



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en  
el distrito de Antioquía, 2019.**

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

**AUTORAS:**

Aquino Moya, Laura Zenovia (ORCID: 0000-0003-3035-8233)

Fernández Barra, Carolina Yesenia (ORCID: 0000-0001-7024-2249)

Taype Tardeo, Diana Estefanía (ORCID: 0000-0002-3184-2177)

**ASESOR:**

Dr. Jara Miranda, Robert Alexander (ORCID: 0000-0002-2950-3758)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA – PERÚ

2021

### ***Dedicatoria***

*Está dedicado especialmente de Dios, quien ha estado día a día en nuestros corazones y en esta dura batalla. A nuestros padres, que constantemente nos han motivado a seguir adelante y nunca rendirnos y a nuestros docentes que nos inculcaron la formación y el conocimiento.*

### **Agradecimiento**

*A Dios por habernos iluminado y brindado fortaleza y voluntad para culminar con satisfacción esta etapa de nuestras vidas.*

*A nuestros padres por el apoyo constante, por ser nuestra fuerza, estar en los momentos más difíciles de nuestras vidas y por el permitirnos estar en el campo de la educación.*

*A nuestros profesores por brindarnos sus conocimientos, guiarnos en este extenso proceso de investigación y por su tiempo.*

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen .....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODOLÓGÍA .....	15
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	19
IV. CONCLUSIONES .....	34
V. RECOMENDACIONES .....	35
REFERENCIAS .....	36
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1: Características de la Percepción. ....	8
Tabla 2: Validación de Expertos .....	16
Tabla 3: Fases y etapas de desarrollo .....	17
Tabla 4: Análisis de resultados .....	19

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general analizar la percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquia. Con respecto a su metodología, la unidad de análisis fueron los pobladores de la cual se obtuvo los datos mediante los instrumentos de recolección como la guía de entrevista, las fichas de observación y las guías de inventario que fueron aplicadas a un total de 12 pobladores como muestra. Su metodología fue de un enfoque cualitativo, nivel exploratorio y diseño fenomenológico. Se concluyó que los pobladores del distrito de Antioquia se sienten orgullosos y felices por el cambio realizado a su pueblo a raíz de la implementación del proyecto “Colores para Antioquia” y como principal resultado se obtuvo que los pobladores de Antioquía percibieron al proyecto “Colores para Antioquía” como una herramienta para la mejora del acondicionamiento turístico del distrito de Antioquía.

**PALABRAS CLAVE:** Percepción, sentimientos, conocimientos y sensaciones.

## **Abstract**

The present research work had as general objective to analyze the perception of the population regarding the tourist conditioning in the district of Antioquia. Regarding its methodology, the unit of analysis was the settlers from whom the data was obtained through collection instruments such as the interview guide, the observation cards and the inventory guides that were applied to a total of 12 settlers as sample. His methodology was of a qualitative approach, exploratory level and phenomenological design. It was concluded that the inhabitants of the district of Antioquia feel proud and happy for the change made to their people as a result of the implementation of the project "Colors for Antioquia" and as the main result it was obtained that the inhabitants of Antioquia perceived the project "Colors for Antioquia" as a tool to improve the tourist conditioning of the Antioquia district.

**KEYWORDS:** Perception, feelings, knowledge and sensations.

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy por hoy, para captar el interés de un turista se necesita de una percepción positiva de la imagen de un destino turístico porque hacer sobresalir las características de esta, logra aumentar el turismo y contribuye a la actividad económica de los pobladores y se benefician de este sector mejorando su calidad de vida. Con el equipamiento e infraestructura adecuada, se desarrolla una buena oferta turista en el destino, en otras palabras, para impulsar el potencial turístico del espacio geográfico se necesita de un acondicionamiento turístico respectivo. No obstante, si los pobladores tienen una percepción positiva de su pueblo podrán recomendar su destino a los turistas experimentando orgullo y afecto de lo que poseen volviendo significativo su localidad.

Si la comunidad logra tener una percepción facilita el descubrir una serie de problemas, privaciones y soluciones que junto con la colaboración activa de la comunidad se alcance progresos de los proyectos turísticos. (García, Serrano, Osorio y López, 2015, p.43).

Antioquia, es un distrito conocido por poseer el retablo más grade del Perú, de igual manera es un destino próximo a Lima y sabido por su pueblo pleno de colores que hace muchos años no era así, dado que tuvieron la necesidad de rescatar la economía de su región. Autoridades como el gobierno local y la ONG CIED o conocido como Centro de Investigación, Educación y Desarrollo, tuvieron el ahínco de transformar Antioquia especialmente la infraestructura y la imagen que mostraba. (Fuller, 2011, p. 933). Así, se comenzó el proyecto “Colores para Antioquia” no solo para lograr el turismo e incrementar la actividad económico sino también para convertirlo en algo original. Si la comunidad participa en la actividad turística se puede efectuar el comienzo de una nueva actividad económica además de su desarrollo. (Lizana, 2014, p. 10). Este cautivador proyecto tenía el objetivo de transformar Antioquia en una atracción turística única lo que a su vez causo que los residentes posean de seguridad, confianza y compromiso en relación al proyecto. Es de suma importancia entender la percepción manifestada



por el poblador porque así se sabrá si se siente identificado y orgulloso de lo que su pueblo posee y como es.

Se tiene los siguientes antecedentes internacionales con relación a la variable de estudio en la presente investigación: Brankov, J. et al. (2019) en su artículo Percepciones de los residentes sobre el impacto del turismo en la comunidad en los parques nacionales de Serbia tiene como objetivo analizar y colacionar cuestiones sobre las percepciones de la población local con afinidad al turismo. En tanto a su técnica de investigación, usaron el método de la encuesta distinguiendo la fuerte percepción positiva por la presencia de turistas y ciertas diferencias por los beneficios económicos que brinda la actividad turística. Asimismo, la investigación identificó un pobre impacto del turismo en la comunidad local en términos de su conocimiento y participación personal. Este artículo tuvo como resultado final el hallazgo de la educación y el empleo en la localidad.

Vendramini (2018) en la tesina Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado (Río Colorado, Río Negro – La Adela, La Pampa). El objetivo fue evaluar la potencialidad turística de este destino y su interrelación con la percepción de la comunidad local como factor determinante para el desarrollo turístico local. Respecto a la metodología tiene como enfoque cualicuantitativo utilizando como instrumento el cuestionario que permite recopilar información de forma práctica y ordenada. Se llegó a la conclusión que el conjunto de recursos de la Comarca del Colorado permite el crecimiento de las actividades turísticas partiendo de una percepción favorable de la comunidad local.

Alcantara, Oliveira y Leocádio (2017) en el artículo Relación entre la percepción del desarrollo sustentable y la imagen del lugar según los residentes de un destino de turismo internacional. Con el objetivo de comprobar la interrelación notoria entre la imagen del destino turístico y el desarrollo sustentable respecto a lo que percibe el residente. En cuanto a la metodología es un tipo de investigación cuantitativo descriptivo para evaluar diferentes hipótesis. Este artículo tuvo como resultado final demostrar que la percepción con relación a la

sustentabilidad del lugar afecta de manera positiva al lugar aportando beneficios a la comunidad, a la economía y al potencial turístico.

Aftharnohan, Awang y Fazella (2017) en el artículo Percepción del turismo Impacto y Apoyo al Desarrollo Turístico en Terengganu, Malasia. Tuvo el objetivo de examinar si el género puede contribuir en la industria del turismo. Por otro lado, la metodología que utilizó este trabajo fue el modelo de ecuación estructural que es capaz de responder hipótesis simultáneas. Se llegó a la conclusión que los residentes entienden que el sector turístico fortalece la economía nacional, pero a la vez los pobladores desean que los recursos naturales sean protegidos.

Cornejo, Andrade, Chávez y Espinoza (2017) en su artículo Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México tiene como objetivo hacer un estudio sobre la percepción de la población local y de los turistas con respecto a los impactos que el turismo ha ocasionado en Tapalpa desde que lo nombran a este como el Pueblo Mágico. En este trabajo se realizó una encuesta con escala de Likert, con diseño de muestreo aleatorio simple, dividida en seis segmentos para analizar los impactos positivos y negativos obtenidos a media aritmética de las respuestas a cada pregunta con el propósito de analizar el grado de percepción global que se obtiene. Al finalizar se concluyó que los impactos percibidos más resaltantes se relacionan con el financiamiento de la zona, un avance en la calidad de vida de los pobladores por las ganancias, la generación de trabajo y la transformación de la infraestructura, pero todo es con relación a la actividad turística.

Cardona (2015) en su artículo efecto de la economía y el entorno en los residentes, con el objetivo de estudiar los comportamientos de los pobladores para la administración de los destinos turísticos. El estudio de los datos se realizó mediante Mínimos Cuadros Parciales llegando a la conclusión que los individuos conscientes de la rentabilidad, las personas inquietas por el entorno natural perciben de manera trascendental de los costes y un aumento de turistas en un destino turístico depende de la actitud en sí.

Se obtiene dentro de los antecedentes nacionales: Mayta y Vento (2018) en su tesis de Percepción del desarrollo del turismo de aventura en la comunidad de Songos, distrito de San Jerónimo de Surco, tuvo como objetivo general identificar la percepción del desarrollo del turismo de aventura en la comunidad de Songos. Respecto a la metodología que utilizó en un análisis cualitativo en base la recopilación de información, descripciones y situaciones expresadas en el lugar. Para ello entrevistó a 10 sujetos entre ellos residentes y turistas en la comunidad de Songos de San Jerónimo de Surco. Al finalizar se concluyó que dicha relación entre la percepción y el desarrollo del turismo de aventura, intervención en el desarrollo del turismo de aventura y la infraestructura es buena. Sin embargo, los residentes y turísticas indican que se puede trabajar en conjunto para mejorar respecto a la percepción de las actividades turísticas frente al turismo de aventura.

Burga (2018) en su tesis Percepción del poblador respecto a la imagen turística del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo. El objetivo de este trabajo fue identificar el nivel de percepción del poblador respecto a la imagen turística del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo. En cuanto a su metodología, fue de enfoque mixto porque consiste en la unión de los métodos cuantitativo y cualitativo. Con respecto a la recopilación de datos se realizó una encuesta a 173 residentes de la ciudad de Trujillo. A finalizar se llegó a la conclusión que la percepción de los pobladores es media debido a una mala gestión por parte de las autoridades. Sin embargo, se puede deducir que los residentes se encuentran identificado con el centro histórico.

Vásquez (2017) en su tesis 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. El objetivo fue determinar la percepción del poblador del distrito de San Pablo con relación al impacto social y económico que genera el desarrollo del turismo en el Complejo Arqueológico Kuntur Wasi. Con respecto a la metodología se establece que es una investigación no experimental-transversal por la observación de los fenómenos tal como están

en el contexto. En cuanto a los resultados, se concluyó que no existe un beneficio proveniente de la relación entre la actividad turística en el complejo arqueológico Kuntur Wasi y la percepción de la población del distrito San Pablo.

Tarrillo (2017) en la tesis Impactos del Turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima, 2017. El objetivo fue determinar el impacto del turismo en este destino desde la percepción de los pobladores. En cuanto a su metodología se aplicó la encuesta a 183 pobladores con un tipo de investigación fue descriptiva. Se llegó a la conclusión que la mayor parte de impactos generados por la actividad turística en este destino turístico son positivos tanto en el aspecto económico, social y ambiental ya que involucra a familias siendo motivo de un desarrollo para la comunidad.

Lossa (2017) según su tesis Estudio de la percepción de autoridades turísticas de Lima sobre el desarrollo y la regulación de la economía compartida en el mercado turístico local. El objetivo general fue conocer la percepción de las autoridades turísticas de Lima sobre el desarrollo y la regulación de la economía compartida en el mercado turístico local. Respecto a la metodología fue una investigación no experimental y cualitativa estudiando un fenómeno ya existente pero poco conocido. Se tuvo como conclusión que autoridades turísticas tienen percepciones favorables como no favorables sobre el patrimonio compartido en la demanda turística local.

En el distrito de Antioquía se observa que el acondicionamiento turístico tiene una estrecha relación con la percepción del poblador porque conglomerado las actitudes, apreciaciones y compromiso con su pueblo, por el cual las investigadoras formulan la siguiente pregunta ¿Cuál es la percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquía, 2019?

Esta investigación es fundamental porque nos permite conocer la percepción del poblador, estímulo importante de una persona sobre algún lugar lo que nos lleva a una cierta información y sensación adquirida. Es de vital importancia porque permite incrementar el nivel de percepción de los pobladores de acuerdo al desarrollo turístico en la localidad.

En base a nuestra área de estudio, distrito de Antioquía, conocer su realidad turística comprende un trabajo de campo y asimismo favorece al desarrollo de actividades turísticas en la comunidad y al identificar la percepción del poblador, se logra originar una opinión positiva del residente hacia el turista aumentando su interés por este destino turístico.

Se logra entender que la percepción que se tiene de un destino turístico no solo aumenta la afluencia turística o mejora la imagen de esta, sino también logrará comprender la relación del poblador hacia su pueblo, su actitud respecto al desarrollo turístico contribuyendo a la identidad y riqueza cultural del residente del distrito de Antioquia.

En el aspecto metodológico, se logra justificar porque este trabajo de investigación podrá ser de utilidad en otros trabajos con la misma variable de estudio orientado a la percepción y será un relevante aporte al conocimiento de otros investigadores con un similar tema de estudio.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general analizar la percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquía. Para complementar y facilitar el logro del objetivo general, se plasman los siguientes objetivos específicos: Conocer la percepción del poblador respecto al componente cognitivo y conocer la percepción del poblador respecto al componente afectivo.

En el siguiente trabajo investigativo cualitativo se han considerado estudios de diversos autores que tienen relación con la variable principal del tema: percepción del poblador.

## Percepción

Se tendrá definiciones y análisis de diferentes autores para tener un concepto más preciso de percepción. La visión más habitual sobre la percepción es de un proceso por el cual se obtiene conocimientos de un mundo objetivo neutral. Se considera que dicho mundo consta en objetos ya sean físicos y sucesos, que son individualistas en nosotros y de nuestros propios actos de percepción que son las cosas frecuentemente percibimos (Barry, 2014, párr. 7).

Por otro lado, un proceso cognitivo es cuando un sujeto capta o entiende todo lo que le rodea y tienden a comportarse de maneras distintas por los impulsos obtenidos en el momento, es decir, ordenan los estímulos recibidos por su entorno para darles más sentido (Silva, 2015, p. 353).

Asimismo, es un proceso que permite idear, analizar y dar una connotación a las sensaciones o mensajes que se adquiere mediante los sentidos como el tacto, gusto, olfato y oído. La percepción puede ser influenciada por aspectos como la cultura, patrimonio, necesidades, presión de las personas, intereses, valores y expectativas, estos elementos contribuyen a que cambien lo que opinamos y sentimos sobre las personas, acontecimientos, eventos y objetos (Dalton, Hoyle y Watts, 2007, p. 31).

La percepción es importante porque al conocerlas, sabremos a cómo entenderla, a ser tolerantes e inclusive a sentir empatía frente algún estímulo externo o acontecimiento (Dalton, Hoyle y Watts, 2007, p. 34).

Se comprende que toda información obtenida de los sentidos se llama percepción y que es uno de los procesos psicológicos básicos que ayudan a observar la realidad con más precisión (Lorenzo y Quesada, 2016, p.130). La percepción tiene como principal función propiciar al organismo a recibir, procesar o poder interpretar información que es conseguida del exterior siendo importante de nuestros sentidos (Silva, 2015, p.353).

Teniendo en cuenta todas las definiciones es claro decir, que la percepción es adquirida a través de nuestros sentidos, del cual nosotros asimilamos y lo manifestamos conforme cada uno lo percibe. Con respecto a las características de la percepción, según Aldave, López y Varela (2014, p. 10), la percepción tiene 3 tipos de características:

Tabla 1: Características de la Percepción.

SUBJETIVA	Son reacciones que se reflejan en un solo estímulo y varían según el sujeto. Un estímulo, se origina en distintas respuestas. Depende de las necesidades y expectativas del sujeto, tendrá una representación u otra.
SELECTIVA	Un sujeto no puede percibirlo todo a la vez y selecciona su campo perceptual en función de lo que quiere percibir.
TEMPORAL	La forma en la que los individuos llevan a cabo la percepción evoluciona a medida que se enriquecen las experiencias y varían las necesidades o motivaciones de cada uno.

Fuente: *Características y necesidades de las personas en situación de dependencia.*

En el fondo, la percepción según distintos autores es vista desde el punto de diferentes disciplinas. La percepción vista desde la sociología, Los cambios sociales que han impulsado la proyección del paradigma artístico e incrementado la socioeconómica de la actividad cultural ha cambiado la percepción social de la cultura, que ha pasado de ser considerada como un factor central de carácter dinamizado respecto a él (Rodriguez y Santana, 2017, p. 13).

La percepción vista del punto de la teoría cognitiva, según VV. AA, (2016), nos dice:

Este enfoque es la psicología y su perspectiva de analizar los procesos cognitivos de la percepción, atención, memoria, sabiendo que la mente humana es un organizador. Según, Michel, comentó sobre la teoría de los rasgos, por no tener peculiaridades propias del sujeto y solo tratarse como teoría determinada por investigadores. (p.599).

La percepción desde una vista psicológica se conceptualiza en cómo esta adquiere información sobre su entorno con la capacidad de sus organismos y los efectos que los estímulos ocasionan sobre parte del sistema nerviosos Goldstein (1998, como se citó en Vegas, 2017, p.59). Por otro lado, la percepción desde una manera de ver antropológica es donde el conocimiento humano es difundido a través de las impresiones de los sentidos por la percepción, siendo esta la idea del británico Locke mientras pensaba en la teoría de la mente Harry (1998, como se citó en Vegas, 2017, p. 57).

La percepción y lo que se relaciona como las emociones surgen de acuerdo a un espacio o lugar específico lo que hace que el cuerpo humano tenga respuestas todo el tiempo. (Gross y Jazaieri, 2014, p. 388).

Por otro lado, según Arellano et al., (2013, como se citó en Uribe et al., 2019, párr. 87) La percepción pertenece a un grupo de funciones relacionados con las estimulaciones producidas por los sentidos, el cual las personas logran obtener información con respecto al lugar o espacio que percibe.

Según, McDowell (1994, como se citó en Ordóñez, 2017, p.16) Una persona tiene percepción de un espacio u objeto cuando este se relaciona directamente con la naturaleza de lo observado. Así mismo, genera diferentes comportamientos, actitudes y conocimientos a través de la interacción con lo percibido.



El cómo se percibe un destino surge de dos aspectos, del conocimiento que tiene el individuo y las emociones que tienen respecto al lugar. Es el resultado de la información obtenida y de la motivación y cultura de un grupo de personas. (Añaña, Dos Anjos y Pereira, 2018, p. 7).

El ser humano percibe su entorno urbano de distintas formas, de la cual esta percepción puede ser interpretada para una mejor comprensión del espacio. (Oliveira de Grande, Ribeiro y Rodrigues de Melo, 2016, p. 48). Así mismo, La percepción se puede definir como una sensación entretenida o como un sentimiento interno. (Laiho, 2020, p. 274).

Existen diversos enfoques que permite dar una explicación detallada y profunda sobre la percepción. Por ello, según el punto de vista de Brokerly (2019, p. 500):

El enfoque empirista de la percepción según tienden a considerarla como la suma de las sensaciones que tenemos de un objeto, a negar un papel activo en el sujeto y a negar la influencia de elementos que no se encuentren en los estímulos – como los recuerdos, las valoraciones del sujeto.

En enfoque racionalista según señala, por el contrario, que la percepción exige algo más que la mera suma de los elementos -la apercepción, por ejemplo-, y destacan la importancia de los elementos cognoscitivos superiores, en particular de índole intelectual, a la hora de interpretar los estímulos [...] señala [...] el papel activo de la mente en la percepción.

La teoría de Gestalt destacó particularmente las leyes que sigue nuestra mente cuando ordenamos los estímulos y los interpretamos de uno u otro modo.

La teoría cognitiva averigua cómo son las representaciones básicas que procesan nuestra mente mediante el proceso perceptivo y los distintos mecanismos y niveles de dicho proceso.

De relevancia es destacar el valor y el papel que tiene el poblador o el residente local. El poblador tiene un rol muy importante en la percepción que el turista pueda tener sobre el destino o atractivo turístico. Según Resources Management Association (2015):

El país es sobre todo sus habitantes, quienes le dan el mejor testimonio. Si se los percibe como amables, educados y amigables, arroja luz positiva sobre los otros aspectos de la operación del país, como lo enfatizan los expertos de la marca nacional. Si la percepción es negativa, claramente debilita su imagen. (p. 5).

Mencionan que el poblador, los habitantes son el reflejo de un país en la cual se percibe de manera positiva si son amigables mientras que, si son negativos, genera un mal aspecto de todo un país que poseen características en común.

Acorde con las teorías anteriores se pudo obtener dos categorías que logran dar una mejor explicación sobre la percepción: componente cognitivo y componente afectivo.

Los pensamientos y las creencias de una persona sobre las particularidades del elemento de actitud se le define como al componente cognitivo (Sánchez, 2014, p. 95). Su principal enfoque son las emociones o sentimientos del usuario con relación a un producto o servicio en especial pues permite percatarse de elementos importantes como el conocimiento y las creencias (Schiffman y Lazar, 2015, p. 285).

La cognición de un individuo tiene un papel muy fundamental en la percepción, el cual a través de ello, tienen la capacidad de obtener información y reconocer a través de gestos del rostro la comprensión del espacio que se observa. (Rodríguez, 2015, p.6).

La interacción de las emociones con la cognición, se basa en las diferentes experiencias de una persona como en actividades del momento, así mismo, este genera ciertas emociones con respecto a los conocimientos que puede producir de lo observado. (Ramírez y Ruetti, 2019, párr. 2)

La imagen que percibe el ser humano, turista, visitante o poblador, de un destino turístico, está influenciado por componentes cognitivos y afectivos siendo factores críticos para el éxito de este destino. (Stylidis, Shani y Belhassen, 2017, p. 185).

Se divide al componente cognitivo en subcategorías infraestructura, servicios turísticos y superestructura.

Es una obligación de los gobiernos realizar una financiación respecto a una infraestructura adecuada por lo que es un elemento imprescindible para el desarrollo del turismo Gartner (2000, como se citó en Lohman y Panosso, 2017, p. 229). Es decir, los gobiernos son pieza clave para la financiación de las mejoras o implementación de la infraestructura de un destino turístico sea a corto o largo plazo ya que si se tiene una infraestructura apropiada se podrá proporcionar vivencias de primera clase a los turistas (Lohmann y Panosso, 2017, p. 229).

Una infraestructura turística implementada apropiadamente ofrece instalaciones adecuadas, de la cuales permite satisfacer toda necesidad del visitante, y a su vez, facilita el acceso al lugar. (Guillén y Ramón 2015, p.492).

Así mismo, según Yuan y Fu (2014, como se citó en Savi y Goncalves, 2017) indican que para analizar la calidad de los servicios de un destino es esencial considerar la infraestructura del destino como la accesibilidad, eficiencia del servicio, restaurantes, diversidad de alojamientos, las cuales facilitan satisfacer las necesidades de los visitantes y residentes del lugar. (p. 450-451).

Con respecto a la superestructura turística, se define como al conjunto de organismos públicos o privados que están especializados para perfeccionar y transformar en los momentos indicados de todo elemento que constituye el sistema, agilizar la producción y venta de los servicios que integran y forman al producto turístico (Pérez, 2014, p. 251).

Infraestructuras: Son los medios tanto públicos y privados que son esenciales para el desarrollo de la actividad turísticas.

Comunicación y vías de acceso: Todas aquellas carreteras, aeropuertos, estaciones de tren o bus que facilitan el desplazamiento del turista al destino.

Equipamiento: Hospitales, policía, centros comerciales entre otros.

Referente a los servicios turísticos, es lo que produce vivencias y experiencias más que averiguaciones, puesto que los turistas o visitantes tienen la expectativa de encontrar calidad en cierto servicio y si logran su cometido se les elimina la inquietud (Puente, 2017, p. 8).

Es de suma importancia entender la percepción que los individuos tienen sobre los servicios turísticos con el objetivo de motivarlos a tener un comportamiento turístico. (Penz, Hofmann y Hartl, 2017, p. 2).

Luego de aclarar los elementos clave para estudiar con mayor precisión el componente cognitivo, se abre paso al componente afectivo como lo que permite exteriorizar lo que sentimos, estados de ánimo, valoraciones a través de vivencias, sucesos, creencias y opiniones pues el componente afectivo colabora a ver la emoción, sentimiento o afecta que el consumidor, cliente o turista siente por una marca o producto Alonso y Grande (2004, como se citó en Laguna y Reig, 2015, p. 586).

Así mismo, el componente afectivo es el conjunto de elementos de carácter emocional como placer, excitación y dominación que involucra emociones básicas como odio, miedo, pena, amor, felicidad. (Choi, Cho y Cai, 2015, p. 1).

Castillo del Pino (2009, como se citó en Balladares y Saiz, 2015) plantea que los sentimientos son considerados como el vínculo eficaz entre el individuo y objeto formando una afectividad, de tal manera que se establecen sentimientos como amor, respeto, culpa, entre otros. (p. 64).

Así mismo, el sentimiento está relacionado en la forma de cómo se percibe y se relaciona con la experiencia. Guarda relación a la manera de como percibimos el mundo que nos rodea, lo relacionamos, lo percibimos, lo intuimos. Los sentimientos es una manera de darle razón de ser al mundo, dando inicio en la experiencia (Besserer, 2014, p. 63).

Para alcanzar a sentir, se empieza por una sensación que viene de diferentes canales lo que concede a descifrar sucesos, hechos o elementos que están agrupados entre sí y de esta manera dar una mejor explicación del comportamiento del cliente (Muñoz, 2014, p. 19).

Las experiencias vividas integra sentimientos, pero a la vez placeres y dolores en base a nuestras emociones, lo que normalmente los especialistas en psicología lo declaran como el sentimiento puesto que incluye todo ello (Dolan, 2014, p. 17).

Así mismo Bisquerra (2005, como se citó en Dávila, Borrachero, Cañada, Martínez y Sánchez, 2015) en referente a la emoción es un estímulo que percibe la persona en cuestión a su entorno que lo rodea, muchas veces afecta al individuo ya que las evaluaciones subjetivas están relacionadas por los conocimientos y hasta creencias que uno pueda tener. Es claro que una emoción depende mucho de lo primordial que pueda ser para cada ser humano. (p. 551).

## **II. MÉTODOLÓGÍA**

### **2.1 Tipo y diseño de Investigación**

Respecto al tipo y diseño de investigación, el enfoque de este actual trabajo de investigación es cualitativo teniendo como diseño fenomenológico. Según Burns y Grove (2004, como se citó en Gay y Miranda 2016, p.22) Es describir las experiencias tal como son vividas por las personas. Este trabajo de investigación se le considera cualitativa por las experiencias obtenidas gracias a la percepción que adquiere cada poblador de la comunidad de Antioquia.

### **2.2 Escenario de Estudio**

El escenario de estudio a estudiar es el distrito de Antioquia ubicado dentro del departamento de Lima, también conocida como Comunidad Campesina Espíritu Santo y que fue inaugurado en el año 2015 como un lugar turístico debido a su implementación y la caracterización de colores y arte para fomentar el turismo y recuperar la economía de los habitantes. Desde el año 2004, las autoridades de Antioquía y habitantes, iniciaron un proyecto de desarrollo turístico llamado “Colores para Antioquía”, lo cual permitió la llegada de turistas al lugar y que los pobladores se capacitaran en servicios turísticos para satisfacer la demanda.

### **2.3 Participantes**

Los participantes seleccionados son los pobladores de la misma localidad de Antioquia. Se decide entrevistar a 12 pobladores, quienes cuentan con suficiente información sobre el antes del proyecto “Colores para Antioquía” y sobre el después lo que proporciona datos relevantes a la investigación. Por ello, fue de suma importancia que la comunidad haya participado en el acondicionamiento turístico logrando beneficios para ellos mismos. Se tomó en cuenta esta unidad de análisis debido a que los pobladores no contaban con muchos ingresos y por ello decidieron modificar el pueblo pintando las casas de colores y dando vida al distrito de Antioquia. Además, la mayoría de los visitantes son nacionales y gracias a ellos se generan divisas. De esta manera, es muy importante contar con

un buen acondicionamiento turístico para lograr superar las expectativas de los visitantes en el distrito de Antioquia.

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

De acuerdo a la técnica escogida para la recolección de datos que se utilizará es la entrevista y el instrumento es la guía de entrevista, grabación de conversaciones y el escribir las anécdotas de experiencias personales basada en dos categorías, las cuales son imagen turística y acondicionamiento turístico. Por su enfoque cualitativo, la validez del instrumento del presente trabajo de investigación está basada en el juicio de expertos en la carrera de Administración en Turismo y Hotelería.

Tabla 2: Validación de Expertos

<b>Nº</b>	<b>EXPERTOS</b>	<b>GRADO</b>	<b>VALORACIÓN DE LA APLICABILIDAD</b>
1	Verónica Zevallos Gallardo	Magister	90%
2	Leli Velásquez Viloche	Magíster	90%
3	Braulio Antonio Castillo Canales	Magister	96.25%

*Fuente: Elaboración propia.*

La validez y la confiabilidad son necesarias para asegurar que se está estimando y determinando los rasgos que se quieren, caso contrario no se llegue a concretar, las herramientas de evaluación estarían mal realizadas. (Díaz y Miranda, 2015, p.168). Por ello, ambos criterios permitirán que los instrumentos tengan lógica y que sean convenientes para el trabajo de investigación.

## 2.5 Procedimientos

Nuestro procedimiento en tanto al desarrollo contiene las siguientes etapas. Se define el tema a tratar como el tipo y diseño de investigación, posterior a ello se elige la técnica y el instrumento a utilizar, finalizando con la aplicación de estas, cuyos resultados son considerados y transcritos.

Tabla 3: Fases y etapas de desarrollo

<b>Fases</b>	<b>Etapas</b>	<b>Características</b>
Preparatoria	Desarrollo de los primeros capítulos del trabajo de investigación: Introducción y Método	Experiencias propias e investigación del estudiante. Fuentes de Información Externas. <ul style="list-style-type: none"><li>• Sugerencias de libros de expertos.</li></ul>
Trabajo de campo	Recopilación de información en el campo	Utilización de los instrumentos. Recolección de los datos a pobladores del distrito.
Análisis	Estudio de los resultados	Extracto de los datos obtenidos y el estudio para sacar las conclusiones.
Informe Final	Presentación	Propagar los resultados y un informe conciso de la investigación al jurado.

*Fuente: Elaboración propia*



## **2.6 Método de análisis de información**

En relación al método de análisis de información, según Emerson et al., (1995, como se citó en Maxwell, 2019, p.153) Para iniciar un análisis cualitativo, se empieza por la lectura de las entrevistas, notas de observación o documentos necesarios. El investigador cualitativo empieza con el estudio de los datos al momento de finalizar su entrevista y observación para luego elaborar el resumen e informe. (Maxwell, 2019, p.152). Entonces para la siguiente investigación, se utiliza una guía de entrevista para una unidad de análisis que son los pobladores para poder realizar preguntas abiertas con la intención de obtener más información y de la cual, la entrevista está basado en dos categorías para entender mejor la percepción que son el componente cognitivo y el afectivo respecto al acondicionamiento dado a su pueblo. Con la ayuda de estos instrumentos se logra obtener datos concisos para elaborar conclusiones pertinentes.

## **2.7 Aspectos éticos**

Referente a los aspectos éticos, se mantuvo el uso correcto de la Norma APA, se respetó los derechos de los autores porque no se tuvo ningún plagio o copia. Además, es importante para este trabajo de investigación, tener en cuenta la validez y la consideración a la población elegida del distrito de Antioquia. Por otro lado, se respeta la identidad y la privacidad de cada persona que va a ser entrevistado ya que los datos obtenidos se mantuvieron de manera confidencial siendo utilizados únicamente para el trabajo de investigación, manteniendo la ética y prudencia. También es fundamental manejar un cuidado social y ambiental con el territorio para seguir con el desarrollo del trabajo de investigación.

### III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Nuestra unidad de análisis son los mismos pobladores del distrito de Antioquía los cuales fueron entrevistados en la misma localidad quienes en ese momento realizaban su rutina del día y otros comenzaban a abrir sus negocios gracias al desarrollo del turismo.

Tabla 4: Análisis de resultados

Categoría	Subcategoría	Código	Ítem	Resultados
Componente Cognitivo	Infraestructura	Nuevos cambios y mejoras	E1, E2, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12	Los pobladores entrevistados indican los diferentes cambios y mejoras que ha tenido el pueblo de Antioquia proveniente del Proyecto "Colores para Antioquia". Dan a resaltar el cambio de las fachadas de sus casas por el pintado, por el material utilizado para la reconstrucción, el piso que anteriormente era solo tierra, ahora está empedrado. Los negocios han aumentado, la economía del distrito y con ello, un progreso en la calidad de vida del residente. Implementaron con el

				<p>proyecto el alumbrado eléctrico, el agua potable y desagüe satisfaciendo las necesidades básicas de los pobladores. Además, se evidenció que estos cambios hacen que la percepción del pueblo sea de felicidad y alegría.</p>
	<p>Servicios Turísticos</p>	<p>Calidad de atención y capacitación</p>	<p>E1, E2, E3, E5, E6, E7, E9, E11</p>	<p>Los principales servicios turísticos que el pueblo de Antioquía brinda son el servicio de hospedaje y alimentación. Hospedajes como Casa Hospedaje Cielo Azul, Casa Hospedaje Goyita, Casa Hospedaje Gloria a Dios, Hospedaje Karla, entre otras; que a la vez son los mismos hogares de los pobladores. Lo que se rescata de las entrevistas es que aún están en proceso de mejora tanto en las comodidades como la atención, no hay capacitación alguna hacia los prestadores de servicios, no tienen implementado los servicios básicos y</p>

				<p>en fines de semana no pueden abastecer a tanto turista. Con respecto al servicio de restaurante, se tiene al restaurante turístico Sabores de Antioquia, Restaurante Gourmet DJM, Restaurante Campestre Allin Rickuy, Restaurante Siempre Amigos, entre otros, cuentan con variedad de platos exquisitos con ingredientes como los camarones, chancho, trucha. Los pobladores indican que la atención brindada no es el mejor, pero por la exquisitez de los platos, el turista no se queja, pero a la vez creen que falta capacitar a los pobladores para mejorar este servicio.</p>
	Superestructura	Municipalidad de Antioquía y la ONG CIED.	E1, E2, E3, E4, E5, E7, E10 y E12	<p>Los pobladores señalan que la municipalidad de Antioquia participa en el fomento del turismo, brinda facilidades de limpieza, orientación a los turistas y realizan actividades</p>

				<p>como ferias agrícolas. Con respecto al proyecto “Colores para Antioquia” indican que la ONG CIED, Centro de Investigación Educación y Desarrollo junto con el alcalde del distrito de Antioquia de ese entonces Ángel Mantari Ramos coincidieron para empezar el plan del pintado de las casas con un diseño artístico peculiar que sería la representación del pueblo y como es ahora llamado Comunidad del Espíritu Santo. Se convirtió en una iniciativa que gracias a ello se mejoró la calidad de vida de los pobladores, además de recuperar la identidad del pueblo y ofrecerles nuevas oportunidades de negocio utilizando la materia prima de la zona que son sus frutas como la manzana y el membrillo. La población aprendió una nueva manera de aprovechar sus recursos porque la ONG brindo capacitaciones y talleres para la</p>
--	--	--	--	---

				elaboración de productos en base de esos recursos como el vinagre de manzana, mermelada de membrillo, helados artesanales que actualmente son un atractivo del distrito de Antioquía.
Componente Afectivo	Sensaciones	Elaboración de manjares	E1, E2, E3, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12	Los pobladores entrevistados mencionan que gracias a la ONG CIED aprendieron a hacer la elaboración e innovación de estos productos y a la vez se sienten muy contentos y felices por el pintado realizado a Antioquía y están agradecidos por la nueva oportunidad brindada y como mejoro la calidad de vida de todos ellos. Por otro lado, los manjares realizados por ellos mismos a base de manzana y membrillo y de los cuales salen productos como vinagre de manzana, mermeladas, helados artesanales y son un atractivo en el pueblo de Antioquia

				son deliciosos, sienten una sensación agradable al probar dichos productos y que están orgullosos de sus productos.
	Sentimientos	Estados de Ánimos	E1, E2, E4, E5, E6, E7, E8, E10, E11	Se resalta que el pueblo de Antioquia se ha convertido en un pueblo de puros sentimientos, los pobladores sienten alegría, felicidad al ver su lugar de origen tan colorido y llamativo gracias al pintado artístico que se plasmó en las paredes de las viviendas y otras estructuras. Antes de la implementación del proyecto “Colores para Antioquia”, los pobladores consideraban a Antioquia como el pueblo fantasma pues no había afluencia de turistas, la zona era silenciosa, no había negocios y padecían de sus necesidades básicas como era el agua, desagüe, alumbrado público. Los sentimientos en ese entonces eran de solo

				<p>negatividad, tristeza y decepción, puesto que los pobladores se dedicaban solo a la agricultura y no les abastecía lo suficiente para tener una buena calidad de vida, pero hoy en día, el escenario es distinto, cada fin de semana llegan turistas, se evidencia un aumento en la demanda de los servicios turísticos, se realizan videos publicitarios en la zona y con ello la participación de los locales.</p>
--	--	--	--	---

*Fuente: Elaboración Propia*



**El objetivo general del presente trabajo de investigación fue conocer la percepción de los pobladores respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquía.**

En cuanto a los resultados obtenidos se enfatiza que los pobladores perciben a Antioquia con alegría, felicidad y un mix de sentimientos positivos proveniente del proyecto “Colores para Antioquia” lo que destaca al pueblo no solo como una comunidad sino a un conjunto de personas orgullosas de su lugar de origen. La mayor parte de los pobladores entrevistados son residentes desde su infancia lo cual conocen la realidad de su pueblo a comparación de los años anteriores a la ejecución del plan para el pintado artístico. Por ello, la transformación del pueblo fue en base a su suelo, los servicios públicos, la mejoría de su calidad de vida y en su economía ya que gracias a ello se impulsó el puesto de negocios. (Véase en las guías de entrevista para los pobladores 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12). Por otro lado, el aumento de los servicios turísticos como hospedaje y alimentación está en desarrollo para seguir aumentando el turismo en el distrito de Antioquía por lo cual aún se necesita de preparación a los prestadores de servicio que son los mismos pobladores para brindar un excelente servicio. (Véase en las guías de entrevista para los pobladores 1, 3, 4, 7, 9 y 11). Asimismo, no solo hubo una mejora en la infraestructura del pueblo sino también en el mismo estado de ánimo de los pobladores, se resalta la felicidad y la alegría cada vez que se menciona sobre el pintado artístico. A su vez, los pobladores indican que, en la época de abandono de su pueblo, lo único que sentían en ese entonces era la tristeza y el aburrimiento. (Véase en las guías de entrevista para los pobladores 2, 5, 6, 7, 8,9 y 12).

Si el poblador mantiene una percepción positiva hacia su destino se convierte una herramienta indispensable para fomentar y desarrollar el turismo. Para ello, Afthanorhan, Awang y Fazella en su publicación Percepción del impacto turístico y turismo de apoyo desarrollo en Terengganu, Malasia (2017) destaca que una actitud positiva y la percepción de los residentes es de suma importancia para lograr la satisfacción de los turistas lo que alienta a repetir visitas en el futuro e

indica que, mediante el estudio de la infraestructura, los servicios turísticos como alojamiento, transporte, medio ambiente y ejercicios de entretenimiento. Con respecto a los elementos para estudiar la percepción respecto al componente cognitivo se tiene a la infraestructura, servicios de comunicación, pistas y carreteras, fachadas de las casas. (Guías de observación 3 y 5). Desde otro punto de vista, Cardona en su artículo “Efecto de la economía y el entorno en los residentes” destaca que la participación de la población en el sector turístico contribuye a que los residentes mejoren sus actitudes y se logra beneficios económicos para estos lo que se debe priorizar pues les genera empleo y oportunidades empresariales en el sector. Para ello, las autoridades pertinentes que en este caso es la Municipalidad de Antioquia debe formar parte del desarrollo del turismo en el distrito para obtener como resultados el aumento de turistas y con ellos nuevas propuestas de proyectos tanto como el retoque de las fachadas y capacitaciones para los prestadores de servicios turísticos. (Véase en las fichas de Observación 4).

**Respecto a los objetivos específicos, el primero fue conocer la percepción del poblador respecto al componente cognitivo.**

En los resultados obtenidos, se destaca que, a lo largo de la transformación de Antioquia, los pobladores han logrado apreciar la remodelación en cuanto a la infraestructura y a la ejecución de los servicios de hospedaje y alimentación, que a su vez son elementos primordiales para el desarrollo del turismo. Entre los cambios apreciados se tiene la modificación del suelo a un empedrado, a la puesta de alumbrado público, agua, alcantarillado, los servicios de comunicación, el servicio de transporte y especialmente el pintado artístico de las casas. El aumento de negocios es una de las causas principales de la mejora de la calidad de vida del poblador. (Véase en las guías de entrevista para los pobladores 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8 y 10). Por otro lado, los pobladores resaltan que, a pesar del aumento del turismo en su localidad, los servicios de alojamiento y alimento no mejoran careciendo de comodidades básicas y en calidad de servicio de atención por lo cual recomiendan y reclaman capacitaciones para complementar su formación.

(Véase en las guías de entrevista para los pobladores 4, 5, 6, 7, 9 y 11). Asimismo, los pobladores destacan la participación de una ONG llamada CIED, Centro de Investigación Educación y Desarrollo, la municipalidad distrital de Antioquía de ese entonces bajo el cargo del alcalde Ángel Mantari Ramos para la puesta en práctica del proyecto que como resultado tuvo la mejora de la calidad de vida, el desarrollo del turismo y la diversificación económica. (Véase en las guías de entrevista para los pobladores 1, 2, 5, 7, 9, 11 y 12).

En base a los resultados, Tarrillo en su tesis “Impactos del Turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima” (2017) destaca que el turismo apremia a países y comunidades a optimizar y reformar sus servicios que incluyen la infraestructura, transporte, salud, servicios de comunicación para lograr una mejor satisfacción al turista, atender sus necesidades tanto para el turista como para el anfitrión y lograr beneficios a las comunidades receptoras. El distrito de Antioquía llevo a cabo la optimización de sus recursos, de establecer hospedajes y restaurantes para abastecerse, la creación de sus propios negocios y la promoción de sus productos como el manzano y membrillo. Asimismo, Cornejo, Andrade, Chávez y Espinoza en su artículo “Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México” (2017) indica que al conocer las percepciones de los residentes puede contribuir a determinar lo que desean las comunidades para seguir desarrollándose en el aspecto turístico a través de la ejecución de políticas y acciones necesarias, es así que el auge que está teniendo Antioquia se debe mantener por beneficio de la población. Por ello, la municipalidad en Antioquia es un factor clave para potenciar el turismo en el distrito lo cual permite seguir perfeccionando la calidad de vida de los pobladores y promocionar el destino de Antioquía.

**El otro objetivo específico fue conocer la percepción del poblador respecto al componente afectivo.**

Los resultados obtenidos indican el estado de ánimo que los pobladores mantienen hacia su pueblo, principalmente hacia el pintado artístico que en este caso viene incluido con diseños como es la paloma blanca y flores de colores, una propuesta de diseño interesante. Los pobladores se sienten contentos y orgullosos del cambio realizado a su pueblo especialmente por el pintado de las fachadas por lo que vuelve llamativo, atractivo y vistoso a su lugar de origen y que además les permite poner sus negocios porque cada vez llegan turistas para consumir de los productos elaborados por los mismos locales con sus recursos principales como son la manzana y el membrillo, que a su vez es mercancía que transmite una sensación agradable al paladar. (Véase en la guía de entrevista para los pobladores 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 9). Por otro lado, no siempre hubo temporadas de felicidad y armonía, antes de la implementación del proyecto “Colores para Antioquía”, el pueblo era considerado fantasma por los mismos pobladores lo que transmitía tristeza y volvía aburrido su jornada diaria; lo cual actualmente se aprecia una diferente situación en el escenario puesto que hay un aumento de turistas trayendo consigo prosperidad al distrito. (Véase en las guías de entrevista para los pobladores 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10 y 12).

Como menciona Mayta y Vento en su tesis “Percepción del desarrollo del turismo de aventura en la comunidad de Songos, distrito de San Jerónimo de Surco” (2018) menciona que la percepción se da a través de diferentes etapas lo que permite que al recordar un acontecimiento pasado se puede sentir una sensación y se termina recordando todo ese suceso sea de manera triste y alegre. Es por ello que los pobladores cambian su estado de ánimo al recordar el pasado de su pueblo, el antes de la ejecución del proyecto porque no tuvieron lo que actualmente tienen y no creían que iba a cambiar. Por otro lado, Vasquez en su tesis “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” (2017) indica que lo que se percibe es únicamente a

través de los sentidos lo que le da un importante significado a lo que vemos y tocamos, es así que las sensaciones forman parte de este proceso perceptual basado en la teoría de Gestalt. Por ello, los pobladores se sienten felices y orgullosos del cambio radical de su pueblo, lo perciben de manera positiva el pintado artístico, la implementación de servicios para su satisfacción de necesidades básicas, la creación de sus negocios y sobre todo la alegría que emana su lugar de origen.

#### **IV. CONCLUSIONES**

1. Se llegó a la conclusión que los pobladores del distrito de Antioquia perciben el acondicionamiento turístico de manera distinta a como otras personas ajenas perciben porque está vinculada con sus sentimientos y las experiencias vividas a partir del proyecto “Colores para Antioquia” que trajo consigo beneficios para todos.
2. Al estudiar el componente cognitivo se logró identificar que la mayor parte de los pobladores si tienen un entendimiento respecto al proyecto “Colores para Antioquia”, como fue su ejecución, que es lo que mejoró y que beneficios trajo consigo el acondicionamiento que tuvo su pueblo en el aspecto turístico.
3. Respecto al componente afectivo, se determina que en su mayoría de los pobladores se sienten orgullosos y felices de cómo está mejorando su pueblo, el cómo esta puesta en marcha del proyecto los ha beneficiado, de lo contentos y satisfechos que están porque pueden vender productos deliciosos e innovadores y como recuerdan el antes de Antioquía.

## V. RECOMENDACIONES

1. La Municipalidad de Antioquia debe priorizar a la comunidad ofreciéndole trabajos en las cuales ellos mismos participen y no personas ajenas al distrito, lo cual origina la disminución de oportunidades a los comuneros de Antioquia.
2. La Municipalidad de Antioquia debe realizar talleres de capacitación de protocolo de servicio en el distrito de Antioquia, para que los pobladores conozcan cómo atender al turista, que comodidades ofrecerle y a la vez buscar alianzas estratégicas con instituciones con el objetivo de promover el destino de Antioquia y elevar la actividad turística.
3. Los pobladores del distrito de Antioquía deben implementar servicios de calidad para satisfacer al turista, además de construir más hospedajes para lograr abastecerse en épocas festivas y feriados.

## REFERENCIAS

- Afthanorhan, A., Awang, Z. y Fazella, S. (2017). Perception of Tourism Impact and Support Tourism Development in Teregganu, Malaysia. *Revista social sciences*. file:///C:/Users/LABORATORIO%20UCV/Downloads/socsci-06-00106.pdf
- Alcántara, M., Oliveira, S. y Leocádio, À. (2017). Relación entre la percepción del desarrollo sustentable y la imagen del lugar según los residentes de un destino de turismo internacional. *Revista Estudios y Perspectivas en turismo*. <file:///C:/Users/LABORATORIO%20UCV/Downloads/citaaaaa.pdf>
- Aldave, S., López, S. y Varela, G. (2014). *Características y necesidades de las personas en situación de dependencia*. <https://books.google.com.pe/books?id=HN37CAAQBAJ&pg=PA24&dq=percepcion+psicologia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjO3vvYio3IAhXLtlkKHeNVDswQ6AEINTAC#v=onepage&q=percepcion%20psicologia&f=false>
- Alonso y Grande (2015) El humor en la historia de la comunicación en Europa y América. <https://books.google.com.pe/books?id=2o0wBwAAQBAJ&pg=PA586&dq=componente+afectivo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiCmISUttblAhWJwFkKHdhlAJgQ6AEIKDAA#v=onepage&q=componente%20afectivo&f=false>
- Añaña, E. S., dos Anjos, F. A., & Pereira, M. L. (2018). Touristic destination image in light of the service dominant logic of marketing. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 7-18. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14301>
- Balladares, S. y Saiz, M. (2015). SENTIMIENTO Y AFECTO. *Ciencias Psicológicas*, 9(1), 63-71. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=459545409007>



Ballano, F. y Esteban, A. (2017). Promoción de la salud y apoyo psicológico al paciente.

[https://books.google.com.pe/books?id=q\\_lkDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=estimulos+percepcion+sensacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwher76l3IAhXlqFkKH WtC AqoQ6AEINTAC#v=onepage&q=estimulos%20percepcion%20sensacion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=q_lkDwAAQBAJ&pg=PA12&dq=estimulos+percepcion+sensacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwher76l3IAhXlqFkKH WtC AqoQ6AEINTAC#v=onepage&q=estimulos%20percepcion%20sensacion&f=false)

Barriga, A. y Miranda, A. (2015). Metodología de la investigación educativa: Aproximaciones para comprender sus estrategias.

[https://books.google.com.pe/books?id=nOQ\\_CwAAQBAJ&pg=PA168&dq=confiabilidad+y+validez+en+investigacion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwjoiL\\_klcPIAhWSnFkKHGXG9B-YQ6AEIOTAD#v=onepage&q=confiabilidad%20y%20validez%20en%20investigacion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=nOQ_CwAAQBAJ&pg=PA168&dq=confiabilidad+y+validez+en+investigacion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwjoiL_klcPIAhWSnFkKHGXG9B-YQ6AEIOTAD#v=onepage&q=confiabilidad%20y%20validez%20en%20investigacion&f=false)

Brankov, J., Glavonjić, T. J., Pešić, A. M., Petrović, M. D., & Tretiakova, T. N. (2019). Residents' Perceptions of Tourism Impact on Community in National Parks in Serbia. *European Countryside*, 11(1), 124–142. <https://doi.org/10.2478/euco-2019-0008>

Besserer, F. (2014) regímenes de sentimientos y la subversión del orden sentimental. Hacia una economía política de los afectos. *Revista Nueva Antropología*. Vol.27. <http://www.scielo.org.mx/pdf/na/v27n81/v27n81a4.pdf>

Brokerly, D. (2019). *Descubriendo los demonios de tu mente*.

[https://books.google.com.pe/books?id=qvyjDwAAQBAJ&pg=PT112&dq=enfoque+s+de+la+percepcion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwIU4Lv0\\_ozlAhWsq1kKHSvhA](https://books.google.com.pe/books?id=qvyjDwAAQBAJ&pg=PT112&dq=enfoque+s+de+la+percepcion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwIU4Lv0_ozlAhWsq1kKHSvhA)

owQ6AEINzAC#v=onepage&q=enfoques%20de%20la%20percepcion&f=false

- Burga, T. (2018). Percepción del poblador respecto a la imagen turística del Centro Histórico de la ciudad de Trujillo, año 2018. [Tesis de Pregrado] [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26692/burga\\_ct.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/26692/burga_ct.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cano, L. (2015). Pobreza y desigualdad social retos para la reconfiguración de la política social. [https://books.google.com.pe/books?id=5uQ\\_CwAAQBAJ&pg=PA353&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_1On-zlviAhXQxVkkHaLtCegQ6AEIODAD#v=onepage&q=percepcion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=5uQ_CwAAQBAJ&pg=PA353&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwi_1On-zlviAhXQxVkkHaLtCegQ6AEIODAD#v=onepage&q=percepcion&f=false)
- Cardona, J., R. (2015). Efecto de la economía y el entorno en los residentes. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (6), ISSN: 1695-7121. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=881/88143407007>
- Choi, S. H, Cho, H. J., y Cai, L. A. (2015). Interface of country affective Image and Its Tourism: Evidence from chinese and South Koreans. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 103-116. <https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1061&context=tra>
- Cornejo-Ortega, J. L., Andrade-Romo, E., Chávez-Dagostino R. M. y Espinoza, R. (2017). Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México. *Memorias*, 15(28), xx-xx. doi:
- Dalton, M., Hoyle, D. y Watts, M. (2007). Relaciones humanas. [https://books.google.com.pe/books?id=Aq16t\\_jx1TEC&pg=PA30&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwik0PmbvqvmAhUSHLkGHTAaDHE4HhDoAQhZMAc#v=onepage&q=percepcion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Aq16t_jx1TEC&pg=PA30&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwik0PmbvqvmAhUSHLkGHTAaDHE4HhDoAQhZMAc#v=onepage&q=percepcion&f=false)

- Dávila, A. Borrachero, A. Cañada, F. Martínez, G. Y Sánchez, J (2015). Evolución de las emociones que experimentan los estudiantes del grado de maestro en educación primaria, en didáctica de la materia y la energía. *Revista Eureka sobre enseñanza y divulgación de las ciencias*. 12, (3) 550-564. <https://www.redalyc.org/pdf/920/92041414011.pdf>
- Dolan, P. (2014). Happiness by design: Change what you do, not how you think. <https://books.google.com.pe/books?id=-tJJAgAAQBAJ&pg=PT18&dq=feelings+DEFINITION&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjPhJji2dblAhUuw1kKHSd8BX8Q6AEIMzAB#v=onepage&q=feelings%20DEFINITION&f=false>
- Gay, D. y Miranda, J. (2016). La educación en Francia, México y África: Aportes para la reflexión. <https://books.google.com.pe/books?id=aW1FDAAAQBAJ&pg=PT69&dq=dise%C3%B1o+fenomenol%C3%B3gico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjNnZnOgcPIAhXDtVkkHf7ZAOoQ6AEIKDAA#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20fenomenol%C3%B3gico&falsef=>
- Grande, T. O., Ribeiro, P. H. P., & Melo, F. R. (2016). Human perception of the conservation and biodiversity state of forest remnants under different levels of urbanization. *Acta Scientiarum. Biological Sciences*, 38(1), 47-58. <https://doi.org/10.4025/actascibiolsci.v38i1.29018>
- Gross, J. J., & Jazaieri, H. (2014). Emotion, Emotion Regulation, and Psychopathology. *Clinical Psychological Science*, 2(4), 387-401. <https://doi.org/10.1177/2167702614536164>
- Guillén Valencia, L., & Ramón García, A. (2015). Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en Villahermosa, Tabasco, México. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 13(3), 491-508. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.035>

Information Resources Management Association, (2015). *Hospitality, Travel, and Tourism: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*.  
<https://books.google.com.pe/books?id=0SGXBQAAQBAJ&pg=PA98&dq=tourist+image&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiNh8b11Y3IAhWq2FkKHdpTD80Q6AEIQjAD#v=onepage&q=tourist%20image&f=false>

Kappeler, V. y Gaines, L. (2015). *Community Policing: A Contemporary Perspective*.

<https://books.google.com.pe/books?id=MGrABgAAQBAJ&pg=PA95&dq=community+importance&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwjm4YqmsYIAhX-LLkGHeY9DMMQ6AEIKjAB#v=onepage&q=community%20importance&f=false>

Laiho, H. (2020). Two Functions of Perception in Kant. *Con-textos Kantianos: International Journal of Philosophy*. 11 (1), 272 - 290.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7617301>

Lorenzo, N. y Quesada, C. (2016). La creatividad y su disposición.  
[https://books.google.com.pe/books?id=9--4CwAAQBAJ&pg=PA130&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_1OnzlvIAhXQxVkkHaLtCegQ6AEIWTAl#v=onepage&q=percepcion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=9--4CwAAQBAJ&pg=PA130&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwi_1OnzlvIAhXQxVkkHaLtCegQ6AEIWTAl#v=onepage&q=percepcion&f=false)

Lossa, G. (2017). Estudio de la percepción de autoridades turísticas de Lima sobre el desarrollo y la regulación de la economía compartida en el mercado turístico local (Tesis de Pregrado).  
[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2572/1/2017\\_Lossa\\_Estudio\\_de\\_la\\_percepcion\\_de\\_autoridades.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2572/1/2017_Lossa_Estudio_de_la_percepcion_de_autoridades.pdf)

Martín, J. (2018). *Modelos de Simulación*.  
[https://books.google.com.pe/books?id=LN5LDwAAQBAJ&pg=PA76&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwi\\_1OnzlvIAhXQxVkkHaLtCegQ6AEITTAG#v=onepage&q=percepcion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=LN5LDwAAQBAJ&pg=PA76&dq=percepcion&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwi_1OnzlvIAhXQxVkkHaLtCegQ6AEITTAG#v=onepage&q=percepcion&f=false)

- Maund, B. (2014). *Perception*.  
<https://books.google.com.pe/books?id=qpngBQAAQBAJ&pg=PT158&dq=perception&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-gYDxoo3IAhUEvFkKHaxiCecQ6AEIWzAG#v=onepage&q&f=false>
- Mather, G. (2016). *Foundations of Sensation and Perception*.  
<https://books.google.com.pe/books?id=3jvUDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=perception+and+sensation&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiAve3a5Y3IAhXswVkkHSNiB34Q6AEIVjAF#v=onepage&q=perception%20and%20sensation&f=false>
- Mayta, R. y Vento, J. (2018). Percepción del desarrollo del turismo de aventura en la comunidad de Songos, distrito de San Jerónimo de Surco (Tesis de Pregrado).  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/34953/VENTO\\_MJL%20B\\_MAYTA\\_TRM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/34953/VENTO_MJL%20B_MAYTA_TRM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Maxwell, J. (2019). Diseño de investigación cualitativa.  
<https://books.google.com.pe/books?id=ZLewDwAAQBAJ&pg=PT194&dq=analisis+de+investigacion+cualitativa&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwiy8vi8pMPIAhWK2FkKHbTMCiEQ6AEINzAC#v=onepage&q=analisis%20de%20investigacion%20cualitativa&f=false>
- Mondo, T., & Fiates, G. (2017). TOURQUAL: Proposal of a Protocol For Quality Evaluation on Services at Tourist Attractions. *Brazilian Business Review*, 14(4), 448-465. <https://doi.org/10.15728/bbr.2017.14.4.6>
- Morales, M. (2014) Servicios de información turística.  
[https://books.google.com.pe/books?id=X\\_1NDwAAQBAJ&pg=PA50&dq=planta+tur%C3%ADstica+2014&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6\\_ceKutblAhVE1VkkHdgLAvQQ6AEINzAC#v=onepage&q=planta%20tur%C3%ADstica%202014&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=X_1NDwAAQBAJ&pg=PA50&dq=planta+tur%C3%ADstica+2014&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6_ceKutblAhVE1VkkHdgLAvQQ6AEINzAC#v=onepage&q=planta%20tur%C3%ADstica%202014&f=false)

Muñoz, I. (2014). UF0042 - Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo.

<https://books.google.com.pe/books?id=BmFWDwAAQBAJ&pg=PA19&dq=sensaciones+del+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiNlrPNxtblAhWSjVkkHazwDIAQ6AEILzAB#v=onepage&q=sensaciones%20del%20turismo&f=false>

Nel-lo, M., Campos, B. y Sosa, A. (2015). *Temas pendientes y nuevas oportunidades en turismo y cooperación al desarrollo.*

<https://books.google.com.pe/books?id=ase0DQAAQBAJ&pg=PA417&dq=imagen+turistica&hl=qu&sa=X&ved=0ahUKEwipyN2pyY3IAhXot1kKHQ2KAiIQ6AEILNzAD#v=onepage&q&f=false>

Ordóñez Pinilla, C. A. (2017). MCDOWELL: PASIVIDAD, CONTENIDO Y PERCEPCIÓN. *Praxis Filosófica*, 44, 13-36.

<https://doi.org/10.25100/pfilosofica.v0i44.4345>

Pérez, R. (2014) Gestión de la información y documentación turística local.

<https://books.google.com.pe/books?id=h7JWDwAAQBAJ&pg=PA251&dq=superestructura+tur%C3%ADstica+2014&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjr7KbswdbIAhXCwFkKHUwpCLMQ6AEIRzAE#v=onepage&q=superestructura%20tur%C3%ADstica%202014&f=false>

Penz, E., Hofmann, E. y Hartl, B. (2017). Fostering Sustainable Travel Behavior: Role of Sustainability Labels and Goal-Directed Behavior Regarding Touristic Services. *Sustainability*, 9 (6), 1056.

<https://doi.org/10.3390/su9061056>

Puente Pacheco, M. A. de la. (2017). *Turismo de salud: dinámica internacional y el caso de Colombia.* Área metropolitana de Barranquilla, Universidad del Norte.

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1537242&lang=es&site=ehost-live>

- Ramírez, V. & Ruetti, E. (2019). Evaluación de componentes emocionales y cognitivos: análisis de diferentes niveles de organización. *Anuario de Investigaciones*, 26, 403-411  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369163433044>
- Recuero, N., Blasco, F. y García, J. (2016). Marketing del turismo cultural. [https://books.google.com.pe/books?id=AdB\\_CwAAQBAJ&pg=PA225&dq=omunidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4qKnHuo3IAhUMnlkKHUbrA6MQ6AEILjAB#v=onepage&q=omt%20comunidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=AdB_CwAAQBAJ&pg=PA225&dq=omunidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj4qKnHuo3IAhUMnlkKHUbrA6MQ6AEILjAB#v=onepage&q=omt%20comunidad&f=false)
- Rodríguez, G., Serrano, R. & Benites, J. (octubre, 2017). Percepción y turismo: análisis comparativo de tres destinos mexicanos desde una perspectiva de género. *Revista Cultur.*  
<file:///C:/Users/jose/Downloads/DialnetPercepcionYTurismo-6369062.pdf>
- Rodríguez, A. y Santana, A. (2017). La nueva sociología de las artes: Una perspectiva hispanohablante y global. [https://books.google.com.pe/books?id=do5ADgAAQBAJ&pg=PT122&dq=sociologia+de+la+percepci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwje7p2GxlIAhV\\_E7kGHV7AAxMQ6AEIMDAB#v=onepage&q=sociologia%20de%20la%20percepci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=do5ADgAAQBAJ&pg=PT122&dq=sociologia+de+la+percepci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwje7p2GxlIAhV_E7kGHV7AAxMQ6AEIMDAB#v=onepage&q=sociologia%20de%20la%20percepci%C3%B3n&f=false)
- Rodríguez, M. (2015). La cognición social: ¿una aliada para el postconflicto? *Psicología desde el Caribe*, 32(3), 1-7.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21342681001>
- Stylidis, D., Shani, A. y Belhassen, Y. (2017). Testing and integrated destination image modelo across residents and tourists. *Tourism Management*, 58(1), 184-195. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.014>

Uribe, C., Granobles, J., García, J., & Hernández, Y (2019). Responsabilidad social de las empresas carboníferas: Percepción de los pobladores del municipio Chiriguaná, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (87), 1 - 15. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29060499002>

Vásquez, J. (2017). 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. <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2145/TESIS%20PERCEPCION%20DEL%20POBLADOR%20DEL%20DISTRITO%20DE%20SAN%20PABLO%20SOBRE%20EL%20IMPACTO%20EN%20EL%20DESARROLLO%20DEL%20COM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vendramini, S. (2018). *Evaluación de potencialidad turística y percepción del residente en la Comarca del Colorado (Río Colorado, Río Negro - La Adela, La Pampa)*. (Tesis de Pregrado). <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4122/1/TESINA%20VENDRAMINI%20ALDANA.pdf>

VV.AA, (2016). Personal Laboral. Correos. Psicotécnicos. [https://books.google.com.pe/books?id=Px4\\_DwAAQBAJ&pg=PA599&dq=teoria+cognitiva+de+la+percepcion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj07JT91JLIAhVQMqwKHbHoCN4Q6AEIMTAB#v=onepage&q=teoria%20cognitiva%20de%20la%20percepcion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Px4_DwAAQBAJ&pg=PA599&dq=teoria+cognitiva+de+la+percepcion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj07JT91JLIAhVQMqwKHbHoCN4Q6AEIMTAB#v=onepage&q=teoria%20cognitiva%20de%20la%20percepcion&f=false)



Vegas, J. (2017). Percepción del riesgo en investigadores por exposición a nanopartículas.

<https://books.google.com.pe/books?id=mGotDwAAQBAJ&pg=PA59&dq=lo+psico+logico+de+la+percepcion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiruo736ZLIAhVqmuAKHcrsAHwQ6AEIKDAA#v=onepage&q=lo%20psicologico%20de%20la%20percepcion&f=false>

Tarrillo, E. (2017). *Impactos del turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima, 2017*. (Tesis de pregrado).  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17431/Tarrillo\\_GR..pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/17431/Tarrillo_GR..pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### ANEXO 1: Matriz de Operacionalización

Compon ente temático	Definición conceptual	Definición operacional	Tipo	Categorías	Subcategorías	Preguntas	Fuente de Verificación
Percepción	Es un proceso que permite idear, analizar y dar una connotación a las sensaciones o mensajes que se adquiere mediante los sentidos como el tacto, gusto, olfato y oído. La percepción puede ser influenciada por aspectos como la cultura, patrimonio, necesidades, presión de las personas, intereses, valores y expectativas, estos elementos contribuyen a que cambien lo que opinamos y sentimos sobre las personas, acontecimientos, eventos y objetos (Dalton, Hoyle y Watts, 2007, p. 31).	La percepción nos ayuda a entender cómo se sienten las personas y como interpretan una sucesión, evento u objeto pues a la vez está influenciada por la cultura, presión de las personas, intereses, valores y expectativas.	Cualitativo Fenomenológico	Compon ente Cognitivo	Infraestructura	¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?	Entrevista Guía de entrevista
					Superestructura Turística	¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia? ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?	
				Compon ente Afectivo	Servicios Turístico	¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?	
					Sensaciones	¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista? ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del	

turista?

Sentimientos ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?

¿Qué sensaciones le transmite a usted los manjares de Antioquia?

¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?

¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?

## ANEXO 2: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Definición Conceptual	Metodología	Componente Teórico	Categórica	Subcategoría
<b>Problema Central</b>	<b>Objetivo Central</b>		<b>Enfoque:</b> Cualitativo			Infraestructura
¿Cuál es la percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquía, 2019?	Analizar la percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquía.	Es un proceso que permite idear, analizar y dar una connotación a las sensaciones o mensajes que se adquiere mediante los sentidos como el tacto, gusto, olfato y oído. La percepción puede ser influenciada por aspectos como la cultura, patrimonio, necesidades, presión de las personas, intereses, valores y expectativas, estos elementos contribuyen a que cambien lo que opinamos y sentimos sobre las personas, acontecimientos, eventos y objetos (Dalton, Hoyle y Watts, 2007, p. 31).	<b>Diseño de Investigación:</b> Fenomenológico		Componente Cognitivo	Servicios Turísticos
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>		<b>Población:</b> Comunidad del distrito de Antioquia.	Percepción		Superestructura
¿Cuál es la percepción del poblador respecto al componente cognitivo?	Conocer la percepción del poblador respecto al componente cognitivo.		<b>Tipo de Muestreo:</b> No Probabilístico, Bola de Nieve			
¿Cuál es la percepción del poblador respecto al componente afectivo?	Conocer la percepción del poblador respecto al componente afectivo.		<b>Tamaño de Muestra:</b> 12 personas		Componente Afectivo	Sensaciones Sentimientos
			<b>Técnicas:</b> Entrevista			

Fuente: *Elaboración Propia.*

### ANEXO 3: FICHA DE OBSERVACIÓN N°1

**Lugar de la observación:** Antioquia

**Fecha de la observación:** 10 de noviembre 2019

**Hora de inicio de la observación:** 10:30 am

**Responsable de la observación:**

Estudiantes de la Universidad César Vallejo

**Componente a observar:** El antes de Antioquía



#### OBSERVACIONES

El distrito de Antioquía antes del 2004 tenía casas que no estaban pintadas como lo es actualmente, el material de sus casas era de adobe, no tenían colores ni figuras, ni ninguna forma que representara al pueblo. El pintado era pálido y no transmitía tranquilidad ni felicidad a toda persona que caminaba por ahí.

*Fuente: Elaboración Propia*

## FICHA DE OBSERVACIÓN N°2

**Lugar de la observación:** Antioquia

**Fecha de la observación:** 10 de noviembre del 2019

**Hora de inicio de la observación:** 10:35 am

**Responsable de la observación:** Estudiantes de la Universidad César Vallejo

**Componente a observar:** El después de Antioquía



### OBSERVACIONES

Actualmente, el distrito de Antioquia cuenta con casitas coloridas que han sido retocadas y ya han sido reforzadas con material de cemento donadas por la empresa Cementos Lima.

Las casas cuentan con colores vivos, figuras como la paloma y flores lo que lo convierte en la comunidad Espíritu Santos y en el retablo más grande del Perú.

Tiene colores vivos que transmiten alegría y tranquilidad para cualquiera que visite estas casas.

*Fuente: Elaboración Propia*

### FICHA DE OBSERVACIÓN N° 03

Lugar de la observación: Distrito de Antioquia.

Fecha de la observación: 10 de noviembre del 2019.

Hora de inicio de la observación: 7:30 a.m.

Hora de término de la observación: 3:00 p.m.

Responsable de la observación: Investigadoras.

- COMPONENTE TEMÁTICO: Componente cognitivo

- COMPONENTE SUBTEMÁTICO 1: Infraestructura.

ASPECTOS	OBSERVACIONES
Servicios básicos	El pueblo de Antioquia o también conocida como Espíritu Santo cuenta con agua potable y alcantarillado, también con energía eléctrica, telefonía en este caso de Claro y con centro de salud.
Carreteras y pistas	Para llegar al pueblo de Antioquia desde Cieneguilla, se evidencio que la carretera no era lisa sino era trocha y en algunas zonas solo era tierra. Al momento de llegar al destino se evidencio que las pistas y veredas estaban asfaltadas y empedradas cuando en años anteriores eran solo tierra.
Servicios de Comunicación	El distrito de Antioquía cuenta con el servicio de telefonía de Movistar, pero no con el servicio de Claro por lo cual, al llegar al destino, clientes de Claro no contaban con servicio de celular y se mantenían desconectados de todo. Comentan los pobladores que están en desarrollo para implementar una antena de Claro.
Fachadas de las casas	Gracias al Proyecto Colores para Antioquia, las casas de los pobladores fueron renovadas y pintadas con colores y figuras representativas con el espíritu Santo. Anteriormente las casas solo estaban hechas de adobe, pero junto con la participación de Cementos Sol, se pudo lograr una mejora en sus formas de vivir.

*Fuente: Elaboración Propia*

## FICHA DE OBSERVACIÓN N° 04

Lugar de la observación: Distrito de Antioquia.

Fecha de la observación: 10 de noviembre del 2019.

Hora de inicio de la observación: 7:30 a.m.

Hora de término de la observación: 3:00 p.m.

Responsable de la observación: Investigadoras.

- COMPONENTE TEMÁTICO: Componente cognitivo
- COMPONENTE SUBTEMÁTICO 2: Superestructura

ASPECTOS	OBSERVACIONES
Municipalidad de Antioquia	Apoyo y participo en el mejoramiento del distrito de Antioquia, cumpliendo con sus funciones.
CIED	Es una organización conocida como Centro de Investigación educativa y desarrollo que formo parte del proyecto colores para Antioquia.

*Fuente: Elaboración Propia*



## FICHA DE OBSERVACIÓN N° 05

Lugar de la observación: Distrito de Antioquia.

Fecha de la observación: 10 de noviembre del 2019.

Hora de inicio de la observación: 7:30 a.m.

Hora de término de la observación: 3:00 p.m.

Responsable de la observación: Investigadoras.

- COMPONENTE TEMÁTICO: Componente cognitivo

- COMPONENTE SUBTEMÁTICO 3: Servicios Turísticos

ASPECTOS	OBSERVACIONES
Alojamientos	El servicio de alojamiento no es muy bueno debido a la falta de orientación por parte de las autoridades, pues los precios son muy altos y no van conforme al servicio.
Restaurantes	Ofrecen más platos a la carta que menú, debido a que hay mucha demanda turística. Hay buena atención, pero falta capacitación para lograr la satisfacción del cliente.
Transporte	No hay demasiado transporte público, debido a que la llegada de turistas son los fines de semana y solo se pueden encontrar colectivos en todo el día.

*Fuente: Elaboración Propia*

## GUÍA DE OBSERVACION

<b>GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL DISTRITO DE ANTIOQUIA</b>			
Código	RS N.º 150702	Nombre	Antioquia
Fecha	10/ 11 /19		
Datos			
Ubicación	Distrito de Antioquia, Provincia de Huarochirí, Departamento de Lima.	Días de Atención	Lunes – sábado
Administración	Municipalidad	Horarios	7:30 a.m. - 4:00 p.m.
Correo	munidistritoantioquia@hotmail.com	Costo de ingreso	GRATUITO
Servicios	Ofrece orientación al público, seguridad ciudadana.		
Observaciones			
Características Peculiares	Estado de conservación	Descripción	Tipo de turismo
	Se pudo apreciar que la estructura de la municipalidad se encuentra en buenas condiciones.	El distrito de Antioquia se caracteriza por los diferentes diseños y figuras que tiene el pintado artístico en sus fachadas. A partir del 2004 se puso en marcha el proyecto “Colores para Antioquia” que mejoro la infraestructura.	El tipo de turismo es rural comunitario y gastronómico.

*Fuente: Elaboración Propia*

## FICHA DE INVENTARIO TURÍSTICO N°1

<b>CATEGORÍA:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>TIPO:</b> Pueblos	
<b>SUBTIPO:</b> Tradicionales	
<b>DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS</b>	
<p>La comunidad Espíritu Santo -ubicada en el distrito de Antioquia, Huarochirí, a menos de tres horas de Lima -se ha convertido desde 2004 en una pintura al óleo de gigantescas dimensiones: las fachadas de las viviendas son ahora lienzos en los que se han plasmado el color y las formas más representativas de la cultura local. El proyecto - impulsado por el Centro de Investigación, Educación y Desarrollo (CIED) - denominado «COLORES PARA ANTIOQUIA», surgió ante la necesidad de generar más ingresos para los habitantes del distrito, donde varias comunidades campesinas se dedican al cultivo de frutales como manzana, lúcuma, ciruela y membrillo.</p>	
<b>UBICACIÓN:</b>	Distrito de Antioquia, Provincia de Huarochirí, Departamento de Lima.
<b>ESTADO ACTUAL:</b>	Actualmente se encuentra en buen estado de conservación; la Municipalidad Distrital de Antioquia, la ONG CIED (Centro de Investigación, Educación y Desarrollo) y la comunidad de Espíritu Santo están impulsando el desarrollo turístico que junto a la agroindustria rural prometen el fortalecimiento económico de la zona beneficiando de manera directa e indirecta a 300 familias.
<b>INFRAESTRUCTURA:</b>	Se puede observar infraestructura básica afuera del recurso como: Agua potable, Luz en el pueblo de Sisicaya.
<b>ACTIVIDADES:</b>	S puede observar diferentes actividades como caminatas de tracking, ciclismo, camping, paseos a caballo y excursiones.

*Fuente: Elaboración Propia*

## **ANEXO 4: GUÍA DE ENTREVISTA**

**Nombre del entrevistado:**

**Lugar de nacimiento del entrevistado:**

**Tiempo de residencia en el distrito:**

**Centro de labores del entrevistado:**

**Horario de inicio de la entrevista:**

**Horario de término de la entrevista:**

**Lugar de la entrevista:**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?

## ANEXO 5: VALIDACIONES DE EXPERTOS



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 07 de noviembre del 2019

Apellido y nombres del experto: Velasquez Viloche Leli

DNI: 18217577 Teléfono: 990315300

Título/grados: Lic. en Turismo / Magister en Gestión Pública.

Cargo e institución en que labora: Docente UCV LIMA NORTE

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

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

Promedio de valoración: \_\_\_\_\_

FIRMA DEL EXPERTO

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

 Lima, 09 noviembre del 2016

 Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica

 DNI: 41726975 Teléfono: 932371609

 Título/grados: Mg. Docencia Universitaria

 Cargo e institución en que labora: UCV

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

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

Promedio de valoración: \_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 07 NOVIEMBRE del 2019

Apellido y nombres del experto: CASTILLO CANALES BARRUCHO ANTONIO

DNI: 47011880 Teléfono: 984214226

Título/grados: PEB. ADM. TURISMO Y HOTELERÍA

Cargo e institución en que labora: COORDINADOR ACADÉMICO FISCAL CALCAO

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

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

Promedio de valoración: \_\_\_\_\_

  
FIRMA DEL EXPERTO

## ANEXO 6: TRANSCRIPCIÓN DE OBSERVACIONES GENERALES

Lugar de Observación	Fecha de Observación	Duración de la Observación	Responsable de la Observación	Componente Temático	Componente Subtemático	Observaciones
Distrito de Antioquia	10/11/2019 (Domingo)	7:00 a.m. – 15:00 p.m. (8 horas)	Investigadoras	Componente cognitivo	Infraestructura	Se observa que en el distrito de Antioquia hubo una gran remodelación de infraestructura, participación de la superestructura y servicios turísticos que son parte de un proyecto para el distrito. En el cual se implementó agua, desagüe, energía eléctrica, alumbrado público, empedrado de las pistas y veredas.
					Superestructura	Con la ayuda de la CIED y el alcalde Ángel Mantari Ramos se logró realizar dicho proyecto en la cual ayudó a la comunidad a crecer económicamente.
					Turística	Con respecto a los servicios de alojamiento, restaurante y transporte ha tenido grandes cambios que han beneficiado a la población ya que pueden brindar hospedajes a precios altos, platos a la carta como: la trucha, chancho al cilindro y camarones en la cual con adquiridos por la gran demanda de turistas.
					Servicios turísticos	

Fuente: Elaboración Propia



## ANEXO 7: Matriz Análisis de Observaciones y entrevistas general

Componentes Temáticos	Análisis de Observaciones	Análisis de Entrevistas	Análisis por unidad Temática
<b>Componente Cognitivo</b>	<p>Con respecto a la observación, esta se logró realizar en un promedio de 8 horas en el cual se llevó a cabo nuestra investigación. Se empezará a detallar lo más importante de la observación realizada. En lo que respecta la infraestructura se observa que se ha podido mejorar las pistas ya que antes era tierra ahora está empedrado con cemento, las casas tienen colores, imágenes de flores y palomas, la restauración de agua, desagüé, alumbrado público, mejora de la carretera, construcción de hospedajes, restaurantes, restauración del retablo más grande, entre otros. También se observó la participación de los encargados en la municipalidad para dar información sobre el proyecto, la amabilidad de las personas, su carisma, su buen trato y atención. Asimismo, tuvimos la oportunidad de visitar un restaurante y consumir unos de sus platos típicos muy deliciosos al recibir el servicio pudimos</p>	<p>Se logra identificar que los pobladores del distrito de Antioquia conocen su propia comunidad. A continuación, analizaremos las respuestas de los entrevistados en tres bloques tanto como las respuestas extensas, como la respuesta media y las breves. Estas son las siguientes respuestas de los entrevistados sobre la infraestructura nos menciona que ha mejorado bastante, tanto en las casas, pisos, hay luz, agua, hay transporte y las personas están felices Casi todo ha mejorado, las carreteras, ahora los pisos tienen piedra antes era pura tierra. (E1, E2, E4, E5, E7, E8, E9, E10, E11, E12). Otros dicen que, si ha mejorado, pero falta un poco de mantenimiento, falta conservarlo e implementar más cosas porque aún tenemos mucho que mejorar. (E3, E6). Las siguientes respuestas de los pobladores mencionan se ve más vivo el pueblo ya que antes parecía un pueblo fantasma. Hoy en día ves gente transitando y los fines de semana y feriados los carros no entran aquí, pero es bastante</p>	<p>La percepción del poblador respecto al acondicionamiento del distrito de Antioquia es heterogénea, amplia y muy compleja que se refleja en lo cognitivo y lo afectivo, lo intangible es lo más apreciado por los mismos pobladores pues conocen las implementaciones que se han hecho en el distrito para la mejora de la comunidad. Asimismo, los propios comuneros son participes de las actividades ya que tienen sus propios negocios, están agradecidos con la ONG CIED por el proyecto elaborado “Colores para Antioquia”. Además, el pueblito tiene un pasado muy triste ya que antes solo se dedicaban a la agricultura y no tenían en mente que realizar turismo generaría grandes ingresos. Con todo el conocimiento adquirido ahora tienen más preparación para hacer negocios valorando su propio esfuerzo. También los pobladores reflejan su satisfacción en sus sentimientos</p>

---

observar que hay carencia de personal, no se dan abasto. En lo que respecta a los alojamientos no son muy acogedoras pues no cuentan con wifi con televisores de pantallas planas hay carencia de servicios en los establecimientos de hospedajes. No podemos dejar de lado la naturaleza ya que tiene un clima caluroso, perfecto para las personas que quieren vivir nuevas experiencias y asilarse de todo lo que hay en la ciudad Lima. Para culminar se observó tienditas con artesanía, ropa, ferias propuestas por la municipalidad para que vendan sus productos, también los pobladores de la tercera edad conocían el proyecto y al preguntarle sobre ello sonreían y se veían muy contentos.

económicamente visible y socialmente rentable. Debido a que haya restaurantes, hospedajes y todo ello para satisfacer a los turistas. (E1, E2, E7, E8, E9, E10, E11, E12). Los entrevistados mencionan el impacto que más ha sido son las fachadas y el suelo empedrado, viene más turistas por el retablo más grande, la economía de los pobladores se ha incrementado por el negocio y el comercio de la cual dan un valor a sus productos. (E3, E4, E5, E6).

En cuanto al tema de superestructura los pobladores brindaron más información el alcalde Ángel Mantari Ramos participo junto con la ONG CIED en el proyecto "Colores para Antioquia" conjunto con la población y aparte que el proyecto fue incentivado por la comunidad y por la municipalidad. (E2, E3, E1, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12). Los pobladores manifestaron que la municipalidad Sí participó dando las facilidades de limpieza, centros de atención al turista. De alguna manera yo creo que la mayor actividad que ve la municipalidad es que los turistas se sientan mejor acá por un desarrollo

y utilizando los sentidos para adquirir percepción que los identifica, cada poblador tiene su manera de ver las cosas de percibir a su propio pensar. Por último, los pobladores tienen la esperanza de seguir creciendo, aumentando el turismo incluso otras actividades de aventura para entretener más al visitante y ya no solo disfrute de los platos típicos, de sus colores, sus manjares o mermeladas sino de otros servicios que logren la satisfacción del turista ya que incremento económico de la comunidad depende de ello y su mejora en el estilo de vida.

---

---

urbano. (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12). Por otro lado, ya para terminar con el análisis de los servicios turísticos los pobladores dicen que los alojamientos de aquí son casas de hospedajes que no cuentan con las condiciones necesarias para que el turista se sienta satisfecho, pero están en plena mejora. (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12). Finalizando los turistas respondieron de la siguiente manera que todos los restaurantes son buenos en la sazón, pero hay algunos que por la cantidad de visitantes no se abastecen y los turistas al esperar se molestan y se van, también el servicio que brindan no suele cumplir con las expectativas que el visitante espera. (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10, E11, E12).

---

Se logra percibir que los pobladores del distrito de Antioquia tienen conocimiento sobre el antes y el después del proyecto “Colores para Antioquia”, pero también se deja notar que algunos residentes del lugar están contentos con todo lo realizado en su comunidad como también hay otros que no se sienten

---

---

Componente

Afectivo

contentos, ni satisfechos. A continuación, analizaremos los argumentos con más detalle respondidos por los pobladores de la zona. Se pudo notar que los entrevistados de forma unánime que gracias al proyecto realizado por la ONG Y EL CIED sus vidas cambiaron ya que ahora cuentan con negocios de restaurantes, alojamientos y transporte. Las respuestas de las personas entrevistadas se dividen en tres bloques, los pobladores que se expresan de manera extensa analizando el pasado y el presente, también los pobladores que dan media respuesta y los pobladores que responden de manera breve. Los pobladores responden que se sienten contentos con el pintado que se realizó a Antioquia, hubo un cambio diferente, las personas se sienten felices y muy agradecidas por todo lo que están haciendo con la comunidad. (E1, E2, E3, E6, E7, E8, E9). Mientras que los otros entrevistados menciona que se sienten contentos por todas las actividades hechas y ahora pueden realizar sus propios negocios. (E10, E11, E12). Por otro lado, un

---

---

entrevistado.

Menciona que se siente insatisfecho ya que antes Antioquia era bonito, tranquilo y ahora todo es diferente hay muy ruido y más turistas. (E4). Otras de las respuestas de los pobladores fueron que sienten una sensación dulce, agradable hacia los manjares preparados por ellos mismos, son muy ricos al comerlos. (E1, E3, E6, E7, E8, E11, E12). También los entrevistados de respuesta breve Perciben la sensación muy dulce de los manjares y mermeladas no tiene persevantes, ni colorantes, son muy ricos. (E2, E10). La mayoría de los entrevistados se sienten contentos con el desarrollo turístico es por ello que mencionan que se sienten emocionados con el desarrollo del turismo ya que debido a ello hay más ingresos, antes solo se dedicaban a la agricultura ahora tienen sus propios negocios. (E1, E2, E4, E5, E7, E11). Los siguientes entrevistados dicen que no se sienten contentos porque manifiestan que pueden dar más y hacer más por Antioquia como: implementar hospedajes, restaurantes y mucho más.

---

---

(E3, E6). Los entrevistados dan una corta respuesta manifestando que se sienten contentos con el desarrollo que se hizo en Antioquía. (E8, E10, E12). Para culminar con el análisis de las entrevistas los pobladores nos manifiestan sus sentimientos sobre el pasado del distrito de Antioquía. Los entrevistados responden que antes en Antioquia se podía caminar de arriba hacia abajo y nadie preguntaba nada, todo era triste, abandonado, sin agua, desagüe, sin alumbrado público, pero ahora ya no hay tristeza, hay más felicidad y negocios. (E6, E7, E8). Los siguientes entrevistados mencionan; los sentimientos que guardan del distrito de Antioquia es que antes era triste, los domingos no había gente, ni turistas todo era silencioso. (E1, E2, E4, E5, E10). Los entrevistados responden que anteriormente se podía caminar tranquilo, no había delincuencia, sus cosas las dejaban afuera y nadie se lo llevaba, se sentía paz. (E3, E9, E12).

---

*Fuente: Elaboración Propia*

## ANEXO 8: Matriz de análisis de resultados de entrevistas en específico

Componentes Temáticos	Objetivos específicos	Ítems de la entrevista	Testimonios	Análisis por pregunta
Cognitivo	Conocer la percepción del poblador respecto al componente cognitivo.	¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?	<p><b>Respuesta amplia justificada</b></p> <p><b>o</b></p> <p>E1: “Las infraestructuras de las viviendas de todo el distrito de Antioquia ha mejorado bastante y tiene una buena presencia hoy en día.</p> <p>E2 “Algunas viviendas han mejorado para hacer casas de hospedaje y sus propios restaurantes teniendo en cuenta el constante mantenimiento de las infraestructuras de las viviendas”</p>	<p><b>Respuesta estándar</b></p> <p><b>Respuesta corta</b></p> <p>Se puede observar que los entrevistados afirman que por el inicio del proyecto “Colores para Antioquia” junto con el alcalde Ángel Mantari, la ONG llamado CIED “Centro de Investigación y Desarrollo” y la municipalidad de Antioquia gracia a todos ellos habido un gran cambio y/o remodelación de todo el lugar dando así mejoras de infraestructura a las viviendas, obteniendo servicios básicos y no dejando de lado la identificación de que tienen los pobladores con su pueblo. Los entrevistados</p> <p>E3: “Bueno, solo ha mejorado la fachada y el pintado lo demás</p>

---

sigue igual”.

que brindan una respuesta amplia o justificada resaltan que gracias al proyecto que ha tenido su distrito ha traído grandes logros y mayor calidad de vida a todos los pobladores brindándoles todos los servicios básicos necesarios para que puedan subsistir y tengan mayores ingresos de sus viviendas como casas de hospedaje, restaurantes, obteniendo así mayor afluencia de turistas hacia su pueblo (E2, E4). En tanto que los entrevistados que otorgan una respuesta estándar consideran que los cambios de infraestructura que han tenido las viviendas han traído buena presencia, más alegría y de esta manera

---



---

manteniendo la identidad del pueblo que tiene con el distrito (E1, E6, E8, E11).

Mientras que los entrevistados que dan una respuesta corta, concretan que si efectivamente habido una mejora en el distrito, pero solo ha mejorado la fachada del pueblo, los pintados de las viviendas y solo habido un poco de mejora en todos los servicios básicos que se les ha brindado, pero si se ha podido observar más demanda de turistas en el pueblo por las mejoras de las carreteras empedradas y por el aumento de transporte que está teniendo hoy en día. (E3, E5, E7, E9, E10, E12).

E4 “Si ha mejorado la mayoría tanto en

---

---

la infraestructura como en los negocios, hoy se puede observar buenas pistas, empedrado del suelo y el alumbrado eléctrico.

E5: "Ha cambiado bastante en los suelos, en el alumbrado eléctrico, en los servicios de agua y ahora también hay transporte".

E6 "Si ha mejorado, pero falta un poco de mantenimiento, falta conservarlo e implementar más cosas porque aún tenemos mucho que mejorar".

E7: "Ha mejorado bastante, tanto en las casas, pisos, hay luz, agua, hay transporte y las personas están felices".

---

---

E8 “Si ha mejorado bastante, ahora contamos con agua, desagüe, luz, el suelo empedrado y gracias al proyecto que se tuvo han cambiado las casas y el pintado de ellas dan más alegría”.

E9: “Si ha mejorado bastante”.

E10: “Ha mejorado bastante por el pintado que les han hecho a las viviendas”.

E11: “Si ha mejorado bastante ahora hay gente que están utilizando sus casitas y lo están arreglando para poder mantener la identidad y no se pierda el concepto de pueblo”.

---

---

¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?

E2: “Se ve más vivo el pueblo ya que antes parecía un pueblo fantasma. Hoy en día ves gente transitando y los fines de semana y feriados los carros no entran aquí,

E1: “Todo ha cambiado, las personas ahora tienen hospedajes y restaurantes, las casas están más vivas, el suelo ya no es solo tierra sino ya este empedrado”.

E12: “Ha mejorado, las casas de colores, las carreteras, ahora las pistas tienen piedra antes era pura tierra”.

Se percibe que uno de los entrevistados que brindan una respuesta amplia o justificada confirman que el pueblo de Antioquia se puede observar que hay más vida e el pueblo, hay mayor tránsito de vehículos por llegada de turistas y económicamente se encuentran bien por la mayor de manda que se tiene en el pueblo (E2). En tanto que los entrevistados que otorgan una respuesta estándar mencionan que todo le distrito de Antioquia ha cambiado, hoy en día los pobladores tienen casas de

---

---

pero es bastante  
económicamente  
visible y  
socialmente  
rentable”.

E3: “El impacto que más  
ha sido son las fachadas y  
el suelo empedrado”.

E4: “Viene más turistas  
por el retablo más  
grande”.

E5 “Las casas son el  
primer cambio que uno ve,  
los colores, el material que  
utilizan ahora ya que antes  
era de adobe”.

E6: “La economía de  
los pobladores, ya que  
se están dedicando al  
negocio y al comercio  
de la cual dan un valor  
a sus productos”.

hospedajes que se  
encuentran bien  
coloridas por el  
pintado artísticos  
que se eligió en un  
comienzo, también  
se pueden observar  
restaurantes que  
brindan platos  
exquisitos.

Por otro lado, los  
pobladores están  
teniendo beneficios  
por sus negocios  
de la cual dan un  
valor a los  
productos que  
están ofreciendo  
teniendo así una  
mejor economía.

Demostrando la  
mejora de calidad  
de vida de los  
pobladores que  
están teniendo a  
través del turismo  
(E1, E6, E9, E11).

Mientras que los  
entrevistados que  
dan una respuesta  
corta nos dicen que  
impresión que más  
resalto en Antioquia  
fue el pintado  
artístico y el

---

---

		empedrado de los suelos. También gracias al implemento de luz, agua, desagüe y electricidad pública
	E7: “El pintado es uno de ellos, el empedrado, el transporte y el agua”.	
	E8: “Cambios como aumento del turismo, así como las pistas y veredas”.	las calles se pueden observar más limpias, bien pintadas con demasiados detalles que le dan vida al pueblo de Antioquia (E3, E4, E5, E 7, E8, E10, E12).
E9: “Se ha mejorado la calidad de vida de todas las personas que viven aquí y a través del turismo se tiene mejor economía”.		
	E10: “El implemento de luz y la mejora de las pistas con el empedrado”.	
E11: “Si, antes la mayoría de las casas eran de adobe ahora la gente ya ha invertido más y hacen con material noble y están pintadas”.		

---

---

E12: “Se ven las calles más limpias, las fachadas de las casas de los mismos usuarios están siendo pintadas”.

---

¿Conoce  
quién  
promovió  
el  
proyecto  
Colores  
para  
Antioquia?

E2: “La ONG SIEC, el alcalde también tuvo que ver, en si hubo un proyecto en conjunto con la población y aparte que el proyecto fue incentivado por la comunidad no por la municipalidad”.

E1: “El alcalde Ángel Mantari Ramos lo que tengo escuchado y creo que también estaba una ONG llamado CIED”.

E3: “Fue primeramente el alcalde y luego fue un señor en el 2010, creo que también se incluyó una ONG CIED”.

Los entrevistados que expresan una respuesta amplia o justificada acerca de quienes fueron las personas que dieron inicio al proyecto “Colores para Antioquia” más que nada fue incentivado por la población y en conjunto con la ONG, CIED, el alcalde Ángel Mantari dieron inicio a dicho proyecto. Por otro lado, se mantuvo una comunicación con la comunidad para dar a elegir el tipo de diseño del cual representarían su distrito (E2, E6, E11). En uno de los entrevistados que otorga una respuesta estándar nos dice que de igual manera esas organizaciones, tuvieron

---

---

E4: “El mismo pueblo, municipalidad, el alcalde que han traído Miguel Ángel”.

que ver con el comienzo del proyecto para que de esa manera el distrito de Antioquia no fuera olvidado (E5).

E5: “El alcalde, la comunidad, vino la ONG de otro sitio creo que se llamaba CIED y tenía algo que ver con la católica, pero la población también tuvo que ver, ellos”.

Mientras que los entrevistados que dan una respuesta corta mencionan que la persona que pudo a ver dado inicio al proyecto era un ingeniero que falleció hace tiempo y por ello la siguiente persona que siguió con el proyecto no culminado fue el alcalde Ángel Mantari junto con las otras organizaciones (E1, E3, E4, E8, E9, E10, E12).

E6: “Hubo una reunión de comunidad y se eligió el diseño, entre ellas eran las flores, las mariposas porque había otra opinión de manzanas y membrillos, pero al final se eligió las palomitas”.



---

E7: "Un estudio de la ONG CIED, también participo el alcalde y sobre todo los pobladores, todos éramos parte del proyecto, pero la CIED nos ayudó en ponernos manos a la obra, nos motivó".

E8: "Era un ingeniero que ya falleció".

E9: "Se promovió gracias a una ONG, el alcalde junto a los pobladores en esos tiempos".

E10: "Una ONG, en la plaza hay una placa para que lo pueda ver".

E11: "Bueno vinieron la universidad católica comenzaron analizar, hubo empresa privada que empezó apoyar también el alcalde primero se pintó la iglesia el colegio así con los pajaritos y las flores".

---

---

¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?

E1: "No estoy muy enterado de las actividades que hacen, pero si veo que hay turismo en nuestro pueblo, imagino que si están realizando algunas actividades"

E12: "Fue la ONG que en ese entonces que se llamaba la CIEC y junto con el alcalde se unieron".

E2: "Sí, porque da las facilidades de limpieza, centros de atención al turista. De alguna manera yo creo que la mayor actividad que ve la municipalidad es que los turistas se sientan mejor acá por un desarrollo

Los entrevistados que expresan una respuesta amplia o justificada mencionan que efectivamente la municipalidad participa en el turismo dado facilidades a las personas que viven insitu, brindando puestos como trabajadores de limpieza, centros de atención al turista no dejando de lado el desarrollo urbano que se tienen en el distrito. Por otro lado, algunos entrevistados dicen que faltan personas capacitadas para dar mejor atención a los turistas que vienen a visitar su

---

---

urbano”.

E3: “En dos periodos que no existe, necesitamos profesionales en turismo para poder seguir adelante, no tenemos conocimiento y a ellos de la Municipalidad les falta eso”.

E5: “Si está ayudando un poco, aunque con ni con este alcalde ni con el anterior no hay algún gran cambio, pero bueno que se puede hacer”.

E4: “Creo que sí porque ahorita está haciendo una feria aquí abajo promoviendo el turismo y los productos de Antioquia”.

E6: “No estoy muy enterado de ese tema, imagino que si porqué aún viene turistas a nuestro pueblo”.

distrito (E2, E9).

En uno de los entrevistados que otorga una respuesta estándar no se encuentran enterados de las actividades que hace la municipalidad teniendo en cuenta que la ayuda que

solo se le ofreció fue a trabajadores que no eran el distrito de Antioquia (E1, E3, E5, E7).

Mientras que los entrevistados que dan una respuesta corta dicen que la municipalidad de Antioquia brinda ferias para fomenta el turismo dando a

conocer sus productos a los turistas. Por otro lado, algunos entrevistados

---

---

mencionan que no se encuentran enterados de lo sucedido (E4, E6, E8, E10, E11, E12).

---

---

E7: "El anterior alcalde Ángel sí, pero el actual no apoya incluso trajo otros trabajadores que no son de la comunidad".

E8: "Si participa".

E9: "Todavía falta bastante, no hay profesionales en el área, eligen personas que les falta capacitar por eso tampoco hay crecimiento turístico, no hay un ordenamiento, por eso en fiestas patrias hay más demanda de turistas ese mes es un caos porque hay demasiada gente no se puede abastecer, eso es el problema".

---

---

E10: "Si participa poniendo ferias".

E11: "Tratamos de formar comité con el alcalde en reuniones, pero nunca se apareció en las reuniones".

---

E12: "Si, claro".

---

¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?

E1: "No hay buenos hospedajes, solo hay dos que tienen buenas condiciones, pero igual van los turistas se alojan porque no tienen donde quedarse".

E2: "Los alojamientos

Los entrevistados que expresan una respuesta amplia o justificada afirman que les falta mejorar ya que no hay demasiados hospedajes y tampoco no tienen las comodidades necesarias para satisfacer las expectativas del huésped (E4). En los

---

---

de aquí son casas de hospedajes que no cuentan con las condiciones necesarias, pero están en plena mejora”.

E3: “Aún sigue estando en desarrollo, además la gente no está capacitada y no sabe de turismo”.

E4: “Bueno, acá les falta mejorar, no se abastecen porque no hay muchos hospedajes y también no tiene las comodidades necesarias para ofrecer al precio que dicen”.

entrevistados que otorga una respuesta estándar mencionan que solo hay pocos hospedajes que tienen las condiciones necesarias para cumplir los gustos de los huéspedes unos que otros son demasiados caros para el servicio que ofrecen. Todos los alojamientos necesitan contar con capacitaciones, asesoramientos para la buena atención al turista y para que se lleve una buena impresión del pueblo de Antioquia (E1, E2, E5, E6, E7, E11).

---

---

E5: "Les falta mucho a los hospedajes de aquí porque no hay muchos cuartos para los turistas, cobran muy caro y no tienen tantos servicios para ofrecer a los turistas".

E6: "No tienen las comodidades que deberían brindar con los costos que tienen, me gustaría que haya más servicios y buena atención".

E7: "Les falta bastante, pero yo creo que todo es cuestión de asesoramiento, necesitan más información de una atención excelente".

E8: "Puede ser que no porque aún falta más implementación".

E9: "Falta mejorar

---

Mientras que los entrevistados que dan una respuesta corta mencionan que falta más implementación, falta mejorar la calidad de los servicios que están ofreciendo, porque no todos cumplen con lo necesario para un turista (E3, E9, E10, E12).

---

muchas cosas en calidad de servicios”.

E10: “Unos cuantos sí, pero no todos”.

E11: “Todo es depende del turista, hay personas que viene y solo quieren relajarse, yo creo que Antioquia se está vendiendo mal”.

E12: “No es tan buena ni mala”.

¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?

E1: “Si hay restaurantes, pero no están capacitados para servir a los clientes”.

En los entrevistados que otorga una respuesta estándar mencionan que todos los restaurantes que se encuentran en Antioquia son muy buenos, todos ellos se abastecen de turistas ya que brindar deliciosos platos turísticos de

---



---

E2: “Todos los restaurantes son buenos, pero hay algunos que por la cantidad no se abastecen y los turistas al esperar se molestan y se van, también el servicio que brindan no debe ser tan bueno”.

E3: “Los restaurantes SABOR Y COLOR PIONERO fue el primer restaurante de Antioquia que empezó aquí de la cual cocinaban muy rico, pero por otros lados solo eran menús”.

E4: “Bueno antiguamente había pocos 2 o 3 restaurantes, pero ahora hay más afluencia, hay un gran desborde de público que a veces salen contentos y no contentos”.

la misma zona. También nos dicen que gracias a uno de los primeros restaurantes llamado “Sabor pionero” que pudo abrirse en el pueblo dio grandes beneficios a pobladores de su alrededor y de esa manera se se comenzó a abundar con más restaurantes de la cual hoy en día son los que satisfacen el paladar de los turistas a su llegada (E2, E3, E4, E11, E12). Mientras que los entrevistados que dan una respuesta corta se rescata que los restaurantes del pueblo ofrecen buenos platos típicos y exquisitos menús que están al alcance de los turistas.

---

---

E5: "Si, tenemos platos buenos como el chanco, camarones y otros platos más, en eso no me quejo, pero eso si la atención no sé cómo será".

E6 "En parte sí porque varios turistas se ven felices, acá el menú es bueno, pero deberían ver más productos de la zona".

E7 "Cobran mucho en los precios, yo creo que todo es falta de capacitación".

E8 "Todavía no, estamos en proceso".

E9 "Estamos mejorando en eso, tenemos más restaurantes que hospedajes".

E10 "Hay varios, pero a otros les falta más atención".

E11 "La gente ésta reclamando por un tema de atención de

---

La mayoría de las personas mencionan que falta mayor capacitación y un mejoramiento constante en los restaurantes (E1, E5, E6, E7, E8, E9; E10).

---

			<p>servicio, peor en comidas no se quejan porque todo es delicioso”.</p> <p>E12 “Si algo, pero tampoco están capacitados como para las emergencias de primeros auxilios”.</p>	
<p>EFFECTIVO</p>	<p>Conocer la percepción del poblador respecto al componente afectivo.</p>	<p>¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?</p>	<p>E1: “Es muy bonito, es un cambio diferente a lo que era. Me siento feliz”.</p>	<p>Los entrevistados que expresan una respuesta amplia o justificada mencionan que se sienten identificados con su pueblo, sienten más alegría al ver sus viviendas más coloridas con diseño único y ejemplar. Los pobladores se sienten agradecidos por todos los beneficios que le trae el turismo a su pueblo y a ellos mismos. Algunos de los entrevistados mencionan que es normal que los turistas hagan</p>
		<p>E2 “Me siento feliz porque veo gente y personas que apuestan por el pueblo, quieren que siga creciendo y eso me da alegría y también las casas pintadas, ya no se ven aburridas y feas, hasta mi</p>		

---

---

propia casa ya  
tiene vida”.

E3 “Yo me siento  
muy agradecido  
porque me brinda  
un trabajo no solo  
a mi sino a  
muchas personas  
que son de  
escasos recursos  
y nos ha ayudado  
a poder seguir  
viviendo porque  
antes no había ni  
para comer”.

E4 “Bueno cuando  
yo vine a trabajar  
que bonito y todo,  
ahora ya me  
acostumbré y veo  
los halagos de la  
cantidad de  
turistas, veo lo  
bueno y lo malo  
porque hay  
turistas que se

halagos de una  
manera continua  
ya que de esa  
forma ellos  
también se sienten  
agusto con ello y  
que  
cumplen con la  
satisfacción de  
cliente y  
expectativa de los  
clientes (E2, E3,  
E4, E11).

El entrevistado  
que otorga una  
respuesta  
estándar se siente  
agusto por el gran  
cambio que ha  
tenido su pueblo  
de Antioquia (E9).  
Mientras que los  
entrevistados dan  
una respuesta  
corta se percibe  
que se sienten  
feliz, alegres con  
una calidad de  
vida que transmite  
armonía y felicidad  
de la cual gozan  
de sus negocios

---

---

van contentos y vienen descontentos o de lo contrario dicen que encuentran una tranquilidad y mayormente todos acá tratamos de mantener limpias nuestras calles”.

propios que fueron gracias al proyecto “Colore para Antioquia” (E1, E5, E6, E7, E8, E10, E12).

E5 “Me siento bien alegre porque vienen bastantes turistas en los feriados”.

E6 “Me parece bien, es una manera de atraer a los turistas, le da más vida al pueblo, me transmite felicidad, alegría, cosas positivas”.

E7 “Muy bien, feliz ha cambiado todo, hay vida la visión es diferente”.

E8 “Me siento muy contenta y alegre”.

E9 “Bueno me gusta, me encanta como te digo viene acá desde niña y era muy diferente con sus

---

---

colores me siento  
feliz, al ver una pared  
pintada”.

E10 “Estoy muy contenta  
puedo hacer negocio”.

E11 “Me siento  
bien porque aquí  
he vivido toda mi  
vida, ahora lo veo  
más vivo y tiene  
una característica  
especial así que  
como gancho  
comercial está  
bien pero no  
puede quedarse  
ahí”.

E12 “Me siento muy  
orgullosa de que este  
pintado mi pueblo”.

¿Qué  
sensaciones  
le transmite a  
usted los  
manjares de  
Antioquia?

E1 “Si es bueno, si es  
rico. Hay varias  
clases, pero si lo he  
probado y si son ricos  
y la verdad espero  
que las demás  
personas que  
compran estos  
manjares también  
piensen lo mismo”.

Los entrevistados  
que expresan una  
respuesta amplia o  
justificada  
mencionan que los  
manjares que  
producen son  
frutos de la misma  
zona y estas no  
contienen

---

---

E2 “Son muy buenos ya que no llevan procesos químicos y no llevan preservantes ya que generalmente son dañitos para la salud y en si son naturales por lo que no dura mucho tiempo, pero vale la pena consumirlos”.

E3 “Son muy agradables, no soy fanático, pero si son ricos. La palta es exquisita en Antioquia por eso hasta hay helado, es muy famoso aquí, deberían probarlo”.

preservantes químicos por lo que es totalmente natural, siendo así los manjares más deliciosos y exquisitos que tiene el distrito de Antioquia (E2, E4, E9).

Los entrevistados que otorgan una respuesta estándar dicen que la CIED fue quién enseñó a los pobladores la preparación de los majares, mermeladas y que hoy en día son muy vendidos y rentables para ellos (E1, E5, E6, E11, E12).

Por otro lado, los pobladores que dieron una respuesta corta manifestaron que aprendieron hacer sus propios helados que son famosos en el

---

---

pueblo, también tienen los ricos alfajores que son muy consumidos con los turistas y por ellos mismos (E3, E7, E8, E10).

E4 “Los productos que abastecen aquí a Antioquia son mayormente sin preservantes por eso pueden caducar en dos o tres días y si lo han abierto deben comerlo, para mí son ricos, yo los disfruto y espero que todos los demás también lo hagan”.

E5 “Si, son ricos, justo la CIED nos enseñó a cómo preparar nuestros manjares y poder venderlos, de ahí ya vienen los negocios. Los helados son riquísimos, el de palta ni que decir”.

E6 “Sí, hay productores que

---



---

hacen muy buenas mermeladas, he probado todos los productos, son buenos, pero hay para elegir como para el cliente mismo”.

E7 “Bien todo es muy rico los alfajores, las mermeladas”.

E8 “Si son muy ricos, nosotros mismos lo consumimos”.

E9 “Son agradables porque son propios frutos, en caso los membrillos de las manzanas, néctar son deliciosos mucho más cuando lo prepara uno mismo, es más rico”.

E10 “Son muy ricos, se hace de la misma fruta que se produce aquí”.

E11 “Es muy buena la mermelada de manzana lo que falta

---

---

es hacer un enlace para poder ofrecer en súper mercados algo así porque los productos si son muy buenos”.

E12 “Lo que se produce es el vinagre que es de la manzana y el membrillo como se dice tenemos licor de manzana, mermelada, néctar, machacado y son ricos”.

¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?

E1: “Si, porque hay ingresos para todos, hasta para uno mismo que trabajan en los carros y para las personas que están arriba, hay ingreso para todos, ya no solo vivimos de vender nuestras frutas y sembríos sino ya estamos innovando en nuestros negocios”.

Los entrevistados que expresan una respuesta amplia o justificada afirman que se sienten contentos con el desarrollo turístico que está teniendo su distrito, ahora tienen trabajos e ingresos para todos. Hay mayor transporte público más ingreso de turistas, más ventas en sus propios negocios

---

---

E2 "Si me siento contento y no solo yo si no todos los que viven acá estamos muy felices y seguramente que con el tiempo vamos a seguir creciendo y mejorando los servicios".

E3 "No todavía no estoy tan contento porque pienso que debería ver más como los deportes de aventura que no hay y que se podría ofrecer porque si podríamos, se tiene bastante aquí pero no se hace nada y eso me molesta".

E4 "Claro porque yo vivo de eso, todos viven de eso, las personas con las que nos contactamos de acá tratamos de que llevarnos bien y que el turista se sienta contento, aunque a veces

porque de ello es lo que se sustentan todos los días y por esas razones los pobladores intentan cumplir con los gustos y expectativas de los turistas siendo ellos el mayor ingreso económico que tiene en el pueblo (E1, E4, E9, E11).

Los entrevistados que otorgan una respuesta estándar dicen que se sienten motivados por el desarrollo del turismo que se está teniendo. Por otro lado, algunos se dice que le

---

---

no cumplimos con las expectativas que decimos, pero tratamos que se vaya contentos”.

distrito de Antioquia debería tener actividades de aventura para complementar en desarrollo del proyecto y de esa manera poder ofrecer variedades de actividades a los turistas y de esa forma se culminaría el proyecto de Antioquia (E2, E3, E7).

E5 “Si me siento contenta porque a mí también me ayuda en mi negocio, así vendo y puedo mantenerme en mi día a día”.

Los pobladores que dieron una respuesta corta manifestaron que se sienten contentos por los Negocios que se están teniendo

E6” Si solo que hay que incentivar más a la gente por ejemplo como te digo del hospedaje, si alguien te cobra 80 soles nunca más vas a querer venir u hospedarte a menor precio”.

Y los mayores ingresos que pueda tener su pueblo y de cierta manera pueda seguir creciendo como unos de los mejores distritos que hay (E5, E6, E8, E10, E12).

---

---

E7 “Sí, estoy muy contento con el desarrollo del turismo ya que trae prosperidad a los negocios de las personas, felicidad y cosas así”.

E8 “Si me siento contenta y me gustaría que siga surgiendo”.

E9 “Sí, me siento contenta porque en realidad no me imaginaba que algún día podríamos vivir del turismo, cuando era niña jamás imagine que acá iban a venir tantos turistas”.

E10 “Si estoy contenta con todo”.

E11 “Creo que cada uno baila con su propio pañuelo yo me

---

---

siento satisfecho en el tiempo que estoy, si he crecido tengo enlaces con agencias hay gente que me recomienda, pero es un tema de estar ahí de invertir que las cosas vayan caminando.

E12 “Claro que sí”.

¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?

E1 “Era más triste, los domingos salía hacia el pueblo y estaban las personas de ahí nada más, era solo un pueblo fantasma que ni daba ganas de vivir ahí porque te sentías triste todo el tiempo, pero ahora tu sal un domingo y hay un montón de gente y nos ves a nosotros sonriendo”.

Los entrevistados que expresan una respuesta amplia o justificada enfatizan que anteriormente expresaban sentimientos de tristeza ya que su pueblo era considerado “Un pueblo fantasma”, no había demasiada gente, las calles eran desoladas las personas se sentían totalmente tristes, por otro

---

---

E2 "Dicen que todo pasado tiene un por qué, en si Antioquia era muy triste, era fantasmal, no tenía vida y a nosotros nos compartía esa tristeza, mucha gente no salía de sus casas porque no tenían mucho que hacer afuera más que ver la tierra y no escuchar nada".

E3 "Antiguamente era más tranquilo no había delincuencia, se podía caminar más tranquilo y hasta dejar tus cosas en un lado y no se lo llevaban

lado, el pueblo era tranquilo, pero sin vida (E1, E3, E6, E9).

Los entrevistados que otorgan una respuesta estándar dicen Antioquia era un pueblo fantasmal, no tenía vida, era pura tristeza, era desolado y solo se veían tierra y en el mal estado que estaba el pueblo, algunas personas extrañan el antes de Antioquia, pero con el pasar del tiempo agradecen a las organizaciones por la ayuda que les brindó (E2, E4, E11, E12).

Los pobladores que dieron una respuesta corta manifestaron que el antes de Antioquia no era alegre, era un pueblo abandonado donde no llegaba

---

---

para nada. Ahora ha bajado la delincuencia, pero al principio si estaba grave la cosa”.

ni un turista (E5, E7, E8, E10).

E4 “Antioquia era desolado triste más bien algunos dicen amo la antigüedad la tranquilidad porque aquí se llena, parece procesión, en feriados se llena, los restaurantes se llenan”.

E5 “Si se era decaído, no había público mucho, ahora sí hay, es más alegre”.

E6 “Todo el mundo pasaba por arriba y abajo, nunca te llama la atención, pero antes nadie preguntaba, ¡pero ahora dicen Ya llegamos a Antioquia! Y eso es bonito, ya no es triste como

---



---

antes sino ahora  
todo es felicidad”.

E7 “Muy triste, sin gua,  
sin luz todo era muy  
triste, ahora al menos  
pintamos piedritas y  
vendemos antes no era  
así”.

E8 “Triste, un pueblo  
abandonado y cuando  
venía a este pueblito, no  
había nadie todo era  
silencio”.

E9 “Bueno era un  
pueblo tranquilo  
demasiado  
tranquilo me  
sentía un poco  
triste, además las  
personas se  
dedicaban a tomar

---

---

muchos los  
domingos, incluso  
los días lunes la  
mayor parte de los  
hombres, ahora se  
dedican más  
tiempo al trabajo”.

E10 “Triste porque antes  
no había turistas”.

E11 “Todavía no estoy  
muy viejo jajaja, son  
diferentes  
sentimientos cuando  
era niño era bonito  
venir al campo y  
todo”.

E12 “Antes Antioquia  
era mucho más  
tranquilo como le digo  
las personas eran  
humildes y no existían  
robos, pero hoy en día  
si lo hay y por otro  
lado hay entradas de  
turistas”.

## ANEXO 9: TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS

**N° de registro:** 1

**Nombre del entrevistado:**

Nilton Marco

**Lugar de nacimiento del entrevistado:**

San José de los chorrillos

**Tiempo de residencia en el distrito:**

10 a 15 años

**Centro de labores del entrevistado:**

Taxista

**Horario de inicio de la entrevista:**

6:36 a.m.

**Horario de término de la entrevista:**

6:42 a.m.

**Lugar de la entrevista:**

Camino a Antioquia

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?

10 a 15 años

2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?

Era normal, no había tanto centro comercial después que pintaron con los colores suben bastantes turistas antes no era así solo era la gente de arriba nada más.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?

Si ahorita ha mejorado, de lo que estaba ha mejorado a un 80 % o 90 %.

4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?

De todo ha cambiado, por ejemplo, las personas ahora tienen hospedajes y restaurantes, las casas están más vivas, el suelo ya no es solo tierra sino ya este empedrado, realizamos venta de helados de diferentes sabores, hay más turistas y más negocio que nos ayuda para vivir.

5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?

No le podría decir si es al 100%, sería un 50 %, si digo que es un buen hospedaje pues no lo es, puede ser regular, más o menos. Hay como dos hospedajes que tienen las condiciones, pero los demás no tienen las condiciones, pero igual cuando van los turistas lo alojan porque no tienen donde quedarse.

6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?

Como le digo es de la misma manera a un 50 %, si hay restaurantes, no están capacitados para servir a los clientes, no son como los restaurantes que hay en Lima, aunque tienen ricos platos, no siempre los turistas se van contentos. ¿Aún tienen que mejorar, como se le dice, calidad no?

7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?

La verdad lo único que podría decirle es el alcalde Ángel Mantari Ramos, lo que tengo escuchado ahí es, la verdad no se bien. Cuando estaba de alcalde él lo hizo y creo que también estaba una ONG llamado CIED o algo así, la verdad no estoy muy informado de eso, pero la población también estaba involucrada porque ellos no querían que se hiciera este cambio, decían que era mucho gasto, pero luego de ver que sería una buena idea, lo aceptaron.

8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?

Si regular un 50 %, no estoy muy enterado de las actividades que hacen, pero si veo que hay turismo en nuestro pueblo, imagino que, si están realizando algunas actividades, no estoy muy seguro.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?

Es muy bonito, es un cambio diferente a lo que era. Me siento feliz.

10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?

Si es bueno, si es rico. Hay varias clases, pero si lo he probado y si son ricos y la verdad espero que las demás personas que compran estos manjares también piensen lo mismo.

11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?

Si.

¿Por qué?

Porque hay ingresos para todos, hasta para uno mismo que trabajan en los carros y para las personas que están arriba, hay ingreso para todos, ya no solo vivimos de vender nuestras frutas y sembríos sino ya estamos innovando en nuestros negocios.

12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?

Era más triste, los domingos salía hacia el pueblo y estaban las personas de ahí nada más, era solo un pueblo fantasma que ni daba ganas de vivir ahí porque te sentías triste todo el tiempo, pero ahora tu sal un domingo y hay un montón de gente y nos ves a nosotros sonriendo.

**N° de registro: 2**

**Nombre del entrevistado:** Carlos Vallona

**Lugar de nacimiento del entrevistado:** Piura

**Tiempo de residencia en el distrito:** 5 años

**Centro de labores del entrevistado:** Tienda propia

**Horario de inicio de la entrevista:** 8:54 a.m.

**Horario de término de la entrevista:** 9:02 a.m.

**Lugar de la entrevista:** Antioquia

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Tengo 5 años viviendo en Antioquia.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Antioquia era un pueblo solitario sin gente, no se veía tanta gente transitar era tranquilo, pero sin alegría, no había negocios y el suelo no tenía esto que ven, las piedras.

#### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Sí, hay algunas casas que las han mejorado para hacer casas de hospedajes y restaurantes, el tema del mantenimiento de las paredes si está en proceso aun Porque vino la ONG para revisar otra vez y se dieron cuenta que las pinturas se están deteriorando con el tiempo. Aparte indicaron que lo iban a volver a pintar para que tenga otra cara.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Al menos se ve más vivo el pueblo, porque si tu hubieras venido antes del 2004 parecía un pueblo fantasma, solo veías calles y puertas cerradas. Hoy en día ves calles, ves pinturas, gente transitando y los fines de semana y feriados los carros no entran aquí es bastante económicamente visible y socialmente es rentable, mientras en lima es invierno aquí está en pleno sol.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Los alojamientos de aquí son casas de hospedajes que seguramente por la economía de los lugareños que no pueden poner aire acondicionado, televisiones de 50 pulgadas, baño propio todo ello está en plena mejora. Se está haciendo algunos proyectos con el gobierno regional para que pueda incentivar y darle una mejora a todo.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Todos los restaurantes son buenos, pero hay algunas que por la cantidad no se abastecen y los turistas al esperar se molestan y se van y también el servicio que brindan no debe ser tan bueno como otros restaurantes más caros.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
La ONG SIEC, el alcalde también tuvo que ver en si hubo un proyecto en conjunto con la población y aparte que el proyecto fue incentivado por la comunidad no por la municipalidad.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Sí, porque da las facilidades de limpieza, centros de atención al turista. De alguna manera yo creo que la mayor actividad que ve la municipalidad es que los turistas se sientan mejor acá por un desarrollo urbano.

#### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Es una buena alternativa de negocio rentable turístico y esto no se va acabar. Me siento feliz porque veo gente y personas que apuestan por el pueblo, quieren que siga creciendo y eso me da alegría y también las casas pintadas, ya no se ven aburridas y feas, hasta mi propia casa ya tiene vida.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Son muy buenos ya que no llevan procesos químicos y no llevan perseverantes ya que generalmente son dañitos para la salud y en si son naturales por lo que no dura mucho tiempo, pero vale la pena consumirlos, anímense a llevarse algunos no se van a arrepentir.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Si me siento contento y no solo yo si no todos los que viven acá estamos muy felices y seguramente que con el tiempo vamos a seguir creciendo y mejorando los servicios.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Dicen que todo pasado tiene un por qué, en si Antioquia era muy triste, era fantasmal, no tenía vida y a nosotros nos compartía esa tristeza, mucha gente no salía de sus casas porque no tenían mucho que hacer afuera más que ver la tierra y no escuchar nada.

Evidencia fotográfica



Fuente: *Elaboración Propia*

**N° de registro: 3**

**Nombre del entrevistado:** Pablo Emilio Escobar García.

**Lugar de nacimiento del entrevistado:** Lima

**Tiempo de residencia en el distrito:** 7 a 8 años

**Centro de labores del entrevistado:** Lima y Antioquia

**Horario de inicio de la entrevista:** 9:33 a.m.

**Horario de término de la entrevista:** 9:40 a.m.

**Lugar de la entrevista:** Antioquia

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Tengo 7 a 8 años viviendo aquí.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Era un pueblo pobre que no tenía muchas turistas, no había negocios ni vida. Caminabas y parabas tistes, es algo difícil de explicar, ahora es como un sueño, ya no sientes lo que se sentía antes, el suelo no tenía estas piedritas, no había colores en todas partes.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Solo ha mejorado la fachada y el pintado lo demás sigue igual, necesitamos hacer más cambios que valgan la pena para seguir adelante.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
El impacto que ha sido son las fachadas nada más y el suelo empedrado.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
No porque esto aún sigue estando en desarrollo y además la gente no está capacitada y no sabe del turismo. Debería ver por parte del gobierno capacitaciones en como atender, servir al turista, dar cursos de inglés para tener mejor comunicación.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Los restaurantes "SABOR Y COLOR PIONERO" fue el primer restaurante de Antioquia que empezó aquí, en la cual vendían truchas camarones, los dueños empezaron ahí de la cual cocinaban muy rico, pero por otros lados solo eran menús. Los restaurantes han mejorado de un 100 % solo un 40 % ha mejorado.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Fue primeramente el alcalde y luego fue un señor en el 2010, creo que también se incluyó una ONG CIED, no estoy muy al tanto de ello, pero maso menos es así, lo que ya ves es más que nada lo que se ha cambiado.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
En dos periodos que no existe, si tu fueras a preguntar a la plaza sobre turismo, no saben ellos, anda pregúntales, no saben nada, necesitamos profesionales en turismo para poder seguir adelante, no tenemos conocimiento y a ellos de la Municipalidad les falta eso, pero no hacen nada para cambiar, creo que hasta yo se mas de turismo que ellos jajaja.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Yo me siento muy agradecido porque me brinda un trabajo no solo a mi sino a muchas personas que son de escasos recursos y nos ha ayudado a poder seguir viviendo porque antes no había ni para comer.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Son muy agradables, no soy fanático, pero si son ricos. La palta es exquisita en Antioquia por eso hasta hay helado, es muy famoso aquí, deberían probarlo.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
No todavía no estoy tan contento porque pienso que debería ver más como los deportes de aventura que no hay y que se podría ofrecer porque si podríamos, se tiene bastante aquí pero no se hace nada y eso me molesta.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Antiguamente era más tranquilo no había delincuencia, se podía caminar más tranquilo y hasta dejar tus cosas en un lado y no se lo llevaban para nada. Ahora ha bajado la delincuencia, pero al principio si estaba grave la cosa.

**N° de registro: 4**

**Nombre del entrevistado:** Beatriz

**Lugar de nacimiento del entrevistado:** Cuzco

**Tiempo de residencia en el distrito:** 30 años

**Centro de labores del entrevistado:** Tienda en Antioquía, Cieneguilla

**Horario de inicio de la entrevista:** 10:30 am

**Horario de término de la entrevista:** 10:35 am

**Lugar de la entrevista:** Antioquia

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Tengo viviendo aquí como 30 años.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Sé que había problemas de que el pueblo se negaba a que sea pintado, porque es una inversión fuerte pero luego poco a poco según las versiones, yo soy profesora y yo daba clases a los alumnos trabajo para la municipalidad y también soy orientadora turística e indagando que el pueblo no quería, vi una foto que un señor tenía por aquí de hace tiempo, todo era de adobe pero el municipio o la ONG que ha ganado el concurso, nos ha prometido darnos el tarrajeo y la pintura, uno a uno no querían pero al final aceptaron, la mayoría aceptó, lo único que hace años ha sido pintado y la gente y los turistas pide que sea retocado porque los pobladores, la calor, el sol, el frío, el huaico lo ha ido deteriorando.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Si porque la mayoría tanto como la infraestructura y los negocios, porque yo vendo y empezaron uno y dos y ahorita hay cantidad de negocios, ahora hasta hay pistas, empedrado del suelo, alumbrado eléctrico.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Que viene los turistas, por el retablo más grande, la mayoría que me viene a comprar me dice acá no hay Antioquia debería decir Colores para Antioquia representado por la comunidad Espíritu Santos como decir Lima capital, representado por la palomita en la plaza y ya por eso mayormente sacamos tratando de sacar cosas del espíritu santo y de los colores
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Poco, poco porque bueno como yo estoy acá prácticamente a veces como orientadora, me dicen señora no hay alojamiento y entonces los mandó afuera del pueblo, Cocha huayco, Pampilla, los mando allá donde hay alojamiento, acá les falta mejorar, no se abastecen porque no hay muchos hospedajes y también no tienen todas las comodidades necesarias para ofrecer el precio que dicen, es como pedir mucho para dar poco.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Bueno de todo como todo lugar se cuestionaba, bueno también era antiguamente había pocos 2 o 3 restaurantes, pero ahora hay gran afluencia, hay un gran desborde de público que a veces salen contentos y como no contentos.
7. ¿Conoce quien promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Que yo sepa, es el mismo pueblo, municipalidad, el alcalde que han traído Miguel Ángel, como yo te digo hay un señor que tiene las fotos de Antioquia, en la esquina, su nombre no lo sé, pero es más conocido como pituco.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Bueno ahorita estoy desligada, pero creo que sí porque ahorita está haciendo una feria aquí abajo promoviendo el turismo y los productos de Antioquia, pero puedo decir que sí.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Bueno cuando yo vine a trabajar como les digo, que bonito y todo, pero ya me acostumbré y veo los halagos de la cantidad de turistas, veo lo bueno y lo malo porque hay turistas que se van contentos y vienen descontentos o de lo contrario dicen que encuentran una tranquilidad y mayormente todos acá tratamos de mantener limpias nuestras calles.

10. ¿Qué sensaciones le transmite a usted los manjares hechos por los mismos pobladores de Antioquia?  
Manjares, mayormente son frutas, estas frutas por ello han venido la ONG a enseñar eso y son pocos las personas que han aprendido a hacer la elaboración y la mayoría de centros de elaboración están en Cocha huayco, y hacen productos y ellos abastecen aquí a Antioquia y mayormente son sin conservantes por eso pueden caducar en dos o tres días y si lo han abierto deben comerlo, para mí son ricos, yo los disfruto y espero que todos los demás también lo hagan.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Claro porque yo vivo de eso, todos viven de eso, las personas con las que nos contactamos de acá tratamos de que llevarnos bien y que el turista se sienta contento, aunque a veces no cumplimos con las expectativas que decimos, pero tratamos que se vaya contentos
12. ¿Qué sentimiento guarda usted del pasado de Antioquia?  
Pues de cómo pudo haber sido así, te estoy hablando de hace como Yungay, antiguamente después del terremoto esa palmera, la puntita de Yungay es un cambio diferente y ahora como es, es igualito aquí en Antioquia, como era desolado triste más bien algunos dicen amo la antigüedad la tranquilidad porque aquí se llena parece procesión, en feriados se llena, los restaurantes se llenan.

*Fuente: Elaboración Propia*



**N° de registro: 5**

**Nombre del entrevistado:** Genoveva Robles Muñoz

**Lugar de nacimiento del entrevistado:** Ayacucho

**Tiempo de residencia en el distrito:** 30 años

**Centro de labores del entrevistado:** Vive vendiendo membrillo ambulatorio

**Horario de inicio de la entrevista:** 12:00 pm

**Horario de término de la entrevista:** 12:05 pm

**Lugar de la entrevista:** Antioquia

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Vivo aquí desde chiquita, hace como 30 años.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Era descolorido, entre el público se puso de acuerdo para que lo pintara y haya más atracción y turistas, no había piso, solo tierra, no teníamos tantos restaurantes ni hospedajes, negocios no había porque las personas se iban a Lima a vender sus productos.

#### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Sí, bastante, en todo ha cambiado, el suelo, alumbrado eléctrico, ahora hay transporte para poder ir de por aquí y por allá, ahora ya todos tienen agua, hasta yo.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Pistas, muy poco, pero si bien y las casas, las casas son el primer cambio que una persona ve, los colores, el material porque antes era todo de adobe, eran tiempos difíciles.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
No se cómo contestar eso ya que es dependiendo de la apreciación de la persona, pero ya que me pides una respuesta creo que les falta mucho a los hospedajes aquí porque no hay muchos cuartos para los turistas, cobran muy caro y no tienen tantos servicios y los turistas quieren wifi y eso no tienen.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Si, cocinan rico, tenemos platos buenos como el choncho, camarones y otros platos más, en eso no me quejo, pero eso si la atención no sé cómo será, me imagino que si les faltará.
7. ¿Conoce quien promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Sí, el alcalde, la comunidad, vino la ONG de otro sitio creo que se llamaba CIED y tenía algo que ver con la católica o algo así, la verdad que no estoy muy enterada de ello, pero la población también tuvo que ver, ellos quisieron hacer el cambio total y así fue.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Sí, no al 100% pero si está ayudando un poco, aunque con ni con este alcalde ni con el anterior no hay algún gran cambio, pero bueno que se puede hacer? Solo tenemos que esperar que se les prenda el foquito para empezar a realizar proyectos.

#### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Me siento bien alegre porque vienen bastantes turistas en los feriados.
10. ¿Qué sensaciones le transmite a usted los manjares hechos por los mismos pobladores de Antioquia?  
Si, son ricos, justo la CIED nos enseñó a cómo preparar nuestros manjares y poder venderlos, de ahí ya vienen los negocios. Los helados son riquísimos, el de palta ni que decir.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Si me siento contenta porque a mí también me ayuda en mi negocio, así vendo y puedo mantenerme en mi día a día.
12. ¿Qué sentimiento guarda usted del pasado de Antioquia?  
Si se era decaído, no había público mucho, ahora sí hay, es más alegre.

**N° de registro: 6**

**Nombre del entrevistado:** Narcisa Solón Isaura

**Lugar de nacimiento del entrevistado:** Langa Huarochirí

**Tiempo de residencia en el distrito:** 24 años

**Centro de labores del entrevistado:** Comerciante

**Horario de inicio de la entrevista:** 1:05 pm

**Horario de término de la entrevista:** 1:10 pm

**Lugar de la entrevista:** Antioquia

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Tengo 24 años viviendo en Antioquia.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Recuerdo que era un pueblito triste igual como todos los pueblos, era fantasma, no había tantas personas caminando por la calle.

#### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Sí, pero falta un poco de mantenimiento, pero el proyecto se ha hecho, pero falta conservarlo e implementar más cosas porque aún tenemos mucho que mejorar.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
La economía de los pobladores, ya se están dedicando al negocio y al comercio, al mismo producto le dan un valor más al mismo producto, antes todo el mercado y lo que venía y costaba, el productor tenía que conformarse porque no tenía donde más vender y como productor, por ejemplo, ahora producen néctar y licor.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Un poquito de subido de precio a mi parecer porque he entrado a un hospedaje y no tienen las comodidades que deberían brindar con los costos que tienen, me gustaría que haya servicios como Wifi porque se necesita estar conectados. La atención debe tener cuidado con ellos.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
En parte sí porque varios turistas se ven felices, yo como así menú, el menú de acá es bueno y el de más arriba también pero siempre los productos dicen trucha, debería haber más productos de la zona, por ejemplo, hay camarones, pero aquí ya no hay camarones, poquito no más u otros productos que tiene nuestra linda Antioquia.
7. ¿Conoce quien promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
No sé quien propuso, pero sé que en una reunión de comunidad se eligió el diseño, las flores, las mariposas porque había otra opinión de manzanas y membrillos así pintar, pero al final se quedó después eligieron las palomitas.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
No sabría decirles, no estoy muy enterado del tema, imagino que si porque aún vienen turistas a nuestro pueblo.

#### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Me parece bien, es una manera de atraer a los turistas, le da más vida al pueblo, me transmite felicidad, alegría, cosas positivas.
10. ¿Qué sensaciones le transmite a usted los manjares hechos por los mismos pobladores de Antioquia?  
Sí, hay productores que hacen muy buenas mermeladas, he probado todos los productos, son buenos, pero hay para elegir como para el cliente mismo.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Si solo que hay que incentivar más a la gente por ejemplo como te digo del hospedaje, si alguien te cobra 80 soles nunca más vas a querer venir u hospedarte a menor precio.
12. ¿Qué sentimiento guarda usted del pasado de Antioquia?  
Todo el mundo pasaba por arriba y abajo, nunca te llama la atención, pero antes nadie preguntaba, pero ahora dicen Ya llegamos a Antioquia! Y eso es bonito, ya no es triste como antes sino ahora todo es felicidad.

**N° de registro: 7**

**Nombre del entrevistado:**

**Consuelo Quispe**

**Lugar de nacimiento del entrevistado:**

**Lima –La Victoria.**

**Tiempo de residencia en el distrito:**

**Más de 20 años**

**Centro de labores del entrevistado:**

**Distrito de Antioquia y en la victoria.**

**Horario de inicio de la entrevista:**

**8: 40 am**

**Horario de término de la entrevista:**

**8:45 am**

**Lugar de la entrevista:**

**Distrito de Antioquia**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
20 años
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Era muy diferente, nosotros antes vivíamos de la agricultura, luego el proyecto nos cambió la vida y ahora nos dedicamos al turismo, no teníamos los servicios básicos, había escases de todo.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Sí ha mejorado bastante, tanto en las casas, pisos, hay luz, agua, hay transporte y las personas están felices.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
El pintado es uno de ellos, el empedrado, el transporte y el agua.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
No, creo les falta bastante, pero yo creo que todo es cuestión de asesoramiento y capacitación, necesitan más información de una atención excelente para mantener contentos a los turistas.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Ahorita la verdad que no porque les cobran mucho, en los precios yo creo que todo es falta de capacitación.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Primero le ha hecho un estudio la ONG CIED, también participo el alcalde y sobre todo los pobladores, todos éramos parte del proyecto, pero la CIED nos ayudó en ponernos manos a la obra, nos motivó.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
El anterior alcalde Ángel sí, pero el actual no apoya incluso trajo otros trabajadores que no son de la comunidad.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Muy bien, feliz h cambiado todo hay vida la visión es diferente.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Bien todo es muy rico los alfajores, las mermeladas.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Sí, estoy muy contento con el desarrollo del turismo ya que trae prosperidad a los negocios de las personas, felicidad y cosas así.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Muy triste, sin gua, sin luz todo era muy triste, ahora al menos pintamos piedritas y vendemos antes no era así.

**N° de registro: 08**

**Nombre del entrevistado: Elizabeth Tello**

**Lugar de nacimiento del entrevistado: Distrito de Antioquia**

**Tiempo de residencia en el distrito: 60 años**

**Centro de labores del entrevistado: En un restaurante**

**Horario de inicio de la entrevista: 10:11 am**

**Horario de término de la entrevista: 10: 14 am**

**Lugar de la entrevista: Distrito de Antioquia.**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Tengo 60 años viviendo aquí en Antioquia.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Un pueblo casi olvidado callado, no había turismo hasta que llego el pintado con una ONG y genero negocios para todos.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Si bastante, contamos con agua y desagüe, tenemos luz y el suelo también cambio. Con este proyecto cambiaron las casas, nuestras casas se mejoraron y se pintaron, nos da más alegría.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Cambios como aumento del turismo, así como las pistas y veredas.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Puede ser que si o como puede ser que no porque aún falta más implementación.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Todavía no, estamos en proceso.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Era un ingeniero que ya falleció.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Si participa.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Me siento muy contenta y alegre.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Si son muy ricos, nosotros mismos lo consumimos.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Si me siento contenta y me gustaría que siga surgiendo.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Triste, un pueblo abandonado y cuando venía a este pueblito, no había nadie todo era silencio.

### **Evidencia Fotográfica**



**N° de registro: 09**

**Nombre del entrevistado:**

**Estefany Castillo Huaringa**

**Lugar de nacimiento del entrevistado:**

**Lima**

**Tiempo de residencia en el distrito:**

**20 Años.**

**Centro de labores del entrevistado:**

**Fines de semanas–Antioquia, los días de  
semanas en – lima. (Comerciante).**

**Horario de inicio de la entrevista:**

**9:27 Am**

**Horario de término de la entrevista:**

**9:32 Am**

**Lugar de la entrevista:**

**Distrito de Antioquia.**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Actualmente vivo 20 años.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Antes que se inicie el proyecto era una zona tranquila, todos se dedicaban a la agricultura, no había turismo, los pobladores se dedicaba al sembrío de papas, camotes.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Si ha mejorado bastante.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Se mejoró la calidad de vida para todos los que vivimos acá, atreves del turismo tenemos mejor economía.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Falta mejor muchas cosas en calidad de servicios.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Estamos mejorando en eso, tenemos más restaurantes que hospedajes.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Se promovió gracias a una ONG, el alcalde junto a los pobladores en esos tiempos, primero fue una propuesta en reunión con los pobladores no aceptaron, no fue tan fácil por la mayoría, son familias conservadoras, las casas eran pintados de diferentes colores.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Bueno todavía falta bastante, es que no hay profesionales en el área, eligen personas que les falta capacitar en esa área, por eso tampoco hay crecimiento turístico, no hay un ordenamiento, por eso en fiestas patrias hay más demanda de turistas ese mes es un caos porque hay demasiada gente no se puede abastecer, eso es el problema.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Bueno me gusta, me encanta como te digo viene acá desde niña y era muy diferente con sus colores me siento feliz, al ver una pared pintada.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Son agradables porque son propios frutos, en caso los membrillos de las manzanas, néctar son deliciosos mucho más cuando lo prepara uno mismo, es más rico.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Sí, me siento contenta porque en realidad no me imaginaba que algún día podríamos vivir del turismo, cuando era niña jamás imagine que acá iban a venir tantos turistas.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Bueno era un pueblo tranquilo demasiado tranquilo me sentía un poco triste, además las personas se dedicaban a tomar muchos los domingos, incluso los días lunes la mayor parte de los hombres, ahora se dedican más tiempo al trabajo.

**N° de registro: 10**  
**Nombre del entrevistado: Lidia Huaranga Torres.**  
**Lugar de nacimiento del entrevistado: Distrito de Antioquia.**  
**Tiempo de residencia en el distrito: Desde que nací – 73 años.**  
**Centro de labores del entrevistado: La chacra y la casa.**  
**Horario de inicio de la entrevista: 8:33 am**  
**Horario de término de la entrevista: 8:36 am**  
**Lugar de la entrevista: Distrito de Antioquia.**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
73 años viviendo en el distrito de Antioquia.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
No tenía pintados hasta que vino una ONG nos propuso hacer pintados a las casas para tener más acogida.

#### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Si ha cambiado bastante por el pintado que le han hecho.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
El implemento de luz y la mejora da pista empedrado.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Unos cuantos sí, pero no todos.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Hay variados alguno si otros no, les falta más atención.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Una ONG, en la plaza hay una placa para que lo pueda ver.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Si participa, poniendo ferias.

#### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Estoy muy contenta puedo hacer negocio.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Son muy ricos, se hace de la misma fruta que se produce aquí.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Si estoy contenta con todo.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Triste porque antes no había turistas.

**N° de registro: 11**  
**Nombre del entrevistado: Jeiner Castro**  
**Lugar de nacimiento del entrevistado: Lima**  
**Tiempo de residencia en el distrito: 30 años**  
**Centro de labores del entrevistado: Hospedaje Gloria de Dios – Antioquia.**  
**Horario de inicio de la entrevista: 9:54**  
**Horario de término de la entrevista: 11:06 a.m.**  
**Lugar de la entrevista: Distrito de Antioquia**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
Ya aproximadamente unos 30 años, literal estoy aquí desde que nació.
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Antes del proyecto no existía el turismo era un pueblo dedicado a la agricultura gracias al proyecto fue como un gancho también gracias al ministerio de turismo nos ayudó con las propagandas para que la gente conozca poco a poco.

### COGNITIVO

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Si porque hay un aumento en inmuebles hay gente que está viniendo que tenían sus casitas abandonadas ahora si lo están usando lo están arreglando, la idea es mantener la identidad que no pierda el concepto de pueblo, hay muchas casas que parecen casas de lima, está creciendo el pueblo.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Si claro antes la mayoría de las casas eran de adobe, entonces en ese aspecto la gente ya invertido un poco más ya lo hacen con material noble pintadita.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
Hay de todo dependiendo del turista hay personas que vienen y que realmente quiere desconectar quiere disfrutar su tranquilidad, yo creo que Antioquia se está vendiendo mal incluso para el mismo pueblo.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
En un porcentaje del 20% por un tema de inversión, la gente se está quejando por un tema de servicio, pero en comidas no se quejan porque todo es delicioso.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Bueno vinieron la universidad católica comenzaron analizar esta cerca de lima tiene buen clima, hubo empresa privada que empezó apoyar también el alcalde primero se pintó la iglesia el colegio así con los pajaritos y las flores.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
No, tratamos formar comité con el alcalde en reuniones, pero nunca se apareció en las reuniones.

### EFFECTIVO

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Me siento bien porque aquí he vivido toda mi vida, ahora lo veo más vivo y tiene una característica especial así que como gancho comercial está bien pero no puede quedarse ahí.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Es muy buena la mermelada de manzana lo que falta es hacer un enlace para poder ofrecer en súper mercados algo así porque los productos si son muy buenos.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Creo que cada uno baila con su propio pañuelo yo me siento satisfecho en el tiempo que estoy, si he crecido tengo enlaces con agencias hay gente que me recomienda, pero es un tema de estar ahí de invertir que las cosas vayan caminando.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?

Evidencia fotográfica



*Fuente: Elaboración Propia*



**N° de registro: 12**

**Nombre del entrevistado: Nerica Jañau.**

**Lugar de nacimiento del entrevistado: Antioquia**

**Tiempo de residencia en el distrito: 40 años**

**Centro de labores del entrevistado: Guía de turismo**

**Horario de inicio de la entrevista: 10:19 a.m.**

**Horario de término de la entrevista: 10:23 a.m.**

**Lugar de la entrevista: Antioquia**

1. ¿Cuántos años tiene usted viviendo en el pueblo de Antioquia?  
40 años
2. ¿Usted cómo describiría Antioquia antes del proyecto Colores para Antioquia?  
Mayormente nosotros vivíamos de la agricultura.

### **COGNITIVO**

3. ¿Considera que la infraestructura del pueblo de Antioquia ha mejorado con el tiempo?  
Si mucho, en casi todo, casas por los colores, carreteras, pistas como ven ya es con piedra antes solo había tierra, negocios a montón.
4. ¿Qué cambios puede visualizar con la remodelación de Antioquia?  
Se ven las calles más limpias, las fachadas de los mismos usuarios que los pintan y en todo está mucho mejor como el piso que lo han cambiado mejor.
5. ¿Usted considera que el alojamiento que ofrece Antioquia es adecuado para el turista?  
No es tan buena ni mala.
6. ¿Usted considera que el servicio de restaurantes que ofrece Antioquia cumple con las expectativas del turista?  
Si algo, pero tampoco no están capacitados como para las emergencias de primeros auxilios.
7. ¿Conoce quién promovió el proyecto Colores para Antioquia?  
Fue la ONG que en ese entonces que se llamaba la CIED y junto con el alcalde se unieron.
8. ¿Considera que la municipalidad de Antioquia participa en el turismo?  
Señora: Si claro.

### **EFFECTIVO**

9. ¿Cómo se siente usted con respecto al pintado de Antioquia?  
Me siento muy orgullosa de que este pintado mi pueblo.
10. ¿Qué sensaciones le trasmite a usted los manjares de Antioquia?  
Lo que se produce es el vinagre que es de la manzana y el membrillo como se dice tenemos licor de manzana, mermelada, néctar, machacado y son ricos.
11. ¿Usted se siente contento con el desarrollo del turismo que está teniendo Antioquia?  
Claro que sí.
12. ¿Qué sentimientos guarda usted del pasado de Antioquia?  
Antes Antioquia era mucho más tranquilo como le digo las personas eran humildes y no existían robos, pero hoy en día si lo hay y por otro lado hay entradas de turistas.

Evidencia Fotográfica



*Fuente: Elaboración Propia*

## Anexo 10: IMÁGENES



*Figura 1.* Comunidad Campesina de Santa Rosa de Chontay Antioquia – Huachichirí



*Figura 2.* Pueblito de Antioquia.



Figura 3. Centro laboral del poblador.



Figura 4. Casa de un poblador



Figura 5. Iglesia de Antioquía



Figura 6. Mapa del distrito de Antioquía



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
N° 050 – 2019/EP-ATH-TI

El presidente y los miembros del Jurado Evaluador designado con Resolución Directoral N° 111-2019-UCV- LN/EP-ATH-DPI de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería acuerdan:

PRIMERO:

Aprobar por unanimidad (X)  
Aprobar por mayoría ()  
Desaprobar ()

El Trabajo de Investigación presentado por el (la) estudiante:

AQUINO MOYA, LAURA ZENOVIA

FERNÁNDEZ BARRA, CAROLINA YESENIA

TAYPE TARDEO, DIANA ESTEFANÍA

“Percepción del poblador respecto al acondicionamiento  
turístico en el distrito de Antioquía, 2019”

SEGUNDO: Al culminar la sustentación, el (la) estudiante obtuvo el siguiente calificativo:

NÚMERO	LETRAS	CONDICION
14	CATORCE	UNANIMIDAD

Presidente MAGÍSTER RUIZ PALACIOS, MIGUEL

Firma

Secretario MAGÍSTER GONZALES JARA, CAROLINA

Firma

Vocal DOCTOR JARA MIRANDA, ROBERT

Firma

Los Olivos, 11 de febrero de 2021



Somos la universidad de los  
que quieren salir adelante.



## Declaratoria de Autenticidad del Asesor


Yo, Dr. Jara Miranda, Robert Alexander, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales / Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte asesor del Trabajo de Investigación titulada:

“Percepción del poblador respecto al acondicionamiento turístico en el distrito de Antioquía, 2019” de los autores Aquino Moya, Laura Zenovia; Fernández Barra, Calorina Yesenia y Taype Tardeo, Diana Estefanía, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Los Olivos, 11 de febrero de 2021.

Apellidos y Nombres del Asesor: Jara Miranda, Robert Alexander	
DNI 42312593	Firma 
ORCID 0000-0002-2950-3758	