



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Percepción de los pobladores sobre la actividad turística en el
distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima - 2019**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Bachiller en Administración en Turismo y Hotelería.

AUTORES:

Albitres Gonzales, Daniela Lucero (ORCID: 0000-0003-4459-7788)

Aponte Bances, Diana Lorena (ORCID: 0000-0002-2178-4495)

Portocarrero Hernandez, Marlon (ORCID: 0000-0003-3156-7328)

Veliz Ypanaque, Estrella Del Milagro (ORCID: 0000-0002-4678-0239)

ASESOR:

Dr. Valdez Roca, Alvaro Fernando (ORCID.ORG/0000-0002-2595-5183)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA- PERÚ

2019

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo de investigación a nuestros padres quienes a lo largo de nuestra vida han velado por nuestra educación y bienestar siendo nuestro apoyo en todo momento y a Dios por que ha estado con nosotros en cada paso que damos cuidándonos y dándonos fortaleza para seguir creciendo como profesionales y personas de bien.

Agradecimiento

Queremos dar gracias a Dios por la vida, la salud y permitirnos seguir cumpliendo nuestras metas la cual es concluir nuestra carrera de una manera exitosa y favorable. A nuestros padres y familiares por confiar en nosotros y siempre estar ahí. A nuestros profesores que me inculcan conocimientos, consejos y nos motivan a ser profesionales con ética y valores. A nuestro docente Alvaro Fernando Valdez Roca por las enseñanzas durante estos últimos semestres y la paciencia que nos demostró.

Índice De Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.	iv
Resumen.....	v
Abstract... ..	vi
I INTRODUCCIÓN	1
II MÉTODO.....	27
III. RESULTADOS Y DISCUSIONES	32
IV CONCLUSIONES	38
V RECOMENDACIONES.....	39
REFERENCIAS	
ANEXOS	

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como escenario el distrito de Callahuanca, teniendo como base al objetivo general identificar la percepción de los pobladores sobre la actividad turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019.

Se realizó una investigación de enfoque cualitativo con diseño etnográfico, que nos permitió reconocer la percepción de los pobladores sobre la actividad turística. Así mismo, se empleó la técnica de recolección de datos como las entrevistas a profundidad y los instrumentos un cuestionario semiestructurado. Las entrevistas fueron realizadas a 3 pobladores del distrito de Callahuanca utilizando el muestreo bola de nieve.

En conclusión, la afluencia de turistas a dicho distrito se da los fines de semana, la motivación de su viaje son la festividad de chirimoya y realizar trekking, así mismo, en la relación a la infraestructura se destaca el acceso hacia el distrito es bueno y rápido, además cuenta con restaurantes, alojamiento, centro de información turística en la municipalidad. Sin embargo, existe una falta de valoración por parte de las agencias de viaje en implementar circuitos turísticos lo que lleva a que los pobladores sientan que no se está valorando y visitando su localidad de forma óptima.

Palabras clave: actividad turística, afluencia de turistas, pobladores.

ABSTRACT

The research work had as its stage the district of Callahuanca, based on the general objective of identifying the perception of the inhabitants about tourist activity in the district of Callahuanca, province of Huarochirí, Lima 2019.

Research was conducted on a qualitative approach with ethnographic design, which allowed us to recognize the perception of the inhabitants about tourism activity. Likewise, the data collection technique was used as in-depth interviews and instruments a semi-structured questionnaire. The interviews were conducted with 3 villagers in Callahuanca district using ball sampling.

In conclusion, the influx of tourists to that district takes place on weekends, the motivation of their trip are the chirimoya holiday and trekking, also, in the relationship to infrastructure stands out access to the district is good and fast, also has restaurants, accommodation, tourist information center in the municipality. However, there is a lack of valuation on the part of travel agencies in implementing tourist circuits which leads to villagers feeling that they are not being valued and visiting their locality optimally.

Keywords: tourist activity, influx of tourists, residents

I. INTRODUCCIÓN

Según el MINCETUR (2011) El turismo se ha convertido en una actividad generada por el ser humano para disfrutar de su tiempo libre, en un lugar o espacio geográfico diferente al que siempre concurre, por un periodo inferior a 12 meses. Es por ello por lo que se considera como una actividad importante para el que lo realice por diferentes motivos y fines. Actualmente la actividad turística anda en constante cambio desde la perspectiva de la población donde se desarrolla dicha actividad al igual que de los visitantes que la realicen. Es por ello por lo que más comunidades, distritos, provincias y países están más interesados en saber cómo se desarrolla el turismo en el lugar que cuenta con potencial para tener un conocimiento de la experiencia que se está brindando al visitante.

Existen una serie de investigaciones como a nivel global donde podemos encontrar la siguiente investigación internacional de Troncoso (2014) titulada "Lineamientos para el desarrollo de la actividad turística en la comuna de puerto Saavedra. Un enfoque hacia el turismo de intereses especiales" que tiene como conclusión en relación al turismo como una actividad que involucra a la localidad tanto pública como privada, por ello se debe permanecer trabajando en la creación de nuevos proyectos que mejoren y eleven la actividad turística; así mismo, en este lugar las sugerencias se vuelven un punto importante ya que al ser una actividad nueva presenta un mayor peligro de fracasar en el futuro sí no se trabaja de la manera adecuada con la comunidad. Así como Ramón (2012) en su investigación doctoral titulada "Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza" llegó a la conclusión que el beneficio económico que trae el turismo es importante para los pobladores y es por ello que deben relacionarse con los turistas. Sin embargo, la mayoría de la inseguridad y falta de organización del lugar depende de la actitud y entusiasmo de los turistas ya que llegan en gran cantidad al lugar y los residentes consideran que esto origina un desorden en su localidad, así mismo en el estudio se verifica que los pobladores ven una oportunidad la afluencia que tienen en el lugar y por ello consideran el hecho que esta región debe convertirse en un destino turístico, para que así la

población involucrada obtenga un beneficio de costos superior y contribuya una mejora en el lugar.

Así mismo existen una serie de investigaciones a nivel nacional como es el caso de Vásquez (2017) en su investigación titulada “Percepción del poblador del distrito de San Pablo sobre el impacto en el desarrollo social y económico que genera la actividad turística del complejo arqueológico Kuntur Wasi” tiene como conclusión que existe una carencia en los servicios de subsistencia, alojamientos y comercio de artesanías, incluso no cuentan con agencias de viajes; donde el turista pueda acceder fácilmente al momento de su visita. En consecuencia, el excursionista no alcanza a complacer sus necesidades mientras observa y visita el lugar, también, la localidad no obtiene suficiente patrocinio de afluencia turística por parte de entidades y empresas turísticas. Así como Burga (2018) en su investigación titulada “Percepción del poblador respecto a la imagen turística del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo, año 2018” llegó a la conclusión que los resultados de la labor realizado en la plaza principal fueron inapropiados según los pobladores. Sin embargo, ellos sienten una gran identificación frente al lugar ya que lo consideran un recurso principal también buscan mejorar la percepción frente a los turistas mediante la implementación de un plan adecuado en la ciudad.

Actualmente, debido al espacio geográfico en el cual vivimos, que es nuestro querido Perú nos facilita satisfactoriamente en recolectar información diversa sobre flora, fauna, climas, culturas, costumbres, restos arqueológicos, huacas, recursos hídricos, centros ceremoniales, etcétera. Todos estos se ponen en evidencia en cada una de las regiones que tiene el país creando valor y desarrollando el interés por parte de los visitantes. Aquí es donde se está poniendo en manifiesto el desarrollo de las actividades turísticas, creándose nuevos circuitos y destinos turísticos; en un ámbito más concreto nos encontramos con el distrito de Callahuanca, ubicado en la provincia de Huarochirí, del departamento Lima, donde su festividad principal es sobre la fruta denominada chirimoya, autóctono del lugar, además se realizan productos con sus derivados. Este acogedor distrito, es reconocido ante el público como “el paraíso de las chirimoyas gigantes”, ya dándose a conocer hace 20 años, la fruta viene siendo un símbolo del distrito. Respecto a los atractivos arquitectónicos, destaca la única iglesia del lugar, dicho

santuario católico fue edificado en el siglo XVI; desde esas fechas tiene mayor cantidad de peregrinos visitando el atractivo durante las festividades de la patrona Santa Rosa de Lima.

A lo largo de los años, la actividad del turismo no solo demanda las expectativas de los clientes sobre la oferta turística, la demanda turística y los operadores involucrados en dicho movimiento que involucran factores importantes de desarrollo si no también es importante conocer la opinión y perspectiva sobre la población que vive dentro de un territorio donde se desarrolla el turismo. Actualmente los pobladores del distrito de Callahuanca han ido experimentando diversas situaciones y cambios a partir del fenómeno de dicha actividad en su localidad y se ha convertido en un destino que brinda los servicios interesantes y atractivos para los visitantes que llegan y desean conocer el lugar, por ello es necesario formularnos algunas preguntas para conocer la perspectiva de los pobladores para conocer sus puntos de vista.

Esta investigación nos permitirá conocer la percepción de los pobladores de Callahuanca, de una manera que repercute en las futuras decisiones en el aspecto turístico de la zona, llegando a obtener un resultado óptimo de la opinión de los residentes del lugar. Así mismo, permitirá saber los aspectos negativos y positivos que perciben de dicha actividad, la cual contribuirá en el desarrollo para mejorar y crear nuevas estrategias juntamente con los pobladores de Callahuanca.

Por otro lado, Otras alternativas que se encuentra en el distrito de Callahuanca es el Centro Ecoturístico “Piedra Huaca”, dentro podemos encontrar una piscigranja y se encuentra a menos de 50 minutos, desde la plaza central, durante el recorrido se realiza las caminatas denominadas trekking que es característica del lugar, también, se realizan pescas de truchas en temporadas adecuadas donde realizar la preparación del plato emblemático a base de dicho pescado artesanal. Actualmente el distrito de Callahuanca ha venido generando cambios gracias a la actividad turística los cuales han generado una pregunta de investigación en la cual queremos enfocarnos en la presente investigación ¿Cuál es la percepción de los pobladores sobre la actividad turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019?

En el trabajo de investigación se planteó las siguientes preguntas con relación a las interrogantes de investigación.

Problema general

- ¿Cuál es la percepción de los pobladores sobre la actividad turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019?

Problemas específicos

- ¿Cuál es la percepción de los pobladores sobre la oferta turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019?
- ¿Cuál es la percepción de los pobladores sobre la demanda turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019?
- ¿Cuál es la percepción de los pobladores sobre los operadores turísticos en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019?

Para dar una mayor importancia a nuestro trabajo de investigación se necesita implementar objetivos, con la finalidad de encontrar respuestas a nuestras preguntas de investigación y que en el transcurso de la investigación nos ayudará a conocer la realidad del distrito de Callahuanca sobre la actividad turística.

Objetivo general

- Identificar la percepción de los pobladores sobre la actividad turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019.

Objetivos específicos

- Identificar la percepción de los pobladores sobre la oferta turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019.
- Identificar la percepción de los pobladores sobre la demanda turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima 2019.
- Identificar la percepción de los pobladores sobre los operadores turísticos en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí. Lima 2019.

Para comprender el contexto del trabajo de investigación, se mencionó a algunas investigaciones previas internacionales, nacionales y locales referentes al tema a investigar:

Según Sanchez (2016), en su tesis titulada “Análisis de la actividad turística en Cazalla de la Sierra: carencias y propuestas”, se tuvo como objetivo conocer y analizar la oferta y demanda turística de la localidad sevillana de Cazalla de la Sierra, lo cual el objetivo primordial es crear propuesta que solucionen y mejoren la localidad, la metodología utilizada fue mixta. Se concluyó, que el gobierno de la localidad está poniendo en marcha propuestas para darle valor a la actividad turística, lograr una gestión turística adecuada y se convierta en una actividad importante para la localidad.

Según Olcina y Miró (2017), nos menciona en su revista titulada “Actividad turística y cambio climático en la comunidad Valenciana” nos quiere decir que la actividad turística es vulnerable a los cambios climáticos dependiendo del lugar donde se realiza y las características físicas de la Comunidad de Valencia.

El autor nos quiere decir que, en dicha comunidad existen muchas características que la convierten en un destino turístico potencial, sin embargo, la actividad turística puede traer consecuencias o impactos en el medio ambiental si no se trabaja de manera adecuada para reducir el cambio climático juntamente con la comunidad.

Según Ota et al. (2019), en su artículo titulado "Effects of nonlethal tourist activity on the diel activity patterns of mammals in a National Park in Peninsular Malaysia. Global Ecology and Conservation". Se destaca que la actividad turística se puede implementar en diferentes segmentos tal es el caso de la conservación de las especies en fauna, haciendo de ellos una oportunidad de cuidar y proteger al mismo tiempo dar a conocer a las personas que estén interesados en saber su ciclo de vida, alimentación, hábitat, etcétera. Se desarrolla un prototipo que se adapte a realizar una actividad turística particular reflejando la importancia de las especies animales en este caso la marina.

Según Rosales y Gómez (2017) en su artículo “Impacto de la actividad turística en el empleo y crecimiento económico de México durante el periodo 2005- 2015”, tuvieron como objetivo medir el impacto de la actividad turística en el crecimiento económico y empleo en los estados federales de México, la metodología fue la regresión cuantitativa. Como conclusión obtuvieron resultados que la actividad turística genera empleo y crecimiento económico a nivel mundial, México se puede considerar un potencial turístico, sin embargo, necesitan mejorar los planes estratégicos y políticas para que el turismo se desarrolle de una manera adecuada en cada estado del país.

González (2018) en su artículo titulado “The tourist activity as a complex phenomenon. An alternative vision” el objetivo fue contribuir con el desarrollo de la corriente teórica crítica sobre los fundamentos del turismo, entendido como una actividad social, humana que posee su propia estructura y dinámica y se concluyó que la aplicación de la teoría de la actividad al entendimiento del turismo, contribuye a su abordaje complejo, como un fenómeno multidimensional y transdisciplinario que rescata su esencia intercultural, ambiental y humana. Según el autor, indica que la actividad turística es la consecuencia de diversas actividades y comportamientos que involucran a los factores del turismo los cuales están orientados a satisfacer las necesidades de un entorno natural y cultural, en este artículo dan diversas definiciones del significado de la actividad turística, así mismo, como ha ido desarrollándose una definición más clara como el turismo se ha convertido en una actividad compleja que trabaja con factores humanos y los patrimonios que los rodean.

Según Enríquez, Mayorquín, y Sarabia (2015), en su tesis titulada “Percepciones de los habitantes acerca de la actividad turística, la crisis económica y los problemas sociales en Puerto Peñasco, México” tuvo como objetivo identificar los efectos locales y sociales que originó la actividad turística, también buscó mostrar la crisis económica que se originó hace poco tiempo la cual desató una serie de problemas para los pobladores, la metodología utilizada fue mixta y tuvo como instrumento las encuestas y la observación. Como conclusión se obtuvo como resultados de las encuestas realizadas que la población no observa a la actividad

del turismo como una generadora de desarrollo a la localidad, ya que en Puerto Peñasco no se implementa la sostenibilidad, además la crisis en la economía ha causado un desvinculo de la comunidad con las instituciones. Por lo cual hay una mala percepción por parte de todos los involucrados.

Según Salinas (2018), en su tesis titulada “Aspectos territoriales de la actividad turística en Cuba” tuvo como objetivo desarrollar políticas para mejorar la actividad turística nacional involucrando a empresas turísticas creando nuevos productos turísticos en la zona, la metodología utilizada fue mixta. Como conclusión llegaron a que Cuba tenía una deficiencia en la planta turística y que necesitaban inversiones para mejorar la experiencia de los turistas, en cuanto a los turistas Cuba cuenta con la capacidad para aumentar su demanda turística.

Así mismo Cardona (2012), en su tesis titulada “Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza” tuvo como objetivo analizar la relación y actitudes que influyen en los pobladores sobre la actividad turística que se desarrolla en la región de Ibiza, se utilizó la metodología cualitativa y diferentes herramientas metodológicas. Como conclusión se obtuvo que es difícil medir las actitudes de los residentes frente a la actividad turística, sin embargo, es importante resaltar que Ibiza se caracteriza por el desarrollo de la actividad turística es por ello por lo que los residentes deben mejorar la experiencia del visitante mediante diferentes estrategias y recursos para el turista.

Según Nuñez (2015), en su tesis “La actividad turística sostenible y el desarrollo socioeconómico en los habitantes de la parroquia San José De Huambaló cantón Pelileo provincia de Tungurahua” tuvo como objetivo determinar la incidencia de la actividad turística sostenible en el desarrollo socioeconómico de los habitantes de la parroquia San José de Huambaló cantón Pelileo provincia de Tungurahua, la metodología usada fue de enfoque cuanti- cualitativo, por lo cual fue una investigación mixta. Como conclusión se tuvo como resultado que la actividad turística puede utilizar el factor de la sostenibilidad y generar un desarrollo adecuado en la calidad de vida de pobladores de dicha región ya que cuenta con un potencial turístico.

Según Milenković & Utvić (2013), en su artículo titulado "The challenges of rural areas in Serbia promising tourist activities. Economics of agriculture". Se destaca una forma diferente de desarrollar la actividad turística y donde se debe potenciar, nos referimos a los espacios rurales de cada región o país con la finalidad de realizar el turismo rural comunitario (TRC), influenciando en el desarrollo de mejores condiciones de vida para sus pobladores valorando sus actividades como la agricultura, orfebrería, cerámica, tejidos, etcétera. En tal sentido, se podrá lograr creando productos nuevos donde se involucre todas las actividades ya antes mencionadas provocando que los turistas tengan una nueva alternativa por visitar y así valorar la actividad turística en zonas rurales.

Según Huamani y Huaman (2015), en su tesis "Conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de puerto Maldonado- 2015" tuvo como objetivo identificar el grado de conocimientos y beneficios de la actividad turística en los pobladores de Puerto Maldonado, el diseño de investigación fue descriptivo correlacional de corte transversal, se aplicaron 382 encuestas. Como conclusión se identificó que los pobladores de Puerto Maldonado tienen conocimiento básico sobre el significado de turismo, logran conocer algunos atractivos que existen en su ciudad, así como en sus alrededores, sin embargo, desconocen quienes son las entidades que se encargan de manejar la actividad turística, así como no conocen mucho sobre la planta turística e indicaron que necesitan tener conocimiento y que se debería instalar una oficina de información turística.

Según Sánchez, Rengifo & Martín (2019), en su artículo titulado "Geological heritage is an essential resource for geosciences, geoeducation, and naturally for geotourism. This heritage stands out because geotourist attractions as a whole differ in their physical visibility, their interpretation, and their aesthetic attraction, which are parameters determining the perception of visitors and therefore their importance as a tourist resource". El espacio Utilizado para realizar la actividad turística se basa en diferentes factores que son percibidos por los turistas que visitan un determinado lugar en los que se destaca son la apariencia física del espacio visitado generando cierta expectativa al visitante, la interpretación en este caso, van a ser diferentes

de un turista con otro, debido a que no tienen diferente manera de interpretar cada recurso visitado para uno su interés solo sea una foto en el lugar, para otros encontrar paz interior, etcétera y la atracción estética percibida en este caso se van determinando por lo cuan bonito o maravilloso es el lugar o cuál es la perspectiva que tuvieron al inicio, durante y después de realizar la actividad. Esto refleja cuán importante es cuidar y proteger cada recurso que se tiene, ya que es el foco principal y la fuerza de gravedad que ejerce sobre las decisiones de un turista al viajar a un determinado lugar. En conclusión, debemos llevar esta síntesis al contexto de nuestra investigación rescatando que Callahuanca tiene el potencial con recursos turísticos maravillosos, simplemente se necesita gestionar un mejor manejo de las actividades y dar valor a sus recursos.

Según Bakare (2010), en su artículo titulado "The influence of tourism activity on people's livelihoods in selected tourist centres in Ogun State, Nigeria. Institute of African Studies Research Review". Se destaca la influencia que llega a lograr la actividad turística en los diferentes parámetros de la vida de las personas, realizando ciertos cambios que en el transcurso del desarrollo del turismo se van reflejando los resultados. Cabe resaltar que la actividad turística adapta factores que se relacionan con la ubicación geográfica de cada país, los atractivos que contiene, los circuitos nuevos que están siendo promovidos por profesionales del rubro, la accesibilidad, la infraestructura establecida, etcétera, haciendo que se desarrolle en función de la oferta, la demanda y los operadores, además, se tiene en cuenta que las personas del destino receptor se involucre en el desarrollo de la actividad generando empleo, mejorando la calidad de vida, valorar y cuidar cada recurso ecológico que contenga su país.

Según Bareša y Bogdan (2018), en el artículo titulado "Portfolio analysis of foreign tourist demand in Croatia". Destaca la importancia de tener una buena y organizada planificación al realizar una actividad turística en juntamente con los diferentes sistemas que forman parte de esta actividad con la finalidad de obtener un desarrollo económico que genere una mejor calidad de vida en la sociedad, mejores condiciones de empleo, valoración de la cultura abastecido por el turismo dentro de un estado. According to Song et al. (2009, p. 2). "Conditions that relate to the

quantity of tourism demand include tourism prices for the destination, tourists' living costs at the destination, potential consumers' incomes, advertising expenditures, consumers' tastes in the origin (generating) countries, and other social, cultural, geographic and political factors". Se infiere factores que toma en cuenta los turistas al momento de adquirir un servicio que van directamente relacionados con la actividad turística tal es el caso de la inversión o presupuesto que tienen cada uno o un grupo de turistas, involucra que tan accesible le hará viajar a un destino de su interés, la temporalidad del turista en el destino elegido relacionado a los costes de alojamiento, comida y transporte, la variedad o diversificación de la oferta que se plantea brindar al visitante, así como también sus gustos y preferencias que puedan adoptar de un lugar, y otros factores que se intervienen al implementar el proceso de la actividad turística sociales, culturales, geográficos, políticos y publicidad.

Según Palomeque (2015), en su artículo titulado "Actividad turística y espacio geográfico en el umbral del siglo XXI" tuvo como objetivo identificar la relación que existe entre el turismo y un determinado espacio, ya que la población que vive en el lugar donde se realiza dicha actividad tienden a involucrarse y buscar algún beneficio en el futuro, fue una investigación mixta, la cual utilizo valoraciones y recopilación de información. En conclusión, es importante que los lugareños desarrollen actividades para motivar la decisión de los viajeros y evalúen el espacio geográfico para identificar lo que se le puede ofrecer al turista ya que existen una serie de tendencias y nuevas alternativas para ofrecer en el futuro.

Según González, González y Vallejo (2018), en su artículo titulado "The Application of Principal Component Analysis (PCA) for The Study of The Spanish Tourist Demand". Related to factors identified: – Spanish tourists are not only motivated by sun and beach tourism. Inland tourism (religious vs. architectural and cultural heritage), sports tourism, entertainment (theme parks and spas), and gastronomy (increasingly important) are other aspects they value when choosing their destination within the Spanish geography. Se destaca que en la actualidad el turista tiene diferentes opciones al cual optar para realizar un viaje determinado, ya sea sol y playa, cultural, religioso, de aventura, entre otros, de tal manera que priorice factores que sean de mayor expectativa y le brinde una mejor experiencia. Todo

esto va muy relacionado entre un espacio determinado con recurso turístico, ya que depende de la manera como está organizado un sistema territorial en un país que facilite todo el proceso de la actividad turística generando mejor coordinación de los sectores involucrados en la actividad. Así como también se debe tener en cuenta el motivo o los factores de viaje de los turistas (Castrogiovanni, 2004, p. 14). "The motivating factors that cause this movement around the world are countless. Some are easily detected; others, because they involve greater subjectivity, are difficult to evaluate. Thus, it no longer seems possible for us to see tourism in a generic way, although, historically, it has been seen in several professional fields as a set of activities or financial transactions, which seems to be, at least, a reductionist approach". Se difiere la subjetividad por parte de los turistas que sienten la necesidad de viajar o el interés de salir de su zona de confort, tal es el caso que los turistas buscan lugares de relajación y en donde puedan compartir en familia. Sí bien es cierto hay un segmento de personas que deciden viajar por su cuenta propia, eso no significa que no tenga factores que involucren en la toma de decisión al realizar ciertas actividades turísticas.

Según Iglesias (2015), en su artículo titulado "Language Travel Demand: New Insights into Language Tourists' Perceptions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*". Se resalta la variedad inmensa de idiomas que existen a nivel mundial, es por ello por lo que al visitar un destino en el cual hablen un idioma diferente al nuestro se nos torna complicado poder expresarnos y comunicarnos. Sin embargo, se visualiza las percepciones que tienen los turistas sobre los idiomas sobre el lugar de destino que visitaron y que les causa cierto interés por poder aprender cierto margen, en tal sentido en la actualidad cada persona se tiene que mentalizar en adaptar un nuevo idioma en su vida, ya que va a facilitarlos de gran manera en el transcurso de su vida.

Según Ongan y Gozgor (2018), en su artículo titulado "Tourism demand analysis: The impact of the economic policy uncertainty on the arrival of Japanese tourists to the USA". Se destaca el comportamiento que tienen los turistas en relación de sus nacionalidades, ya que cuentan con hábitos que son específicos de cada país. En el artículo hace referencia a las costumbres o hábitos que tienen tanto los alemanes

como los japoneses, diferenciándolos por la disciplina y la incertidumbre que ocasionan al momento de interesarse por viajar a un determinado lugar, esto debe de ayudar de manera satisfactoria a las operadoras de turismo al momento de implementar los paquetes turísticos, con la finalidad de abarcar en satisfacer cada preferencia del segmento al cual se está dirigiendo. Generando una mejor organización por parte de las operadoras de turismo, las cuales deben tener en cuenta cada detalle y factor dependiendo del tipo de segmento al cual deseen vender sus paquetes turísticos.

Según Avram (2017), en su artículo titulado "Trends of tourist demand in Romania. positioning of rural tourism among the tourist preferences" que tuvo como objetivo Identification of the general profile of the Romanian tourist and Identification of the main motivations that lie at the basis of the demand for rural tourism. En este artículo se destaca las motivaciones que tienen los turistas al momento de escoger un tipo de turismo en tal sentido se puso a manifiesto en relación con el turismo rural comunitario, en el cual las actividades son a realizar involucra actividades cotidianas de la comunidad receptora, haciendo que se identifiquen valorando el esfuerzo que ellos realizan día a día para sobresalir tanto económica, ecológica y socialmente. En tal sentido, el comportamiento de los visitantes en elegir la opción del TRC es de suma importancia y que ayuda a generar valor en relación con los diferentes tipos de turismo, aumentado su demanda de visita a este sector en el transcurso de los años.

Según Ataíde y Vieira (2018), en su artículo científico titulado "Contribuições de EcoInovações para a Sustentabilidade da Atividade Turística: um estudo exploratório em município brasileiro" tuvo como objetivo analizar los beneficios de las eco innovaciones adoptadas por los componentes del comercio turístico del municipio Areia-PB y sus contribuciones a la sostenibilidad de la actividad turística en dicha región, la metodología utilizada fue exploratoria y descriptiva. Como conclusión se logró identificar un conjunto de eco innovaciones que se están implementando en el comercio turístico de la ciudad, logrando la presencia de un mayor interés en los beneficios económicos y dejando de lado los beneficios ambientales y sociales fue muy visible en la investigación ya que de las 60 eco

innovaciones, 35 fueron adoptados por los pobladores entrevistados en la investigación.

Según Morales (2018), en su artículo titulado “La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión alternativa” tuvo como objetivo contribuir en la actividad de turismo, como una visión estratégica con propuestas alternativas de desarrollo para las comunidades, también se conoció diversas teorías sobre el turismo para tener una definición adecuada para el desarrollo del turismo, la metodología utilizada fue cualitativa. Tuvo como conclusión que el turismo se puede interpretar como una actividad donde el ser humano se involucra con diversos patrimonios culturales o naturales, tangibles o intangibles, lo cual despierta un interés para que lo realice y necesita de una oferta turística, infraestructura, planta turística y factor humano (comunidad) que se involucre de manera favorable y sostenible, así como una motivación para ver al turismo como un principal actividad y generar alternativas para diferente perfil de turistas y sus necesidades.

Según Mora y Mir (2015), en su artículo titulado “La comunidad turística y su promoción desde la comunidad Valenciana”, tuvieron como objetivo analizar la situación del turismo frente a la crisis y circunstancias económicas deficientes en la economía europea, así mismo analiza las oportunidades para lograr mantener al turismo como una fuente de desarrollo y sobre llevar las dificultades, incorporando nuevas estrategias y modalidades para convertirse en un destino competitivo, la metodología utilizada fue mixta. Tuvo como conclusión que la comunidad Valenciana logro desarrollar estrategias para mejorar la actividad turística y convertirse en un destino potencial para la preferencia de los turistas, también mejoraron la imagen a través de la creación de productos turísticos que se diferencien de otros destinos y competidores a pesar de las crisis que existen o se generan en estas regiones.

Según Cristobal (2017) en su artículo titulado “Diagnóstico para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Yanacancha- Urban de Cerro de Pasco” tuvo como objetivo realizar un diagnóstico y plantear estrategias para mejorar el turismo en la zona urbana de Yanacancha- Pasco. El diseño de investigación fue

descriptivo y exploratorio con el diseño no experimental de corte transeccional exploratorio. Como conclusión del diagnóstico se identificó que el turismo en el distrito de Yanacancha puede ser considerado como una actividad económica y se puede desarrollar una estrategia para lograr el desarrollo de la actividad turística.

Según Luján, Ferrelli y Piccolo (2016) en su artículo titulado “Diversificación de la actividad turística de balnearios: El caso de Pehuén Co, Argentina” tuvo como objetivo analizar las características básicas de la actividad turística en la localidad de Pehuén Co con el fin de encontrar potenciales áreas y actividades que permitan diversificar el turismo. Se utilizó el diseño de investigación de enfoque cualitativo y descriptivo. Como conclusión se obtuvo un resultado de la demanda turística que visita el distrito de Pehuén Co, la cuales tiene preferencias por el turismo de sol y playa, sin embargo, en la investigación existen diversas alternativas de turismo en la localidad, los visitantes son generalmente familias con hijos, seguidamente las parejas jóvenes y finalmente los grupos de amigos que no pernoctan en el lugar. Existe un potencial turístico y solo es cuestión de fortalecer el desarrollo del destino.

Según Ruiz (2015), en su tesis titulada “La actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el periodo 2005- 2013” su objetivo fue determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacas, Colán y Máncora en el periodo 2005-2013, la metodología utilizada es aplicada con un diseño de investigación de tipo no experimental de corte correlacional y enfoque cuantitativo. Como conclusión que si existe una relación entre las dimensiones y se pudo verificar la información a través de la información recopilada durante el desarrollo de la investigación.

Según Villacis, Pons y Garrido (2015) en el artículo informativo titulado “La Industria de la Cultura: Una alternativa para la diversificación de la actividad turística en América Latina” tuvo como objetivo introducir elementos que colaboren en el análisis e importancia de la industria de la cultura, teniendo como objetivo la investigación del patrimonio cultural en el ámbito del turismo y cómo influye en el desarrollo del factor económico, social y cultural en Latinoamérica, la metodología es exploratoria , descriptiva y de enfoque cualitativo. Como conclusión se obtuvo

que el patrimonio, la cultura y el turismo cultural son elementos que están relacionados unos a otros, sin embargo, no influyen entre sí en el ámbito económico y a los países de Latinoamérica.

Según Fernández, López y Perles (2015) en su artículo titulado “La situación de la actividad turística en España: ante récords y retos” tuvo como objetivo identificar los elementos de la actividad turística en España ante la competitividad turística que se desarrolla en las últimas décadas el diseño utilizado fue mixto. Como conclusión se logró identificar que el turismo es un sector estratégico para el sector económico español y que actualmente vive un crecimiento en la demanda turística y se puede convertir en un elemento clave para generar ingresos.

Ramón (2012) en su tesis titulada “Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza” tuvo como objetivo analizar los factores que influyen en las actitudes de los pobladores sobre la actividad turística que se origina en Ibiza, la metodología utilizada fue mixto ya que aplica tres tipos de estudios. Como conclusión es necesario conocer el comportamiento de los residentes, así como sus necesidades y cuál es su opinión sobre la actividad turística.

Carranza (2014) en su tesis titulada “El turismo de negocios y la actividad turística en la ciudad de Trujillo” tuvo como objetivo determinar la importancia que tiene el turismo Cjillo, se utilizó la metodología inductivo- deductivo, así como el método etnográfico, se empleó la entrevista a profundidad. Como conclusión la actividad turística genera divisas en la ciudad de Trujillo, ya que se analizó un incremento en el flujo turístico que llega a dicha ciudad y va en aumento sobre todo si viajan por motivos de convenciones, congresos, exposiciones y ferias.

Según Marcin (2019), en su artículo titulado " Barriers in Undertaking Tourist Activity by Disabled People. Sport i Turystyka "El objetivo fue this work is to show the barriers that people with disabilities encounter on their way while participating in tourism. En este fragmento se destaca las diferentes barreras que existen con relación al momento de realizar las actividades turísticas dentro de un espacio geográfico, debido a las condiciones físicas o psicológicas que presenta cada persona. Sin embargo, se debe erradicar esas barreras que suelen existir

implementando la accesibilidad, las instalaciones, el ambiente, la temática, el circuito, el tiempo englobándolos de manera eficiente para una funcionalidad adecuada, con la finalidad de brindar un servicio de excelencia en el sector donde se realice la actividad turística.

Para entender mejor y tener un claro panorama de las limitaciones que se someten ciertas personas debido a sus condiciones físicas en el desarrollo de las actividades podemos destacar algunos factores: los factores externos la arquitectura en las instalaciones y accesibilidad, las zonas urbanas y rurales, la comunicación, el financiero u económico. En los internos condiciones de salud físicas como psicológicas y las condiciones familiares. Haciendo un análisis referencial al lugar de nuestra investigación que es el distrito de Callahuanca se debe tomar en cuenta implementar un sistema de gestión que se adapte a mejorar las condiciones del servicio brindado al turista. Por lo tanto, se debe trabajar bastante en lo que corresponde a gestionar un espacio turístico dentro de un área natural, que sea accesible a personas con discapacidad de tal manera que ellos también puedan disfrutar plenamente las experiencias en las actividades turísticas a realizar.

Bustamante, Sebastia y Onaindia (2019), en su artículo titulado "Can Tourist Attractions Boost Other Activities Around" The analysis of tourism behavior in cities, as well as decision making for tourism businesses, generally require the use of various resources in a complementary manner. En este contexto el autor hace mención de la importancia que tiene la actividad turística y que contribuye un cierto porcentaje en el desarrollo de una sociedad. Y en la actualidad las personas y turistas en general estamos acostumbrados a visualizar las ofertas, paquetes, promociones de las actividades turísticas mediante las redes sociales, debido a que es un acceso más rápido y fácil de utilizar adquiriendo información de suma importancia la cual influenciará en la toma de decisión del turista en realizar dicho viaje.

Cabe resaltar que en nuestro país contamos con una variedad inmensa de atractivos turísticos clasificados y divididos en lo siguiente: los recursos y atractivos naturales, culturales, santuarios históricos, fortalezas, música, arte, festividades, danzas, etcétera. Todos y cada uno de ellos con un valor histórico y cultural

grandioso y maravilloso, sin embargo, no tenemos esa capacidad de poder darle un valor sobresaliente para dar a conocer al turista emisor ya que son ellos los que generan un mayor ingreso económico en esta actividad. Por ende, lo que se necesita desarrollar como estado y como ente principal en el rubro el MINCETUR, gestionar la implementación de nuevos aeropuertos en las diferentes regiones del país generando el manejo organizado del tiempo en desplazamiento que tienen los turistas durante su traslado, charlas y capacitaciones en las comunidades receptoras con la finalidad de generar valor sus actividades, enfatizando la forma de brindar un servicio de lo autóctono, haciendo que participen y que sientan importantes, implementar nuevas rutas turísticas en diferentes temáticas ya sea culturales, de aventura, TRC, sol y playa, naturales, religiosos en las que se aprovechen al máximo cada espacio geográfico, por otro lado, que las autoridades locales gestionen el cuidado y manejo adecuado de sus recursos involucrando a la sociedad que viven en ella, con el fin de generar un desarrollo tanto social como económico, así mismo, se tendrá una mejor valoración en el cuidado ambiental adoptando una conciencia que debe ser constante y renovar en el transcurso del tiempo.

Según Sánchez, Rengifo y Martín (2019), en el artículo titulado "Characterization of the Tourist Demand of the Villuercas–Ibores–Jara Geopark: A Destination with the capacity to attract tourists and visitors". Analyze the tourist demand and its characteristics. Se destaca la participación del ser humano de manera trascendental, debido a que tiene un poder de razonamiento y que le facilita hacer un manejo exhaustivo de los recursos generando una transformación a un atractivo, mediante gestiones de cambio incluyendo los servicios básicos, la infraestructura, la superestructura, generando en él un patrimonio turístico dentro de un espacio geográfico. Para la realización de todo este proceso se necesita que el ser humano se involucre utilizando sus conocimientos, gestiones y la valoración que pueda tener frente a un recurso, el poder incluir a cada una de las comunidades receptoras, el cuidado y la protección al medio ambiente, realizando estudios sobre la capacidad de carga en un recurso y disminuyendo el impacto ocasionado por las visitas. En consecuencia, traerá consigo un desarrollo sostenible conjunta y específicamente de los 3 factores que conforman, de tal manera, que se origine

una mejora favorable para nuestro país, incrementando el número de turistas interesados en visitar nuestro destino. Así como también, se puede implementar una gestión similar al distrito de Callahuanca con la participación de los pobladores y la municipalidad en busca de un bien común mejorar la calidad de vida de las personas, mantener una accesibilidad en buenas condiciones, valorar la festividad de la chirimoya, manteniendo sus cultivos teniendo en cuenta para las futuras generaciones. De acuerdo con el contenido del artículo también se puede mencionar las características de los diferentes turistas, parafraseadas a continuación.

Es importante conocer el marco teórico del presente trabajo de investigación para conocer los conceptos claves.

Para tener un enfoque más relevante sobre la actividad turística se tiene que definir de acuerdo con su concepto que se sintetiza el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2007) que la actividad que realizan las personas en un periodo de ocio, viajes y aventuras, donde va conociendo diferentes destinos o lugares fuera de su entorno habitual, en relación de tiempo menor de un año. La cual se puede determinar como una estancia vacacional, emprendimientos de negocios, entre otros. En consecuencia, inferimos que la actividad turística es disfrutar de una disponibilidad en el tiempo para la satisfacción de los gustos y preferencias en el transcurso de la vida. (p. 1).

Además, tenemos que tener en cuenta el presente trabajo de investigación se basa en identificar la percepción de los pobladores en relación a la actividad turística en el distrito de Callahuanca en tal sentido se recurre al trabajo realizado por Stephen, R (2004) es el proceso mediante por el cual las personas pueden organizar e interpretar de acuerdo a sus impresiones sensoriales a través de los sentidos que adoptan en un espacio o tiempo determinado con la finalidad de darle un sentido coherente de su entorno adoptando experiencias que le ayudarán en la toma de decisiones para realizar una actividad turística dentro de un destino.

Carterette y Friedman (1982), detalla que la percepción es una parte fundamental y esencial de la conciencia del ser humano, ya que consta de hechos constituyentes experimentada de un contexto real. La percepción se obtiene de ciertas actividades receptoras que están siendo influenciados por sistemas y procesos provenientes del mundo exterior, así mismo, se determina como consecuencia de un proceso de información que posee actitudes de factores que se condicionan de manera parcial a la propia actividad que realiza el mismo sujeto

Por otro lado, podemos identificar de acuerdo con la información e investigación turística (Tiarç, 2009) determina que "El turismo concede y contempla diferentes puntos como las actividades y ocupaciones; en relación con el gusto del turista y los lugares que desee conocer durante su estadía en una población. En las cuales se determinan por salud, ocio, vacaciones o negocios. (p. 3).

Son las actividades que tienen el propósito de ofrecer a los visitantes la posibilidad de poder ocupar su tiempo de ocio y/o vacacional en visitar diferentes lugares de su interés que se encuentren fuera de su entorno habitual, éstos forman parte importante de la oferta turística la cual está comprendida en una serie de productos, servicios y actividades propias de un lugar, teniendo en cuenta que los propios visitantes son agentes activos y pasivos de la propia actividad turística planteados a desarrollar. Debido a esto enfatizamos a los servicios que están relacionados entre sí para tener una aceptación de acuerdo con la experiencia que van adquiriendo cada visitante en el transcurso de sus actividades realizadas.

Según Camacho y Lunar (2009), El turismo como actividad requiere de empresas que brinden servicios necesarios para atender las necesidades de los turistas para lograr promover el desarrollo, y generar divisas al país receptor, además de aumentar la empleabilidad a su población. Esto quiere decir que para que la actividad turística se desarrolle dentro de un determinado lugar, será necesario la participación de empresas de servicios organizadas y gestionadas a cubrir la necesidad que afrontan los turistas, promoviendo un desarrollo en ámbito turístico, del mismo modo generar empleo en las comunidades donde se desarrollan ciertas actividades.

La actividad turística es aquella *"destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o Cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo"* (MINCETUR, 2009: 8), en otro sentido la actividad turística se puede determinar como la relación que se da entre la oferta y la demanda turística en un determinado lugar, infiriendo a la oferta como los productos o servicios que se brinda para satisfacer las necesidades y generando experiencias, así como también los turistas que estén dispuestos a pagar por un producto o servicio.

Tomando como referencia a lo que menciona el MINCETUR (2007) los componentes o partes que facilitan la actividad turística son lo que se mencionan a continuación: La oferta turística, producto turístico, infraestructura turística, servicios básicos, y la seguridad turística.

Según Dorado (2016) da mención la interrelación entre componentes que forman parte del producto turístico al que se decreta como el incremento de un calificado sistema de ascenso consumado por un país con el objetivo de promover sus atractivos turísticos, para conducir a los factibles turistas nacionales y extranjeros a lo más recóndito de una región o nación.

Si se habla sobre la Oferta turística, según Cooper (1993) indica que es el compuesto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, estos poseen un valeroso importe o atrayente turístico que es puesto a capacidad de los públicos en proveedores competitivos, así mismo; la oferta turística está relacionada con otros sectores de la existencia natural: el agricultor, la producción, la minería, el comercio, la formación y la religión.

MINCETUR (2007) El producto turístico es el conglomerado de bienes y servicios puestos a disposición de los clientes en un determinado lugar. Éste está constituido por los recursos turísticos, elementos naturales, culturales y ambientales con el fin de estimular el traslado de las personas, los recursos turísticos en el cual se promueven condiciones indispensables para ser concurrido y experimentado por los turistas, la planta turística exhibe el conjunto de entidades, infraestructura, vías de acceso que garanticen asistencia al turismo y los servicios adicionales donde definen el servicio solicitado de los visitantes que no dependen del sector turismo.

Para que haya un buen desarrollo de la actividad turística en los diferentes destinos del país, lo que se necesita como componente importante son las infraestructuras con la que cuenta cada región, la cual consiste en las construcciones de hoteles, restaurantes, vías de accesibilidad, servicios básicos, etcétera, que complementen eficientemente a los recursos y atractivos de un destino específico, (Goeldener y Ritchie, 2011, p. 329), comprende los servicios básicos y diferentes instalaciones que favorecen el desarrollo de las actividades turísticas, brindando la accesibilidad, medios de transporte, seguridad para que el flujo turístico dentro de un destino sea organizado y fluido que se encuentre en condiciones favorables que permitan a la población la facilidad de desarrollarse como una sociedad activa, es por ello que deben de haber planes estratégicos y gestiones con el fin de que cada lugar o destino mantenga una infraestructura de tal modo que el visitante disfrute a cada momento y se sienta cómodo de acuerdo a las instalaciones o servicios que el visitante requiera.

Cooper (1993) manifiesta que está constituida por todos los turistas que visitan un destino turístico, que pueden poseer motivaciones similares o diferentes de los atractivos que este presenta, es por ello por lo que la demanda turística es el producto de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos. Compuesto de consumidores de una determinada oferta de servicios turístico.

Blanco (2008: p. 18) define la infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico. En tal sentido se refiere a que la infraestructura es la asignación de un destino en bienes y servicios con la finalidad de condicionar el crecimiento turístico, de este modo se está aportando en la economía de nuestro país.

Por otro lado, Guerrero y Ramos (2011) indican que es un compuesto de medios físicos y económicos que constituyen la plataforma de sustentación para el progreso de cualquier división que desarrolla el turismo; el cual se determina por elementos básicos; es por ello por lo que el equipo de bienes y servicios componen el cuidado de un área para mantener las estructuras sociales y productivas.

Los servicios son las operaciones que se realizan desde lo primordial en lo más personal, enfocándose en las instalaciones (luz y agua) ya que ayuda para obtener la satisfacción de solventar una necesidad de un grupo determinado de personas, de tal forma que los servicios se tornan indispensables en las exigencias del turista, siendo así el inicio para que las personas sientan interés de conocer o visitar un atractivo, ya que les hace sentir cómodos durante su estadía.

Si se habla sobre la afluencia turística Según Hernández (2010), en su libro “Proyectos Turísticos: Formulación y evolución nos dice que la afluencia turística consiste en identificar la estructura de la demanda de visitantes en la zona, pero solo se considera como afluencia turística si en efecto el mayor número de ésta es desarrollada por turistas”. (p.54)

En cuanto a la motivación de viaje Según Serra (2011), en su libro titulado “Marketing turístico nos dice que la motivación de viaje puede considerarse como tema más importante, ya que es elemento que inicia el proceso de viaje. Debido que el proceso de necesidad de compra nace con la identificación de una necesidad, que impulsa a tomar una decisión de viaje. Los turistas viajan por satisfacer una necesidad, es por eso por lo que podemos afirmar que las necesidades son las principales motivadoras del viaje” (p.123).

Las agencias de viajes son un factor importante en cuanto al desarrollo de la actividad turística Según Acerenza (2010), en su libro “Agencias de Viajes: Operación y plan de negocios nos dice que las agencias de viajes son empresas que especializan en organizar, sus servicios se distribuyen de manera suelta u organizados en paquetes turísticos, las agencias de viajes cumplen la función de empresas intermediarias entre las empresas llamadas a brindar servicios y el usuario final” (p.54).

Si se menciona la seguridad turística se está referenciado al cuidado, la protección física, psicológica y económica de las personas antes, durante y después de su visita en determinado destino, por lo tanto, los prestadores de servicio y miembros de la comunidad receptora están involucrados de manera sistemática unos con otros para tener un mejor manejo de sus respectivas actividades, en consecuencia, podemos identificar los siguientes prestadores de seguridad. La seguridad pública

sistema que se enfoca en el libre desplazamiento del turista por el lugar receptor recriminando la disminución de conflictos, actos delictivos como hurtos y robos, así como también accidentes. La seguridad social, protege a los turistas en caso de huelgas o civilizaciones facilitando el traslado de los resultados. La seguridad médica, del mismo como las anteriores brinda el servicio de asistencia médica en protección, prevención y emergencia al turista antes, durante y después de adquirir un servicio turístico que involucre desplazamiento por diferentes lugares. La seguridad informativa responsable de brindar información de la oferta turística de un destino. La seguridad económica sistema de reaseguro del individuo previniendo riesgos desde un ámbito económico. Llevando a cabo cada ítem de seguridad se recomienda hacer uso de la seguridad para los visitantes antes, durante y después de su visita en un destino determinado.

Además de tener una información válida en relación a los turistas o visitantes, tales son los casos segmentación, país de proveniencia, idioma, motivos de viaje, etcétera, se debe complementar con los diferentes factores que forman parte de los productos y servicios a la disponibilidad de los turistas, en donde se pondrá en manifiesto los recursos y atractivos sobresalientes, acompañado de las factores que inciden en el desarrollo de la actividad turística Al realizar el análisis cualitativo de la oferta turística se tendrá en cuenta los siguientes factores o componentes mencionados a continuación: la infraestructura general elementos básico y necesarios para el funcionamiento de un centro poblado o rural en el que cuente con accesibilidad, transporte, servicios básicos, comunicación, salud y seguridad, la cual se puede recurrir a consultar en fuentes propias de las gestiones de gobierno regional o local. Aprovechando los bienes naturales que nos brinda el planeta tierra que son manifestadas de diferente manera de acuerdo con la ubicación geográfica, además los centros arquitectónicos tal es el caso de Machu Picchu, tradiciones como la virgen de la Candelaria, generando un valor de identificación con lo que tenemos, beneficiando la creación de nuevos circuitos agrupándolos de acuerdo al requerimiento de la actualidad de los turistas. Así como también se evalúa la valoración y jerarquización del recurso, instalaciones y equipamiento, actividades que se realizan dentro del lugar, en lo que se debe recurrir a la información de documentaciones como inventario de recursos turísticos, así como también el

manual para realizarlos contemplados en el MINCETUR o la Dirección de Comercio Exterior y Turismo.

Según Goeldner y Ritchie (2011) en su libro titulado “Turismo: planeación, administración y perspectivas” menciona que también se denomina tour operador y son quienes organizan viajes con todos sus elementos y los venden por medio de su propia empresa mediante agencias de viajes minoristas. Los mayoristas pueden ofrecer al público en general paquetes turísticos a menos precio debido a que ellos adquieren los servicios como, hotel, transporte, paquete de excursiones y alimentación con un precio de mayoristas y por ende a menos precio. (p.223).

Por otro lado, las instalaciones turísticas, relacionadas con el recurso o atractivo turístico complementan el disfrute de la actividad turística, pueden estar gestionadas por instituciones públicas como los orientadores, así como también, por privadas como los operadores turísticos. Dentro de las instalaciones se tendrá que evaluar la condición de subsistencia, aforo, situaciones de ocupación y categoría a través de entrevistas a personas involucradas en las instalaciones y como fuente de información se puede optar por el gobierno regional.

Además, la planta turística son las instalaciones mecánicas imprescindible para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Tendrá una cierta variación en relación con la categoría de la calidad y el tipo de visitantes que se reciba en un determinado lugar, donde se tendrá que evaluar ciertos elementos, la cantidad de hoteles en relación con su categoría y clasificación, del mismo modo, para restaurantes, aforo, innovación en el servicio o producto, nivel de calidad y los horarios de atención. Para analizar se tendrá que intervenir con la información de las capacidades instaladas de hospedajes, agencias de viajes y restaurantes plasmadas en el gobierno regional y DIRCETUR.

Seguidamente, los productos turísticos el conglomerado de componentes tangibles e intangibles donde se incluyen los recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores emblemáticos para satisfacer las motivaciones y expectativas del visitante, de tal manera que sean percibidos como una experiencia turística maravillosa, donde se evalúa el estado de conservación,

la capacidad de carga o aforo, la calidad en el servicio y las condiciones de uso pertinentes, consultando información del gobierno central o regional.

Según Dorado (2016) define a la demanda a las personas que estén dispuestos a suscribirse a diversos servicios que contenga un destino el cual pertenezca a una región país determinado, que brinden sus servicios turísticos. Donde se mida según la demanda turística potencial y demanda turística actual o real, con el propósito de comprar los servicios que ofrece con relación a sus atractivos de una determinada nación.

Para lograr un análisis de manera organizada, profunda y verídica con relación a la demanda turística para un determinado destino se requiere una comparación anticipada de los mercados demandantes y los flujos turísticos que genera la actividad turística dentro de un lugar. En consecuencia, se necesita identificar los perfiles, naturaleza, particularidades y exigencias de los consumidores, tomando en cuenta las cualidades específicas con las que poseen los turistas extranjeros y nacionales. Dentro de un ámbito particular ligado a la dinámica de cada lugar, realizar la segmentación se torna un poco complicada; sin embargo, se puede obtener información y algunos detalles que permitan diferenciar y precisar de forma sobresaliente las estrategias de segmentación, visualizando en qué tipo de segmentos tenemos que enfocarnos analizando de manera persuasiva cada detalle sus características y que se obtenga mayor rentabilidad. Además, se requiere analizar la demanda desde un enfoque cualitativo o cuantitativo con relación a la investigación en secuencia.

Se realiza con la finalidad de implementar propuestas que impacten en la segmentación de tu mercado, para esto es primordial conocer y descifrar las particularidades poseídas por los visitantes en lo que se puede destacar lo siguiente: estilos de vida desde el momento que éste decide emprender una aventura, se presentan una gama de expectativas imaginándose el ambiente del destino receptor, así como también sueña en las experiencias que va a adquirir. Las motivaciones del viaje suelen darse en diferentes aspectos, en lo personal ya que buscan la paz interior, la reflexión consigo mismo, en lo familiar darse un tiempo de compartir experiencias con la familia fortaleciendo los lazos de comunicación entre los miembros de esta y en lo social disfrutar la cultura y costumbre de los

pobladores del lugar receptor. Las nuevas tendencias visualizadas como la implementación de un circuito turístico nuevo, promociones por temporadas en páginas web, festividades entre otros. Todas las particularidades ya antes mencionadas permiten detallar y especificar de forma concreta, el perfil de los turistas, en tal sentido se obtiene una aproximación de los gustos y preferencias que ellos toma en consideración al elegir un lugar y lo proyectan tomando en cuenta en relación con lo que ellos desean conseguir. Para establecer un buen análisis es propicio analizar de manera profunda los prototipos de cada turista ya sea emisor o receptor tanto actual como potencial.

Para definir esta dimensión con relación a la actividad turística según Dorado (2016) visualiza las agencias de viajes son los canales fundamentales de negociación y operación para que un turista o visitante tenga el privilegio de percibir las culturas, costumbres, reservas naturales, recursos, entre otros movimientos dentro de una sociedad que conforma una nación. Cuyo cargo primordial, respecto al (Mincetur, 2007, p. 87) es la de ser intermediaria entre la oferta y la demanda. Donde el visitante desea que la ruta turística esté conformada por la superestructura, demanda, atractivo, equipamiento e instalaciones, infraestructura y comunidad local que forman parte del servicio de un sistema turístico.

II MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación se desarrolló en base al enfoque cualitativo. Según Ruiz (2012) enfatizando los métodos cualitativos para una investigación, de manera que se van estudiando los fenómenos sociales en el cual se plantea metas u objetivos con el fin de dar respuesta factible a las problemáticas establecidas dentro un contexto real en el cual se realiza nuestra investigación. De este modo, se obtiene un análisis más profundo del comportamiento y cualidades que poseen nuestro objeto de estudio en un determinado lugar.

El diseño del trabajo de investigación estuvo basado en un esquema etnográfico, ya que nos permite conocer la percepción de los pobladores sobre la actividad turística que se desarrolla en el Distrito de Callahuanca. Ruiz (2012), el diseño etnográfico es un patrón categórico dentro de la metodología y es bastante utilizado dentro de las investigaciones con enfoques cualitativo, tiene como finalidad interpretar los conceptos relacionados con la estructura de convivencia de comunidades, facilita estudiar los procedimientos sociales en un ámbito integral y profunda, analizando de manera sistemática las actividades cotidianas, costumbres y culturales que realizan nuestro objeto de estudio.

2.2 Escenario de estudio

Para este trabajo de investigación, se designó como escenario de estudio al distrito de Callahuanca, los cuales están involucrados de forma directa e indirectamente en la actividad turística. Entre ellos se mencionó al personal de información turística de la municipalidad, dueños de bodegas, restaurantes, hoteles, entre otros. Según Méndez (2012) infiere que la población son un conjunto de personas o individuos dentro de un contexto geográfico que son motivo u objeto de estudio para una investigación; se puede destacar la población objetiva, conocida también como total pero que no es disponible, y la población accesible que es primordial para para la investigación.

2.3 Participantes

La muestra adquirida para la investigación fue de 3 entrevistados, de los cuales se pudo destacar ciertas características, los entrevistados fueron 2 del género femenino y 1 masculino, la primera persona que aportó con la entrevista realizada pertenecía a la municipalidad del distrito, la segunda cuenta con una bodega y el tercero es dueño de un restaurante y un hospedaje. Se determinó este número de entrevistados, debido a que la mayoría de los servicios turísticos solo atienden los fines de semana ya que esos días se ve la mayor afluencia y cantidad de movimiento turístico en la zona. Méndez (2012) cuando nos referimos a muestra, hacemos referencia a una parte significativa o subconjunto de una población, las cuales han sido seleccionada de acuerdo factores propios de la investigación, pero siempre tomando en consideración la representatividad de la población.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para desarrollar la investigación se necesitó reclutar y recolectar información del contexto real en donde se relacionan el objeto de estudio, por lo tanto, se invocó a la recolección de datos y más específicamente a realizar una entrevista de profundidad. Ruiz (2012), se manifiesta que una entrevista a profundidad es la forma de adquirir datos propios o relacionados de nuestro objeto de estudio, en el cual se realiza un dialogo empático con las personas elegidas como muestra de la investigación. Cabe resaltar que la recolección de datos será de suma importancia, para lograr los objetivos planteados dentro de la investigación debido a que se plasmará o transcribirá de manera estructurada los datos recopilados y estos desvelarán los resultados en el progreso de la investigación.

Para la recolección de datos en la investigación se necesitó de un instrumento que nos facilite realizarlo, en este caso se utilizó un cuestionario semiestructurado. Niño (2011), es un cuestionario donde no hay un orden específico de las preguntas, del mismo modo tampoco tienen jerarquía al momento de realizar la entrevista, esta técnica enfatiza en dar la confianza al entrevistado a poder explicar su respuesta y que se sigan dando más interrogantes espontáneas con relación a lo que se va adquiriendo la información.

2.5 Muestreo

Para realizar la investigación se recurrió a un muestreo no probabilístico con la técnica bola de nieve. Méndez (2012), el muestreo bola de nieve se basa en identificar las referencias de personas iniciales para poder derivar a sujetos adicionales, con el propósito de alcanzar un número satisfactorio y necesario que va a ser utilizado dentro de la presente investigación. En este caso se identificó a las personas partícipes de nuestra entrevista a profundidad mediante el método antes mencionado, lo cual preguntamos en el trayecto al distrito, a lo que respondieron que en la municipalidad nos brindarán información.

2.6 Procedimientos

Para realizar el proceso de desarrollo de la investigación, la parte fundamental fue delimitar el tema a cerca de la percepción de los pobladores en relación con la actividad turística dentro del distrito de Callahuanca, así mismo se planteó interrogantes y objetivos a investigar. Por consecuencia, se utilizó investigaciones previas como respaldo y apoyo al desarrollo del trabajo de investigación, posteriormente se delimitó el tipo de investigación que fue cualitativa con un diseño etnográfico; así mismo se utilizó la técnica de recolección de información que fue una entrevista a profundidad y el instrumento fue un cuestionario semiestructurado. Así mismo se procedió a plasmar los resultados obtenidos de acuerdo con las categorías designadas por las preguntas realizadas en la entrevista a profundidad mediante una discusiones y argumentos propias de la investigación, para después desarrollar las conclusiones en relación con los resultados obtenidos y finalmente se redactó las recomendaciones que ayuden a una mejora para investigaciones futuras.

2.7 Rigor científico

- **Dependencia**

En este factor implicó en la consistencia lógica de los resultados, en la cual se emitió de manera coherente. En tal sentido, se tuvo cuidado con los sesgos que se introdujo a partir de una realidad o que se haga de manera subjetiva ya que se estaría careciendo de criterios lógicos. Cabe resaltar lo siguiente para una mayor aceptación, especificar el contexto de la recolección de datos en este caso se hizo la entrevista a profundidad la cual está plasmado en la técnica e instrumentos del trabajo de investigación. Por otro lado, la recolección de datos e información se hizo de una forma exhaustiva y analizando cada entrevista realizada a cada participante que se tomó en cuenta como objeto de estudio, de tal manera que los datos obtenidos adquirieron valor y coherencia por tratarse de pobladores que viven en el distrito de Callahuanca. Así mismo, los criterios para la elección de los participantes fueron de manera objetiva ya que son organizaciones con mucha credibilidad y confiabilidad en la información brindada.

- **Confiabilidad**

Para un mejor manejo de la información y la información recopilada de los participantes se plasmó en una matriz de información, del mismo modo esto se realizó en el proceso de recolección de información para que posteriormente fuese analizada y plasmada en los resultados que brindaron respuesta a los objetivos planteados.

2.8 Método de análisis de información

Según Bravo (1985), Una forma de analizar la estructura de un documento es mediante el análisis de contenido. Comúnmente, analizamos el contenido de la información que vemos, oímos o percibimos, y le ponemos "etiquetas", calificativos que encasillan nuestras ideas en categorías. Es decir, el análisis de contenido es una técnica que nos facilitó a interpretar y codificar la información de la investigación, con la finalidad de tener orden y organización al momento de procesar los datos transcritos de nuestra entrevista.

2.9 Aspectos éticos

Respecto a los aspectos éticos, en la presente investigación se respetó los derechos de autor de cada cita recolectada, artículos estudiados, entre otras investigaciones, en la cual consideramos lo siguiente:

La elaboración de este trabajo de investigación fue a libre consentimiento, sin obligaciones ni amenaza alguna a cada participante. La dedicación y entusiasmo que se refleja en la investigación fue por responsabilidad de cada integrante que participó en la realización del trabajo, el cual se elaboró con honestidad y respeto.

III. RESULTADOS Y DISCUSIONES

A continuación, se presentarán los resultados y discusiones sobre el trabajo de investigación.

3.1 Afluencia turística

Cuando se les preguntó a los pobladores sobre la afluencia de turistas que llega al distrito de Callahuanca, todos coincidieron con una respuesta positiva ya que mencionaron que en Callahuanca si hay una buena afluencia de turistas. Sin embargo, uno de los entrevistados mencionó que llegan en mayor cantidad los fines de semana y otro nos comentó que llegan gran cantidad turistas sobre todo extranjeros.

“Sí, los fines de semana (E1), si vienen cantidad, vienen extranjeros de distintos países; casualmente el lunes han venido más de 150 turistas en esos carros grandes y eran japoneses” (E3).

Existen investigaciones similares sobre este tema, por ejemplo, Sanchez (2016), en su investigación “Análisis de la actividad turística en Cazalla de la Sierra: carencias y propuestas”, en la cual manifestó la importancia de conocer y analizar la oferta y demanda turística de la comunidad sevillana de Cazalla de la Sierra, en donde busca conocer a los turistas que llegan al lugar, la cantidad y precedencia para poder crear propuestas que mejoren la experiencia del turista.

3.2 Motivación de viaje

Cuando se les preguntó a los entrevistados sobre la motivación de los turistas que llegan a Callahuanca, la mayoría de los entrevistados (2) mencionó que llegan por los atractivos turísticos como visitar el río, su fruta y sus productos que comercializan, uno de los entrevistados mencionó que los turistas llegan por su clima y paisajes y otro nos comentó que llegan por hacer trekking.

“Vienen para ir hacer caminatas, sobre todo tenemos una caminata que es de la parte de arriba Chacaran, después llegan para ir a conocer las ruinas de Cascachoco que está en un anexo de Callahuanca que se llama Poronhuasi más

que todo para eso, vienen al río a visitar y sobre todo por la fruta (E1), los turistas vienen por el clima y por los paisajes” (E3).

Existen investigaciones similares sobre este tema por ejemplo Según Luján, Ferrelli y Piccolo (2016) en su artículo *“Diversificación de la actividad turística de balnearios: El caso de Pehuén Co, Argentina”* tuvo como objetivo analizar las características básicas de la actividad turística en la localidad de Pehuén Co con el fin de encontrar potenciales áreas y actividades que permitan diversificar el turismo y lograr mejorar la experiencia del turista mediante la creación de nuevos productos turísticos.

Esta investigación concuerda con la teoría de la actividad turística y motivaciones de viaje, Según Tiarc (2009) determina que el turismo depende de las características y motivaciones de los gustos y preferencias que tenga el turista y las actividades que dese realizar durante su estadía en una población. En las cuales se determinan por diferentes motivos como ocio, vacaciones, salud o negocios (p. 3).

3.3 Infraestructura y planta turística

Cuando se les preguntó a los entrevistados sobre la infraestructura turística de Callahuanca la mayoría (2) comentaron que se cuenta con una planta turística por ejemplo con caminos, restaurantes y hoteles a la elección de los turistas (la mayoría atiende solo fines de semana), uno de ellos menciona que cuentan con centros de información turística. Uno de ellos desconoce el tema, pero le hicimos conocer que su bodega es parte de la planta turística local.

“A infraestructura te refieres al camino a todo eso es bueno, y a planta turística hay varios hoteles que ellos pueden elegir, hay algunos hoteles que son más cómodos también hay restaurantes como les digo los restaurantes suelen funcionar los fines de semana, también tenemos centros de información turística” (E1) “Si, los hoteles” (E3).

Existen investigaciones similares sobre este tema por ejemplo Gonzales (2009) en su trabajo “Plan de negocios y creación de una empresa de turismo rural en las veredas mochuelo alto y pasquilla de la localidad 19 de ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá “pudo hallar que el turismo en nuestro país ha contribuido al incremento y exploración de algunos lugares, ya que brinda un riesgo a los habitantes de las poblaciones donde se desarrollan las actividades de brindar sus productos a los turistas, generando asimismo nuevas fuentes de trabajo.

3.4 Los recursos turísticos que tienen influencia en la actividad turística

Cuando se les preguntó a los entrevistados sobre los recursos turísticos que tienen influencia en la actividad turística en su comunidad, la mayoría de ellos respondió que realizan ferias comerciales que son los fines de semana para que los turistas puedan conocer más sobre la chirimoya y puedan degustarla. Así mismo manifestaron que realizan el agroturismo para que el excursionista pueda pasar más tiempo con la naturaleza en su tiempo libre.

“La mayoría son chacras lo que ustedes ven en los cerros la mayoría son chacras ahí está todo lo que es la palta, la chirimoya, hay algunos que tienen manzana, manzanas de agua” (E3)

Existen investigaciones similares sobre este tema, por ejemplo, Troncoso (2014) en su trabajo sobre los: “Lineamientos para el desarrollo de la actividad turística en la comuna de puerto Saavedra. Un enfoque hacia el turismo de intereses especiales” pudo hallar una unión en la actividad turística y las entidades particulares tanto públicas como privadas el cual se debe permanecer trabajando en el espacio de nuevos proyectos que eleven la laboriosidad turística; también en este término las sugerencias se vuelven un puesto significativo actualmente al ser un trabajo nuevo presenta un superior riesgo de salir mal. Sin embargo, existen investigaciones con resultados antagónicos a los hallados en esta investigación por ejemplo Ramón (2012) encontró que el producto turístico es complejo para el amparo de los residentes hacia los turistas, es expresar una gran porción del desequilibrio recibido depende del apasionamiento de los turistas.

3.5 Empresas que ayudan al turismo

En esta categoría se les preguntó a los entrevistados sobre las empresas que ayudan al turismo en su comunidad, la mayoría de ellos respondió que solamente una entidad pública que es el MINCETUR los estaba ayudando por medio de la municipalidad. Por tal motivo que solo uno de ellos respondió que el desinterés de las empresas se basaba por no tener un acuerdo explícito con la municipalidad y los pobladores del lugar.

“Muchas empresas quieren venir, pero no hay un acuerdo determinado por parte de ellos, por ejemplo, una empresa quería venir a poner un geográfico de las frutas mejor dicho de las frutas la iban a procesar, las frutas tú las ponías ahí e iban a durar de 2 a 3 meses ahí” (E3).

Existen investigaciones similares sobre este tema por ejemplo Gonzales (2009) en su trabajo sobre el “Plan de negocios y creación de una empresa de turismo rural en las veredas mochuelo alto y pasquilla de la localidad 19 de ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá “pudo hallar que el turismo en la ciudad de Bogotá, ha ido mejorando a través de los nuevos descubrimientos y estudios realizados para lograr una mejora económica, social y sostenible a los habitantes de las poblaciones donde se desarrolla la actividad turística a través de la promoción de sus productos a los turistas, generando nuevas fuentes de trabajo para la comunidad.

3.6 Promoción de los atractivos

En esta categoría se incluyó a la pregunta que hace mención sobre, la publicidad y promoción de los atractivos del distrito de Callahuanca, en la cual se obtuvieron resultados por parte de los entrevistados, a lo que respondían son ellos mismos los autores intelectuales con apoyo de su municipalidad en promocionar sus atractivos realizando ciertas actividades, vía Facebook, paseo en minibús para los turistas, mayordomos para las festividades como la cruz, de Santa Rosa, de Chauca, así como también, donan ciertas cantidades de dinero para brindar comida y pagar banda de músicos para las festividades. De tal manera, que están realizando una estrategia particular hacia el sector turismo y dar a conocer su distrito.

“Se realiza la promoción vías Facebook, paseo minibús para los turistas (E1), los que invertimos en realizar la promoción de los atractivos somos nosotros mismos realizando donaciones, por parte de mayordomos en diferentes festividades, también se dona dinero para hacer pagos en la elaboración de comidas y pago a la banda musical para realizar las festividades” (E3).

En relación a lo obtenido, se logra llegar a una semejanza por los resultados obtenidos por Hidalgo (2015), en su tesis titulada "plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la parroquia Chongón del Cantón, Guayaquil", lo cual manifiesta que las promociones en la actividad turística están siendo ejercidas por los pobladores propios de la comunidad, así mismo menciona que las asociaciones religiosas también están involucradas en la realización de dicha actividad, haciendo de ellos un gran orgullo dar a conocer su comunidad, costumbres y cultura.

3.7 Operación de las agencias de viaje

En esta categoría se tomó en cuenta la interrogante en relación con la manera que operan las agencias de viajes, llevándonos inesperados resultados, ya que solo un entrevistado hizo hincapié en contestar la pregunta, debido a que no tenían claro y tampoco conocimiento sobre alguna agencia de viaje que opere en su distrito, por consiguiente, tampoco conocían cuál era su manera de operar en su distrito. A lo que un entrevistado respondió lo siguiente.

“Han venido un grupo de lima por recomendación, con el gusto de comprar truchas, yo también los vendo acá en mi restaurante, muchos me piden mi teléfono, para brindarles reserva de truchas y otras variedades de comida, y el que nos promociona y nos apoya es CENFOTUR” (E3).

Analizando este contexto encontramos cierta diferencia a los resultados obtenidos por Ramírez (2018) en su tesis titulada "identidad cultural y actividad turística en el centro poblado comunidad nativa Kechwa Wayku, Lamas- 2018", en lo que pone a manifiesto que las comunidades nativas están siendo promocionadas por agencias locales y también de la ciudad de Tarapoto incentivando a los turistas a conocer e identificarse con las culturas nativas de nuestro.

IV. CONCLUSIONES

1. En la actualidad la población de Callahuanca, respecto a la percepción sobre la actividad turística que se realiza en su distrito se concluyó que es relativamente media, ya que conoce sus atractivos turísticos e identifican cuáles son los que visitan con mayor frecuencia los turistas. Sin embargo, no cuentan con un claro conocimiento de cómo se da la actividad turística en relación con los factores externos, tal es el caso de la promoción por parte de las agencias de viajes, la valoración por parte del MINCETUR, causando una percepción de poca satisfactoria para los pobladores.

2. En la actualidad la población de Callahuanca, respecto a la percepción de su demanda turística, conoce que tipo de turistas en relación con su origen ya sea nacionales o internacionales y las actividades que realizan durante su visita incorporándose a desarrollar las actividades costumbristas que se realizan por festividades, la mayoría de sus visitantes llegan fines de semana.

3. En la actualidad la población de Callahuanca, respecto a la percepción de los operadores turísticos, en cuanto agencias de viajes, desconocen la presencia de dichas empresas turísticas, sin embargo, se trabaja con la Municipalidad del sector y CENFOTUR que ayudan en la promoción y difusión de los lugares turísticos del distrito.

4. En general, se concluyó que en la actualidad los pobladores del distrito de Callahuanca tienen una percepción sobre la actividad turística regularmente favorable, ya que si hubiera un mayor marketing, mejores servicios y difusión del turismo favorable por parte de las empresas públicas y privadas la actividad turística en su localidad sería óptima, por otro lado la afluencia de los turistas por la actividad que desarrollan podría generar mayores ingresos en la economía y así ayudar al mejoramiento de la población.

V. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la municipalidad de Callahuanca realizar un plan estratégico turístico, para tener una mejor organización y control de la actividad turística en su distrito, realizar convenios con agencias de viaje que promocionen y realicen circuitos innovadores despertando interés en los visitantes, así mismo, definir la misión, visión y valores que les represente como zona turística destacando las actividades, festividades que se realizan implementándolas para el disfrute de los turistas. Por otro lado, realizar un análisis a profundidad de los factores internos y externos que pueden influenciar en la actividad turística, tales son los casos de accesibilidad, infraestructura, promoción, guías locales, tener registro de afluencia de turistas por un periodo determinado. Para luego plasmarlos en un análisis FODA en el cual se destaque las fortalezas y debilidades del distrito que son los factores internos, las oportunidades y amenazas que son los factores externos. Posteriormente, elaborar objetivos que sean medibles en periodo específico con la finalidad de tener un mayor enfoque de lo que quieren lograr en el ámbito turístico puede ser incrementar la afluencia de turistas en treinta por ciento para el año 2023 para eso se tiene que tomar como dato referencial el número de turistas que visitaron dicho distrito en el año 2018 respaldados por su respectivo indicador de lo que está logrando hasta el momento y estrategias referentes a los objetivos que permitirá lograrlos, se refiere a como se va a realizar dichas actividades o que otras alternativas de promoción o circuitos se hará para lograr la incrementación de la afluencia de turistas para el año 2023. Finalmente, realizar un seguimiento de los objetivos y las estrategias utilizadas en el plan, para tener conocimiento de las mejoras en todos los objetivos plasmados al inicio de la implementación del plan, así mismo, evaluar los indicadores si se están avanzando de manera óptima, de lo contrario realizar nuevas estrategias y realizar el proceso de mejora continua que ayuden a cumplir dichos objetivos con la finalidad de mejorar la actividad turística en el distrito de Callahuanca.

- Se recomienda a los pobladores de Callahuanca que deseen tener algún tipo de negocio turístico realicen un estudio de mercado con los turistas y visitantes que llegan al lugar, para lograr identificar los gustos, preferencias y sus motivaciones de viaje de manera eficiente y precisa. Así mismo logren segmentar sus mercados objetivos y potenciales para ofrecer servicios de calidad que cumplan con lo que el turista sugiere. Callahuanca tiene potencial para formar parte de un circuito turístico principal en la ciudad de Lima y estas oportunidades, pueden lograrse con un plan de marketing turístico. Implementando estrategias de Marketing Mix y creando productos alternativos que complementen la experiencia de los visitantes. Así mismo, pueden formar alianzas estratégicas con pueblos que se encuentren en los alrededores, agencias de viajes, tour operadores, guías y empresas de transporte que pueden contribuir en el desarrollo de esta localidad, también deben solicitar ayuda de entidades públicas y privadas que se involucran con el turismo sostenible y de naturaleza que es su principal fortaleza para potenciar la imagen del distrito de Callahuanca.
- Se recomienda incentivar a la Municipalidad de Callahuanca a ocuparse más con la localidad de su zona; en la planificación, realización de sus programas de concientización, valoración y mantenimiento del lugar. Ya que ello ayudará a que la población se involucre en la actividad turística, se sugiere incentivar y convocar a personas que cuenten con la experiencia o interés en generar un cambio y mejorar el distrito de la mano del turismo. Así mismo, se sugiere que los grupos involucrados sean las personas de tercera edad ya que ellos poseen los conocimientos y transfieren experiencias; por último, también se podría trabajar con los escolares, ya que ellos son el futuro de la comunidad.
- Se recomienda a todos los involucrados en el desarrollo de la actividad turística de Callahuanca que trabajen de manera conjunta para que así, puedan preservar a lo largo de tiempo los atractivos de Callahuanca y a la vez de generar ingresos y beneficiarse todos los involucrados en la actividad turística .Es importante destacar que en Callahuanca la mayoría de los

negocios son de los pobladores y las personas que trabajan en ellos también son de la zona ,es un punto a favor ya que se están brindando fuentes de empleo para Callahuanca . Sin embargo, recomendamos que se involucren de manera más directa a los agricultores y los que se dedican a la Piscicultura de la zona, creando un Proyecto para desarrollar el Turismo Rural Comunitario ,en el que se capacite a los productores de la chirimoya, palta, manzanas, truchas ,etcétera para que reciban turistas en sus hogares les muestren el proceso de siembra y recolección , den a conocer sus platos típicos, vendan sus productos sin la necesidad de una feria ,incluso se le puede enseñar para que adecuen habitaciones para recibir turistas . Proponemos esta actividad con el fin de contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un Turismo sostenible como herramienta del desarrollo social y económico a nivel de Callahuanca y del país.

REFERENCIAS

Acerenza, M. (2012). *Agencias de viajes: Operación y plan de negocios*. (2.ª ed.). México: Trillas (Trabajo original publicado en 2010).

Ataíde, G., & de Brito, P. (2019). Contribuições de EcoInovações para a Sustentabilidade da Atividade Turística: um estudo exploratório em município brasileiro. *Turismo em Análise*, 29(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i2p236-254>

Avram, D. (2017). Trends of Tourist Demand in Romania. Positioning of Rural Tourists Among the Tourist Preferences. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.14527e8dca64e50b1f841b2b465b5db&lang=es&site=eds-live>

Bakare, K. (2010). The influence of tourism activity on people's livelihoods in selected tourist centres in Ogun State, Nigeria. *Institute of African Studies Research Review*, 26(1), 113-126. Recuperado de: http://jotr.eu/pdf_files/V15.pdf

Bareša, I., Bogdan, S. (2018). Portfolio analysis of foreign tourist demand in Croatia. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.9a1ed1f39321442c8e54758744ccb792&lang=es&site=eds-live>

Bustamante, A., Sebastia, L., & Onaindia, E. (2019). Can Tourist Attractions Boost Other Activities Around? Recuperado de <https://doi.org/10.3390/s19112612>

Cardona, J. R. (2012). *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza* (Doctoral dissertation, Tesis Doctoral). Recuperado de: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/104266/tjrc1de1.pdf?sequence=1>

Carranza, M. (2014). El turismo de negocios y la actividad turística en la ciudad de Trujillo. Recuperado de:

<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2404/CARRANZA%20REYES%20MAR%C3%8DA%20MERCEDES%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carterette, E. y Friedman M. (1982). Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas Mexico D. F. Editorial Trillas. Recuperado de:

<file:///C:/Users/MARLON%20PORTOCARRERO/Downloads/Dialnet-EnfoquesTeoricosSobreLaPercepcionQueTienenLasPerso-4907017>.

Contribuciones de eco-innovaciones para la sostenibilidad de la actividad turística; Eco-innovation contributions for sustainability of tourist activity ; Contribuições de EcoInovações para a Sustentabilidade da Atividade Turística. (2019). Recuperado de:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.8B902BF5&lang=es&site=eds-live>

Cooper, C (1993). El turismo Teoría y Práctica. Editorial Síntesis. España.

Recuperado de: <http://www.avia.edu.pe/elturismoteoriaypractica.pdf>

Cristobal, A. (2018). Diagnóstico Para El Desarrollo De La Actividad Turística en El Distrito De Yanacancha - Urbano De Cerro De Pasco. Investigación Valdizana, (1).

Recuperado de:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.2e61cbcb7d5498ab0b9de27f236e535&lang=es&site=eds-live>

Enríquez, J., Mayorquín, H., & Sarabia, C. (2015). Percepciones De Los Habitantes Acerca De La Actividad Turística, La Crisis Económica Y Los Problemas Sociales en Puerto Peñasco, Mexico. TURyDES, 8(18), 1–20. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=110421306&lang=es&site=eds-live>

Fernández, A., López, J., & Perles, J. (2016). La situación de la actividad turística en España: ante nuevos récords y retos. Recuperado de <https://core.ac.uk/pdf/85208285.pdf>

Goeldner, C. y Ritchie, J (2011). Turismo: Planeación, administración y perspectivas. (3. d.) México: Limusa Wiley.

González, M., González, J., & Vallejo, M. (2018). The Application of Principal Component Analysis (PCA) for The Study of The Spanish Tourist Demand. Recuperado de <https://doi.org/10.2478/quageo-2018-0036>

Gonzales, J. (2009). Plan de negocios y creación de una empresa de turismo rural en las veredas Mochuelo Alto y Pasquilla de la localidad 19 de ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá. Recuperado de: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3058/T11.09%20G589p.pdf?sequen>

Guerrero,P y Ramos,R (2011) Introducción al Turismo. Editorial Patria S.A. México.

Hernández, E. (2010). Proyectos turísticos: Formulación y evaluación. (2. d.) México: Trillas (Trabajo original publicado en 1990).

Huamani, A., Condori, H., & Dancy, Y. (2019). Conocimientos y beneficios que genera la actividad turística en los pobladores de puerto Maldonado-2015.

Iglesias, M. (2015). Language Travel Demand: New Insights into Language Tourists' Perceptions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 199, 149–156. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.499>

Luján, M., Ferrelli, F. & Piccolo, M. (2016). Diversificación De La Actividad Turística De Balnearios: El Caso De Pehuén Co, Argentina. *Cuadernos de Turismo*, (38), 245. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.38.271441>

Marcin Popiel, M. (2019). Barriers in Undertaking Tourist Activity by Disabled People. *Sport i Turystyka*. Recuperado de <https://doi.org/10.16926/kf.2016.15.25>

Mendez, C. (2012). Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. (4a. Ed.) México D.F: Limusa.

Milenković, S., & Utvić, S. (2013). The challenges of rural areas in Serbia promising tourist activities. *Economics of agriculture*, 60(1), 65-76.

MINCETUR (2014). Manual de funciones para la planificación de productos turísticos. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>

MINCETUR (2011). Guía Metodológica para la identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

[content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf](#)

Mora, A. & Mir, V. (2015). La actividad turística y su promoción desde la Comunidad Valenciana. *Papers de Turisme*, (8/9), 57-74.

Morales, J. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 10(16), 111-117.

Niño, V. (2011). *Metodología de la investigación*. Colombia, Bogotá: Ediciones de la U.

Núñez, H. (2015). *La Actividad Turística sostenible y el desarrollo socioeconómico en los habitantes de la parroquia San José De Huambaló cantón Pelileo provincia de Tungurahua* (Bachelor's thesis, Universidad Tècnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educaciòn. Carrera de Turismo y Hotelería).

Olcina, J., & Miró, J. (2017). *Actividad turística y cambio climático en la Comunidad Valenciana*.

Ongan, S., & Gozgor, G. (2018). *Tourism demand analysis: The impact of the economic policy uncertainty on the arrival of Japanese tourists to the USA*. <https://doi.org/10.1002/jtr.2182>

Ota, A. et al. (2019). Effects of nonlethal tourist activity on the diel activity patterns of mammals in a National Park in Peninsular Malaysia. *Global Ecology and Conservation*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00772>

Palomeque, F. (2015). *Actividad turística y espacio geográfico en el umbral del siglo XXI*. *Papers de turisme*, (14-15), 37-51.

Rodrigo, J., & López, C. (2017). Impacto de la actividad turística en el empleo y Crecimiento Económico de México. *Jóvenes en la Ciencia*, 3(2), 1241-1245.

Ramirez, L. (2018). Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/35737?show=full>

Ruiz (2012). Metodología de la investigación cualitativa. (5ta Ed.). Bilbao: Universidad de Deusto.

Ruiz, D. (2015). La actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013.

Salguero, A. (2013). Infraestructura turística y educacional en el bosque municipal de Sibilia, Quetzaltenango. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3631.pdf

Salinas, E. (2018). Aspectos territoriales de la actividad turística en Cuba. Estudios Geográficos, (223), 327. <https://doi.org/10.3989/egeogr.1996.i223.670>

Sánchez, C. (2017). Análisis de la actividad turística en Cazalla de la Sierra: carencias y propuestas.

Sánchez, J., Rengifo, I., & Martín, M. (2019). Characterization of the Tourist Demand of the Villuercas–Ibores–Jara Geopark: A Destination with the Capacity to Attract Tourists and Visitors. Recuperado de <https://doi.org/10.3390/geosciences9080335>

Serra, A. (2011). Marketing turístico. (2ª ed.) Madrid, España: Ediciones pirámide.

Pereda, V. (2017). Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las actividades físicas de aventura en la naturaleza. Recuperado de: file:///C:/Users/marlon/Downloads/VCP_TESI.pdf

Stephen, R. (2004) Comportamiento organizacional. California- EE. UU, Editorial Pearson Education. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=OWBokj2RqBYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Valdez, E. (2014). Condiciones turísticas que presenta el distrito de Llacanora, provincia de Cajamarca para la práctica del Turismo Rural Comunitario. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2429/VALDEZ%20CABANILAS%20ERIKA%20RUTH%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

1.- ¿USTED OBSERVA QUE LLEGAN TURISTAS A CALLAHUANCA?
E1: Sí, <u>los fines de semana</u>
E2: Sí
E3: Sí <u>vienen cantidad</u> , casualmente vienen porque Humala dos veces ha venido acá y Humala nos ha puesto el turismo, Humala nos ha puesto la carretera, antes esto no era así como ahora antes eran casas de adobes de quinches y hace diez años que se ha vuelto como turismo por Humala, además te voy a decir es un sitio sano y por ese motivo es que el turismo vienen bastante, está reconocido casi a nivel de Perú , todos vienen acá, <u>vienen extranjeros de distintos países</u> ;casualmente el día Lunes <u>han venido más de 150 turistas</u> en esos carros grandes y eran japoneses.

**FINES DE
SEMANA**

**TURISTAS
EXTRANJEROS**

2.- ¿USTED CREE QUE LOS TURISTAS LLEGAN A SU DISTRITO POR ALGUNA MOTIVACIÓN?

E1: Vienen para ir hacer caminatas, sobre todo tenemos una caminata que es de la parte de arriba Chacaran, después llegan para ir a conocer las Ruinas de Cascachoco que está en un anexo de Callahuanca que se llama Poronhuasi más que todo para eso, vienen al río a visitar y sobre todo por la fruta.

E2: Toda clase de turistas, más vienen sábados y domingos.

E3: Sí vienen los turistas casualmente quieren buscar comprar chacras por ejemplo hay varios turistas que han venido y se han comprado varios terrenos, porque antes los terrenos te voy a decir estaban bien cómodos no pasan de una chacra 30 mil a 20 mil ahora una chacra está en 50 mil dólares como 10 mil dólares la chacra de una hectárea, las casas los terrenos que antes vendían a 10 mil soles hasta 3 mil ahora están 15 mil a 30 mil los terrenos que ahorita están se han valorizado bastante por eso los turistas vienen por el clima y por los paisajes además no solamente el verdadero Callahuanca es acá , es allá en Chauca ahí en la esquina hay un cerro atrás están los ganados , están los que traen los quesos , porque acá no es el turismo todo lo han mandado para allá es un pueblo que antes era de Callahuanca pero ahí hacen su fiesta en el mes de 14 de julio.

**REALIZAN
TREKKING**

**ATRACTIVOS
TURÍSTICOS**

CLIMA CÁLIDO

**FESTIVIDADES
CULTURALES**

3.- ¿USTED CREE QUE LA INFRAESTRUCTURA QUE SE UTILIZA PARA LLEGAR A CALLHAUANCA INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD TURISTICA?

E1: SÍ, claro que si hay algunos turistas que vienen a este, a infraestructuras te refieres al camino a todo eso bueno si, hay algunos que no son tan peligrosos hay algunos que van con guías ósea no es tan peligroso para ellos. Hay varios hoteles que ellos pueden elegir, hay algunos hoteles que son más cómodos también hay restaurantes como les digo los restaurantes suelen funcionar los fines de semana, también tenemos centros de información turística suelen funcionar viernes, sábados y domingos.

E2: SÍ, a veces por el ambiente, que también no es un sitio que como dicen acá el aire mismo es bueno y saludable.

E3: SÍ, los hoteles, todo casualmente nos dan charlas, nos diplomados de comida y nos revisan el restaurante; prácticamente vivimos de la chirimoya, la palta, la fruta eso nos da una vez al año, entonces por el intermedio de eso ya nos hemos dedicado a vender directamente al turismo.

**CENTROS DE
INFORMACIÓN
TURÍSTICA**

SÍ

**INFRAESTRUTURA Y
PLANTA TURÍSTICA**

4.- ¿USTED CREE QUE LOS RECURSOS TURISTICOS DE CALLAHUANCA TIENE UNA INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?

E1: Sí, la [fiesta de la chirimoya](#) es en el mes de abril, suelen ser los fines de semana sábados y domingos venden de toda chirimoya, fruta, helados, comidas, derivados vas a encontrar bastante variedad hay un restaurante que se llama “Yonsu” que tienen más variedad hasta vino de chirimoya hay bastante gente que le está sacando provecho a todo lo que es la chirimoya todo lo que puede dar. [La mayoría son chacras](#) lo que ustedes ven en los cerros la mayoría son chacras ahí [está todo lo que es la palta, la chirimoya, hay algunos que tienen manzana, manzanas de agua.](#)

E2: Sí

E3: A todos, porque antes no teníamos como ahora tenemos segundo piso, tiendas; hace 10 años había solo un restaurante no había mucho turismo , la carretera eso lo hizo Humala lo llamamos y vino para acá y nos hizo esa carretera hermosa que el huayco se llevó hace 2 años , pero estamos pidiendo apoyo al estado de nuevo, como te explico el otro ex alcalde tenía más comunicaciones con Humala , a cambio con este nuevo alcalde no tiene muchos conocidos , pero en este lugar la chirimoya no era tan conocida hasta que llegó Humala y la hizo conocer.

**FIESTAS
COMERCIALES**

AGROTURISMO

5.- ¿USTED CREE QUE CALLAHUANCA CUENTA CON EMPRESAS QUE AYUDAN AL TURISMO?

E1: Eso sí de empresas no hemos visto, mucho acá sobre todo más se llega los que es la municipalidad y ellos, pero empresa no, solamente tenemos un ente que es MINCETUR nada más; la semana antepasada tuvimos 5 buses con personas de edad el joven encargado se llama Juan Cisneros.

E2: Más conocido de acá la mayoría que se van a Marcahuasi, acá que van a la trucha se van a escanear, van a la posa, también hay catarata, mirador.

E3: Sí, muchas empresas quieren venir, pero no hay un acuerdo determinado por parte de ellos, por ejemplo, una empresa quería venir a poner un geográfico de las frutas mejor dicho de las frutas la iban a procesar, las frutas tú las ponías ahí e iban a durar de 2 a 3 meses ahí.

**DESINTERÉS DE
EMPRESAS**

**ENTIDADES
PÚBLICAS**

6.- ¿USTED CREE QUE LAS AGENCIAS DE VIAJE PROMOCIONAN LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE CALLAHUANCA?

E1: Algunas agencias bueno como se explicó, agencias no hay solamente salimos a promocionarlo vía este Facebook de todo ahí, pero agencias no tenemos, solamente es el que promociona porque tenemos un mini bus y ahí se suele viajar a los turistas llevarlos a lugares a donde no tienen alcance.

E2: Parece que sí, estoy enterada de eso.

E3: Claro que sí, más invertimos nosotros que somos los pobladores, sabes porque como te digo casa mes hay mayordomos de la cruz, mayordomo de Santa Rosa, mayordomo de Chauca como le digo del otro pueblo, entonces tenemos bastante puesto casa mes y nosotros nos apoyamos es como decir usted trae un saco de arroz , un saco de azúcar, dar 5 mil, 3 mil y 2 mil , entonces para una fiesta se hace gasto algo de 20 mil a 15 mil soles, la banda un conjunto cuanto esta y uno puede ir a bailar a ver gratis . El turismo viene conoce y nos conviene al restaurante entran compran fruta, compran todo.

DESINTERÉS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

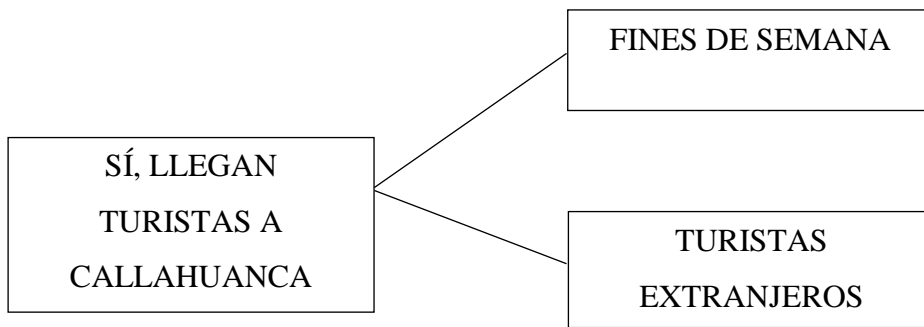
INTERÉS DE LA MUNICIPALIDAD DE CALLAHUANCA Y POBLADORES

7.- ¿DE QUÉ MANERA OPERAN LAS AGENCIAS DE VIAJE EN SU DISTRITO?
E1: -
E2: <u>No he escuchado.</u>
E3: Sí, casualmente han venido un grupo de Lima han venido por recomendación porque todos venden trucha, pero yo vendo la más rica y eso lo <u>promociona y muchos me piden mi teléfono</u> porque también hay otras clases de comida que venden acá la carapulca y la pachamanca, <u>casualmente el que promociona es el CENFOTUR ellos nos promocionan más.</u>

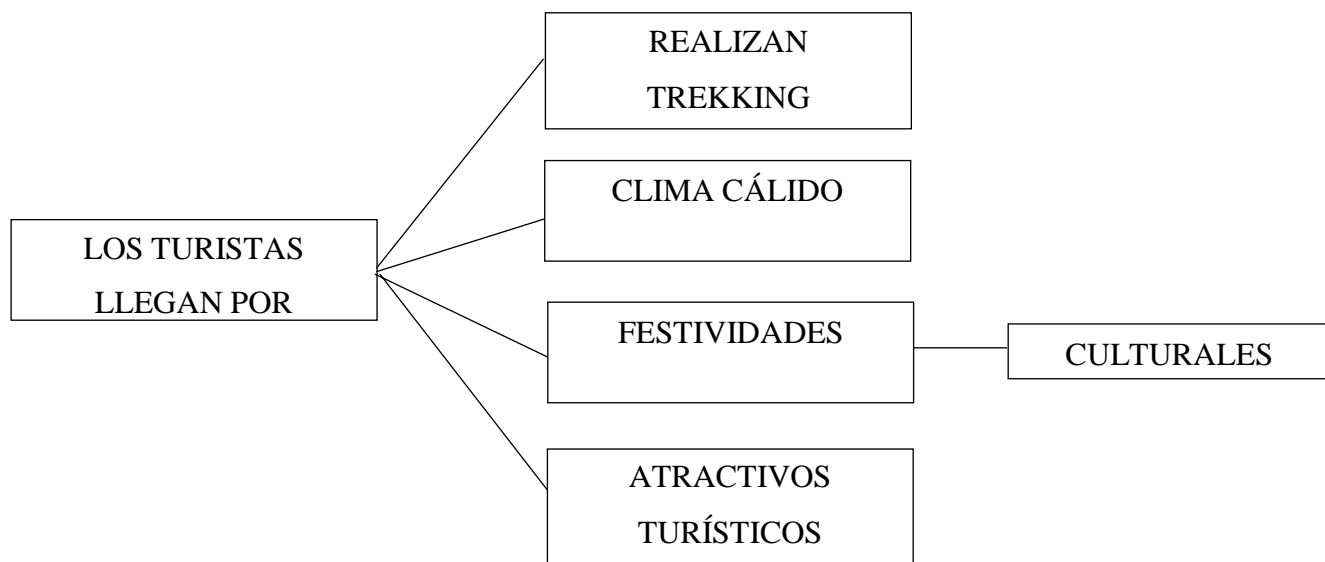
**DESINTERÉS DE
LAS AGENCIAS
DE VIAJES**

**PROMOCIÓN
LOCAL**

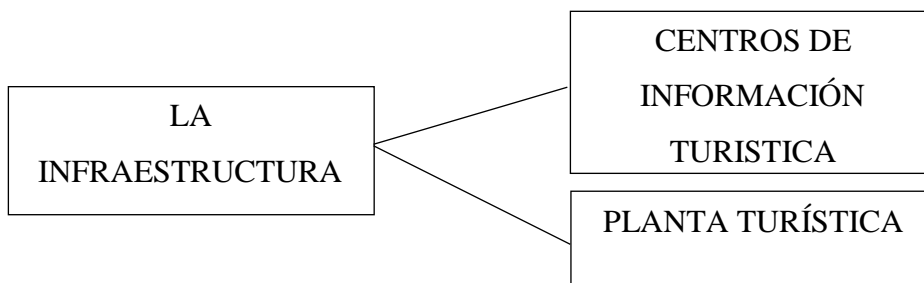
1.- ¿USTED OBSERVA QUE LLEGAN TURISTAS A CALLAHUANCA?



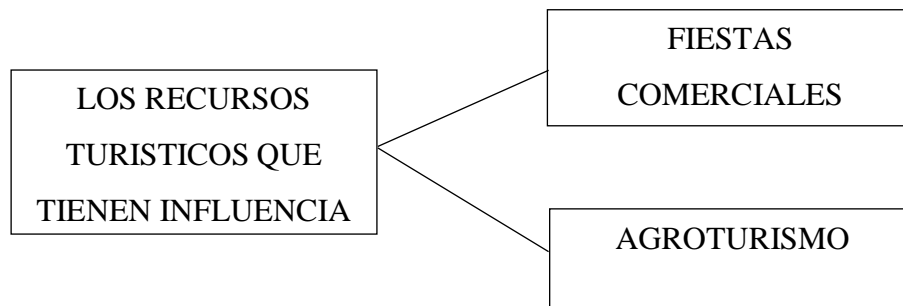
2.- ¿USTED CREEE QUE LOS TURISTAS LLEGAN A SU DISTRITO POR ALGUNA MOTIVACIÓN?



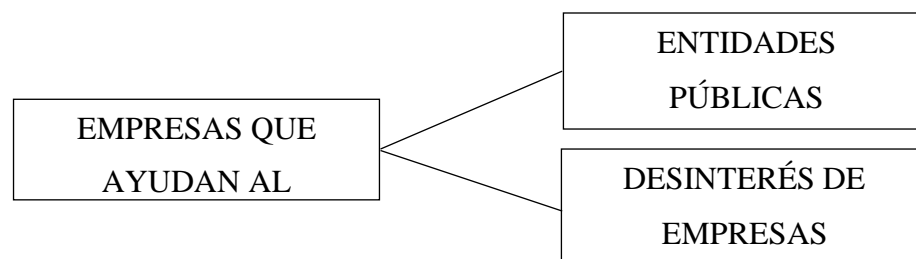
3.- ¿USTED CREE QUE LA INFRAESTRUSTURA QUE SE UTILIZA PARA LLEGAR A CALLAHUANCA INFLUYEN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?



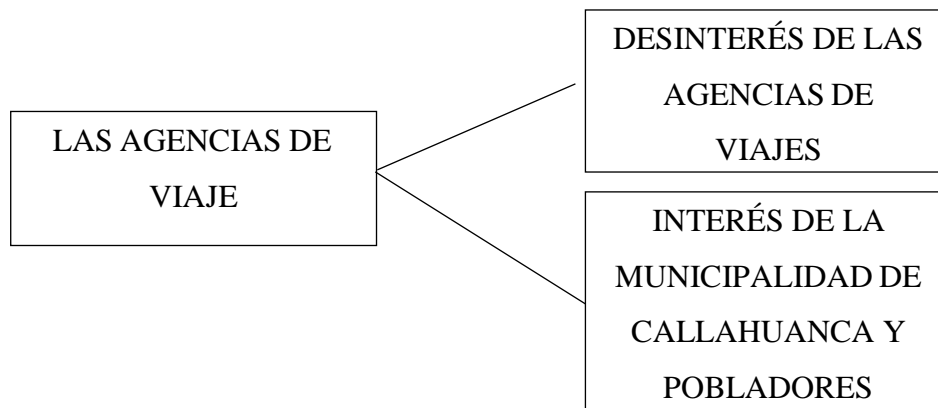
4.- ¿USTED CREE QUE LOS RECURSOS TURISTICOS DE CALLAHUANCA TIENE UNA INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?



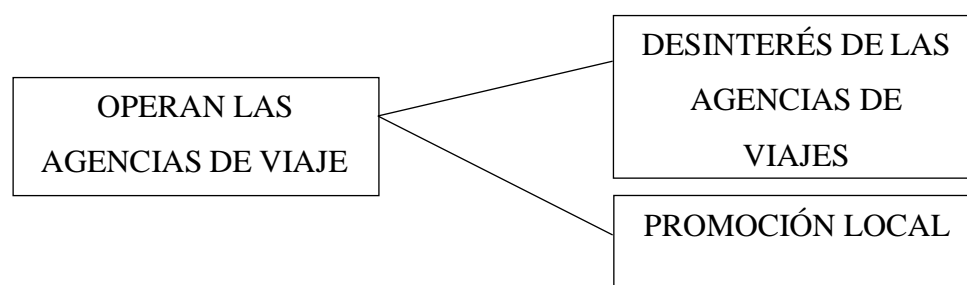
5.- ¿USTED CREE QUE CALLAHUANCA CUENTA CON EMPRESAS QUE AYUDAN AL TURISMO?



6.- ¿USTED CREE QUE LAS AGENCIAS DE VIAJE PROMOCIONAN LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE CALLAHUANCA?



7.- ¿DE QUÉ MANERA OPERAN LAS AGENCIAS DE VIAJE EN SU DISTRITO?





Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores

Nosotros:

- Albitres Gonzales, Daniela Lucero
- Aponte Bances, Diana Lorena
- Portocarrero Hernandez, Marlon
- Veliz Ypanaque, Estrella del Milagro

Egresados de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo Lima Este


Declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación “Percepción de los pobladores sobre la actividad turística en el distrito de Callahuanca, provincia de Huarochirí, Lima -2019” es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que el Trabajo de Investigación:


1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He (Hemos) mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.
5. He (Hemos) mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
6. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.





7. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo (asumimos) 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.

DNI: 71406647	Firma 
ORCID:org/0000-0003-4459-7788	
Apellidos y Nombres del Autor: Albitres Gonzales, Daniela Lucero	

DNI: 75768705	Firma 
ORCID:org/0000-0002-2178-4495	
Apellidos y Nombres del Autor: Aponte Bances, Diana Lorena	

DNI: 76237899	Firma 
ORCID:org/0000-0003-3156-7328	
Apellidos y Nombres del Autor Portocarrero Hernandez, Marlon	

DNI: 71299117	Firma  FIRMA
ORCID:org/0000-0002-4678-0239	
Apellidos y Nombres del Autor: Veliz Ypanaque, Estrella del Milagro	