Fiesta del 14 de agosto

<p>¿Qué deberían hacer las empresas turísticas para fomentar el turismo enológico en el distrito?</p>	<p>“Bueno, más publicaciones acerca de esto y tener una como te digo, hacer una, hacer un solo puño para que todos mantenerlo bien, sobretodo mantener bien, conservarlo para tener mejor y que todos sean uno ahí, acá que no haya diferencia entre uno ni el otro nada, todos que formen uno solo porque es bienestar para todos”</p>	<p>“Si las empresas hicieran Chilca antes era un pueblo tranquilo, pero ahorita ya Chilca no es el pueblo que era antes y eso equivale a mejorar todo lo relacionado al turismo”</p>	<p>“Promocionar claro, en radio, promocionar pues poner su marca más en varios lados no, asociarse con otras empresas para que sea más conocida también su marca pues, porque hoy en día si es conocida pero no, montón de lugares no, no hay, hay que ser sinceros, cerca nada más de conocido de la marca Chilcanito, conocidos pero cerca más no”</p>	<p>“Hacer folletos, boletines entonces creo que las empresas deberían crear o participar en proyecto participativos para el turismo.”</p>	<p>“Deberían potenciar sus publicaciones y promociones en sus páginas el turismo en chilca y crear alianzas estratégicas en beneficio de los empresarios y pobladores”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad - Promociones - Mejorar el equipamiento y oferta turística - Crear alianza estratégicas
---	---	--	--	---	--	---

Fuente: Elaboración propia.

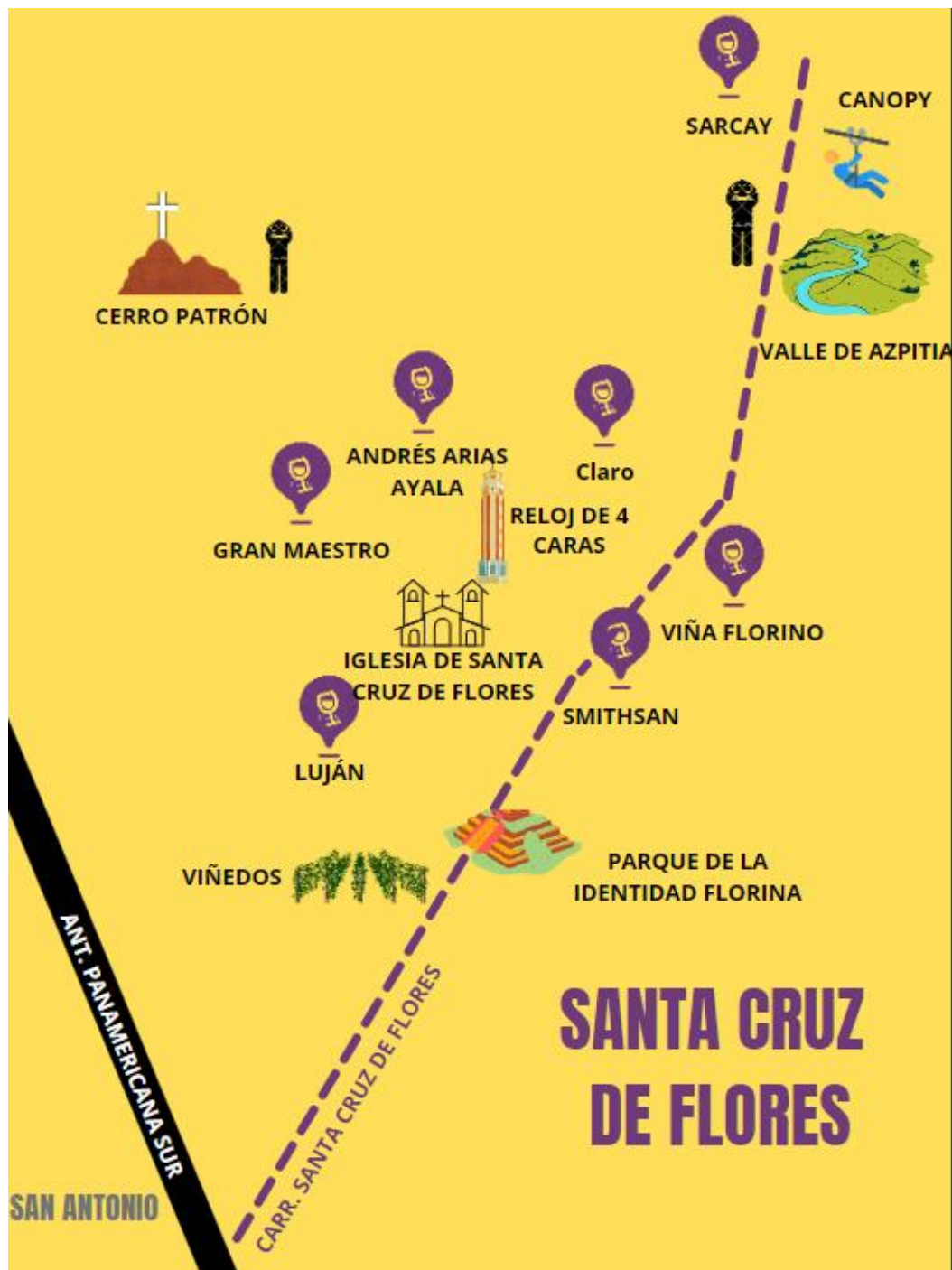
Anexo 9: Propuesta de ruta enológica en Santa Cruz de Flores y Chilca

Figura 4: Ruta enológica en Chilca



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5: Ruta enológica en Santa Cruz de Flores



Fuente: Elaboración Propia.

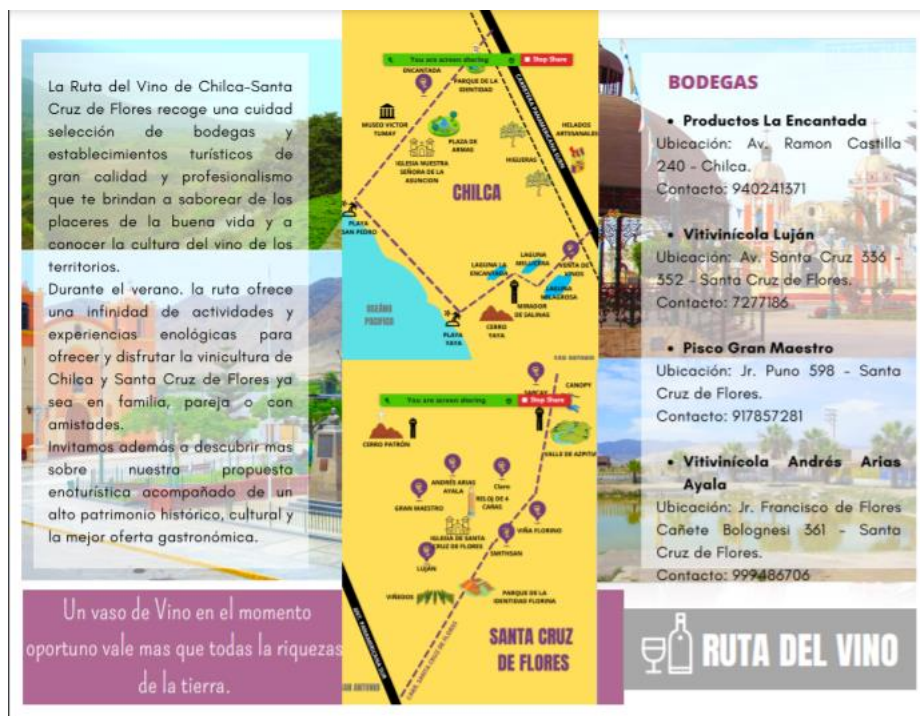
Anexo 10: Propuesta de Folleto informativo

Figura 6: Parte externa del folleto informativo



Fuente: Elaboración propia.

Figura 7: Parte interna del folleto informativo



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 11: Fotos complementarias

Figura 8: Bodega Luján



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 9: Vitivinícola Andrés Arias Ayala



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 10: Pisco y bodega Gran Maestro



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 11: Vitivinícola Smithsan



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 12: Bodega Claro



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 13: Viña Florino



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 14: Caseta de información turística en Plaza de armas de Santa Cruz de Flores



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 15: Mapa turístico de Santa Cruz de Flores



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 16: Plaza de armas de Santa Cruz de Flores



Fuente: Fotografía de los autores

Figura 17: Calendario turístico de Santa Cruz de Flores



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 18: Productos La Encantada



Fuente: Fotografía de La Encantada.

Figura 19: Comercialización y venta de vinos afuera de laguna La Milagrosa



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 20: Helados artesanales Chilcanito



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 21: Artesanía de otro mundo



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 22: Plaza de armas de Chilca



Fuente: Fotografía de los autores.

Figura 23: Mapa turístico de Chilca, ubicado en Salinas



Fuente: Fotografía de los autores.

Anexo 12: Originalidad

Figura 24: Resumen de coincidencias

The screenshot shows the 'feedback studio' interface. The document being reviewed is titled 'TURISMO ENOLÓGICO COMO FACTOR DE DESARROLLO L...'. The document content includes the logo of 'UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO', the faculty name 'FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES', the school name 'ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA', and a paragraph of text: 'Turismo enológico como factor de desarrollo local en Santa Cruz de Flores y Chilca, provincia de Cañete, 2021'. The interface displays a similarity score of 16%. A sidebar on the right shows a list of sources with their respective similarity percentages:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 %
2	cos.plataformatierra.es Fuente de Internet	1 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
4	www.ijosmt.com Fuente de Internet	<1 %

At the bottom of the interface, it shows 'Página: 1 de 44', 'Número de palabras: 14982', and 'Alta resolución Activado'.

Fuente: Captura de pantalla de los autores.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GARCIA CABRERA CLARA IVETT, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "TURISMO ENOLÓGICO COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL EN SANTA CRUZ DE FLORES Y CHILCA, PROVINCIA DE CAÑETE, 2021", cuyos autores son CUEVA RIQUEZ BRIGGITH FLOR, QUILLAS ESPINO EDWARD JHAIR, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 14%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 13 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GARCIA CABRERA CLARA IVETT DNI: 42866255 ORCID: 0000-0003-0978-9020	Firmado electrónicamente por: CGARCIA30 el 13- 12-2021 18:13:04

Código documento Trilce: TRI - 0221428