



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Impactos de las redes sociales en las lomas del Paraíso en el
distrito de Villa María del Triunfo, 2019**

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

AUTOR(ES):

Aranda Elejalde, Soledad Pamela (ORCID: 0000-0003-2655-2180)

Espinoza Rojas, María Rosa (ORCID: 0000-0001-9735-0848)

Hurtado Tobies, Ellen Zuleidy (ORCID: 0000-0002-6442-1483)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Patrimonio y recursos turísticos

LIMA –PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedicamos a nuestros padres quienes a lo largo de nuestras vidas nos han apoyado y motivado en nuestra formación personal y académica, creyeron en nosotros en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a los profesores que nos brindaron sus conocimientos, tiempo y paciencia. Por último, damos las gracias a nuestros padres que nos apoyaron y estuvieron ahí para nosotros a lo largo de nuestra carrera

Índice de Contenidos

Carátula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de Tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III.METODOLOGIA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	18
3.3. Escenario de estudio.....	18
3.4. Participantes.....	19
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.6. Procedimientos.....	19
3.7. Rigor científico.....	20
3.8. Método de análisis de información.....	21
3.9. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
V. CONCLUSIONES.....	33
VI. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Validación de expertos.....	8
Tabla 2. Matriz de consistencia.....	38
Tabla 3. Matriz Apriorística.....	40

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1.....	98
Figura 2.....	98
Figura 3.....	99
Figura 4.....	99
Figura 5.....	100
Figura 6.....	100
Figura 7.....	101
Figura 8.....	101

Resumen

El presente trabajo de investigación analiza los impactos de las redes sociales en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019. La metodología que se empleó es de enfoque cualitativo porque se busca comprender los impactos de las redes sociales, la muestra estuvo conformada por pobladores y visitantes que llegan a las lomas del Paraíso a través de las redes sociales.

En cuanto a los resultados, los impactos generados por las redes sociales directas e indirectas han sido frecuentes, debido a que se ha propagado información errónea tales como, fotografías, comentarios y publicaciones que han perjudicado la zona; asimismo, ha generado molestias a la población ya que, son los encargados de realizar el mantenimiento y la protección a las lomas.

Finalmente, tiene como conclusión que los impactos de las redes sociales que han sido promocionados por Facebook de manera positiva debido a las publicaciones y fotos de algunos visitantes, ya que, eso lo ha hecho conocido, pero no ven lo que sucede en el lugar porque, las lomas del Paraíso es un espacio frágil y no puede recibir muchos visitantes al día.

Palabras clave: Medios sociales, Periódico, Efecto de las actividades humanas.

Abstract

This research analyses the impacts of social networks in the hills of El Paraíso in the district of Villa María del Triunfo, 2019. The methodology used is of qualitative approach because it seeks to understand the impacts of social networks, the sample was made up of residents and visitors who come to the hills of Paradise through social networks.

As for the results, the impacts generated by direct and indirect social networks have been frequent, due to the propagation of erroneous information such as photographs, comments and publications that have damaged the area; likewise, it has generated discomfort to the population since they are in charge of carrying out the maintenance and protection of the hills.

Finally, it has as a conclusion that the impacts of the social networks that have been promoted by Facebook in a positive way due to the publications and photos of some visitors, since that has made it known, but they do not see what happens in the place because, the hills of Paradise is a fragile space and it cannot receive many visitors a day.

Keywords: Social media, Newspaper, Effect of human activities.

I. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son una fuente de información para todos aquellos que hacen uso de estas, sin embargo, no todos los datos que brindan son verídicos y algunos usuarios distorsionan la información por ello, se observa que en algunos casos los más afectados son los atractivos turísticos. Ya que, los medios de comunicación influyen en los turistas a tal punto que estos vulneran e impactan de forma negativa y más en las áreas naturales porque, se llega a perder y extinguir especies de flora y fauna. Por ello, es importante utilizar la tecnología para informar de manera correcta y denunciar a aquellos que fomentan una información errónea.

De la misma manera, Kato (2018) considera que muchos de los limeños no conocen las lomas que existe en Lima Metropolitana, llevando consigo a que las lomas se degraden y, asimismo, se pierda el ecosistema.

Con respecto al recurso turístico sobre las rutas de acceso a la zona con el fin de llegar al Apu Siqay y a la observación del colchón de nubes, la cual está ubicado en una de las cimas de las lomas. Esto trae consigo, una gran propagación de publicaciones sin medir las consecuencias de un turismo masivo e irresponsable que incitaron la visita a Las Lomas del Paraíso por medio de las redes sociales, páginas de viajeros, agencias de viajes, etc. En consecuencia, sobrepasando su capacidad de carga y afectando de esta forma los caminos creados por los pobladores locales y a su vez perjudicando la biodiversidad del lugar.

En cuanto a las redes sociales indirectas, muchas de estas no son usadas de manera seguida o muchas personas desconocen de esta red social donde muchos blogueros comparten su experiencia mediante esta red social, asimismo, en esta red social podemos encontrar información profesional donde encontramos que blogueros citan a otros autores y asimismo brindan su punto de vista.

Por ello, para el problema se realiza la siguiente pregunta, ¿Cuáles son los impactos de las redes sociales en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019?; los problemas específicos son: ¿Cuáles son los impactos de las redes sociales directas e indirectas en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019? y ¿Cuáles son los impactos de las redes sociales directas e indirectas en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019

La justificación de la realización de este trabajo de investigación es que hoy en día, las redes sociales son manejadas constantemente por todo tipo de usuarios de distintas edades, género y condición social. Asimismo, estas son herramientas útiles para la búsqueda de información, también se utilizan para dar a conocer temas importantes y actualizados que sucede en el mundo y a su vez las empresas para llegar a nuevos clientes, es por ello, por lo que existen plataformas como: Facebook, Instagram y Twitter que son usadas según los intereses de los usuarios. Por ende, el impacto de la social media en la vida cotidiana, en la sociedad y la naturaleza es de gran escala.

El presente trabajo se dará a conocer los impactos que se generan debido al marketing inconsciente que se realiza mediante las redes sociales, de esta manera se beneficiará a las Lomas del Paraíso, ya que, que la población y el Estado a través de esta información podrán dar solución a este problema y de esta forma proteger esta área natural.

El beneficio que la población recibe a través de este trabajo de investigación es que tomarán conciencia de cómo está siendo afectada de forma negativa el recurso natural que poseen y que realizar las acciones pertinentes, los pobladores se beneficiarán porque tendrán un ambiente sustentable que le proporcionará oxígeno limpio a esta y a las siguientes generaciones. Además, que preservar el destino le traería turismo al lugar y de este modo ayudará a desarrollar una de las principales economías en las Lomas de Paraíso.

La investigación aporta en la parte metodológica porque se analiza la importancia de las redes sociales en el turismo, actualmente se debe tener en cuenta en las opiniones que constantemente publican los usuarios de distintos productos y servicios de tal manera que la información no se distorsione cuando llegue a manos del consumidor.

El proyecto tiene como objetivo general; analizar los impactos de las redes sociales en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019; los objetivos específicos planteados es conocer los impactos de las redes sociales directas y

conocer los impactos de las redes sociales indirectas en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo con los antecedentes internacionales, Sánchez, Correia y Matos (2019) en el artículo científico La imagen de los países sudamericanos como destinos turísticos a través de su red social de Facebook oficial, analiza de forma general el papel que ocupa el marketing virtual en la actividad turística, el cual menciona que las redes sociales son uno de los fenómenos virtuales de mayor crecimiento de la oferta y demanda turística debido a los servicios, información y promoción que estas brindan. También, se observa que estas han empezado a evolucionar y transformar el comportamiento del consumidor, de tal forma que el cliente comparte sus experiencias y tiene la facilidad de publicarlas por estos medios. De acuerdo con el artículo científico, las redes sociales virtuales son uno de los medios que brindan informaciones y promociones, del cual una parte son reales y coherentes con los servicios turísticos que se ofrecen como, por ejemplo, las diferentes páginas realizadas por agencias de viaje o empresas privadas de tal manera.

Asimismo, Sánchez, Martínez, Juanatey y Rodríguez (2019) en el artículo científico Redes sociales y promoción de destinos turísticos termales de la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal los autores mencionan que las tecnologías de información y también la comunicación (TIC) han generado grandes cambios en la forma como los destinos turísticos se promocionan, ya que, por estos medios se dan a conocer buscando así que el número de viajeros aumente. Asimismo, las TIC's afectan la manera los turistas se preparan y/o toman la decisión de viajar e influye en que estos se vuelvan cada vez más exigentes, del mismo modo, los medios de comunicación contribuyen a que la gestión y la manera en cómo los atractivos reciben a los visitantes cambie. De acuerdo, con lo mencionado anteriormente se concluye que los productos ofrecidos en el sector turismo se pueden modificar de acuerdo a cómo se maneje la información de estos, porque cuantas más personas estén conscientes y tengan más conocimiento puede afectar en gran medida en la oferta turística en todos los ámbitos.

Sánchez, Correia y Matos (2018) en su artículo científico Análisis de las Redes Sociales como Instrumento de Comunicación en los Destinos Turísticos del Algarve dicen que hoy en día, muchos de los que utilizan la web han dejado de ser simples espectadores para convertirse en parte de la red, un ejemplo de

ello son las páginas donde los usuarios dan su opinión y/o puntuación acerca de algo como Tripadvisor, de esta forma existen una gran variedad de estos con el mismo fin, que es ayudar a los demás usuarios a decidir. La tecnología ha llegado a tal punto en que se observa que los demandantes y los ofertantes han creado su propio mercado, en el cual realizan la venta - compra, ello se observa en las agencias que tienen su página web; esto es conocido también como web 2.0. Por ello, la conexión del cliente y de las empresas que son dueñas de las páginas es bidireccional, y por ende, las organizaciones deben seguir adaptando las recientes tecnologías las cuales deben de satisfacer las necesidades de los clientes virtuales, ello es vital y más en el Turismo en el cual se venden servicios, los cuales son intangibles.

Paniagua y Huertas (2018) en su artículo científico de Credibilidad sobre los medios sociales de los destinos turísticos publicado en la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, el cual tiene como objetivo analizar a los turistas que hacen uso de las redes sociales cuando realizan un viaje a un atractivo turístico. Por ello, los autores concluyen que los turistas utilizan el internet antes del viaje para buscar información sobre destinos, precios, opiniones, actividades, entre otros; durante su travesía ya sea para poder movilizarse o para comunicarse, entre otras cosas; y por último lo utilizan después del viaje usualmente para dar su satisfacción o su descontento con el servicio y/o producto recibido. Además, los viajeros suelen tener más de diferentes cuentas en distintas aplicaciones (Facebook, Twitter, Instagram, etc.).

Piñeiro (2017) en el artículo científico Análisis de la Actividad y Presencia en Facebook y Otras Redes Sociales de Los Portales Turísticos de Las Comunidades Autónomas Españolas de la Universidad Politécnica de Cartagena mencionan que las empresas prestadoras de servicios turísticos usan las redes sociales para hacer una investigación de mercado de dichos productos para ser ofrecidos al cliente y puedan superar sus expectativas de forma positiva, de tal manera que resulte beneficioso para la empresa ya que puede mejorar la calidad de imagen de su marca y recibir buenos comentarios, recomendaciones que puedan aportar valor y se establezca en el mercado. Es por ello, que las empresas utilizan una manera de fidelizar al cliente como mandando mensajes o publicando

en plataformas las actualizaciones de su página presentando nuevos argumentos relacionados a zonas turísticas para que el turista pueda obtener la información actualizada y que ésta no afecte el lugar que visita. Para concluir, la relación del turismo con las redes sociales se ha ido consolidando año tras año, ya que es una herramienta útil para la promoción de servicios, productos y destinos turísticos.

Muchas personas acuden a las redes sociales para la búsqueda de ofertas y paquetes turísticos, dependiendo de las recomendaciones y comentarios de familiares y/o seguidores que confían y optan por esos servicios online. Asimismo, las empresas de turismo utilizan maneras de marketing para atraer al cliente y darle la confianza de sus servicios sin afectar la imagen de la marca.

De acuerdo con el antecedente nacional, Rios (2018) menciona en su tesis sobre la Implementación de las redes sociales y su impacto al servicio al cliente de la microempresa cecichería restaurante Leos de la ciudad de Pucallpa, 2018 de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, el cual tiene como objetivo establecer el manejo del marketing digital en las MYPES de acuerdo con los servicios en internet. Por ello, se concluye que las redes sociales mejoran la atención del cliente generando más beneficios en las microempresas.

Las redes sociales son importantes para una microempresa ya que, ayuda en la publicidad del negocio para que pueda atraer nuevos clientes. Por ello, muchas de estas empresas ven factible usar las redes sociales para generar nuevos ingresos, porque les resulta más económico realizar publicidad de su empresa a través de las redes sociales.

Según Atachi (2018) en su tesis sobre el Impacto de las Redes Sociales en los Recursos Turísticos culturales de la ciudad de Cusco, 2018 de la Universidad de Piura, el cual tiene como objetivo estimar el impacto que tienen las redes sociales en los atractivos turísticos culturales. Por ello, se concluye que los impactos generados en los recursos turísticos de Cusco han sido positivos por la afluencia de los turistas que han prestado interés por la ciudad de Cusco, ya que planifican sus vacaciones y visualizan promociones de viajes en las redes sociales.

Las redes sociales ayudan a analizar los impactos positivos o negativos hacia un recurso turístico el cual fue promocionado mediante estas. Los turistas

pueden elegir el destino, las promociones, etc.; por las redes sociales ya que generan mayor impacto positivo al momento de viajar.

Según Piminchumo (2018) en su tesis sobre Uso de redes sociales en la promoción de las agencias turísticas ubicadas en el Centro Histórico de la Ciudad de Trujillo, 2017 de la Universidad Privada del Norte, el cual tiene como objetivo determinar el uso de las redes sociales en la promoción de las agencias turísticas del centro histórico de la ciudad de Trujillo. Por ello se concluye, cuando aparece el Internet y el crecimiento de plataformas digitales han ayudado positivamente a las agencias turísticas ya que les permite publicar sus promociones y atraer al usuario consumidor de acuerdo con sus necesidades y preferencias favoreciendo el desarrollo económico de las empresas.

Astete (2016) en su tesis sobre la influencia de las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube) para la promoción de la provincia de Islay como destino turístico en los pobladores de Arequipa Metropolitana en el segundo trimestre del 2016 de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, tomando como objetivo poder saber la influencia que manejan las redes sociales para la promoción de la provincia de Islay en Arequipa así como en los atractivos turísticos. Esta tiene como conclusión, que las redes sociales es uno de los medios más importantes del siglo pero no está siendo usada correctamente para promover los atractivos turísticos de Arequipa por los pobladores y entidades públicas. Sin embargo, las redes sociales crean buena comunicación y retroalimentación ya que, ayuda a las empresas de poder aprovechar la tecnología a un menor costo.

Según Méndez (2016) en su tesis sobre la influencia del social commerce en el posicionamiento de los hoteles de 4 estrellas en la ciudad Chiclayo 2016 de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, tomando como objetivo buscar la influencia de las redes sociales en los hoteles de 4 estrellas en la ciudad de Chiclayo. Por ello, se concluye que el internet es una herramienta muy útil para crear marketing de publicidad de la marca o productos ofrecidos por empresas turísticas que utilizan el medio para crear un tipo de estrategia promocional, ya que no tiene un costo agregado.

Cabe recalcar que el turismo y las redes sociales están fuertemente relacionados porque desarrollan el potencial económico en las empresas

turísticas, de tal manera que se utiliza para realizar un tipo de estrategia y poder llegar a nuestro cliente de manera eficiente y confiable.

De acuerdo con las bases teóricas tenemos:

Las redes sociales actualmente han evolucionado al punto de tener influencia en el crecimiento social y económico del País, de tal forma que el comportamiento de los usuarios en estos medios ha sido muy espontáneo. De tal manera que se debe gestionar las redes sociales para no generar ni distorsionar las informaciones que se publican y se vulneran cada día.

Según Chaffey & Ellis Chadwick (2014) quienes definen la red social como el sitio que facilita la comunicación de un grupo de individuos, permitiendo el intercambio de mensajes y comentarios, puede ser variado el motivo del uso de la red social, ya sea, por la afición de viajes, noticias o simplemente por diversión de tal forma que unen individuos lejanos físicamente. (p. 9).

De acuerdo con lo mencionado, se describe como un servicio en línea, en el que los miembros de la red pueden establecer relaciones de amistad, afinidad, intereses comunes o simplemente por temas de negocio con personas cercanas, en distancia, y con aquellas que se encuentran en un país muy lejano al suyo.

Al respecto Fuchs (2014) menciona que las redes sociales son:
Social media is a complex term with multi-layered meanings, contains a lot of content information and is a tool for communication and for the maintenance creation of three types sociality: cognition, communication and community, so is a critically means, among other things, to engage with the different forms of sociality on the internet in the context of society. (p. 7).

Cabe recalcar que las redes sociales en la actualidad han permitido la interacción con otras personas debido a que utilizan constantemente plataformas como Facebook, Instagram, Youtube entre otras redes, las cuales son más utilizadas por el público joven.

De acuerdo con el enfoque antropológico el estudio de las redes sociales desde este punto de vista inicia después de la Segunda Guerra Mundial, al dar a conocer la necesidad de entender los comportamientos de las

sociedades que inician a adaptarse a su actual entorno y situación.

El enfoque metafórico enfatiza que los vínculos sociales de los individuos en cualquier sociedad se ramifican a través de la sociedad. Al respecto Requena (2005) define como una estructura y un sistema interrelacionado e interconectado, lo que ya va implicado dentro del concepto de estructura, además recalca que son redes transnacionales que y se adquiere la noción de interculturalidad como son las redes de inmigrantes e intervención social. (p .13).

Por consiguiente, se hace referencias a las redes personales de relaciones familiares, amistad, laborales o de apoyo en otros casos se pueden dar con organizaciones para intercambiar información, servicios, recursos, estrategias y actividades.

De acuerdo con el enfoque analítico el autor Según Mitchell (s. f) menciona el enfoque analítico/ formal busca especificar como esta ramificación de los vínculos sociales influencia el comportamiento de las personas involucradas en la red. (p. 10).

El enfoque analítico es un método de investigación donde se analizan las causas, sus efectos. Además, este enfoque ayuda a conocer su naturaleza, se puede analizar la conducta y poder instaurar nuevas teorías.

De acuerdo con el modelo cognitivo el autor define que las redes sociales influyen en el comportamiento cognitivo que:

El mecanismo cognitivo opera a través del comportamiento de los usuarios ante las aplicaciones de las redes sociales.

Según Kahneman (2014), menciona que la mente humana funciona en dos sistemas; el primero opera de manera rápida y espontáneo, sin ningún esfuerzo ni control. Por su parte, el segundo se enfoca en la atención y en las acciones mentales esforzadas incluidos al momento de concentrarse. De tal manera, que la mente se descontrola y están en constante actividad ante nuevas actualizaciones en las apps (p. 10).

De acuerdo con el modelo conductual los siguientes autores dan a conocer acerca de este tema:

Turel, Serenko (2012) mencionan que el modelo biopsicosocial o también

conductual es una de las habilidades sociales y sociocognitivas que complementa a la adicción a Internet amplificada a varios factores influyentes en el usuario con algunas experiencias conductuales, psicológicas y sociales. (p. 5).

El uso de las redes sociales influye hoy en día en la mente de los jóvenes quienes son los que están enganchados en las plataformas virtuales y han adaptado la comunicación y las relaciones virtuales considerando que tienen sus pro y contras ante el uso de estas.

El autor Lambert (2013) define Facebook como:

Facebook creates social and self expressive opportunities which previously did not exist. however, i argue against the idea that Facebook marks a radical paradigm shift in the way we construct our identities and interpersonal relationships, so certain commentators describe such a shift in relation to privacy and intimacy. it is said that users are no longer concerned with their own privacy, that we live in a new age defined by complicit sharing without negative consequences. (p. 3).

Según Rabassa (2016) reconoce que la manera más simple de empezar a crear una experiencia turística es mediante Facebook ya que te presenta todo tipo de información a toda preferencia de gustos de los usuarios, de tal manera que comparten las publicaciones en sus muros para que de esa forma llegue a otros usuarios promoviendo así la confianza o recomendando a un familiar, amigo o conocido.

El modelo de Instagram es definido por el Observatorio de Redes Sociales publicado por TheCocktailAnalysis (2016) el cual menciona que las personas acuden a Instagram por tal motivo que buscan la inspiración sobre lugares a los que pueden viajar, además que promocionan los destinos turísticos mediante fotografías o videos. (p. 17).

El usuario accede a este tipo de plataforma porque busca un contenido visual diferente más llamativo que no le cueste invertir mucho tiempo en verlo, la aplicación también permite subir fotografías y videos.

Instagram al tratarse de una red social exclusivamente fotográfica online ha influenciado, la publicidad, el marketing, la creación y la intención de compra.

Al respecto Kim y Stepchenkova (2015) menciona que, las

publicaciones realizadas de dispositivos móviles transmiten confianza, realidad y espontaneidad de manera que los turistas puedan compartir sus experiencias mediante estas plataformas. (p. 2).

De acuerdo con el autor, Twitter es una red social que cada vez tiene más influencia en las personas, porque cada día comparten los Tweets y se crean perfiles para estar al tanto de la información, a pesar de la situación económica o social que estos se encuentren.

Este modelo de YouTube, Según los autores Wattenhofer, M., Wattenhofer, R., Zhu, Z. (s.f) definen la plataforma de YouTube como “YouTube is a key international platform for socially-enabled media diffusion. Also, serves as a popular social network on its own, connecting registered users through subscriptions that notify subscribers of social and content updates of the subscribed-to users.” (p. 1).

YouTube, conecta a todas las personas del mundo por medio de notificaciones donde se les da aviso sobre actualizaciones de contenido y de las suscripciones realizadas por el usuario.

Los impactos son los movimientos súbitos que se dan en un entorno habitual donde las consecuencias afectan en el entorno social y ambiental, es así como menciona el siguiente autor:

Menou (2015) explica el concepto de impacto que enfoca a los problemas fundamentales del desarrollo causa- efecto que son positivos o negativos ante un proyecto en grupos no previstos, se refieren a los cambios producidos en el medio ambiente, los procesos o grupos de población debido a una determinada acción. (p. 12).

De acuerdo con el efecto de impacto ambiental, es el conjunto de efectos favorables y no favorables que suceden en el entorno del medio ambiente intervenidos por la actividad humana, de la forma como Ches y Reyes (s. f) define en la tesis:

Para determinar impacto es necesario analizar y contrastar una modificación del medio ambiente antes y después de la acción llevado a cabo, tanto a la acción. Los factores del entorno ambiental pueden ser perjudicados en mayor o menor medida por el factor

humano las cuales son: físicas, biológicas, económico, social, cultural y humanos. (p. 89).

De acuerdo con lo mencionado, los impactos ambientales son mayormente generados por la actividad humana ya que involucra todos los aspectos de recursos materiales que se extrae de la propia naturaleza en algunos casos vulnerando la capacidad de la biodiversidad.

Según Lucana (2019) cita a Conesa (2010), el cual define el impacto ambiental como la alteración el ambiente, ésta puede ser de manera positiva o negativa la cual resulta de la interacción del factor humano con el ambiente. (p. 20).

Los impactos ambientales son generados por el factor humano la cual, puede ser beneficioso cuando comienza la acción o perjudicial cuando finaliza el acto a través de un tiempo predispuesto del entorno en el que se encuentra.

De acuerdo con el efecto impacto social, el autor menciona los resultados que incluyen los efectos positivos y negativos del factor humano en una comunidad, así como la variación de los beneficios a las personas, como también en la implementación de proyectos o programas de un grupo de personas o una sociedad. (Orozco, 2014, p. 481).

De acuerdo con el autor, el impacto social se desarrolla por las actividades y actitudes del ser humano frente a una comunidad o sociedad en la cual se verá perjudicada o beneficiada según los resultados de una determinada acción.

Por otro lado, Novella (s. f) define el impacto social como las consecuencias que sufre el ser humano frente a la alteración de su entorno habitual, así como también, en los aspectos culturales el cual puede afectar las costumbres, valores y creencias de una comunidad. (p. 4).

Cabe recalcar que el impacto social es el cambio inducido en el tiempo en muchos casos donde los efectos intervienen sobre la comunidad general.

Burdge (2012) define el impacto social como:

The systematic analysis in advance, of the likely impacts a proposed action will have on the life of individuals and communities. The social impact assessment is a sub-

field of the integrated social sciences that is developing a knowledge base to allow a systematic appraisal of impacts on the day to day quality of life of persons and communities whose environment is affected by a proposed policy, plan, programme or projects (p. 3).

De acuerdo con el autor, los impactos sociales mejoran la calidad de vida de un individuo o una comunidad donde el entorno se ve afectado mediante programas, proyectos, planes, la cual perjudique el ambiente donde se encuentran.

De acuerdo con las categorías que tenemos:

Las redes sociales han evolucionado gracias a las nuevas plataformas y herramientas que te permiten relacionarte con otras personas, y realizar diferentes actividades de acuerdo con tus intereses y necesidades, es decir, que existen una gran variedad de instrumentos, ya que, cada uno se adapta y/o especializa en una función en específico.

Según la Observación Nacional de Telecomunicaciones y Servicios Informativos (ONTSI) las redes sociales se clasifican en directas e indirectas, es así como Alvarado (2018) menciona que las redes sociales son de manera directas, es decir que a través de internet las personas comparten intereses comunes e interactúan entre sí. Los usuarios de este tipo de redes sociales crean perfiles a través de los cuales gestionan información personal y relación con otros usuarios. El acceso a la información contenida en los perfiles suele estar condicionada por el grado de privacidad que dichos usuarios establecen. (p. 18).

Al respecto también menciona las redes sociales de ocio, eso quiere decir que el usuario busca fundamentalmente entretenimiento y mejorar sus relaciones personales a través de la interacción con otros usuarios ya sea mediante comentarios o audiovisual.

Por lo consiguiente menciona las redes sociales de uso profesional, eso quiere decir principalmente promocionarse a nivel profesional, estar al día en su campo o especialidad e incrementar su agenda de contactos profesionales.

De acuerdo con las redes sociales directas están dirigidas para todo el público en general, se encuentra relacionada de acuerdo con las motivaciones

personales y preferencias, y de tal manera que posibilita vincularse con otros individuos que comparten las mismas características como son: contenidos informativos, agregar contactos, entre otros.

Según Alvarado (2018) menciona las redes sociales indirectas cuyos prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto. (p. 19).

Al respecto mencionan sobre los foros dentro de las redes sociales verticales, eso quiere decir los servicios prestados a través de internet concebidos, en un principio para su empleo por parte de expertos dentro un área de conocimiento específico o como herramienta de reunión con carácter informativo.

A su vez menciona los blogs que son servicios adecuados que suelen contar con elevado grado de actualización y donde suele existir una recopilación cronológica de uno o varios autores. Es frecuente por los enlaces en las anotaciones y suelen estar administrados por el mismo autor que la crea donde plasma aspectos que a nivel personal, considera relevantes de interés.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

El presente trabajo de investigación es de enfoque cualitativo porque se busca comprender los impactos de las redes sociales, las preguntas realizadas para los entrevistados fueron abiertas, de esta forma se da a conocer las opiniones; también, se utilizó la ficha de observación en relación con los impactos sociales y ambientales, y este estudio es transferible para otros atractivos turísticos.

Asimismo, el muestreo es no probabilístico, es decir, este se enfoca en la perspectiva del investigador (Mantilla, 2015). A su vez, es por conveniencia, ya que, la zona de estudio es pequeña, por lo cual tuvo la participación de algunas personas que se encuentran en los alrededores de la zona de estudio. (Mantilla, 2015).

Finalmente, el diseño de este trabajo de investigación es fenomenológico, este comprende la cultura de un determinado espacio la cual se convertirán en experiencias para el investigador por un periodo muy corto de tiempo. (Pedraza, Obispo, Vásquez y Gómez, 2015).

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Unidad de análisis: Redes sociales

Categorías de la investigación: Redes sociales directas y redes sociales indirectas.

Subcategorías de la investigación:

Redes sociales directas: Por ocio y por uso profesional.

Redes sociales indirectas: Blogs.

3.3. Escenario de estudio

Las lomas del Paraíso es una zona ecológica y se encuentra ubicado en el distrito de Villa María del Triunfo, es considerado como un ecosistema delicado, ya que,

ante cualquier perturbación que se presente en el lugar, se alteran sus suelos. (Marcelo, 2018) y siendo este el escenario de estudio del presente trabajo de investigación. Los motivos por los cuales está siendo visitada es por el colchón de nubes, el Apu Siqay y el Cisne, que según la información brindada por las redes sociales el camino a llegar a estos atractivos es a través de las lomas.

3.4. Participantes

Por otro lado, los participantes elegidos son los pobladores que están a cargo de las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, las encuestas se realizaron in situ. Se elige esta unidad de análisis debido a que, los pobladores cuentan con información sobre las Lomas del Paraíso debido a sus cargos de administración y que llevan años viviendo en la zona. De acuerdo con sus características, los pobladores suelen tener una edad aproximada entre los 25 hasta los 45 años, la mayoría de las personas tienen familia y realizan Trekking.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Por otro lado, las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se utilizaron en el lugar de investigación son las fichas de observación y la guía de entrevista la cual se basa en los visitantes y los pobladores realizando preguntas basadas sobre tres subcategorías como son redes sociales por ocio, por profesionalidad y blogs.

3.6. Procedimiento

En cuanto al procedimiento del presente trabajo de investigación, se describe la recolección de datos y asimismo, la comprobación de nuestra variable que fueron esenciales para el desarrollo de nuestro trabajo.

Modo de recolección de información	La recolección de datos que se ejecutó son la técnica de la entrevista y asimismo, los instrumentos empleados son la guía de entrevista y la ficha de observación. Luego, nuestro instrumento se encuentra aprobado, es así que, se procedió a desarrollar las entrevistas y la observación de campo.
------------------------------------	--

	<p>En relación con la categoría de redes sociales directas, se empleó la guía de entrevista y la ficha de observación; las subcategorías que abarcan son por uso profesional y de ocio. Finalmente, en la categoría de redes sociales indirectas, se empleó los mismos instrumentos, como subcategoría es el blog.</p>
<p>Aplicación de intervenciones</p>	<p>Las entrevistas se realizaron in situ y el mismo día; asimismo, la observación de campo fue presencial y también se observó la información de las redes sociales con respecto a las lomas del Paraíso.</p> <p>Al termino de las entrevistas, se procedió a escuchar los audios para la verificación y constatación de los registros.</p>
<p>Proceso de triangulación</p>	<p>En cuanto al proceso de triangulación, se tomó en cuenta las respuestas en relación con los ítems y los objetivos específicos de nuestro trabajo de investigación.</p>

3.7. Rigor científico

Con respecto al rigor científico, la investigación cualitativa se apoya con la veracidad de los resultados. (Bisquerra, 2009)

Validez

En cuanto a los trabajos cualitativos se emplea la validez de contenido, es así que, este trabajo de investigación fue validado por 3 especialistas en ecoturismo y gestión pública, el cual tiene un promedio de (83.33%) por lo tanto, están aptos para su proceso de ejecución y análisis para obtener los datos necesarios.

Tabla 1. Validación de expertos.

N°	EXPERTOS	GRADO	VALORACIÓN DE LA APLICABILIDAD
1	Segovia Aranibar, Elizabeth	Magister Science en Ecoturismo	100%
2	Zevallos Gallardo, Verónica	Magister en Docencia	90%
3	Velásquez Viloche, Leli	Licenciada en Turismo y Magíster en Gestión Pública	60%

Fuente: Elaboración propia.

3.8. Método de análisis de datos

En cuanto al análisis obtenido, se desarrolló una investigación cualitativa para denotar las experiencias dentro del objeto de estudio, asimismo, se utilizó la guía de entrevista con respuestas abiertas el cual se tomó dos categorías que fueron redes sociales directas y redes sociales indirectas a nuestra unidad de análisis quienes participaron los visitantes y los pobladores de las lomas del Paraíso; además, se realizó la comparación de análisis de la entrevista con la unidad temática y a su vez, se planteó conclusiones y recomendaciones referente a dicha investigación.

3.9 Aspectos éticos

Es importante para el presente proyecto de investigación tener en cuenta la validez y respeto de las personas que conforman cada unidad de análisis como son los visitantes y pobladores, para ellos se respeta su privacidad protegiendo la identidad de los encuestados manteniendo la ética del presente proyecto de investigación.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados

En la presente investigación se logró obtener los siguientes resultados basados en la guía de entrevista y en la ficha de observación, las cuales estas responden a nuestros objetivos específicos, teniendo en cuenta las categorías y subcategorías, por consiguiente, se presentan las siguientes manifestaciones por los entrevistados.

Teniendo como primer objetivo específico, la cual fue conocer los impactos de las redes sociales directas en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, este objetivo tiene relación con la categoría redes sociales directas, a continuación, se mostrarán los siguientes resultados.

Todos los atractivos turísticos deben buscar ser sostenibles, pero qué significa, Acampa et ál. dicen que:

The definition of sustainability can be applied to tourism by referring to the following three aspects: environmental, economic, and socio-cultural. The aim is to find a balance between the requirements thus defined, i.e., to make responsible use of environmental resources, respect the socio-cultural traditions of the hosting communities, and ensure long-term economic activities for all stakeholders, including employment opportunities and social services. (2020, p.2)

Es decir, hacer un uso responsable de los recursos ambientales, respetar las tradiciones socioculturales de las comunidades anfitrionas y garantizar actividades económicas a largo plazo para todos los interesados, incluidas las oportunidades de empleo y los servicios sociales.

Con respecto a las funciones de los medios sociales, Wolf et ál. dicen que: "Social Media has been defined as websites which allow profile creation and visibility of relationships between users (Boyd & Ellison, 2008); web-based applications which provide functionality for sharing, relationships, group, conversation and profiles (Kietzmann et al., 2011)." (2018, párr. 7) De acuerdo con lo mencionado, la mayoría

de las opciones que ofrecen las redes sociales tienen nexos con el hecho que los usuarios se pongan en contacto con otros, ya sea, mediante grupos, chats, publicaciones, entre otros.

Con respecto a la relación entre el turismo y las redes sociales Palazzo et ál. mencionan que:

Thanks to the modern technological expansion of the Internet and mobile devices, individuals can share their private spatial experiences of destinations on social networks such as Foursquare, Flickr, Instagram, Panoramio, Facebook, etc. Never before, has this exceptional amount of information on location-based social media exposed dynamics of a city, a rural place, a region or a whole geographical area, from its population and from all kind of itinerant tourists (Ciuccarelli et al., 2014; Ashkezari-Toussi et al., 2019). (2021, p. 1)

Por consiguiente, lo mencionado nos permite afirmar que la información que las personas encuentran en las redes sociales es impactante e influenciador, ya que, les llega en grandes cantidades como marketing masivo de los diferentes posibles destinos.

Iacovou dice que: "Social networking communications have gradually affected customers' awareness of offered products and services as well as their final purchase decisions." (2016, p.14)

La participación que tienen las TIC en el proceso de la actividad turística y en la experiencia del turista es enorme, ya que, llegan hasta el punto de influenciar en los productos y servicios que consume el visitante.

SOBRE LAS REDES SOCIALES DIRECTAS

Los visitantes del lugar mencionaron que las Lomas del Paraíso se hizo viral porque habían difundido publicaciones y anuncios de las lomas en las redes sociales como Facebook e Instagram, y en base a ello decidieron ir a conocer las Lomas del Paraíso para tomarse fotos en el colchón de nubes, en el Apu Siqay y el Cisne, asimismo, compartían fotos y videos en sus cuentas personales. Por consiguiente,

los visitantes se sorprendieron porque cobraban el ingreso a la loma, ya que, en las redes sociales no mencionaban que se tenía que pagar, y la gente se iba quejando sobre el mantenimiento de las lomas porque encontraban residuos sólidos en el recorrido y eso perjudicaba el aspecto de la loma y también el bienestar del visitante.

Petrovic, J. y Milićević, S. mencionan acerca de lo que se encuentra en las redes sociales que: “This information based on the opinion of predecessors have influenced the decisions of current and future tourists.” (2020, p. 49)

Asimismo, las redes de uso profesional, hizo que tanto fue la difusión de la loma del paraíso por medio de noticias y publicaciones de universitarios, llegó a un extremo de recibir visitantes de una forma masiva, el cual, no tenían información acerca de los recorridos y las vías de acceso que da en dirección a la loma, es por ello que, cuando se dirigían a visitarla, no respetaban el camino formal y esto generó destrucción de los caminos de la loma.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están presentes en todos los sectores, Ilić, I y Nikolić, A mencionan que: “The development of modern information technology, especially during the last decades, has caused a revolutionary turn in all segments of promotion and functioning of the tourism sector.” (2018, p.39)

De la misma forma, los pobladores mencionaron que las Lomas del Paraíso se hizo conocido por una visitante que caminando por las lomas descubrió el Apu Siqay que es un monumento de un Inca, asimismo, una estatua de un cisne, de esa manera saco fotografías y luego los publicó por las redes sociales como Facebook, es así que, este lugar se hizo conocido y fue recibiendo más visitantes, los pobladores vieron como una oportunidad de negocio, ya que, al llegar visitantes, ellos podrían ofrecer algunos artículos como agua, bloqueadores, sombrillas, el cual contribuya a un aporte económico para ellos y para el mantenimiento de la loma. Sin embargo, la población se alarmó debido a que habían generado una distorsión de información sobre las tarifas de las lomas, el cual es falso, ya que, la loma es un

espacio natural, el cual, pertenece al estado y por lo tanto es gratuito. A causa de la distorsión de la información, es porque la población no hace uso de las redes sociales, ya que, ellos solo intervienen en la información presencial y en la protección de las lomas, asimismo, afirman que las redes sociales como Facebook es distorsionado por las empresas y asociaciones que desean generar ingresos para ellos.

Katsikari et ál. mencionan que “In recent years, social media, blogs, and websites have increasingly replaced traditional sources, providing tourists with a large amount of information and allowing them to share experiences more interactively.” (2020, p. 3)

Asimismo, las redes sociales de ocio ayudaron a que las Lomas del Paraíso se haga más conocido, debido a los nuevos descubrimientos que es el Apu Siqay, pero, cabe señalar que esos descubrimientos no forman parte de la loma, ya que, ese espacio pertenece al sector privado, es por ello que, los visitantes toman otra ruta para llegar al Apu Siqay y no toma el sendero correcto. A consecuencia de esto, es porque los usuarios compartieron ciertas informaciones por Facebook, es por ello que los visitantes no supieron organizarse, ni tenían el conocimiento del aforo, es así que se promocionó tanto que la gente se iba por caminos que no estaban permitidos, a su vez dejaban residuos sólidos por doquier, es por ello que, generó molestias para la población, ya que, son ellos que hacen el mantenimiento y protegen la loma.

De la misma forma, en el aspecto profesional, los pobladores mencionaron que fueron involucrados en dicha noticia que vieron en Facebook, RPP Noticias y hasta en comentarios, el cual, se detalla que las lomas de Paraíso en los días sábados y domingos recibían aproximadamente 3 mil personas, también se divulgó los caminos creados por los mismos visitantes que además contaminaban el área, asimismo, se mencionó un problema con un socio que había colocado una tranquera para el cobro de la entrada a la loma, el cual, había alterado a la población y a la municipalidad.

En base a la ficha de observación, se observó que un usuario en Facebook compartió información sobre las visitas al Apu Siqay y al Cisne, asimismo,

recomienda algunas pautas para la visita, pero, al compartir este tipo de información promueve que sean constantes las visitas a estos lugares, pero, no toma en consideración los impactos que pueden generar a esta loma, ya que, es una zona frágil y se puede dañar fácilmente. La información que se mencionó en las publicaciones de Facebook es errónea, ya que, no detalla las rutas de acceso para la llegada al Apu Siqay, y cuando se realizó las visitas estas perjudicaron los caminos por no tener una información confiable, el cual, dañó y perjudicó los suelos de esta zona.

Entre las funciones que tienen las redes sociales, Štetić et ál. dicen que “Social media that have not only an increasing influence on decision-making by the users, but also an increasingly important role as new distribution channels are even broader concepts.” (2017, p.144)

Asimismo, cuando incrementó las visitas, la página de las lomas del Paraíso hizo la publicación y compartió fotografías de como quedó el lugar después del recorrido, estos detallan que dejaron sus residuos sólidos por todo el recorrido, por ejemplo: botellas de cerveza, bolsas, cajas, etc. De tal forma que, estas publicaciones en Facebook cuentan con 920 likes y 478 compartidas, y entre los 343 comentarios muchos de los usuarios se sienten indignados y recomiendan que se realice un turismo responsable, ya que, perturban a la tranquilidad de los vecinos y a la misma zona. Es por ello que, el circuito Ecoturístico de las lomas recomienda que no promuevan la visitas, sin conocer la ruta verdadera para llegar al Apu Siqay.

De acuerdo a lo mencionado, los impactos generados por las redes sociales directas en las lomas ha generado grandes problemas para esta área natural, ya que, dejó secuelas de contaminación y destrucción de caminos, a causa de la mala información por los usuarios, el cual, se debe contribuir que las redes sociales como Facebook oficial de las lomas, solo un encargado de promoción se encargue de las publicaciones y noticias, para que no exista distorsión por terceros, asimismo, impulsar a los usuarios que visitan las lomas, compartan sus experiencias, pero, mediante fotos o vídeos formales sin ediciones, el cual estén basados en un contenido viajero, que conozcan las entradas correctas de las lomas y de esa manera no malogren el espacio natural.

Según Vujovic: “The combination of digital platforms, user generated content and feedback, social media integration, global positioning and use of big data and artificial intelligence has changed the way people perceive, consume and share information.” (2019, p. 150)

Todo el cambio que se ha generado ha traído consigo consecuencias, algunos se han visto beneficiados por ello, sin embargo, otros han recibido la parte negativa y se han visto afectados, es por ello, que las personas que trabajan en el sector turístico deben tomar cartas en el asunto para corregir estos daños y prevenir para que eso no vuelvan a ocurrir.

Por otro lado, Burdge define el impacto social como:

The systematic analysis in advance, of the likely impacts a proposed action will have on the life of individuals and communities. The social impact assessment is a sub-field of the integrated social sciences that is developing a knowledge base to allow a systematic appraisal of impact on the day to day quality of life of persons and communities whose environment is affected by a proposed policy, plan, programmed or projects. (2012, p. 3)

El análisis sistemático por adelantado, de los probables impactos que una acción propuesta tendrá en la vida de los individuos y las comunidades. La evaluación del impacto social es un subcampo de las ciencias sociales integradas que está desarrollando una base de conocimientos para permitir una evaluación sistemática de los impactos en la calidad de vida cotidiana de las personas y comunidades cuyo entorno se ve afectado por una política, plan, programa o proyectos propuestos.

Estas fueron las siguientes respuestas de los entrevistados:

“... Facebook e Instagram ya que creo que son las redes más constantes...” E1

“...la publicación y anuncios de un Inca y de un Cisne...” E1

“...Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión...” E4

“...Solo vi una o dos noticias en internet, sobre lo que estaban destruyendo las lomas...” E4

“...Yo pienso que no, porque hay una entrada por el otro lado, que te lleva directo y más rápido al inca y al cisne...” E5

“...Yo opino que sí, porque la gente empezó a venir por lo que encontraron en las redes sociales, como fotos de otros visitantes...” E5

“...ya que vivo abajito de las Lomas y estoy siempre colaborando por cuidar con las Lomas...” E10

“...perjudicados por algunas fiscalías y socios que ya han estado poniendo tranqueras...” E10

“...En la mayoría de información que se encuentran en internet algunas no son ciertas...” E10

“...Se publicó en Facebook se hizo viral las Lomas...” E11

“...Aquí hemos hecho limpieza de las lomas...” E11

“...los visitantes vienen y botan su basura...” E11

“...vi una noticia acerca de la cantidad de gente que había subido a las lomas de tal manera que ni se podía caminar tanta gente que había aproximadamente 2 mil personas...” E12

“...Algunas publicaciones no son veraces debido a que existen aquellas personas informales...” E12

SOBRE LAS REDES SOCIALES INDIRECTAS

Uno de los entrevistados manifestó que el medio de información que utilizó para visitar la loma fueron los blogs, ya que, tuvo contenido dinámico con fotografías,

experiencias de otros visitantes y así pudo planificar su visita, de tal manera que recomiendan los blogs, ya que, son una manera de promoción para los lugares y también contribuye a los proyectos universitarios, pero, que los contenidos en los blogs sean confiables.

Tocando el tema de los blogs, los pobladores consideran que si ayudaría y aportaría de manera eficiente para la llegada de visitante, ya que, los blogs sirven para información confiable, dado a que, debe ser confiable y hecho por personas que hayan visitado las lomas y cuenten sus experiencias, asimismo, compartan fotografías y vídeos sin alteraciones para la planificación de visita, a su vez, ayudaría a la promoción de las lomas y también para trabajos educativos como excursiones para escolares y vean toda la parte de interpretación en el lugar, asimismo, la convocatoria de jóvenes voluntarios que ayuden con un granito de arena para el mantenimiento de las lomas.

En cuanto a la ficha de observación, cabe resaltar que un blog que fue publicado el 04 de septiembre del 2019, detalla las pautas de cómo llegar a las Lomas, el cual, también brinda recomendaciones y alternativas para evitar dañar y contaminar la flora del lugar. Dado a esto, las lomas del Paraíso se pueden realizar deportes como Trekking y Camping, pero, esta actividad solo se puede realizar con un grupo, ya que, la zona no cuenta con resguardo, está habilitada para el público en general.

Estas fueron las siguientes respuestas:

“...Si hay información acerca de las Lomas sí, porque va a haber muchas más personas buscando y leyendo acerca de las Lomas...” E4

“... los blogs sirven para que más personas conozcan y vengan a las Lomas...” E5

“...ayuda a de una manera planificar su visita a un lugar y saber de las actividades que puede realizar...” E10

“...las personas no se hubieran enterado de las lomas...” E10

“...el dueño del blog puede publicar y los usuarios pueden buscar información sobre algo...” E11

“...que sean confiables y no informales para que así existe mayor credibilidad...”E12

De acuerdo a lo mencionado, los impactos generados por las redes sociales directas e indirectas en las lomas de Paraíso han sido más frecuentes, debido a que se han propagado informaciones erróneas, como fotografías, comentarios y publicaciones que han perjudicado la zona, asimismo, ha generado molestias a la población, ya que, son los encargados de realizar el mantenimiento y proteger la loma, asimismo, cuando hubo incremento de visitantes, estos generaron contaminación y la destrucción de los suelos. De la misma forma, se recomienda que utilicen las redes sociales como Facebook e Instagram, para la difusión de información confiable, y de esa manera contribuya a la planificación del visitante y no perjudique a las lomas.

En base a los resultados que se obtuvieron, en esta investigación se buscó analizarlos impactos de las redes sociales en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, el cual se logró analizar los impactos generados por las redes sociales directas e indirectas, que se detallan que estas han perjudicado su aspecto e imagen de las lomas, asimismo, en su interior como son los caminos dejando desperdicios que deterioran el área.

Esto es debido a la difusión de información errónea por parte de los usuarios, ya que, el propósito de estas publicaciones en los diferentes medios sociales lo ven como un aspecto de entretenimiento, pero también se debería considerar ciertos contenidos confiables, para que no existe información errónea acerca del lugar que se quiere visitar, el Facebook para las lomas se ha visto muy vulnerable, ya que, a traído como consecuencias, como el daño total de sus caminos, asimismo, la carga turística y a su vez impactos ambientales. De la misma forma, uno de los hallazgos que se encontraron fue que a causa de mala información confiable por las redes sociales por ocio y por profesional no ayuda a planificar adecuadamente la visita a la loma, y que contrae esa acción, destrucciones e impactos al área natural. Estos hallazgos y los resultados coinciden con Sánchez, Correia y Matos (2019) ya que dan a conocer que las redes sociales, asimismo, son utilizadas como marketing y que estas influyen en el consumo de los usuarios. Asimismo, los medios digitales

como Facebook e Instagram brindan informaciones acerca de algún tema específico, el cual, estas deben ser reales y confiables. De la misma, Alvarado (2018) afirma que las redes sociales directas son interacciones y gustos comunes que los diferentes usuarios comparten informaciones según sea de su agrado.

Por consiguiente, se tuvo como segundo problema específico, el cual fue, ¿Cuáles son los impactos de las redes sociales indirectas en las Lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019?, el cual se detalla que los blogs son un medio digital tanto profesional y de Tips, ya que, a uno de los entrevistados le ayudó para planificar su visita a la loma, pero, no contenía información en su totalidad. Para ello, unos de los hallazgos encontrados fue que los blogs son más sintetizados que Facebook, ya que, estos contienen información relevante con fotografías y vídeos, además de ello experiencias cotadas por los mismos visitantes, pero, existe una falencia, ya que, al ser elaborado por cualquier persona, estos pueden contener información, el cual no se han evidenciado. Estos hallazgos coinciden con Alvarado (2018) detalla que los blogs son servicios adecuados con informaciones actualizadas, el cual, permite considerar algunos contenidos agradables y sobre todo confiables, de tal manera, plasme ideas constructivas. De acuerdo con lo mencionado, los blogs son muy importantes, ya que, ayudan a los usuarios a informarse de nuevos contenidos, ya sea, educativos, viajes o Tips, entre otros, es por ello que estos blogs deben estar bien sintetizados para no a la confusión de publicaciones, de esa forma, contribuya al desarrollo del turismo responsable, como se ha visto en las difusiones de las lomas, el cual ha perjudicado rotundamente.

V. CONCLUSIONES

Según a los resultados encontrados se concluye:

1. En las lomas del Paraíso se conoce que los impactos de las redes sociales han sido promocionados por Facebook de manera positiva debido a las publicaciones y fotos por algunos visitantes, ya que, eso lo ha hecho conocido, pero no ven lo que sucede en el lugar junto con los pobladores que luchan para no dejar a las lomas del Paraíso en manos de un sector privado que cobra las entradas a los nuevos descubrimientos como son: el Apu Siqay, cisne y colchón de nubes.
2. Con respecto a las redes sociales directas, muchas cuentas de las redes sociales directas de ocio tergiversaron la información al momento que publicaron que la entrada al Apu Siqay y al cisne era por las lomas del Paraíso; asimismo, el número de visitantes a las lomas del Paraíso aumentó en la última temporada de las lomas por las publicaciones de otras experiencias en las redes sociales; las redes sociales directas de uso profesional en el caso de las lomas sí estuvieron presentes porque estas publicaban sobre lo que sucedía en las lomas.
3. Finalmente, con las redes sociales indirectas los blogs no son una red social muy conocida por los entrevistado, sin embargo, es utilizado por los visitantes especialmente antes de que vayan a visitar las Lomas del Paraíso, se dio a conocer que los impactos ocasionados por las redes sociales a las lomas del Paraíso son negativos en este caso, primero porque hubo un crecimiento desmedido de visitantes influenciados por las publicaciones de otros en el lugar, no estando preparada las lomas para ello y segundo porque los turistas desechan residuos sólidos en cualquier lugar dentro del área natural.

VI. RECOMENDACIONES

1. Contar con colaboradores a cargo de las lomas que cumplan la función de estar pendientes de las redes sociales que publican información errónea sobre las lomas del Paraíso para que así puedan denunciar las cuenta o pedir a esa persona que cambie su contenido, porque al final dicha acción afecta a las lomas.
2. Implementar un sistema que permita contabilizar el número de personas que entran a las lomas como, por ejemplo: Entregar tickets numerados, para que de esta forma se controle la capacidad de carga del lugar con el fin de que este sea preservado y protegido.
3. Colocar una sanción para aquellas personas que desechan residuos sólidos en las lomas del Paraíso a pesar de que hay tachos colocados en los senderos, la sanción deberá ser avisada a los visitantes en la entrada de las lomas para evitar problemas y malentendidos.

REFERENCIAS

- Abdullayeva, N. (2019). *The Role of Ict In Tourism Globalisation*. Varazdin Development and Entrepreneurship Agency (VADEA). <https://search.proquest.com/docview/2188520116/fulltextPDF/113766097A2C466FPQ/7?accountid=37408>
- Acampa et ál., (2020). Tourist Flow management: Social impact evaluation through social network análisis. *Sutainability*, (12). <https://doi.org/10.3390/su12020731>
- Astete, R. Y. (2016). *Influencia de las redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube) para la promoción de la provincia de Islay como destino turístico en los pobladores de Arequipa Metropolitana en el segundo trimestre del 2016* [tesis de bachiller, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio UNSA. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/3664/Ccastary.pdf?sequence=%201&id%20Allowed=y>
- Bisquerra, A. R. (2009). Metodología de la investigación educativa (2. a ed.). La muralla S.A. https://books.google.com.pe/books?id=VSb4_cVukkcC&pg=PA287&dq=rigor+%20investigac+en+la+%20investigaci%C3%B3n+cuantitativa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjMyqi-37jpAhVQlrkGHXGKBEEQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false
- Bosio, B., Haselwanter, S., & Ceipek, M. (2018). *The Utilization of Social Media Marketing in Destination Management Organizations*. Dalmacia, Croacia. <https://search.proquest.com/docview/2036979210/fulltextPDF/AB1D743A43B840C0PQ/1?accountid=37408>
- Burdge, R. J. (2012). The practice of social impact assessment-background. *TAYLOR*, 21(2), 84-88. <https://doi.org/10.3152/147154603781766356>
- Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. (2014). Marketing digital. Estrategia, implementación y práctica. 5^{ta} ed.

<https://www.marcialpons.es/libros/marketing-digital/9786073227476/>

Domínguez, T. y Araújo, N. (2014). GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES TURÍSTICAS EN LA WEB 2.0. *Dialnet*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4898955>

Eva, S. A. (2017). Coruña en Facebook: Promoción del Turismo a través de las redes Sociales de la Universidad de A Coruña. *Revista Académica Redmarka*. 5(1). 15-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4128165>

Fernández, A. M., Mier-Terán, F.J. y Sánchez, J. M. (2020). *El uso y la importancia de las redes sociales en el sector hotelero desde la perspectiva de los responsables de su gestión*. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.03>

Ferrari, A., Blanco, D., Valdecasa, E. y Urueña, A. (2011). *Las redes sociales en internet*. ONTSI. https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Gutiérrez, G., Sánchez, M. y Galiano, A. (septiembre, 2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Scielo*. Recuperado de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182018000200135

Hernández, M., Camprubí, R. & Coromina, Lluís. (2018). El rol del turista como emisor y perceptor de imagen turística en Instagram. *Gran Tour. Revistas de Investigaciones Turísticas*. 17(1). 111-132. <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/32/14>

Iacovou, C. (2016). *An Analysis of Social Media Marketing Strategies and Best Practices of Hospitality and Tourism Organizations* [theses for the degree of doctor, Northcentral University]. <https://search.proquest.com/docview/1826317355?accountid=37408>

Ilić, I., & Nikolić, A. (2018). IMPLICATIONS OF MODERN TECHNOLOGY

DEVELOPMENT FOR THE TOURISM SECTOR OF THE REPUBLIC OF SERBIA. *Ekonomika*, 64(1), 37-52.
<http://dx.doi.org/10.5937/ekonomika18010371>

Kato, A. (2018). Detrás de la neblina: lomas de Lima. <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/AgendaViva/article/view/2808/2702>

Katsikari, C., Hatzithomas, L., Fotiadis, T., & Folinas, D. (2020). Push and Pull Travel Motivation: Segmentation of the Greek Market for Social Media Marketing in Tourism. *Sustainability*, 12(11), 4770.
<http://dx.doi.org/10.3390/su12114770>

López, A. L. & López, S. A. (2018). Impacto de las TIC en el turismo: Caso colombiano. *Cuadernos De Turismo*. (41). <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327081>

Lucana, C. A. (2019). *Modelado de impactos ambientales con métodos numéricos en proyectos de infraestructura*. [tesis de titulación, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14536/LUCANA_AG%c3%9cERO_C%c3%89SAR_ANDR%c3%89.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mamani, J. y Nieuwland, B. (2017). Las lomas de Lima: Enfocando ecosistemas desérticos como espacios abiertos en Lima Metropolitana. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201701.005>

Mantilla, F. (2015). *Técnicas de muestreo*. (D. A. Aguirre, ed. y trad.). Comisión Editorial de la Universidad de las Fuerzas Armadas- ESPE. (Original publicado en 2015) <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/10177>

Marcelo, G. D. (2018). *Estimación del índice de calidad ambiental de la loma de Villa María en términos de la diversidad de avifauna*. [tesis de titulación, Universidad Nacional Agraria La Molina]. Repositorio La Molina: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3568/marcelo-gotuzzo-daniel.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Miranda, C. B. (2017). *Las redes Sociales y su impacto en la promoción turística de la Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua* [tesis de titulación, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25112/1/TESIS%20CRISTINA%20MIRANDA.pdf>
- Mormontoy, A. V (2018, julio). Impacto de las redes sociales en los recursos turísticos culturales de la ciudad de Cusco. [tesis de titulación, Universidad de Piura]. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/3>
- Novella, M. (s. f). Estudio de impacto social. <https://esf-cat.org/wp-content/uploads/2017/04/Estudio-de-Impacto-2017-baja.pdf>
- Orozco, A. A. (2014). Impacto social y académico del programa de interacción social y desarrollo ciudadano en tres localidades del departamento del Atlántico. *Psicogente*, 17(32), 477-494. <http://www.scielo.org.co/pdf/psico/v17n32/v17n32a18.pdf>
- Palazzo et ál., (2021). Urban and rural destinations on Instagram: Exploring the influencers role in #sustainabletourism. *Land Use Policy*, (100). <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104915>
- Paniagua, F. & Huertas, A. (2018). Credibilidad en los medios sociales de los destinos turísticos. *rae-ic*, 120(130). <http://dx.doi.org/10.24137/raeic.5.9.14>
- Pedraza, L, Obispo, K., Vásquez, L., y Gómez, L. (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. *Clío América*, 9(17). 17-25. <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/1462/851>
- Pérez, M., & Esponda, E. (2016). *Red Social Twitter. Fortalezas y Debilidades*. INFODIR. www.revinfodir.sld.cu
- Petrovic, J., & Milićević, S. (2020). The ICT Impact on Inbound and Outbound

Tourism Demand in the EU. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 25(1), 47-55.

<http://dx.doi.org/10.7595/management.fon.2019.0018>

Pighin, Z. L. (2017). *Facebook como instrumento de comunicación en las empresas de América Latina* [tesis doctoral, Universidad Rovira I Virgili]. Repositorio URV.

<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESt.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Piminchumo, T. (2018). *Uso de las redes sociales en la promoción de las agencias turísticas ubicadas en el centro histórico de la ciudad de Trujillo* [tesis de titulación, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13377/Piminchumo%20Tello%20Sandra%20Paola.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Piñeiro, G. (2017). La Actividad y Presencia en Facebook y Otras Redes Sociales de Los Portales Turísticos de Las Comunidades Autónomas Españolas de la Universidad Politécnica de Cartagena. *Dialnet*. 15(3), 132-144.

<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290521>

Portilla, Q. R. (2016). *Motivos para el uso de Instagram en los adolescentes* [máster profesional, Universidad de Cantabria]. Repositorio UNICAN.

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/10411/QuintanaPortillaGemaRosa.pdf?sequence=1>

Ríos, J. (2018). *Implementación de las redes sociales y su impacto al servicio al cliente de la microempresa cebichería restaurante Leos de la ciudad de Pucallpa, 2018*. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/350871>

Rojas, J. (2017). Influencia del social commerce en el posicionamiento de los hoteles 4 estrellas de la ciudad de Chiclayo en el periodo Julio 2013 — Diciembre 2016. Repositorio Institucional Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/1308>

Romero, M. C. (2015). Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: El caso de made With Lof.

[Idus.https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1)

Sánchez, M., Correia, M. & Matos, N. (2018). Análisis de las redes sociales como instrumento de comunicación en los destinos turísticos del Algarve. *GEINTEC*. 8(3). <https://doi.org/10.7198/geintec.v8i3.1252>

Sánchez, M., Correia, M. y Matos, N. (2019). La imagen de los países sudamericanos como destinos turísticos a través de su red social de Facebook oficial. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 28(3). 612-635.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6973382>

Sánchez, E., Martínez, V., Juanatey, Ó. & Rodríguez, M. (2019). Redes sociales y promoción de destinos turísticos termales de la Euroregión Galicia-Norte de Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 13(1). 137-152. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1108/pdf>

Štetić, S., Šimičević, D., & Milićević, S. (2017). INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY AS A DRIVING FORCE OF CHANGES IN TOURISM. *Quaestus*, (10), 142-161. <https://search.proquest.com/docview/1950604821?accountid=37408>

Torrado, R. G y Blanco, G. R. (2018). Uso de internet y redes sociales para la práctica turística. Caso de Extremadura. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6943408>

Torres, N. L. (2016). La facilidad cognitiva en las redes sociales en el caso de los mexicanos. *Aposta*. 71, 128-146. <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/tnabel2.pdf>

Uscuchagua, C. D. (2016). *Optimización de metodologías de evaluación de impacto ambiental del sector minero en las regiones Junín, Pasco y Huánuco*. [tesis de maestría, Universidad Nacional del centro del Perú]. Repositorio UNCP. <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4585/Uscuchagua%20C..pdf?se%20quence=1&isAllowed=y>

Vujovic, S. (2019,11 de octubre). *Digitalization or Ict in Tourism* [conference]. FBIM Transactions, Serbia.

https://www.researchgate.net/publication/334303975_DIGITALIZATION_OR_ICT_IN_TOURISM/link/5da0418245851553ff86ac17/download

Wattenhofer, M., Wattenhofer, R. y Zhu, Z. (s. f) The YouTube Social Network.

<https://static.googleusercontent.com/media/research.google.com/es//pubs/archive/37%20738.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Tabla 2. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Tema o unidad de análisis	Categorías	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuáles son los impactos de las redes sociales en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019?</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los impactos de las redes sociales directas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019? • ¿Cuáles son los impactos de las redes sociales indirectas en las lomas 	<p>General</p> <p>Analizar los impactos de las redes sociales en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los impactos de las redes sociales directas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019. • Conocer los impactos de las redes sociales indirectas en las lomas 	Redes sociales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales directas. 2. Redes sociales indirectas 	<p>Enfoque:</p> <p>Cualitativo</p> <p>Diseño:</p> <p>Fenomenológico</p> <p>Población:</p> <p>Pobladores Visitantes</p> <p>Técnica:</p> <p>Entrevista Observación</p> <p>Instrumentos:</p> <p>- Guía de entrevista</p>

sociales indirectas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019?	del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019.	- Ficha de observación.
---	--	-------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Matriz apriorística

Tabla 3. Matriz Apriorística

Ámbito temático	Problemas específicos	Objetivos específicos	Categorías	Subcategorías	Ítems
Redes Sociales	¿Cuáles son los impactos de las redes sociales directas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019?	Conocer los impactos de las redes sociales directas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019.	Redes Sociales Directas	Por ocio	<p>¿Usted sabe sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?</p> <p>En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)</p> <p>¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?</p> <p>En su opinión ¿Las redes</p>

sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las lomas de Paraíso? ¿Cómo?

¿Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las lomas de Paraíso?

Por profesional

En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas es veraces?

En su opinión ¿Las redes sociales directas como Facebook, es un factor por el cual los turistas visitan las lomas del Paraíso?

Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como

¿Cuáles son los impactos de las redes sociales indirectas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019?

Conocer los impactos de las redes sociales indirectas en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019.

Redes Sociales Indirectas

Blogs

Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las lomas de Paraíso?

En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Usted cree que, ¿Los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4: Instrumentos utilizados

GUÍA DE ENTREVISTA

Nombre del entrevistador: _____

Lugar de nacimiento del entrevistador: _____

Tiempo de residencia en el distrito: _____

Centro de labores del entrevistado: _____

Sexo del entrevistado: _____ Institución del entrevistado: _____

Horario de inicio de la entrevista: _____

Horario de término de la entrevista: _____

Lugar de entrevista: _____

1. ¿Usted sabe sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de VillaMaría del Triunfo?
2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)
3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las lomas del Paraíso?
4. ¿Usted la visita después de saber que existe?
5. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las lomas de Paraíso? ¿Cómo?
6. ¿Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las lomas de Paraíso?
7. En su opinión ¿La información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas es veraces?
8. En su opinión ¿Las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las lomas del Paraíso?
9. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?
10. En su opinión ¿Usted considera que las Facebook y las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las lomas de Paraíso?
11. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?
12. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?
13. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

FICHA DE OBSERVACIÓN

Lugar de la observación: _____

Fecha de la Observación: _____

Hora de inicio de la Observación: _____ Hora de término

de la Observación: _____ Responsable de

la Observación: _____

TEMA: _____

COMPONENTE
SUBCOMPONENTE
SUBCOMPONENTE
SUBCOMPONENTE
COMPONENTE
SUBCOMPONENTE

Anexo 5: Validación de expertos



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

Lima, 05 de noviembre de 2019.

Apellidos y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Z. Verónica.

DNI: 41726975

Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Docente Universidad César Vallejo.

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

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

Promedio de valoración: 90%

FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 06 de noviembre de 2019.

Apellidos y nombres del experto: **VELÁSQUEZ VILOCHE, LELI VIOLETA**

DNI: **18217577**

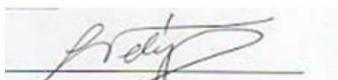
Título/grados: **LICENCIADA EN TURISMO / MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA.**

Cargo e institución en que labora: **DOCENTE ESCUELA DE ADM. EN TURISMO Y HOTELERÍA UCV- FILIAL 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	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?						X						
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?						X						
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?						X						
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?						X						
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?						X						
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?						X						
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?						X						
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?						X						

Promedio de valoración: 60%



FIRMA DEL EXPERTO

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

Lima, 7 de noviembre de 2019.

Apellidos y nombres del experto: **SEGOVIA ARANIBAR, ELIZABETH LUZ.**

DNI: **10460532**

Título/grados: **MAGISTER SCIENTIAE EN ECOTURISMO.**

Cargo e institución en que labora: **DOCENTE ESCUELA DE ADM. EN TURISMO Y HOTELERÍA UCV- FILIAL 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	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											X	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											X	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											X	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											X	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											X	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											X	

Promedio de valoración: 100%



MG. SC. ELIZABETH LUZ SEGOVIA ARANIBAR

Anexo 6: Transcripción de entrevistas

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
Número de registro:	01
Nombre del investigadora/entrevistadora:	Soledad Pamela Aranda Elejalde
Nombre de la población:	Visitante
Fecha de la entrevista:	06 de noviembre de 2019.
Fecha de llenado de ficha:	06 de noviembre de 2019.
Tema:	Redes sociales
Informante:	Visitante 01
Contextualización:	La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.
Observaciones:	Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.
Evidencia fotográfica:	

Duración de entrevista: 8 minutos, 19 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

No sabía sobre las Lomas de Paraíso hasta que vi las publicaciones en Facebook como fotos acerca de ella es por ello que estoy aquí, se ve muy bonito para tomarse buenas fotos, a parte porque vi la caminata y me parece muy sencilla a comparación a la de otras lomas es por ello que también vine y que mejor bien acompañado.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

Las redes sociales directas Uhm... se podría tomar como Facebook e Instagram ya que creo que son las redes más constantes que utilizamos en nuestra vida diaria y de tal forma, nos ayuda a saber más de nuevas cosas y enterarnos de lo que sucede, creo que son esas se puede decir (risas), no tengo idea señorita.

E1: Bueno sí, se asemeja a lo que quiere decir, pero le voy a dar una previa explicación para que lo comprenda mejor: Las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, donde tiene todo tipo de contenido para todo el público.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

Uhm ...Exactamente un página web no he visto pero si en Facebook, donde por primera vez vi la publicación y anuncios de un Inca y de un Cisne que recién estaban yendo la gente a tomarse buenas fotos a parte de ella estaba para ver el atardecer y el colchón de nubes, pero después me entre por una amiga del trabajo que ella había ido por primera vez y le estaban cobrando la entrada a 5 soles, entonces vamos a ver si me cobran a mí también porque creo que ya anunciaron que ya no cobraran entrada, claro ahorita voy de visita me animé más que todo por las buenas fotos que puedo sacar.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Sí, sin duda que sí, ayuda a que las personas sepan más de este recurso y puedan visitarla pero con todo lo que ha sucedido mediante las publicaciones y fotos en las redes sociales ayuda de una manera positiva y negativa porque

como ustedes pueden observar para llegar a las Lomas y solamente a la entrada es bien peligroso y creo que para esta zona de Villa María del Triunfo no está preparada para recibir turismo ya que las Lomas es una área natural y a cuanto más personas llegan el impacto es mayor y sobre todo cuando la gente no respeta y no cuida este espacio, porque he visto fotos sobre el arrojamiento de basuras por los caminos de las lomas. Facebook ayudaría de una manera positiva como, por ejemplo: publicando las acciones positivas que se están haciendo en el lugar y puedan las personas ayudar a fomentar eso.

5. ¿Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, El Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Sí, vi una noticia en RPP donde mencionaban la cantidad de gente que había ido a las Lomas de Paraíso por primera vez y que habían generado disturbio como creación de nuevos caminos y que la cantidad de gente que había ido un aproximado es de 3 mil personas sobre todo en los primeros días de agosto donde comienza la temporada de las Lomas y su vegetación es muy bonita y se puede hacer caminata.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Creo que sí, pero en lo que si me causa duda es en la entrada del Inca porque una amiga mía me comunicó que pagó 5 soles entonces cuando yo vi en Facebook antes de venir aquí vi que era gratis la entrada, pero todas las fotos y publicaciones que hacen en Facebook para mí si son veraces, porque hay una ONG que siempre publica anuncios de las acciones que se están realizando, incluso hacen convocatorias para hacer voluntariado en el lugar para el mantenimiento de las Lomas del Paraíso.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Sí, por ejemplo, a mí me ayudó a cómo llegar al lugar en todo caso si no hubiera sabido de las publicaciones ahorita estuviera perdido y ni enterado de la existencia de las Lomas y es por eso que me encuentro aquí, y de tal manera también le va a servir a las demás personas, porque con lo veo uff hay un montón de personas que vienen a visitar.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e

Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Creo que mediante las fotos y publicaciones que subimos a diario a nuestras cuentas en las redes sociales demostramos nuestras experiencias en lugares que vamos visitando en este caso cuando llegue al colchón de nubes tomaré buenas fotos y así las personas van a querer tomarse igual a las mismas fotos y querer colgarlas en sus cuentas sociales.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Sí porque, al conocer un nuevo destino o lugar la gente se va a animar a ir y tomarse las mismas fotos que las tuyas, además a poder realizar la caminata hacia los nuevos descubrimientos que se han publicado en las noticias y en Facebook de esa forma ayudaría a que las visitas sean más constantes.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Los blogs exactamente es donde una persona puede hacer publicaciones acerca de un tema en específico además de información puede publicar fotos eso es cierto (risas)

E1: Sí, exactamente es eso donde se pueden publicar temas de información de cualquier tipo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Por una parte, puede servir para los escolares que les sirve de una fuente de información, pero mayormente lo que ayudan son las redes sociales como Facebook ya que ahí se encuentran además de información se muestran fotos acerca del lugar y mucho más fáciles de buscar.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Podría ayudar para las personas que no supieran como llegar al lugar y que los blogs sean un poco más resumidos y sobre todo de confianza, porque hay casos que los blogs son por hacer ya que hoy en día cualquier persona puede realizar un blog.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 02

Nombre del investigadora/entrevistadora: María Rosa Espinoza Rojas.

Nombre de la población: Visitante.

Fecha de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Visitante 02

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 5 minutos, 40 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Bueno sí, sé la existencia hace menos de un año a través de las redes sociales específicamente por Facebook donde había fotos y publicaciones donde se apreciaba el colchón de nubes, el monumento de un Inca y de nuevos descubrimientos que se habían promocionado por primera vez por una chica que había ido de la nada entonces había empezado a tomar fotos y publicarlas ese medio me ayudo a saber de las Lomas de Paraíso.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

Las redes sociales directas Uhm, ¿creo que podría ser los que usualmente se utilizan creo como Facebook e Instagram lo que utilizamos a diario no? Puede ser eso.

E1: Sí, exactamente las redes sociales directas son esas como Facebook e Instagram que son plataformas abiertas y están al alcance de un contenido y público abierto.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

No, página web no he visualizado, pero si he visto en Facebook, publicaciones y anuncios de cómo llegar y todo sobre las Lomas del Paraíso, y claro que sí la visito creo que Facebook me ayudó a cómo visitar el lugar, todos los detalles de cómo llegar y sobre el ingreso a los nuevos descubrimientos. Sobre todo, lo que me llamó la atención de visitarla fue el colchón de nubes por las buenas fotos que me puedo sacar.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Sí claro, que si por supuesto Facebook o la página Lomas de Villa María del Triunfo ha ayudado que se vuelva más conocido y vayan más personas que visiten las Lomas, pero otras páginas sociales han generado descontrol de información debido a los nuevos descubrimientos, lo que es Apu Siqay y el cisne donde se menciona que la entrada no es por las lomas, sino que para llegar a ese lugar tiene su propia entrada entonces es por eso que la información se distorsiono y genero el desorden social.

5. ¿Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las lomas de Paraíso?

Si vi una noticia acerca de los botaderos de basura que dejaron la gente que visitaba las lomas, llevaban botellas de licor, bolsas y papeles y lo dejaban por el camino sabiendo, teniendo en cuenta como tú puedes observar que aquí hay varios botes basuras donde la gente lo podría desechar, también vi la noticia de la cantidad de gente que visitaba las lomas aproximadamente era 3 mil o 2 mil personas no recuerdo, pero era una cantidad grande.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Si creo que sí, en algunos casos resulta veraz siempre y cuando quien es el usuario quien lo está publicando , porque se ha dado casos que por ejemplo los precios que cobran para entrar al Apu Siqay algunos dicen que cobran 5 soles, otros 3 soles y después dicen que es gratis entonces, creo que se debería mejorar ese tipo de información, porque como bien menciona la señora que está registrando a los visitantes, ella dice que el Inca y el cisne ya no es parte de las lomas sino que pertenece a un sector privado que está cobrando.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las lomas del Paraíso?

Sí, por ejemplo, a mí me ayudo a cómo llegar al lugar en todo caso si no hubiera sabido de las publicaciones ahorita estuviera perdido y ni enterado de la existencia de las Lomas y es por eso que me encuentro aquí visitando este recurso, y cansado por la subida (risas).

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Creo que mediante las fotos y publicaciones que subimos a diario a nuestras cuentas en las redes sociales, demostramos nuestras experiencias en lugares que vamos visitando en este caso cuando llegue al colchón de nubes tomaré buenas fotos y así las personas van a querer tomarse igual las mismas fotos y querer colgarlas en sus cuentas sociales.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Yo creo que si están presentes tanto en Twitter como Instagram porque las personas cuelgan sus fotos o anuncios de sus experiencias es por ello que a otras personas les puede servir de referencia para guiarse mediante la visualización de las fotos o también pueden intercambiar información acerca de sus visitas en Las lomas y comentarse que tal la experiencia.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

La verdad no tengo idea para que sirvan los blogs, he escuchado algo, pero no estoy segura de lo que pueda ser.

E1: Bueno te comentaré acerca de los blogs que sirven para publicar temas de información de cualquier tipo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Por lo que me acabas de mencionar que son los blogs creo que si ayudarían para el visitante ya que es más que todo saber las informaciones que realizan algunos autores de acuerdo con las visitas que ellos han realizado entonces es tomarlo como referencia para guiarnos.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Podría ayudar para las personas que no supieran como llegar al lugar y que los blogs sean un poco más resumidos y sobre todo de confianza.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 03

Nombre del investigadora/entrevistadora: Ellen Zuleidy Hurtado Tobies

Nombre de la población: Pobladora

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 01

Contextualización: La entrevista se realizó en la tienda de comestibles de la pobladora.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 5 minutos, 12 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Sí, claro que si es la que está aquí arriba donde lastimosamente para los pobladores estamos muy afectados debido a que se ha visto muy vulnerado por parte de otras asociaciones y de tal forma se ha dañado pero tratamos de resolver y cuidar lo que más podemos.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

Uhm, la verdad no tengo idea de lo que sean, pero creo que pueden ser las fotos que publicamos en el Facebook (risas) la verdad no sé señorita. E1: Bueno señora no se preocupe estamos para explicarle de lo que trata, las redes sociales directas quieren decir, que es Facebook e Instagram que son plataformas abiertas y están al alcance de un contenido y público abierto.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

Bueno la ONG que está realizando planes y acciones para la mejora de las Lomas publican a diario fotos y anuncios para obtener el apoyo necesario de algunas autoridades para mantener las Lomas, pero página web aún no tiene lo que si maneja es Facebook.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Si claro que si ayudó de una forma positiva y negativa a la vez porque una vez que se dio a conocer ya que no era tan conocido por algunas personas entonces si aplicó de gran utilidad pero negativo porque fueron llegando personas en súper cantidades que de tal manera llegaron a dañar las lomas creando caminos por donde no se debía pasar pero sin embargo, a ellos no les interesaba las lomas sino el cisne, el colchón de nubes y el Apu Siqay lo cual no tiene nada que ver con las lomas porque esa parte le pertenece una asociación privada es por ello, que para entrar al Apu Siqay para tomarse fotografías le cobran entrada pero las lomas son totalmente gratuitas es así que algunas personas cuentan o mencionan que nosotros cobramos y no es así solo pedimos una pequeña colaboración de voluntad para el mantenimiento de la loma.

5. ¿Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias,

Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si claro, que la municipalidad de Lima nos mencionó a nosotros en una noticia que nos iba apoyar con el mantenimiento de las Lomas y evitar que entren un sector privado y esté haciendo cosas informales en el lugar ya que se están juntando con otros socios para evitar el paso gratuito de los visitantes y empiecen a cobrar 7 soles lo cual no debería ser así porque las lomas es un espacio abierto no se debería de cobrar entrada pero si dejar una pequeña colaboración para el mantenimiento, eso nos perjudica bastante porque también nos cobraría a nosotros los pobladores que vivimos cerca de acá y eso no queremos.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

La información que se brinda en Facebook si son confiables, pero deberían de manejar mayor información sobre la entrada para que no genere confusión de los visitantes cuando vengan a visitar a las Lomas, pero si vienen para el cisne o el Apu Siqay ahí si cobran por ser un terreno privado. También, deberían de profundizar la información de la entrada real para llegar al Apu Siqay ya que, la entrada no es por las lomas de tal manera que no perjudique las Lomas del Paraíso y se pueda aprovechar de su temporada a lo máximo y no dañado por los visitantes informales.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Sí, por ejemplo, a varias personas les sirvió de ayuda ya que no conocía el lugar entonces de esa forma mediante por las publicaciones han conocido las Lomas de Paraíso entonces si ayuda para la visita de los turistas.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Es así como empezó cuando una chica vino paseando por las Lomas e iba tomando fotografías acerca de lo que encontraba entonces es así que estaba promocionando por las fotos y videos acerca del Apu Siqay, el cisne y el colchón de nubes, es así que se pasó la información por internet y este recurso estaba recibiendo visitantes más que todo las visitas se dan los sábados o domingos ahí si hay un montón de gente amontonada para entrar a las lomas

pero para ir al Apu Siqay lo cual la entrada no es por ahí sino por el otro lado.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Sí porque, al conocer un nuevo destino o lugar la gente se va a animar a ir y tomarse las mismas fotos que las tuyas por los videos y fotos que cuelgan.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Uhm, No sé qué son los blogs no tengo idea señorita. E1: Bueno exactamente es donde se pueden publicar temas de información de cualquier tipo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Si pueden ayudar a seguir promocionando de una manera positiva las Lomas del Paraíso.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Si claro por supuesto como ya lo había mencionado antes debería de ayudara profundizar la información, pero adecuadamente para recibir más visitantes

formales.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 04

Nombre del investigadora/entrevistadora: Soledad Pamela Aranda Elejalde.

Nombre de la población: Visitante

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 02

Contextualización: La entrevista se realizó al exterior de un colegio inicial.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 5 minutos, 24 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si tengo conocimiento de las Lomas, son las que se encuentran aquí arriba, solo subes caminando y ahí están. Además, en la parte superior está el colchón de nubes, el inca y el cisne, pero el inca y el cisne está en propiedad privada.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

No sé qué son eso de las redes sociales directas. ¿Para qué o qué son?

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Ah... esas eran, si se sobre Facebook y otras aplicaciones, y también que se puede leer noticias en línea, pero no sabía que eso eran las redes sociales directas.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

La verdad ni sabía que las Lomas tenían página web, no soy de utilizar mucho el internet para esas cosas, pero ahora que sé voy a ver qué han puesto en su página. Seguramente no han puesto que se tiene que pagar 3 soles para la entrada al cisne y al inca ya que, es privado.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Por supuesto, antes ni había muchas personas, pero gracias que una chica se tomó la foto en el colchón de nubes y el inca, y luego lo publicó empezaron a venir mucha gente. Yo diría que hasta 3 mil personas venían por día los fines de semana, pero ahora ya no es como antes porque ya está pasando su temporada pero muchos de ellos, iban por donde querían y no respetaban los senderos que habíamos hecho nosotros, los que vivimos aquí, tú les decías y no te hacían caso, hasta te empujaban.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Solo vi una o dos noticias en internet, sobre lo que estaban destruyendo las lomas, las personas que venían aquí. Pero eso fue, porque nosotros nos

quejamos también, porque venían a lo del colchón de nubes y el inca, pero se iban dejando su basura en el camino, iban por donde querían y pues al final estaban destruyendo las Lomas y eso no es justo porque nosotros, los de la comunidad, cuidamos las Lomas.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Yo creo que sí y no; sí porque si dicen que está el cisne, el inca y el colchón de nubes aquí, pero no dicen que la entrada a lo del inca es por otro lugar, sino que muchos señalan que es por aquí, y eso es porque por el otro lado es trocha y es feo y como por aquí es verde y bonito, prefieren subir por este lado del camino; pero tampoco mencionan que si quieren verlos deben pagar 3 soles, porque eso es lo que cobran.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Yo pienso que sí, porque por allí también se enteraron lo que había por aquí, porque muchas personas suben sus fotos a Facebook y ya sus amigos y su familia quieren venir a acá para conocer y tomarse fotos, pero muchos no saben que el cisne y el inca solo están hechos de cemento y son tan grandes como parecen.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Bueno para mí, como ya dije antes los turistas vienen aquí, a las Lomas, porque han visto las fotos de otros, pero cuando están acá hay algunos se graban para subirlo a sus historias y luego cuando ya se van suben sus fotos a Facebook, Instagram y a las otras redes.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Sí, porque como ven las fotos de otros, así bonitas como estando encima de las nubes o con el inca o el cisne, ellos también quieren, esa es su motivación, porque de los que vienen a visitar la mayoría es porque han visto fotos en las redes sociales, más que por otra cosa. Pero ahora, ya ha sido mucho, han venido a las Lomas y han destruido, por eso nosotros también nos quejamos.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Blogs? ... Creo que eh escuchado de eso, sino me equivoco es como una página web para ver información sobre un tema.

E1: Si, es eso exactamente, en los cuales el dueño del blog puede publicar y los usuarios pueden buscar información sobre algo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Yo creo que, si porque ahí seguro buscan también su información sobre las lomas antes de venir, como lo que necesitan y eso. A decir verdad, no estoy muy familiarizado con eso de los blogs, más uso Facebook.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Si hay información acerca de las Lomas sí, porque va a haber muchas más personas buscando y leyendo acerca de las Lomas y querrán venir a visitar, pero yo les recomiendo que vengan en su temporada porque es más bonito, ya que, todo es verde porque después de su temporada todo es arena, ya no es lo mismo.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 05

Nombre del investigadora/entrevistadora: Ellen Zuleidy Hurtado Tobies.

Nombre de la población: Pobladora.

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 03.

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 5 minutos, 10 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Por supuesto, las lomas son las que están arriba y además yo y mis vecinos cuidamos, limpiamos y mantenemos las Lomas, pero la gente que viene no les importa lo que hacemos, solo sube por donde quiere y botan su basura por ahí y eso que hemos puesto tachos y bolsas de basura, pero a ellos les da igual, con tal que tengan sus fotos, no piensan.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

A decir verdad, no tengo idea de que son las redes sociales directas, supongo que son Facebook y las otras redes, ¿no?

E1: Exacto, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Ya sé cuáles son, así que eran esas las redes sociales, es la primera vez que escucho eso de directas

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

Si había escuchado que habían creado una página web para las Lomas, pero no entro a la página para ser sincero, ya que, vivo acá así que no tengo necesidad de entrar ahí. Además, hay muchas cosas que no publican como que el cisne y el inca están en propiedad privada y por eso se tiene que pagar una entrada de 3 soles.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Definitivamente, porque antes solo venían algunas personas, como estudiantes de colegio, algunos de universidad y después solo científicos, que estudian el suelo, pero después que uno chica por casualidad subiendo encontró al inca y se tomó una foto con él y el colchón de nubes, y luego lo subió a sus redes, mucha gente comenzó a venir.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si, a decir verdad, eh visto muchas noticias por todos lados, en el internet y la televisión, porque ya era demasiado el daño que causaban las personas que venían aquí. Además, las Lomas solo pueden recibir cierta cantidad de personas al día, pero venían 2 mil a 3 mil personas, y encima se ponían malcriados cuando les decíamos algo, porque decían que era un cerro y nosotros no teníamos por qué decirles algo.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Yo pienso que no, porque hay una entrada por el otro lado, que te lleva directo y más rápido al inca y al cisne, pero como no está cuidada, es trocha y huele feo por los cerdos, ellos prefieren ir por este lado, y ni si quiera respetan los caminos que hemos hecho la comunidad, por eso se puede ver que hay como que caminos que no están bien marcados, eso lo han hecho las personas que han venido.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Yo opino que sí, porque la gente empezó a venir por lo que encontraron en las redes sociales, como fotos de otros visitantes. Además, hay empresas que promocionan estas Lomas en sus páginas, pero ellos no les dicen que se tiene que ir por otro camino y que tiene que pagar 3 soles para ver al inca y al cisne, con todo lo que encuentran en las redes sociales es que vienen los turistas.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Bueno, en su experiencia pienso que las redes sociales están presentes antes que vengan, porque viendo fotos ahí es que se animan a venir y después de que vienen también, porque luego son ellos publicando sus fotos en sus cuentas de Facebook e Instagram..

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Sí, porque como ya dije, como los que vienen han visto fotos encima de las

nubes o con un inca viendo hacia las nubes, ellos también quieren sus fotos y su experiencia de que se siente, y todo ha sido gracias a todo lo que han publicado otras personas y algunas empresas, que a veces no colocan que deben traer gorro, bloqueador y agua, porque hace calor y es mucha subida.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Yo pienso que se utilizan de la misma forma que las redes sociales, para compartir fotos, videos y esas cosas y eh visto que algunos blogs tienen una temática, pero no estoy muy familiarizado con ellos, así que, no podría decirles más.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Creo que sí, porque muchos de ellos vienen ya investigando en el internet acerca de las lomas, y en base a ello viene aquí, porque algunos de ellos les dicen cómo llegar aquí y que por este lado se llega al cisne y al inca; como ahora todo está en internet, ahora todos buscan ahí cualquier cosa que necesiten saber.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Sí, porque funciona como las otras redes sociales como Facebook, los blogs sirven para que más personas conozcan y vengan a las Lomas, pero pienso que estos deben decir también que se debe respetar los senderos ya marcados y que no boten su basura en las lomas.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 06

Nombre del investigadora/entrevistadora: María Rosa Espinoza Rojas.

Nombre de la población: Pobladora.

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 04

Contextualización: La entrevista se realizó al exterior de un colegio inicial.

Observaciones:

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 5 minutos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si tengo conocimiento de las lomas, uno porque vivo cerca de estas y dos porque pertenezco al grupo de personas de la comunidad que está a cargo de la limpieza y el mantenimiento de las Lomas, esta se encuentra conformada por otros vecinos, quienes se preocupan por las Lomas.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)
¿Redes sociales directas? ... No tengo conocimiento acerca de ese tipo de redes. ¿Qué son?

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

Si tengo conocimiento de que hay una página en el internet de las Lomas, pero no entro a ella porque yo tengo la información de las Lomas de primera mano porque vivo aquí y además, puede que no coloquen toda la información porque existe una parte de las lomas que es privada, en ese lugar es donde se encuentra el Inca y el cisne, probablemente sean ellos que manejen esa página web.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Yo opino que sí porque la mayoría de las personas que viene a las Lomas es porque han visto una publicación de un familiar, un amigo, un grupo o de una empresa de viaje, todos ellos influenciados por las fotos y videos compartidos por las redes sociales, y todo porque una chica compartió una foto en el colchón de nubes.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Sí, en diferentes medios, a decir verdad, algunas informaban sobre lo que podías encontrar en las Lomas y otras sobre los daños causados por la masiva llegada a las Lomas, porque nos tuvimos quejar todavía para que vinieran a hacer algo porque no nos hacían caso, y cuando les preguntabas a los visitantes si podían colaborar según su voluntad para el mantenimiento se ponían malcriados.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Solo algunas publicaciones dicen las cosas como son acerca de las Lomas, pero otras han distorsionado completamente la información porque dicen que para llegar al inca y al cisne se debe pasar por las lomas, lo cual es completamente falso porque ellos tienen un sendero por otro lado, sin embargo, siguen publicando información errónea. Además, algunos no dicen que las lomas son por temporadas por lo que algunos piensan que es verde todo el año y no es así.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Sí, porque la mayoría o casi todos de los que vienen a las Lomas es porque han encontrado alguna publicación lo suficientemente atrayente para ellos, como puede ser una buena foto o buenos comentarios en las publicaciones acerca de las Lomas, y que en base a ello han decidido venir.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Las redes sociales están presentes antes de que lleguen a las Lomas porque en estos los visitantes su información para venir, como con qué carro llegar, y también cuando ellos comparten sus fotos o vídeos de su visita en sus propias redes sociales, esas serían en mi opinión las veces en que las redes sociales están presentes durante la experiencia.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Por supuesto, hoy en día todos se informan por internet y porque todo está ahí, y pues si no es que todos tienen redes sociales activas, más si es Facebook, ya que, es un medio por el cual se comparten fotos, vídeos y

estados, y como todos pueden verlo muchos de los visitantes han venido gracias a lo que han encontrado en las redes sociales, creándose expectativas del lugar.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Según yo son para publicar acerca de un tema, en estos puedes subir fotos y videos también, pero creo que son un poco más informativos que Facebook y Twitter.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Por supuesto, porque como ya mencioné con anterioridad los visitantes están influenciados por las redes sociales, y más hoy en día que todo se encuentra conectado, es más fácil encontrar todo lo que uno desea saber en las redes o dar a conocer

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Sí, porque hablan acerca de las Lomas y de alguna funcionan como un motivador e informador para otras personas que están leyendo dicho blog. Además, es una red social que puede llegar a muchas personas, ya que, es como utilizar Facebook o Instagram.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 07

Nombre del investigadora/entrevistadora: Soledad Pamela Aranda Elejalde.

Nombre de la población: Visitante.

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Visitante 03

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Duración de entrevista: 5 minutos, 25 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si tengo conocimiento de las Lomas porque se encuentran a pocos metros y porque soy parte de las personas que mantienen las redes sociales, procurando que estén limpias.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar) Lo siento, no sé qué son las redes sociales directas o cómo se utilizan.

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Ah, son esos los que conforman las redes sociales directas, pensé que eran completamente diferente

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

No sabía que las Lomas tuvieran su propia página web, pero supongo que esta no menciona acerca de todos los daños generados por los visitantes, la basura que dejan y que hay un costo de 3 soles para llegar al inca y al

cisne. A pesar de que, ahora tengo conocimiento de su existencia no entraría porque toda la información que quiero y necesito la obtengo de primera mano.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Sí, en mi opinión es que desde que se hizo viral las publicaciones en las redes sociales como Facebook acerca de las fotos del colchón de nubes y las del inca y el cisne aumentó de forma increíble el número de turistas que visitaban las Lomas, y gracias a ello, algunas personas empezaron a vender agua, bloqueador, sombrilla, etc, Sin embargo, las personas llegaron a un punto donde la misma comunidad se incomodó por los daños que estos generan.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si, desde que empezaron a llegar personas por montones las noticias online se hicieron presentes súper rápido, al comienzo las primeras noticias solo mencionaban lo que se podía encontrar en las Lomas y descripciones de estas, pero luego se encontraban noticias acerca de cómo la gente ignoraba los senderos ya marcados y ensuciaban el lugar.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Toda la información que se encuentran en las redes sociales no son verídicas, por ejemplo, lo que más leí en las redes sociales es que el camino para llegar al inca y al cisne, los cuales suelen ser la razón de la visita de las personas, es a través de las Lomas, lo cual no es cierto, porque hay un camino por el cuál es más fácil llegar a esos lugares, pero como huele feo, dicen que el camino es por otro lugar.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Yo pienso que sí, porque todo comenzó con una publicación de algunas fotos en las redes sociales por parte de una chica, a medida que han aumentado

las personas publicando sus propias fotos, se han vuelto un punto de referencia para aquellos que hayan decidido venir a conocer las Lomas.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

En mi opinión, estas redes sociales están presentes en la experiencia porque a través de ellas los visitantes muestran cómo fue su viaje, qué conocieron y cómo se sintieron en algunos casos, esto se puede ver en videos compartidos. Además, en las redes sociales se busca información acerca del lugar antes de un viaje.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Sí, porque las demás personas al ver las fotos que suelen ser muy buenas en el colchón de nubes o el inca en las redes sociales quieren tener fotos iguales y quieren pasar por la misma experiencia. Además, las noticias que dan a conocer lo que ofrece las Lomas invitan a las personas a conocer y visitar el lugar, por lo cual yo considero que son una motivación.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

No soy de utilizar o leer blogs, así que no sé mucho acerca de los blogs, pero creo que las personas lo utilizan como las redes sociales comunes como Facebook.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Yo opino que sí, porque seguro que muchos de los visitantes al buscar información de las Lomas han entrado a diversos blogs para saber mucho más del lugar como, por ejemplo: qué hay, cómo se llega, qué se debe llevar, qué no se debe llevar, entre otras cositas más.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Sí, porque estos dan a conocer información de las lomas, como ya eh mencionado antes. Por otro lado, si la información de un blog da una opinión positiva de las Lomas va a hacer que lleguen más personas, lo cual confirma que los blogs sirven como promoción.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 08

Nombre del investigadora/entrevistadora: Soledad Pamela Aranda Elejalde.

Nombre de la población: Poblador

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Poblador 05

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 5 minutos

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si las conozco porque estas se encuentran aquí arriba, y mis vecinos yo estamos comprometido con el mantenimiento de las Lomas. Además, ahora es un tema de discusión porque hemos tenido problemas con los dueños de la parte privada, por han estado queriendo cobrar la entrada para las Lomas, y eso no es así porque pertenece a todos.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

Disculpe, no sé qué son las redes sociales. ¿De qué tratan?

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Entiendo, gracias, es que no sabía qué o cuales eran.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

A decir verdad, no tenía ni idea de que tuviera una página web, después voy a entrar para ver de qué trata, seguro esas personas que cobran son las que administran la página, eso ya sería el colmo, hasta a nosotros nos querían cobrar la entrando, siendo nosotros los que vivimos aquí y cuidamos las Lomas, y encima está muy caro.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Yo pienso que sí porque ahora la mayoría de las personas que vienen a las Lomas es porque han visto publicaciones en Facebook y en otras redes sociales así, todo esto es porque los que han venido antes han publicado sus fotos y eso ha captado la atención de los demás, es por eso que cuando estaba en temporada venían más o menos 2 mil, la cola para entrar era enorme, muchos de ellos se empujaban.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si, desde que empezaron a llegar cada vez más turistas a las Lomas, han ido aumentando el número de noticias conforme a eso, porque antes no sacaban nada, pero casi ya último estaban mostrando todo lo que habían destruido los visitantes en las Lomas, a ellos no les importa.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Yo pienso, que siempre hay información en los medios que es mentira y es igual para lo de las Lomas, por ejemplo, muchas de las publicaciones dicen que debes venir por este lado para poder llegar al inca, al cisne y al colchón de nubes, y eso no es totalmente cierto, porque para el colchón de nubes si se sube por este lado porque hay un sendero, pero para el inca y el cisne no, ellos tienen su propio camino y es por otro lado.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Yo opino que sí porque ahora todos son influenciados por las redes sociales como Facebook e Instagram, porque casi todo el mundo tiene cuentas y paran publicando fotos y ellos también fotos de otras personas, y como los visitantes han visto por las redes sociales las fotos de otros, ellos se han dejado llevar por eso y han venido.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Yo pienso que están en todas las etapas, e el antes cuando ven fotos y vídeos publicados en las redes sociales, luego cuando están subiendo sus estados y al final cuando ellos ya son los que publican lo que han hecho y todo lo que han tomado, pero nunca muestran lo que han hecho en las lomas, como malograr los senderos.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Por supuesto, como ya mencioné antes los visitantes que vienen acá son mayormente por todo lo que encuentran en las redes sociales y muchas veces solo esas son sus fuentes de información y no buscan por otros lados más información, por ello, su mayor motivación viene de lo que publican otros, en este su experiencia en las lomas.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Yo pienso que es para compartir información y fotos como las otras redes como Facebook, lo siento no soy de utilizar blogs.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

No estoy segura si los blogs son importantes para ellos, pero deben tener su importancia también si son una red social, ya que, las redes sociales son lo que casi todos utilizan, seguro usan los blogs para conseguir más información sobre las Lomas para poder venir acá.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Si los blogs hablan sobre las Lomas yo pienso que si ayudan con la promoción porque cuando la gente busque Lomas del Paraíso en el internet también van a salir los blogs como respuesta o cuando coloquen solo Lomas posiblemente salgan blogs de estas Lomas.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 09

Nombre del investigadora/entrevistadora: Ellen Zuleidy Hurtado Tobies.

Nombre de la población: Pobladora.

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 06

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 6 minutos, 30 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si tengo conocimiento de las Lomas ya que vivo debajo de las Lomas y porque también participo en su cuidado con otros vecinos de aquí. Además, hace poco ha estado de moda porque venía mucha gente como nunca.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

Lo siento, no sé qué son las redes sociales directas . . .

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Ah, bueno, ya entiendo, esas son las redes sociales directas.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

Si había escuchado que las Lomas tiene su propia página, pero para ser sincera no he entrado hasta ahora a su página, ya que, no tengo la necesidad de entrar a eso porque estoy cerca de las Lomas y sé lo que pasa por aquí así que no creo que entre a su página. Además, no creo que coloquen todo lo que pasa, como la basura que botan los que vienen.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Si, y creo que en gran medida han hecho que aumente las visitas a las Lomas porque antes eran muy pocos los que venían aquí, a comparación de ahora, en su temporada de loma creo que habrá llegado a las 2 mil personas por día, había colas inmensas, ahora ya no es así, pero siguen viniendo los fines de semana.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si, en varios periódicos hablaban sobre las Lomas, casi ya las últimas noticias fueron sobre que los turistas estaban destruyendo las lomas, porque iban por donde querían y botaban basura. Después, salió que las Lomas estaban en mantenimiento porque ya había sufrido mucho daño y como era un ecosistema frágil podría estar en peligro si no se controlaba.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

No todo lo que se encuentra en internet es verdad, ya que a veces se omiten varias cosas, y una prueba de ello es lo que se dice de las Lomas como, por ejemplo, que se tiene que ir a través de las Lomas para llegar al inca y al cisne, lo cual no es cierto porque la entrada de esos lugares es en otro lugar y por otro lado nunca mencionan que si quieres verlos tienes que pagar 3 soles.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Sí, porque las personas que suelen venir a las Lomas han visto imágenes de otros visitantes, en las cuales ellos se encuentran en el colchón de nubes, el inca y el cisne, es por ello que ellos vienen influenciados por eso, y no solo es por Facebook sino también por otras redes sociales como Instagram.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Las redes sociales están presentes en toda la experiencia de los visitantes, creo yo porque para que vengan han visto pruebas de otras experiencias, se informan del lugar en las mismas redes también y después están publicando sus propias fotos en su Facebook.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Por supuesto, como ya lo mencioné antes la mayoría de los visitantes vienen por influencia de las fotos y videos que puedan encontrar en sus redes sociales y por aquellas noticias que hablan acerca de todo lo que se puede encontrar en las Lomas, todo ello suma para que ellos decidan venir a las Lomas.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

No sé para qué son, no es algo que utilizo, así que no sabría responderte, pero eh escuchado algo.

E1: Los blogs son redes sociales también, en los cuales el dueño del blog puede publicar y los usuarios pueden buscar información sobre algo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Creo que sí, porque como mencionó ahí se puede encontrar información, entonces los visitantes utilizan para eso los blogs, para buscar información acerca de las lomas antes de venir y de alguna forma los blogs también motivan a las personas a venir a las Lomas porque pueden ver fotos ahí que los pueda emocionar.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

De alguna forma los blogs son promoción porque algunos de ellos hablan sobre las Lomas. Además, yo pienso que todas las redes sociales son medios de promoción porque puede llegar a muchas personas siempre que hablen del tema que se quiere dar a conocer.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 10

Nombre del investigadora/entrevistadora: Ellen Zuleidy Hurtado Tobies.

Nombre de la población: Pobladora.

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 07

Contextualización: La entrevista se realizó a los exteriores de la vivienda de la pobladora.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Evidencia fotográfica:



Duración de entrevista: 6 minutos, 10 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si tengo conocimiento de las Lomas ya que vivo abajito de las Lomas y estoy siempre colaborando por cuidar con las Lomas porque, aunque no lo crea nos hemos visto perjudicados por algunas fiscalías y socios que ya han estado poniendo tranqueras para evitar el paso de los visitantes y además para que les cobre entradas.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar) Uy, señorita no sé qué será las redes sociales directas, será Facebook

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Ah bueno, ya entiendo, esas son las redes sociales directas.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

Bueno no se manejar nada de redes sociales señorita, pero no colocan la realidad solamente la atracción como las fotos del Apu Siqay, el cisne y el colchón de nubes, pero no creo que coloquen lo que realmente hace la sociedad para el mantenimiento de las Lomas de los desperdicios que dejan la gente cuando bajan de las Lomas.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Claro como tal se mencionó en la noticia acerca de la carga de personas que vinieron sobre todo se puede apreciar la gran cantidad de personas que llegan los sábados y domingos, pero ahora como ya se está yendo el mes de las lomas de su temporada ya no recibirá visitas y así tenemos mayor tiempo de poder hacer mantenimiento a nuestra loma para el año siguiente y no pase lo mismo lo que está ocurriendo hoy en día.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si, en varios periódicos hablaban sobre las Lomas, casi ya las últimas noticias

fueron sobre que los turistas estaban destruyendo las lomas, porque iban por donde querían y botaban basura. Luego salió que una ONG está convocando a voluntariados para ayudar al mantenimiento de la loma.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

En la mayoría de información que se encuentra en internet algunas no son ciertas debido a que solo lo filman o buscan mostrar fama más no el esfuerzo que hace la población por las lomas o mejor dicho lo que está detrás de todo ello.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Sí, porque las personas que suelen venir a las Lomas han visto imágenes de otros visitantes, en los cuales ellos se encuentran en el colchón de nubes, el inca y el cisne, es por ello que ellos vienen influenciados

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Están presentes debido a que todo lo publican en sus estados, historias en sus publicaciones es así como las demás personas se atraen por ello y también quieren experiencias así en el lugar entonces tratan de investigar de dónde queda el lugar, que realizar y hasta van en familia.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Por supuesto, como ya lo mencioné antes la mayoría de los visitantes vienen por influencia de las fotos y videos que puedan encontrar en sus redes sociales y por aquellas noticias que hablan acerca de todo lo que se puede encontrar en las lomas.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Ni idea no he escuchado de hablar que son los blogs....

E1: Los blogs son redes sociales también, en los cuales el dueño del blog puede publicar y los usuarios pueden buscar información sobre algo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Claro que sí como lo mencionas ayuda a de una manera planificar su visita

a un lugar y saber de las actividades que puede realizar ahí entonces es así que los blogs ayudarían de una manera eficiente para la visita formal, porque para ello primero la información debe ser confiable para no generar algún tipo de distorsión de información.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso? De alguna forma sí, porque si no así las personas no se hubieran enterado de las lomas y entonces esta no se hubiera hecho conocida, pero como tal influencio lo que es Facebook entonces si ayudaría a la motivación de la visita quizás de los escolares que son los que más están al pendiente de este tipo de red social para búsquedas de trabajo.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 11

Nombre del investigadora/entrevistadora: Ellen Zuleidy Hurtado Tobies.

Nombre de la población: Pobladora

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 08

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Duración de entrevista: 6 minutos, 5 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Sí, conozco las lomas porque vivo ahí y soy parte de los que limpian y cuidan el lugar desde hace un buen tiempo.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

¿Directas? ... No sé, pero que tengo uso de las redes sociales, sí, pero sobre eso directos no.

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

Ah, por ejemplo, cuando entras sale noticias de RPP y eso.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

No, desconozco del tema de la página web de las lomas, pero ahora que sé si la visitaría para ver que noticias nos dan y para conocer más acerca de las lomas, también para ver qué es lo que anuncian en la red y quizá yo

podría en dicha red comentar alguna publicidad para el bien de las Lomas.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Mediante una foto que se publicó en Facebook se hizo viral las lomas, así que, después de dicha publicación las personas fueron dándose aviso que existía un lugar hermoso en las lomas y desde ahí se volvió famoso tanto así que llegaban algo de mil personas por día.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Sí, si eh visto una noticia de como nosotros los que vivimos aquí hemos hecho limpieza de las lomas porque los visitantes vienen y botan su basura ahí a pesar que hemos colocado tachos de basura, pero a ellos no les importa y también eh visto una noticia cuando cerraron la entrada a las Lomas porque había sufrido muchos daños.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Para mí, de lo que hablo es que para llegar al inca y al cisne es por otra entrada, pero como tiene un olor nauseabundo las personas se desvían por la entrada de las Lomas, porque en casi todas las publicaciones dice que la entrada es por ahí, lo cual no es cierto, porque los que vivimos acá sabemos por donde entra la gente y por donde fue y debe de ser la entrada.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Sí, en una parte y por otra parte se enteran por conocidos que vienen a las lomas o viven por acá, es decir, que algunos se enteran por las publicaciones que hacen sus amigos o familiares de las Lomas en sus cuentas de sus redes sociales, ahora es más fácil enterarse porque todos estamos más conectados.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Las redes sociales han estado presentes en la experiencia a través de las fotos que encuentran los visitantes en estas, ello influye a que quieran conocer el lugar y luego de sus visitas ellos ya son los que publican sus fotos

y vídeos en sus cuentas sociales y lo vuelven más viral.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Sí, porque lo ven limpio, lo ven atractivo y en mi opinión de conocer el lugar es una experiencia de conocer el lugar es una experiencia que no te vas a arrepentir. Además, las fotos que se toman en el colchón de nubes, en el inca y en el cisne son muy atractivas y novedosas, que cuando lo ven en una publicación piensan que si o si deben venir a conocerlos.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

E1: Los blogs son redes sociales también, en los cuales el dueño del blog puede publicar y los usuarios pueden buscar información sobre algo.

Son para dar a conocer más sobre algún tema, también eh visto que en los blogs colocan fotos y vídeos en algunos casos, y suelen parecerse a una página web.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

Sí son importantes porque, por ahí se enteran que existe el lugar, porque cuando entras a Google a buscar el lugar salen varios blogs dando referencias y contenido del lugar, en este caso las Lomas. Además, por ahí se pueden enterar sobre lo que hay aquí y quizá como llegar, y pueden obtener toda la información que necesiten antes de su visita.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Sí, porque hay blogs que dan una buena referencia acerca del lugar dando a conocer a detalle y hay otros blogs en los cuales hay comentar muy malos y no son alentadores para conocer el lugar y un poco que hacen desanimar, pero como hablan de las Lomas se vuelve como una promoción y ya depende las personas si vienen a conocer o no las lomas.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Número de registro: 12

Nombre del investigadora/entrevistadora: María Rosa Espinoza Rojas.

Nombre de la población: Pobladora.

Fecha y hora de la entrevista: 06 de noviembre de 2019.

Fecha de llenado de ficha: 06 de noviembre de 2019.

Tema: Redes sociales

Informante: Pobladora 08

Contextualización: La entrevista se realizó en la entrada a las lomas donde llegan a registrarse ubicado en Villa María del Triunfo.

Observaciones: Se hizo uso de la guía de entrevista para aplicar las 12 preguntas asignadas.

Duración de entrevista: 6 minutos, 21 segundos.

1. ¿Usted sabía sobre la existencia de las lomas del paraíso del distrito de Villa María del Triunfo?

Si ya lo conocía, ya que vivo por aquí cerca vengo de visita a subir hasta los colchones de nubes que hoy en día se está dando el boom con fotos muy buenas antes que se acabe la temporada de las lomas.

2. En su opinión ¿Sabe que son las redes sociales directas? (Explicar)

Uhm no estoy segura, pero creo que son las redes sociales comunes que usamos a diario como Facebook, Twitter e Instagram.

E1: Bueno, las redes sociales directas son aquellas que se utilizan de ocio como, por ejemplo: Facebook y Twitter, pero también abarca los periódicos en línea como El Comercio y Gestión.

3. ¿Usted tiene conocimiento de que existe una página web de las Lomas del Paraíso? ¿Usted la visita después de saber que existe?

La verdad no tengo idea señorita, acerca de una página web sobre las lomas, pero sí sé que toda la información está en Facebook, pero en página web no.

4. En su opinión ¿Las redes sociales como Facebook ayudó a que aumente

las visitas a las Lomas de Paraíso? ¿Cómo?

Sinceramente si aumento la llegada de los visitantes al lugar ya que antes no era tan conocido la gente prefería irse a las lomas de Lachay pero a estas lomas no, después de que se supo el descubrimiento del Inca, el cisne y el colchón de nubes ahora todo el mundo va.

5. Usted ha visto alguna noticia virtual como por ejemplo RPP Noticias, Comercio acerca de las Lomas de Paraíso?

Si vi una noticia acerca de la cantidad de gente que había subido a las lomas de tal manera que ni se podía caminar tanta gente que había aproximadamente 2 mil personas las cuales dañaron el área natural creando caminos por doquier.

6. En su opinión ¿la información que recibió sobre las lomas en las redes sociales directas son veraces?

Algunas publicaciones no son veraces debido a que existen aquellas personas informales, por ejemplo, que te ofrecen tour a las lomas, pero realmente uno por su cuenta lo puede hacer y sin embargo tal agencia no tiene permiso para realizar tours en una loma y es por ello que se debe ser cuidadosa con las informaciones que se encuentra en las redes sociales.

7. En su opinión ¿las redes sociales directas como Facebook es un factor por el cual los turistas visitan las Lomas del Paraíso?

Claro que sí Facebook promociona todo de ahí es donde paramos siempre al tanto de las noticias informativas por el Facebook lo cual para nosotros es fácil donde nuestra motivación sobrepasa por las fotos y videos que cuelgan de sus experiencias en dichos lugares es por ello que también nació la parte de la visita a las lomas por las fotos que varias personas se tomaron con el cisne en el colchón de nubes, etc.

8. Para usted ¿De qué manera las redes sociales de ocio como Twitter e Instagram están presentes en las experiencias de los visitantes?

Están presentes en las publicaciones como fotos, videos historias y estados por otras plataformas y es así como despierta el interés de otros usuarios a seguir, de tal manera que ellos también quieren tomarse las mismas fotos y vivir esa experiencia.

9. En su opinión ¿Usted considera que las noticias virtuales ayudarían a la motivación de su visita a las Lomas de Paraíso?

Además, las fotos que se toman en el colchón de nubes, en el inca y en el cisne son muy atractivas y novedosas que cuando lo ven en una publicación piensan que si o si deben venir a conocerlos.

10. En su opinión ¿para qué se utilizan los blogs?

Ni idea de que son los blogs no he escuchado eso.

E1: Los blogs son redes sociales también, en los cuales el dueño del blog puede publicar y los usuarios pueden buscar información sobre algo.

11. Para usted ¿las redes sociales indirectas como blogs son importantes para el visitante?

De hecho que sí, son importantes sobre todo para los escolares y jóvenes que deseen visitar dicho lugar ya tiene la explicación resumida pero confiable, porque hay que tener cuidado que cualquier persona puede crear unos blogs mal hechos es por eso que, siempre se tiene que revisar varias fuentes para la seguridad del usuario.

12. ¿Usted cree que los blogs ayudan a la promoción de las lomas del paraíso?

Sí, tanto en la promoción como en la calidad de información que se encuentre en dichas redes, que sean confiables y no informales para que así existe mayor credibilidad con la visita a las Lomas de Paraíso.

Anexo 7: Transcripción de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN N°01

Lugar de la observación: Publicaciones en Facebook de usuarios.

- **COMPONENTE TEMÁTICO:** Redes Sociales
- **COMPONENTE SUBTEMÁTICO 1:** Por ocio

Monica Saldaña está en **Villa María Del Trunfo, Lima, Peru**
3 oct. a las 2:28 p. m. · 🌐

📍 Apu Sikay, definitivamente es un lugar que recomendaría ir siempre, y lo mejor de todo es que está en Lima, Villa María de triunfo, Lomas del paraíso. Ahí se encuentra, un hermoso mirador, una cabeza del inca y un cisne. 🐦👉 Cómo llegar:
Las indicaciones son muy claras. ✅ De cualquier parte de lima que te encuentres, guíate por la estación María Auxiliadora. Ya sea que te movilices en bus, taxi, incluso, en el mismo tren. ✅ Si vienes en tren, bajas las escaleras para el lado de "la entrada de San Gabriel" que está a la mano derecha, no por la parte de el hospital María Auxiliadora. ✅ Encontrarás "jaladores" que te digan Paraíso (El pasaje es 1 sol) ✅ una vez en el colectivo, baje en el mercado paraíso (si no conoces, tienes que decirle al cobrador que por favor te avise cuando llegues a ese mercado. ✅ Una vez que hayas bajado en ese mercado, cruza y esperas un micro pequeño, que es EL NÚMERO 22, aquel micro te llevará al último paradero (el pasaje es 0.70 centavos) . Antes de subir, igual tienes que confirmar con el chofer que te lleve por la ruta de manantial, ya que es la ruta donde se hace menos tiempo la llegada. OJO: hay micros que te llevan por la ruta de EL SEÑOR DE LAMPA, esa es la ruta más larga, que puede llevarse hasta a minutos en subir hasta el colchón de nubes. ✅ Una vez que el bus te deja, se camina unos 5 min hasta llegar a la entrada. Ya llegando a la entrada, los primeros 15 min. Te parecerán un martirio, donde dirás "mejor me regreso" pero eso es el truco de toda maravilla, como alguien dijo: "el que persevera , triunfa" así que NO TE RINDAS, es parte del truco 😊. Es muy probable que en esa subida la vista sea muy nublado, pero tranquilo, subiendo un poquito más encontrarás todo despejado y de ahí podrás ver el colchon de nubes, pero no te emociones, que eso solo es el principio del Trekking, el destino final está en la cima, el camino es menos empinado que el primero. ❌ = RECOMENDACIÓN IMPORTANTE: Volver antes de que oscurezca y memorizar muy bien el camino de ida, ya que al haber varios caminos, puede ser que vayas por el más largo. #igersperu #peru #nature #apusiqay #yoga #sunset #sunshine #peace #love #trip #sky #igers #tripperu #visitperu

Me gusta · Compartir · 143

ASPECTOS	OBSERVACIONES
Publicación en Facebook	Se observa que existe la divulgación de información errónea sobre la visita a las lomas del paraíso, porque muchos de los visitantes solo van por el Apu Sikay.
Recomendaciones	Los pobladores y asimismo, la página oficial de las lomas del Paraíso, tomen medidas y a su vez, mencionar que la ruta para visitar el Apu Sikay no es por las lomas del Paraíso.
Promoción a las Lomas del Paraíso	Si bien es cierto, las redes sociales son la principal herramienta de publicidad, es así que, es importante la difusión de

	información mediante las redes sociales.
Información errónea	En relación con la información errónea divulgada por las redes sociales, se toma en consideración las fuentes confiables para así, visitar las lomas del Paraíso de manera responsable.

Fuente: Elaboración propia.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°02

Lugar de la observación: Página de Facebook de Las Lomas del Paraíso.

- **COMPONENTE TEMÁTICO:** Redes Sociales
- **COMPONENTE SUBTEMÁTICO 1:** Por profesional

Las Lomas de Paraiso VMT 😊 se siente decepcionado(a) en **Las Lomas de Paraiso VMT**.
9 set. a las 6:21 p. m. · 🌐

INDIGNACION EN LOMAS DE PARAÍSO

Con mucha pena y frustración compartimos parte de los desastres ocurridos en el Circuito Ecoturístico Lomas de Paraíso a raíz de las personas que con sus publicaciones irresponsables incitaron a que miles de personas ingresen a las lomas sin ninguna restricción posible solo por considerarlo un lugar de paso para llegar a otro destino.

Como se ve, botellas de licor, residuos y más residuos, perros, e ingresando a altas horas de la noche perturbando no solo a vecinos sino también a la fauna Silvestre.

¡Hay páginas de Facebook que SIGUEN PROMOVRIENDO LA VISITA A LAS LOMAS PARA LLEGAR A OTROS DESTINOS!



ASPECTOS	OBSERVACIONES
Impacto ambiental	En relación con el impacto ambiental, observamos que las lomas del Paraíso tiene mucha flora y fauna, sin embargo, a pesar que hay senderos determinados para que el turista siga la ruta, estos son ignorados y muchos de los visitantes no respetan la flora y menos la fauna que encontramos en las lomas del Paraíso.
Impacto Social	En relación con el impacto social, la llegada de muchos visitantes a las lomas es de manera positiva pero a su

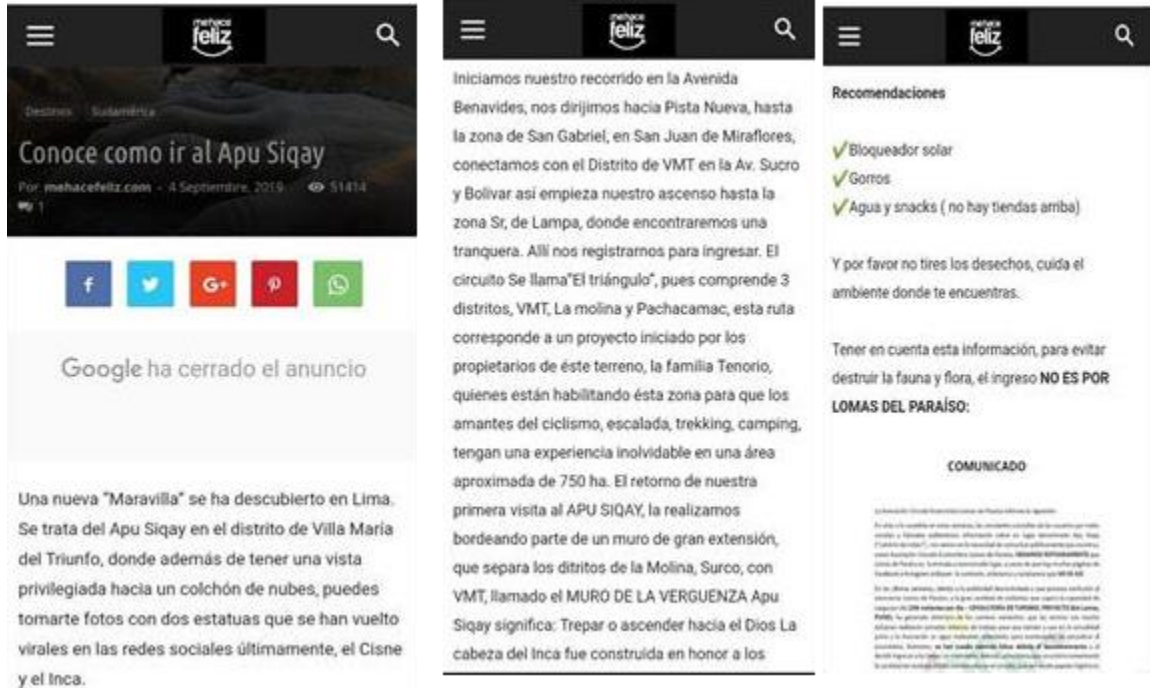
	<p>vez, de manera negativa; positiva porque, trae consigo trabajo a los pobladores y negativa porque, los suelos de las lomas del Paraíso son frágiles y no soportan más de mil visitantes al día.</p>
<p>Residuos Sólidos</p>	<p>Con respecto a los residuos sólidos, muchos de los visitantes no respetan el ambiente que visitan ya que, en las lomas del Paraíso encontramos muchos desechos sólidos en los senderos y asimismo, en los espacios donde abunda la flora y fauna trayendo consigo que los animales que habitan estos espacios puedan alimentarse de estos residuos trayendo consigo enfermedades o hasta la muerte de la flora y fauna.</p>

Fuente: Elaboración propia.

FICHA DE OBSERVACIÓN N°03

Lugar de la observación: Información de blog sobre Las Lomas del Paraíso.

- **COMPONENTE TEMÁTICO:** Redes Sociales Indirectas
- **COMPONENTE SUBTEMÁTICO 1:** Blogs



ASPECTOS	OBSERVACIONES
Pautas para conocer las lomas del Paraíso	En relación con los blogs, muchos de ellos son fuentes confiables ya que, en estos blogs detallan las pautas para conocer las lomas del Paraíso asimismo, lo que se puede realizar y finalmente, las recomendaciones a tomar para visitar las lomas del Paraíso de manera responsable.
Actividades deportivas	En las lomas del Paraíso podemos realizar las actividades de Trekking.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8: Fotos complementarias

Figura 1

Entrada a las lomas del Paraíso



Nota: Ingreso a las lomas del Paraíso. Fuente: De las autoras.

Figura 2

Subida hacia las lomas del Paraíso



Nota: Subida hacia las lomas del Paraíso por medio del asentamiento humano del Edén. Fuente: De las autoras.

Figura 3

Lomas del Paraíso



Nota: Subida en las lomas del Paraíso. Fuente: De las autoras.

Figura 4

Vista de las lomas del Paraíso



Nota: Vista panorámica de las lomas del Paraíso.

Figura 5

Camino de las lomas del Paraíso



Nota: Camino deteriorado porque las lomas del Paraíso superó su capacidad de carga. Fuente: De las autoras.

Figura 6

Flora



Nota: Flora en las lomas del Paraíso. Fuente: De las autoras.

Figura 7

Sendero



Nota: Sendero de las lomas del Paraíso. Fuente: De las autoras.

Figura 8

Panel informativo



Nota: Se puede visualizar el panel informativo para los visitantes a la loma del Paraíso. Fuente: De las autoras.