



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

**Diagnóstico del Enoturismo en el Distrito de la Esperanza Alta, Huaral,
2019**

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

AUTOR:

Huarac Mendoza, Yan-lou Efraín (ORCID: 0000-0001 7298-7885)

ASESORA:

Mgtr. Velásquez Viloche Leli Violeta (ORCID: 0000-0001-9985-0344)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo de investigación a mí querida madre, por todas sus enseñanzas y valores brindados, fue la única persona que siempre estuvo ahí apoyándome incondicionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradecer en totalidad a la Mgtr. Velásquez Leli por la plena comprensión y destacar su profesionalismo tanto como docente y persona y a Los Bodegueros de la Esperanza Alta, por su acotamiento.

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
INDICE	iv
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	28
III. METODOLOGÍA	29
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	29
3.2 Categorías, Subcategorías y Matriz de Categorización	30
3.3 Escenario de Estudio.....	31
3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	33
3.5 Procedimiento	33
3.6 Rigor Científico	34
3.7 Métodos de análisis de datos	35
3.9 Aspectos éticos.....	35
IV. RESULTADOS.....	35
CATEGORÍA: DEMANDA TURÍSTICA.....	36
PERFIL SOCIAL (PF).....	36
GASTO PROMEDIO (GP).....	37
CATEGORÍA: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	38
ACCESIBILIDAD (ACCS).....	39
COMUNICACIÓN (CM)	40
ENERGÍA (ENG).....	41
CATEGORÍA: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA	41
SERVICIOS DE HOSPEDAJES (SH).....	42

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN (SA).....	43
CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO.....	45
VALORACIÓN (VL).....	47
APROVECHAMIENTO (APCHO).....	47
ESTADO ACTUAL (ESAC).....	48
CATEGORÍA: COMUNIDAD RECEPTORA.....	49
PARTICIPACIÓN (PCN).....	50
ACTIVIDADES (ACT).....	50
CONSERVACIÓN (CCN).....	51
V. DISCUSIÓN.....	52
VI. CONCLUSIONES.....	58
VII. RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS:	63
ANEXO.....	110

RESUMEN

El objetivo principal del presente estudio de investigación, fue explicar y sintetizar los elementos del sistema turístico ya que gracias a ello se realizó el Enoturismo en la provincia de Huaral. Iniciamos haciéndonos la siguiente pregunta cómo es que se encuentran los elementos del sistema turístico y deprendiendo la pregunta antes mencionada se realizó una foto turística y se analizó elemento por elemento basándonos así en manuales, reglas, normas turísticas que nos ayudaran a desarrollar mejor como es que se encuentra el Enoturismo como recurso turístico en esta zona. Pudiendo así dar un diagnostico turístico de nuestro Atractivo Turístico. Los elementos del sistema turístico están divididos en dos grupos los internos y externos, siendo así los internos el recurso turístico y planta o equipamiento, y los elementos externos son, infraestructura, demanda y comunidad receptora. Siendo así que cada uno de ellos cumple una función importante con la finalidad de que se realice un turismo óptimo, para ello se realizó un análisis cualitativo, de tipo aplicada y diseño fenomenológico, en la cual aplicamos entrevistas a los conocedores del tema y la comunidad, acompañada de fichas de observación para cada elemento correspondiente. Los resultados que se tuvieron fueron satisfactorios ya que el recurso en si se encuentra en estado óptimo, pero con ciertos rasgos de deficiencia en la parte de equipamiento, rescatando lo más valioso de cada bodega vitivinícola son sus cultivos ya que desde ahí empieza toda esta cadena turística.

Palabras claves: Sistema turístico, Enoturismo, Diagnostico Turístico.

ABSTRACT

The main objective of the present research study was to explain and synthesize the elements of the tourism system since, thanks to this, Wine Tourism was carried out in the province of Huaral. We begin by asking ourselves the following question how are the elements of the tourism system found and by detracting from the aforementioned question a tourist photo was taken and element by element was analyzed based on manuals, rules, tourist rules that will help us develop better how it is that Wine tourism is a tourist resource in this area. Thus being able to give a tourist diagnosis of our Tourist Attraction. The elements of the tourism system are divided into two groups, the internal and external, thus being the internal tourist resource and plant or equipment, and the external elements are, infrastructure, demand and receiving community. Being that each one of them fulfills an important function with the purpose that an optimal tourism is realized, for this a qualitative analysis, of applied type and phenomenological design was carried out, in which we applied interviews to the connoisseurs of the subject and the community, accompanied by observation sheets for each corresponding element. The results that were obtained were satisfactory since the resource itself is in an optimal state, but with certain deficiencies in the part of equipment, rescuing the most valuable of each wine cellar are its crops since from there all this chain begins tour.

Keywords: Tourism system, Wine tourism, Tourist Diagnos

I. INTRODUCCIÓN

El Enoturismo o Turismo del Vino, es un tipo de turismo la cual está orientada a deleitar a los visitantes con los diversos tipos de vinos que existen, pero no solo ello sino implica todo un circuito en la cual el turista se le orienta y enseña cómo es que la uva tiene diversas transformaciones para finalmente ser una esperada botella de vino, también se le culta a los turistas como es el origen, procesos, tipos, derivaciones del vino. Lo último que se podría decir del vino es que existen hoy en día “Vino terapias”, que son exclusivamente para personas conocedoras del vino y requieren una sesión, la cual su función principal es desconectarse de todo y sentirse atrapado en el universo vitivinícola. De esta forma el Enoturismo de muestra como un tipo de turismo alternativo bastante cultural. En el mundo existen rutas del vino, las cuales en cada uno de los países estas rutas van a variar ya sea dependiendo su clima, cultura, sociedad, historia, etc. Las bodegas vitivinícolas tienen una misión y un mismo objetivo, la cual es que el visitante o turista ya sea interesado o curioso en el tema vitivinícola, debe sentir y llevarse una experiencia única relacionada directamente con el vino, e irse del lugar pensando de que una botella de vino no solo es eso, sino cada botella tiene una historia, trabajo y sobre todo dedicación.

La mayoría de veces las personas entienden de que para hacer una ruta del vino es de manera necesaria ir hasta las bodegas grandes del sur que están específicamente en Ica, pues vamos a demostrar de que no porque a solo una hora y treinta minutos de lima se encuentra un tesoro vitivinícola llamado Huaral, en donde podemos encontrar la misma variedad y hasta más cosas de que no hay nada que envidiar al resto de bodegas, con sus ancestralidades y peculiaridades en este tipo de turismo. La ruta del vino en este distrito tiene ya dos años de manera conjunta se busca diseñarlo, promocionarlo y hacerlo de manera sustentable para que los turistas puedan

deleitarse con los vinos Huaralinos. Aunque la ruta es joven encontramos diferentes limitaciones, pero a raíz de ello es que se quiere trabajar de manera conjunta con los mismos pobladores de la zona, puesto que se busca de que ellos también se beneficien de manera colectiva con el Enoturismo Sostenible, creando así un ambiente totalmente turístico y sostenible, donde los factores directos y la comunidad trabajen juntos para proliferar esta actividad que es muy desarrolladora y cultural.

El Turismo del vino a nivel mundial tiene un desarrollo sostenible en mejoras de transparencia, lo que ellos desean es generar alternativas donde el turismo ni el medio ambiente se vea afectado es por eso que aquí un artículo de

Entidades grandes y especializadas en el Vino como lo son La Asociación Española de Ciudades del Vino ACEVIN, nos afirma que el impacto económico generado por las visitas a bodegas y museos del vino adheridos a este club de producto vuelve a aumentar en casi un 24% superando los 67 millones de euros. También aumenta el número de socios y establecimientos de cada ruta, ampliando y mejorando la oferta enoturística de Rutas del Vino. La cifra total asciende a 3.213.267 visitas, lo que supone un incremento respecto al año anterior del 18,23%. España tiene una muy buena aglomeración de visitantes en las visitas a los Viñeros, puesto que las 27 rutas enológicas con las que cuenta el país son en su totalidad están diseñadas turísticamente al vino. (ACEVIN, 2018). Las cifras que nos revela esta asociación son realmente positivas, España es uno de los países con mayor flujo de enoturistas y sus visitas lo hacen reflejar en sus bodegas.

España uno de los iconos mundiales del mundo vitivinícola, que cuenta en un solo estado con 27 rutas enológicas debidamente estructuradas para recibir a sus visitantes, nos muestra un poco de sus cifras numéricas en relación de como este tipo de turismo ha ido en aumento en los últimos años, esto refleja algo muy positivo tanto para España como para el turismo en sí, puesto que se hace notar el trabajo que se viene realizando en este país.

La expectativa de conocer los distintos paisajes donde las bodegas cosechan más esperadas uvas han hecho que los turistas se sientan emocionados de poder hacer este tipo de turismo que está en crecimiento y la noción de viajar a países y regiones donde la vitivinicultura forma parte de la cultura local y sus países no es un hecho coyuntural. A través de un sistema Enológico y el interés por conocer los paisajes de viñedos, las bodegas, las cavas subterráneas y en el mundo que engloba la cultura del vino ha estado latente desde hace muchas décadas, en especial gracias a la divulgación de los escritores y periodistas especializados en vinos y en gastronomía. (Medina y Serrano, 2014, p.5).

Degustar una copa de vino nos puede transportar a otros tiempos en los que nos trata de transmitir el autor y es cierto ya que desde la siembra de la uva hasta el catamien to se puede apreciar y sentir toda la contextura del proceso con la cual se llevó a cabo una botella de vino. Por otro lado, tenemos al Vino como algo superficial quiere decir que al nosotros deleitar esta bebida no solo estamos tomando y listo, sino que deleitamos sabor, tradición, cultura, familia y sacrificio cultural. Porque este último, veremos que en casi todas las bodegas como en una empresa tienen reglas cuales cumplir para la elaboración de los distintos acontecimientos vitivinícolas se realizan a cabo distintos tipos de manejos con la uva en todo ello esto encierra un sacrificio cultural de la tierra para con los que hacen el manejo de ella.

Cada localidad donde se hace este tipo de turismo encierra algo muy especial, ya que cuidan a sus bodegas y guardan sus más valiosos secretos vitivinícolas con mucho respeto a sus ancestros. La generación de riqueza local, la vinculación con la identidad y la cultura gastronómica de la región, el paisaje, la creación de producto, etc. Y todo ello gracias al origen pluridisciplinario de los autores que firman los artículos. (Medina y Serrano, 2014, p.19). Podemos decir que cada

asociación local vitivinícola es un tesoro muy bien protegido, es por ello que cada bodega presenta distintos tipos de presentaciones de vino.

Podemos ver que la relación del Enoturismo con la población local de cada zona tiene que ser inminente, para que este tipo de turismo se lleve a cabo de la mejor manera. Para poder explicarlo de una manera más sencilla, las personas de la comunidad o zona deben estar de acuerdo de que el Turismo del Vino se realice explicándoles de que habrá cierta movilidad turística por la zona y se podría aprovechar este recurso turístico para generar oportunidades laborales o crear negocios alrededor, la idea es aprovechar el turismo y que los pobladores no se sientan ajenos al tema.

El Enoturismo en nuestro país se ha venido desarrollándose de manera pausada por la falta de una adecuada planificación y determinación turística, ello implica que muchas empresas e intereses privados en el Turismo del Vino, desistan de sistemas de inversión en el rubro. Para poder definir de manera sencilla El Enoturismo. Como dato importante y resaltante tenemos que “El consumo de vino promedio del peruano es de 1.8 litros por año, se mantiene un crecimiento de 0.2% anual, por varios factores”. (Diario Gestión, 06 de julio del 2018). Se aprecia en este dato que el peruano consume casi 2 litros de vino al año, esto es positivo, porque si analizamos minuciosamente nos preguntamos ¿Qué pasaría si el Enoturismo se desarrolla de forma sostenible esta cifra aumentaría?, Si miramos años atrás el nivel de promoción turística y desarrollo del Turismo enológico era muy

pobre, las personas con poca probabilidad sabían de que estaba hecho un vino o cual era su procesamiento para un obtener uno. Al público peruano le gusta el vino dulce y suave, aquí deducimos que debemos de inclinarnos a ciertas particularidades y gustos. Para que todo lo que estamos mencionando tenga validez.

Perú es un país con crecimiento vitivinícola por lo que cuenta con una gran riqueza enoturística para poder tranquilamente estar entre los primeros de Sudamérica, además de sus condiciones climatológicas que

son muy buenas para el cultivo de la vid. Sin embargo, nuestro país muestra carencia aún de partes tecnológicas que ayudan a la masificación y la elaboración casi perfecta del vino, que es por deleite peruano dulce. A pesar de ello varias personas en el área de la Gastronomía tienen el interés en incluir al vino como acompañamiento de sus platillos, pues este va mejor de la mano con los alimentos que el pisco, con el pasar de los tiempos aguardaremos la idea de que el vino en nuestra mesa, se convierta en un elemento sustancial en nuestras vidas. (Azuara, Perú y el Vino, 2016).

En el Perú el turismo enológico se está desarrollando poco, pero por falta de orientación por los microempresarios e impulsores de este tipo de turismo no saben que esta actividad se tiene que perdurar con el tiempo, creando así una actividad económica para la provincia, distrito o región. Sin irnos tan lejos el Perú puede seguir grandes modelos como los son el Turismo del Vino de Argentina y Chile, el primero mencionado es el cuarto país a nivel mundial con más Rutas de Vino y el quinto en exportar estos mismos. Entonces aquí estamos hablando de una organización de años que con el tiempo se ha ido diseñando a base necesidades y particularidades. Para poder crear una Ruta del Vino necesitamos un producto, plaza, promoción y precio, elementos importantes para la creación de una adecuada Ruta, cabe destacar que el diseño puede variar dependiendo a las estaciones del año.

El turismo del Vino en Huaral se ha desarrollado recientemente, a través de que el distrito se hizo más conocido por el realce gastronómico. Desde ese momento microempresarios e intereses externos decidieron impulsar este tipo de turismo. Para destacar el Turismo del Vino en Huaral podemos resaltar la producción de Uvas Borgoña un tipo de Vino Dulce ya que el paladar peruano es Dulce. (Mendoza, 2016, p.10).

Un índice claro está que el Turismo del Vino en Huaral está en pleno

crecimiento, pero eso nos da más razones para poder hacer bien las cosas desde los inicios y mejor aun contando con un turismo sostenible adecuado que ayudara a que este tipo de turismo perdure en el tiempo y no afecte al medio ambiente. Por otro lado, el Enoturismo a niveles internaciones han ido creciendo veamos algunos ejemplos aquí: precedentes e informes internacionales.

A su vez, Reyes en el año 2017, en el estudio titulado estrategias de gestión pública para un Enoturismo sustentable a partir de la percepción de problemas ambientales, 2016. El objetivo primordial de este estudio fue crear canales de desarrollo para el Enoturismo, pero prevaleciendolos recursos naturales, y así el ecosistema de este tipo de turismo no se vea afectado en el tiempo; el presente estudio presenta un diseño experimental y enfoque cuantitativo; que nos llevó a la conclusión de que tanto como en el Enoturismo y el entorno natural se pueden crear manuales de buenas prácticas para los visitantes y programas de educación ambiental para los viñeros. Este estudio fue diseñado, aprobado y ejecutado, mientras nuestro trabajo es solamente diseñado para brindar una alternativa de un Enoturismo más sostenible, influye mucho aquí el apoyo de las entidades públicas y privadas para la realización de ciertos proyectos ambientales.

De igual manera en el año 2018, García, en la investigación titulada Enoturismo y comercialización del vino en micro bodegas familiares. Una investigación que trata sobre las negociaciones del vino en microempresas o bodegas familiares. El objetivo principal de este estudio era indagar las características del turismo y la comercialización, la investigación fue de enfoque cualitativo con análisis exploratorio, creando así una infraestructura completa para que el turismo del vino se desarrolle de una mejor manera. Concluyendo que el Enoturismo es una gran alternativa para el desarrollo económico en los centros rurales. Dicho antecedente tuvo como principal motivo, el análisis de comercio en micro bodegas con la finalidad de que pudieran conocer un poco más como es el manejo del comercio del vino en urbes pequeñas, mientras que este trabajo de investigación cuenta con fichas observatorias y guías

de entrevista las cuales nos arrojaran datos, estadísticas, resumen y diferentes puntos de vista que nos mostrara de cómo se encuentra el Enoturismo en la zona

Por otro lado, encontramos a Batista de Freitas, en su exploración titulada Evaluación de la calidad del servicio en la percepción del Enoturismo con Fuzzy Logic e Ideal Solutions, en el año 2017. Cuyo problema general eran los diferentes tropiezos en el servicio. El objetivo principal de esta evaluación es proporcionar al sector información valiosa que pueda contribuir y enriquecer la prestación de servicios, Enoturismo. No solo los aglomerados van a los centros de preparación y los prueban, sino que van más allá de ellos. Este estudio opto por una metodología cualitativa, la cual recopilo diferentes opiniones sobre el servicio adquirido, fue un análisis descriptivo. Los paisajes, contextos históricos, elaboración, visita a los campos de cultivo de la vid, etc., concluyendo que el turismo del vino implica una infraestructura de servicio de calidad, donde el turista es quien califica no solo el tipo y la calidad del vino, sino también el viaje y los entornos que pasan para llegar desde que comienza el recorrido hasta el final de este mismo. Se puede ver que esta investigación es bastante parecida a la nuestra, pero con la diferencia de que aquí evaluaron el nivel y los distintos tipos de servicios que se presta, mientras que nuestro trabajo es poder desarrollar al Enoturismo como una alternativa de desarrollo para el distrito, pero esta vez con una alternativa ambiental que beneficie a ambas partes.

Asimismo, el autor Correia, en la investigación titulada El potencial de cooperación de las empresas vinícolas y turísticas en la provisión de empresas turísticas, en el año 2014. El objetivo principal de esta investigación es que las empresas dedicadas exclusivamente el turismo del vino puedan cooperar con el tema de organización, planteamiento y diseño de este. Cabe recalcar que los distintos tipos de turismo que tenemos nos enfocan a mirar solo hacia un lado, pero esto no es ajeno a que se pueda cooperar en tema altamente turístico y social que al fin al

cabo resultaran beneficiosos para todos los factores. El crear una ruta no solo implica un itinerario estructurado y con parámetros que le indique qué hacer a cada minuto; pero eso si todo el viaje que hacemos está compuesto de diferentes factores, ya sea directo o indirecto al destino al que nos dirigimos, en conclusión, tanto la oferta como la demanda tienen roles importantes que deben tenerse en cuenta para que sea una visita agradable porque lo que se busca es que el visitante regrese en más de una ocasión. Este estudio es uno de los que más apoya a nuestro presente estudio ya que nos indica los distintos factores que influyen en la decisión de turismo como actividad de ocio, el hacer este tipo de turismo que es el turismo del vino no solo abarca acudir a las distintas bodegas, pasear y comprar vinos, sino detrás de todo esto hay diferentes historias, acontecimientos la cual han ayudado a que se llegue hasta donde nos encontramos.

Sin embargo, tenemos a Ungureanu en la investigación titulada Camino del vino, un instrumento para la valorización del vino, el turismo potencial, en el año 2015. El objetivo principal de este estudio fue dar a conocer que tener una industria de vino y crear una infraestructura turística, trae consigo que el turismo del vino se transforme en una actividad económica para el incremento alternativo de un lugar, para ello debe tener ciertas características como lo son las naturales, clima, el suelo, la geología y el relieve, ya que esto ayuda a tener un buen producto primero; como segundas características de los servicios que son transporte, comida, catering, ocio, alojamiento, etc. Se llega a la conclusión de que al tener una ruta o camino del vino no solo influye dinero e ideas, conforme vaya integrándose este proyecto ya se haya plasmado y todo, se vienen distintas etapas de mejora y mantenimiento las cuales sirven de mucho, para ver en qué estamos fallando o anticipar a algo que se puede venir. Se trata de convertirse en una atracción turística y aprovechar la riqueza histórico-cultural que posee el distrito Huaral. En el estudio del autor trata exclusivamente de la valorización del vino como turismo potencial, es decir que si este tipo de turismo puede

llegar a ser una actividad con la cual un distrito o poblado pueda mantenerse como lo hacen diferentes islas del caribe que su principal actividad económica es el turismo contando con el recurso natural que es el mar, arena y sol. Mientras nuestro estudio abarca todo lo que es desarrollo ambiental para las bodegas familiares.

A su vez, En el Perú también se desarrolló el Turismo del Vino de una manera más pausada, pero de forma positiva, aún hay cosas como el desarrollo sostenible para tener en cuenta. Precedentes e informes en el Perú:

Adicionalmente Gutiérrez y Herrera, en el año 2019, en la investigación titulada Reconocimiento de escenarios futuros en base a la prospectiva estratégica aplicada a un conjunto de MYPES del mercado de vinos de la provincia de Huaral: La Quincha, María Paz y Velarde, 2018. El objetivo principal la presente investigación es que las pocas bodegas vitivinícolas que alberga la ciudad de Huaral se firmen en un plano enológico y que se muestren en distintos escenarios en la cual las personas puedan deleitar sus diferentes productos, tener un enfoque socio cultural ya que el tipo de turistas que acude a las bodegas son en su mayoría personas interesadas en tradición y cultura enológica.

La conclusión a la que se llegó fue que la creación de un plan estratégico con estas estas tres MYPES, cuáles son las más importantes fuentes de vinos en el distrito de Huaral ayuda al desarrollo tanto empresarial como turístico. Este estudio local la cual se lleva a cabo directamente con las bodegas de ese distrito, nos da un panorama totalmente real a lo que se vive, lo que trata esta investigación es tener una visión positiva, para los distintos casos que se puedan presentar en el Camino del vino en Huaral, lo que es casi similar a nosotros, pero de forma sostenible lo que nosotros anhelamos es que esta Ruta o Camino

del Vino se convierta con los años en una de las actividades económicas principales del distrito para ello se necesita mucho visión pero sobre todo una misión en la cual resalte bastante el trabajo de la población local.

De igual modo, Ramos, en su investigación titulada El trabajo de pre factibilidad para el avance industrial de productos alternativos en base a subproductos derivados de la industria vitivinícola en la región de Ica, en el año 2015. El objetivo principal de esta investigación fue crear un desarrollo sostenible generando ingresos con los desechos que la producción del vino hace, como los son las semillas así poder minimizar los impactos ambientales, el artículo fue un enfoque cuantitativo con análisis exploratorio y como conclusión podemos observar que esta industria del vino seguirá creciendo y teniendo más poderío a nivel nacional y en el extranjero, entonces es momento de aprovechar al máximo los desechos residuales de la producción del vino. En este proyecto de investigación se puso en marcha, el aprovechamiento de las semillas de la vid, que, pasadas por un debido control y manejo, se tuvo como resultado un aceite la cual sirve, para la rehidratación y mancha en el rostro, a comparación de nuestro proyecto tenemos un diseño estructural de conservar en primer lugar el medio ambiente a que este tipo de turismo, se vuelva sostenible.

Por otra parte, Huamán y Muñoz, en el estudio Diagnóstico de la cadena de suministro del vino de la bodega artesanal vitivinícola "V" de la provincia de Ica utilizando el modelo SCOR, dado en el año 2018. El objetivo principal de esta investigación mejorar la cadena y procesos de elaboración del vino, para ello se utiliza el modelo SCOR, que a través de ello se crea un plan estratégico y un desarrollo sostenible, con el objetivo único es que mejore su nivel de rentabilidad y estandarice sus niveles de producción. La conclusión que guarda este estudio es muy buena porque apoya en el desarrollo sostenible y estratégico, ya que

estos te pueden ayudar a mejorar el nivel de productividad de tus insumos y encerrándolos en un desarrollo sostenible y así se habrán nuevas puertas de negocio. En este estudio lo que llama la atención es el manejo de una bodega artesanal, utilizando estándares de producción con un modelo llamado SCOR, la cual ayuda a mejorar tanto el nivel de producción y control de los vinos que se produce. De parte nuestra se puede decir que no acoplamos ciertos estándares de producción de vinos, pero si diseñamos un modelo ecológico la cual también podría entrar a sumar en este tipo de negocio de turismo del vino.

Se puede hablar de sistema turístico a partir de un conjunto de elementos que ayudan a mejorar el funcionamiento del resultado turístico, cada elemento o eslabón de este sistema turístico, el objetivo conjuntamente de los elementos que lo componen son básicamente crear un óptimo manejo turístico.

De estos elementos que contiene el sistema turístico podemos dividirlos en dos grupos que son los intrasectoriales y extra sectoriales. Los intrasectoriales viene a ser los factores primarios del sistema y los extras sectoriales vienen a ser factores secundarios del mismo.

Cada elemento es importante para que el sistema turístico funcione con una alta eficacia, la misión del sistema turístico es que el turismo se lleve a cabo de la mejor manera y la visión es poder acondicionar más lugares y convertirlos en altas competencias para el bienestar turístico

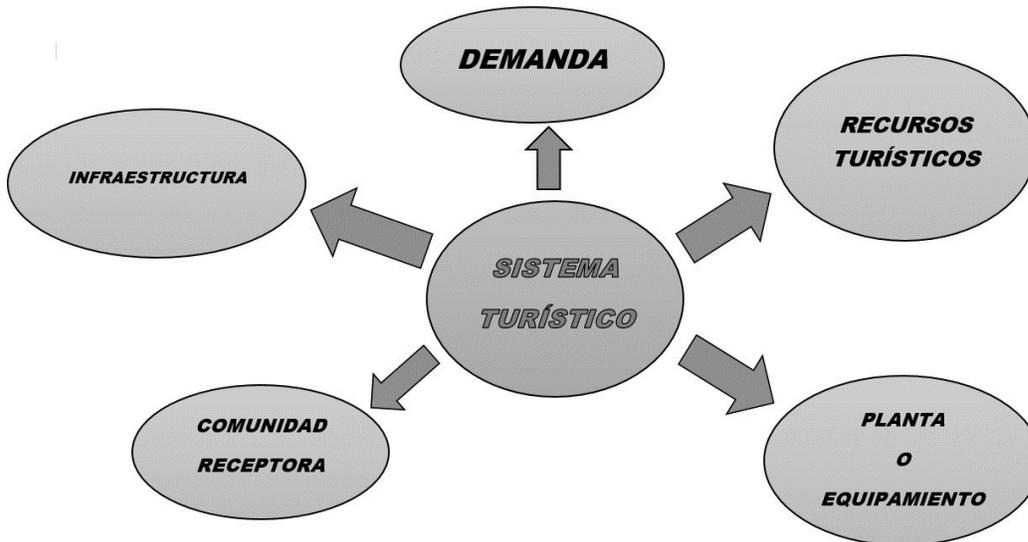
(Muñoz, 2012) Nos menciona que, Un sistema turístico, tiene como componentes de determinación: la demanda, infraestructura, atractivos, equipamiento y comunidad receptora. (Sostenibilidad entendida como supervivencia del sistema mediante el mantenimiento de los intereses de cada uno de los actores). Los objetivos específicos del estudio han sido, plantear las dificultades y limitaciones existentes

en un sistema turístico en el proceso de establecimiento de relaciones entre los actores.

Para poder tener un sistema turístico debemos de tener un buen atractivo en la cual podamos inyectar una adecuada planta turística esta va a ayudar a darle el soporte que necesita,

La partida del funcionamiento del sistema, se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la estructura de producción del sector, tal como se indica en la parte derecha de la figura mencionada. En el centro de la misma se ha representado a la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento e interrelación de las partes (Boullón, 2006).

Figura 1: Sistema Turístico



Fuente: Merel, 2016

Para diseñar un sistema turístico tenemos que tener en cuenta de que cada empresa tiene sus lineamientos de coordinación internos, lo que hace que cada sistema turístico tenga distintos elementos y funciones con respecto al funcionamiento de cada empresa, además podemos referir que el turismo es una actividad la cual busca que el turista conozca, vea, disfrute de la estadía en el lugar que elegido para visitar. El sistema turístico ayuda a que los procesos sean más fáciles y directos sin interrupciones, pongamos el ejemplo al equipamiento o planta turística, cuando un turista se dirige hacia un lugar los hará a través de un transporte ya sea particular o publico dado el caso, cuando el turista llegue al atractivo tiene dos opciones quedarse en el lugar por unos días o volver a su lugar de origen, en promedio las personas que visitan un atractivo turístico se quedan mínimo de 2 a 4 días, esto hace una buena referencia a que la estadía del visitante sea satisfactoria plenamente. Es por ello que,

Buckley (1987) resalta que la emergente teoría de la empresa marca un importante aspecto a ser incorporado en las reflexiones acerca de los sistemas turísticos. Dice que la descripción y planificación de los eslabones que resultan en los productos turísticos puede darse a través de la transacción como unidad de análisis. Además, se puede inferir que la minimización de los costos de transacción representa la tónica de la coordinación y las estructuras de gobernanza de los sistemas turísticos.

Existe la teoría de gastos que nos dice que mientras más ganas, más gastas y otra aún más interesante que la primera, pero no menos relevante la cual es, antes de comprar algo, piensa si realmente lo necesitas y si no lo requieres no valdrá la pena haberlo comprado. Estas dos pequeñas teóricas aplicadas a la economía diaria, quieren hacer una representación a los costos de transacción que mientras minimicemos

los gastos de producción podremos tener mayores ingresos, eso siempre y cuando se hagan buenos lineamientos turísticos.

A su vez, los autores Oliveira y Preto (2014), Nos mencionan al sistema turístico como:

La coordinación con vistas a disminuir los costos de transacción es indispensable para la eficiencia de los sistemas turísticos. El aumento de la competencia entre los destinos turísticos, el creciente uso de bienes públicos como atractivos turísticos y las diversas posibilidades ofrecidas a los turistas (que pueden consumir los productos turísticos a través de agencias, operadoras o proveedores por medio de internet) obligan a que los sistemas turísticos se coordinen para lograr un producto de alta calidad, precio competitivo y con mínimos efectos negativos.

Estos investigadores nos hacen aterrizar en la realidad que pasa cuando el sistema turístico se ve afectado externamente, por las competencias directas.Cuál es la solución que se le puede dar, reducir los costos de transacción es una de ellas, pero hay otra solución que puede ser de igual a más eficiente que el primero y es utilizar las 4 P del marketing que consiste en producto, precio, plaza y promoción. Hasta de podría utilizar el modelo de Hans, que consiste en presentar estos elementos y darle una crítica constructiva, y el resultado final será un nuevo producto totalmente rediseñado. Si presentamos un caso real podemos poner los teleféricos, esta obra tecnológica que ayuda de gran manera de que hace más rápida y afectuosa la visita. Uno dado son los teleféricos de Kuelap la cual es un sistema de telecabina que está ubicada en el distrito de tingo alrededor de 38 km de la ciudadde Chachapoyas. Ahora si bien este sistema ayuda de gran manera en tiempo al turista en que pueda llegar de manera rápida desde el Pueblo Tingo hasta la Fortaleza de Kuelap, ya que son 4 km que los separa en tiempo serian

20 minutos, antes esto se hacía a pie en 2 hora y media y con mucho peligro al turista, no últimamente diciendo de que es el primer sistema de telecabinas que hay en el Perú, aún hay cosas por mejorar, ahí es donde entra a tallar el sistema turístico, puesto que conocemos la gran idea de implementar teleféricos en el Santuario Histórico de Macchu Picchu, lo que se podría diseñar son los puntos clave de este sistema como estaciones, miradores, recintos arqueológicos, etc.

Porque se dice esto ya que Macchu Picchu, alberga al día aproximadamente tres mil novecientos turistas, estos sin contar temporadas altas que la cifra llega a ser cinco mil trecientas personas en un mismo lugar, el objetivo final del sistema turístico es que se mejore el servicio de rapidez y la vista sea mucho más amplia. Para finalizar el sistema turístico no solo sirve para poder crear parámetros dentro de los atractivos sino busca que la visita del turista se inolvidable.

Es el que vive las experiencias y la cual permite que se desarrolle el turismo, la demanda turística es quien va a gozar plenamente de todos los bienes y servicios que ofrece el producto turístico, si nos ponemos a evaluar hay muchos tipos de demandas ya se por el lugar, creencia, religión, entre otras particularidades que pueda tener este. Es muy importante conocer nuestra demanda de donde vienen, que les gustas o que no les gusta, que prefieren hacer, etc. Porque una vez pasada la experiencia este comentara como fue su pasatiempo vivido si fue malo, sabemos de qué dudosamente regrese, pero si fue de su agrado probablemente retornara. Se consta como demanda al grupo de consumidores o posibles consumidores de bienes, productos y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de desplazamiento. (Socatelli, 2013). A manera de conclusión en algún momento de nuestras vidas no tocara ser turistas y en otras recepcionistas de las dos maneras debemos ser agradecidos tanto por la experiencia vivida como la de poder experimentado cosas nuevas.

Teniendo en cuenta la situación económica del Enoturista podemos

encontrar 4 intervalos económicos que son alta, media superior, media y media baja. Con respecto a ello podemos resaltar que personas tiene cierto auge económico sobre otros, sin pronunciar la mala reputación que existe de racismo, podemos afirmar que este nivel económico los resalta por encima de las demás personas, creando así una autoría social. Clasificándola como mediana y alta, estas personas tienen mucho más interés en las historias y procedentes de las cosas estas más interesadas en saber la procedencia de las cosas y con unos intereses diferentes a los jóvenes. (García, 2014).

Este elemento nos refleja cual es el estilo de vida del Enoturista, la persona que nos visita.

Este punto es muy delicado ya que hay dirigirse a la persona que nosotros hablamos o intentamos entablar una conversación de la manera más cordial y respetuosa posible, ya que por el mismo mensaje de discriminación que atraviesa nuestro país particularmente, es un poco difícil poner las cosas juntas tanto los ingresos económicos como estilos de vida. En resumen, presentarse en un alto nivel socioeconómico, es un detalle que nos amplía la visión y nos permite predecir una mayor participación del individuo en eventos de carácter cultural como ir al cine, al teatro o a museos. (Herrera, 2010, p.10). Como pusimos en líneas superiores el estatus social va influir mucho en la decisión y tipo de comportamiento del visitante, y no es por ser discriminatorio ni nada sino, que llevan un estilo diferente de vida.

Cuando vamos de viaje a algún lugar ya sea por ocio o por otros motivos personales, siempre en la mente sacamos un presupuesto de lo que podemos gastar y quizás en el trayecto algún imprevisto que podamos tener, el gasto promedio es el resumen económico la cual se da en el viaje que haremos, sin embargo, puede que varié según el lugar, clima, imprevistos, etc. A nivel micro, el gasto

promedio, provee de beneficios indiscutibles. En un pequeño y determinado tiempo, en términos de satisfacer necesidades de consumo, necesidades primarias y secundarias; sin embargo, muy aparte de ello siempre se debe de tener una bolsa económica de emergencia (García, 2014). En conclusión, el gasto promedio es el promedio del cual se gastará en el viaje, teniendo en cuenta las necesidades fundamentales y no fundamentales. Lo que se busca con tener con el gasto promedio es que el turista tenga un promedio de gastos indicados.

Este componente turístico, nos da el soporte la cual nos permitirá el acceso a la zona turística los medios respectivos para poder llegar hacia el lugar, la infraestructura turística es el sendero hacia el atractivo turístico. Es necesario tener una buena, infraestructura ya que si por ejemplo nos hace 8 años si queríamos ir a La reserva nacional de Paracas nos tomaba por la carretera en ese entonces aproximadamente 8 horas ahora podemos decir que eso quedo en el pasado ahora nos toma incluso con retrasos 4 horas es impresionante como la infraestructura puede acelerar nuestra visita y mejorar nuestra visita. La parte donde se brinda los productos, bienes y servicios con la que cuenta una zona determinada, la misión es poder mantener las estructuras socioculturales y productivas dentro de esta categoría están elementos tales como: red vial, transportes, servicios sanitarios, comunicaciones, energía y otros. (Sánchez, 2003). A manera de resumen la parte de la infraestructura turística es vital para la realización turística, nos da una amortiguación con respecto al tiempo y al estadio, accesibilidad, energía, comunicación entre otros hacen que nuestra experiencia turística sea más amena.

Es la parte de llegada y salida hacia el atractivo turístico. La accesibilidad no solo trata de un restaurante u hotel accesible, sino

que va más allá implica la información de lugar, los transportes, las señalizaciones que se debe de tener para poder tener una mayor orientación. Cada uno de ellos es un eslabón y en conjunto forma una cadena de valor turística. La Accesibilidad anteriormente no era tomada muy en cuenta era por lo mismo que se confundía con parte de comunicación que nada tenía que ver, pero con el paso del tiempo paso a ser una factora principal con lo que respecta la infraestructura turística, ya no se puede concebir un turismo de calidad, cuando éste no está al alcance de todos, ya que el turismo tiene y debe ser accesible para todos. (Arias, 2015, p.78). La accesibilidad nos da limitaciones, en el ámbito de seguridad ya que protege nuestra integridad como turistas como por ejemplo con las señalizaciones, nos da una orientación de dirección hacia dónde dirigirnos.

Hoy en día la parte comunicativa tecnológica ha crecido de forma impresionante que hasta podemos saber en tiempo real nuestra ubicación, avanza tecnológicos que permiten que la comunicación sea más fluida y concreta. La parte tecnológica influye bastante en la comunicación puesto que permite que esta llegue a más destinos y los medios se amplíen más (el periódico, la radio, el teléfono y la televisión), así como mediante de medios de comunicación de más reciente aparición (ordenadores, fax, teléfonos móviles, internet).

Los medios de comunicación tienen la ventaja de ser más accesibles y son de una u otra forma menos costosa ya que no requieren de mucho recaudo económico, los distintos medios de comunicación unen de forma directa y rápida a las personas. Este factor se ha vuelto súper necesario, en la actualidad casi el 97% de persona adultas cuentas con un teléfono móvil, entonces podemos deducir que es casi parte de nosotros. (Gómez, 2010). El autor es implícito y nos resume que la parte comunicativa ha cambiado de forma

positiva y nos permite ser más precisos con lo que respecta a los instrumentos comunicativos que se presenta. A opinión personal creo que comunicación es importante, pero con lo que respecta a ubicación y referencias; pero es muy negativo con lo que respecta a inseguridad y apartamiento de la realidad, hace que el turista se desenfoque de su experiencia turística.

El sistema energético no aportará en la parte de desarrollo sostenible energético, ya que hoy en día no solo hablamos de energía eléctrica, sino también de una manera sostenible, ejemplos esta la energía eólica, acuática, forestal, entre otras. Las distintas estructuras energéticas en las ciudades y pueblos tienen la necesidad del progreso y mejora constante alineada al desarrollo sostenible. La gran dependencia en los combustibles fósiles, con disponibilidad limitada, es el mayor contribuyente al cambio climático, y estos generan un impacto mayor con el medio ambiente. (Bazán, 2014). Las cargas energéticas pueden ayudarnos en la parte ecológica y siendo mejor aún en reducir costos y presupuestos en la práctica del turismo.

Llamado también el pulmón turístico, este elemento del turismo nos dará todos los servicios y productos que se deleitaran por parte del turista, incluyendo las actividades que se realizaran dentro de las diferentes instalaciones. La Planta Turística tiene dos grandes campos estructurales uno de ellos es el equipamiento, la cual incluye diferentes establecimientos todos ellos administrados por la entidad pública o privada las cuales su trabajo es prestar los servicios básicos para los turistas. Dentro de esta categoría se encuentran hoteles, restaurantes, bares, cines, agencias de viajes y otros. Las instalaciones, son las diferentes construcciones especiales, que son muy distintas a las de equipamiento, puesto que la función principal función es facilitar la práctica las diferentes actividades netamente turísticas como por ejemplo muelles, miradores, teleféricos, piscinas, canchas de tenis y otros. (Sánchez, 2003). Podemos determinar que la planta turística está conformada por entidades privadas que ayudan a mejorar la experiencia turística. Se le dice el pulmón

turístico puesto que ayuda bastante al tema de condición turística, un ejemplo de crecimiento de planta turística es la de Cuzco, siendo así que tiene la mejor plantaturística del Perú.

Los servicios de hospedajes en nuestro país son bastante convencionales y variables, están conformados por hoteles, hostales, apart hotel, ecologe y albergues. Cada país tiene su tipo de definición y conformidad de sus tipos de hospedajes, varían en precios, calidad, espacio, etc. Todas las entidades de alojamiento pueden establecerse como aquellas que brindan hospedaje, con o sin servicios complementarios cada uno con distintos tipos de calidad y variación de precios. Este sector es muy amplio, incluyendo una gran variedad de empresas-hoteles, apart- hoteles, cabañas, residenciales, etc.; además, las empresas dedicadas al alojamiento turístico han ido evolucionando a lo largo de la historia, puesto que la parte hotelera ha ido cada vez mejorando y variando según las críticas, observaciones y punto de vista constructivas de cada huésped. (Grigoletto, 2017). A modo de resumen los establecimientos no solo sirven a manera de reposo, sino para tener una experiencia, acompañado de un descanso.

Los servicios y tipos de alimentación, son en nuestro país son bastante variados, hay para cada turista. En especial nuestra gastronomía es una de las más enriquecedoras y pioneras del mundo sin duda, ya que los turistas que deleitan nuestros alimentos y bebidas oriundos se van totalmente satisfechos. Todo aquel servicio de alimentación es un establecimiento donde se elaboran y sirven alimentos para personas también influye la economía del comensal, siempre, los números sean bastantes favorecidos en el campo logístico, el nivel de rotación de comensales tiene que ser afluente y constante para que haya un buen funcionamiento y el nivel de rendimiento del lugar sea positivo. (Gonzales, 2015). Básicamente el autor no habla sobre el servicio de alimentación, pero en Perú, la alimentación es tan variada que hasta podría tener sub derivaciones alimenticias, a modo conclusión en el Perú

la gastronomía es inevitable abstenerse, muy bien hecha para todos los paladares.

Como se pudo mencionar en líneas anteriores una de las partes primordiales del turismo son la planta y recurso turístico, estas mismas hacen el engrase respectivo del turismo, puesto que son la acogida que tendrá el turista cuando acude al lugar, es muy importante tener un recurso turístico porque esa experiencia es la que se va a llevar el visitante. Representan el soporte básico para el desarrollo del sector turístico. Se le podría considerar como la materia prima o parte principal del turismo. Posee características de esparcimiento y recreación, histórico, geográfico o cultural. (Valdez, 2014). El autor respalda nuestro comentario ya que de igual manera considera que el recurso turístico es un elemento importante en el turismo, para concluir esta idea podemos decir que el recurso turístico juega un papel fundamental en la visita del turista, desde que llega al lugar hasta que se retira.

Las bodegas Vitivinícolas como recurso turístico según el Manual para la elaboración y actualización del Inventario de Recursos Turísticos, se encuentra en la Categoría 4, tipo explotaciones Industriales y sub tipo de Bodegas de piscos, vinos y/u otros licores. (MINCETUR, 2018).

Existen tres tipos de valoración por ejemplo la económica, social y ambiental. La económica es la que está arraigada a obtener ingresos y presupuestos, es decir de que cuanto es que vale el recurso que tanto valor le podría dar el usuario a este mismo, el social es la población como es que ve al recurso desde un punto de vista comunitario. La valoración económica de los recursos naturales es importante en la búsqueda del desarrollo sustentable, en términos económicos el usuario de los recursos naturales tenderá a no tratarlo

como un bien gratuito; esto debido, a que su objetivo será el mantenimiento del flujo de beneficios provenientes de los bienes servicios proveídos por ellos. (Palou, 2018). Por último, tenemos la valoración ambiental que es una de las representativas hoy en día pues es la que busca la sostenibilidad en este tipo de valoración mientras más alta sea esta más perdura en el tiempo, y eso hace que el recurso se vuelva más sólido e interesante para los turistas por el tipo de valoración que obtiene a lo largo del tiempo. Este punto nos indica la razón la cual debemos de aprovechar al máximo el recurso, sobre todo en lo sostenible y económico ya que es muy probable que pueda surgir cambios en el mismo que altere todo el sistema turístico, por ello siempre se hace un cuadro de aprovechamiento del recurso para así evaluar su riqueza tanto en animales y aves oriundos de ese lugar, comidas, tradiciones, entre otros más factores que pueda tener el recurso. El de favorecer su acceso por vías de comunicación adecuadas” y “respetar y hacer que se respete la belleza natural de sus paisajes, la riqueza de su fauna y de su flora y las particularidades geológicas e hidrológicas que encierren, evitando de este modo con la mayor eficacia, todo acto de destrucción, deterioro o desfiguración por la mano del hombre. (Palou, 2018). Para finalizar de manera breve este aprovechamiento vamos a mencionar que nada dura para siempre es por ello de que debemos de ver cada cierto tiempo cuanto cambia nuestro nivel económico y sostenible conforme el recurso turístico va creciendo culturalmente.

Es la que se encuentra el recurso turístico es como tomar una foto o varias, para poder analizar y evaluar cuáles son sus fortalezas y debilidades del recurso. Al hacer esto nos damos una mayor visión y

que debemos de hacer con respecto a lo que observamos, sacando conclusiones. El estado actual en el cual se encuentra el recurso turístico el cual estamos haciendo un proyecto de investigación es medio regular puesto que recién tiene como actividad dos años la ruta por el cual se obtiene es gracias a los mismos pobladores de la zona, las cuales en un primer momento vendían sus productos a las grandes empresas eh ahí que ellos toman la iniciativa de emprender su propia ruta. (Mendoza, 2015). El distrito de La Esperanza se divide en dos partes la alta y baja donde mayor producción de uvas se pueden encontrar es en el alta.

Con respecto a la comunidad receptora, este factor social es muy importante y referente puesto que trata de forma directa con el recurso turístico. El apoyo moral y social de la comunidad afecta en la visita al turista ya que se siente en confianza y se siente en el ambiente y no ajeno al medio que lo rodea, los cuales los resultados de esta alianza es que los pobladores pueden emprender negocios, se realiza un campo turístico, nuevos puestos de trabajos (Huertas, 2015). Todo ello desarrolla la participación de la comunidad, su parte es muy significativa. Le da al recurso turístico la posibilidad de crecer ya que la infraestructura mayor realce turística. Esta participación posibilita la concertación de diversos intereses de los actores que tienen que ver con el tema de desarrollo sostenible.

Es el eje que nutre y promueve, la permanencia de la asociatividad vinculada a formas de organización social ancestrales, la participación rural es un elemento la cual ayuda a que el turismo se mantenga integrado, con mejores territoriales. (Sobrino, 2018). Si la organización o comunidad participa de manera generadora y positiva para que el tipo de turismo sobresalga pues los resultados serán bastante favorables, el problema a resolver en conjunto se hará mucho más fácil y didáctico, lo otro que se puede decir de la participación es si se da de manera protocolar con estándares de medición y cronogramas.

La realización de éstas implican no solo dinero sino todo un diseño y protocolo el cual principal objetivo va ser de que el turista se vaya con una experiencia totalmente satisfecha, tenemos dos lados el lado estructural y el lado ejecutivo. La primera que se encarga de diseñar como y de donde empezara a hacerse la actividad y la otra que está pendiente de cómo se va realizando. En aspectos generales las actividades que se realizan en un cierto espacio turístico forman parte de toda la experiencia de viaje que pueda llevarse el turista. (Gutiérrez y Herrera, 2018). En el distrito de Huaral se realizan dos actividades enoturísticas al año la primera es la vendimia en La Esperanza Alta y la segunda que se lleva a cabo en los meses de octubre cual es la Feria del vino Huaralino. La proyección que tiene los pobladores

La parte de sostenibilidad está totalmente ligada a la conservación que podemos tener. Podemos decir que la conservación es algo propio de la naturaleza y la que lo rodea ya que los dos forman parte de un mismo organismo social, cultural, y económico en la que se encuentra. La gestión conservadora, ha sido una estrategia para la construcción de un territorio viable y sostenible en el futuro permitiendo la vinculación de zonas rurales y a los procesos productivos, incorporando por un lado un componente de sostenibilidad generacional en el campo y por otro un elemento de género. (Mendoza, 2018). Podemos sobresalir la idea de conservación es algo que se debe dar como iniciativa propia en las comunidades y organizaciones, éstas serán responsables del futuro de ella misma.

Con todo los datos e investigaciones obtenidas, se puede diagnosticar ciertos aspectos de cómo es que se encuentra El Enoturismo en Huaral, entonces raudamente nos hacemos la pregunta que

- ¿Cuál es el diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la Esperanza, Huaral?

Cada uno de los elementos del sistema tiene una función importante que cumplir es por ello que es de mucha importancia poder analizar cada uno de estos elementos como es que se encuentran cada uno de ellos, su función principal y cuál es su estado actual, es por ello de que nace cada una de estas preguntas.

- ¿Cuáles son las características de la demanda turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral?
- ¿Cuáles son las características de la infraestructura turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral?
- ¿Cuáles son las características del equipamiento o planta turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral?
- ¿Cuáles son las características de los recursos turísticos que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral?
- ¿Cuáles son las características de la comunidad receptora que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral?

Consideramos que cada uno de las preguntas planteadas fueron diseñadas y establecidas según el diagnóstico a la cual queríamos nosotros obtener, para poder dar resultados más certeros y que puedan ayudar a tener una información más precisa.

La trascendencia de la presente investigación, trata de dar un diagnóstico del Enoturismo que se viene desarrollando en el distrito de la Esperanza – Alta, provincia de Huaral. Se pretende dar a conocer cómo es que se encuentran este tipo de turismo, realizaremos como se dice hoy en día una “Foto Turística”, viendo

distintos elementos las cuales hacen posible el Enoturismo. Este tipo de turismo dio inicio en el año 2017 ya que comenzó como un turismo complementario al turismo gastronómico que ya tiene Huaral, esta información es avalada por el municipio del distrito de Huaral (Municipalidad de Huaral, 2019).

Además, con este trabajo de investigación se quiere analizar el sistema turístico, y cada

uno de sus elementos cuán importante es la cadena de valor de este sistema, como es que funciona y cuáles son sus beneficios, también dar a conocer no solo las diferentes variedades de vinos que ostenta la provincia de Huaral, sino que se dé a conocer los deliciosos manjares, mistelas, piscos, entre otras alternativas que tiene este distrito. Para así poder lograr una satisfacción favorable para el turista, y así puede recomendar y venir en otra oportunidad, creando de esta manera una buena imagen de este Tipo de Turismo. Los distintos proyectos de turismo que se encuentran ahora son bastante innovadores y sociales. Pero no podemos dejar de lado el apoyo de las entidades públicas ya que a través de ellos se consignan leyes las cuales protegerán este organismo cultural. El Perú es un país con mucha riquezas cultural, biológica, social, y económica, sus pobladores son bastantes creativos y tienen un esfuerzo impresionante, las cuales deben aprovecharse de manera positiva, para así crear mejores módulos de vida para nuestras siguientes generaciones. Enoturismo en el ámbito nacional es muy poco buscado y promocionado muchas personas creen que es solo ir a una bodega vitivinícola y deleitar de una copa de vino. Esto es falso va más allá de ellos es cultura, tradición y dedicación.

Finalmente, la investigación se desarrolló teniendo en cuenta los lineamientos del trabajo de investigación: Análisis descriptivo del Turismo Enológico. Donde podemos encontrar una serie de actividades innovadoras dando aportes al turismo cultural vitivinícola

enriqueciéndola. Por lo tanto, podemos concluir que este trabajo contribuyo de manera positiva en las orientaciones e indicaciones enoturísticas que estamos analizando, llevándolo así a adatarlo a nuestro presente trabajo de investigación y la mejora del país.

Por consiguiente, al haber planteado cada una de las preguntas anteriores para poder tener un diagnóstico del Enoturismo y sus respectivos elementos, concluimos que para el problema general se da lo siguiente, analizar la situación actual de la práctica del Enoturismo en el distrito de La Esperanza, Huaral.

Como se precisó en letras anteriores cada elemento del sistema turístico cumple una función importante en lo que es el Enoturismo que se da, es por ello de que damos las siguientes conclusiones de cada uno de los elementos dichos.

Evaluar las características de la demanda turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza - Huaral.

Analizar las características de la infraestructura turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral.

Evaluar las características del equipamiento o planta Turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral.

Analizar las características de los recursos turísticos que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral.

Evaluar las características de la comunidad receptora que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral.

II. MARCO TEORICO

La realización de están implican no solo dinero sino todo un diseño y protocolo el cual principal objetivo va ser de que el turista se vaya con una experiencia totalmente satisfecha, tenemos dos lados el lado estructural y el lado ejecutivo. La primera que se encarga de diseñar como y de donde empezara a hacerse la actividad y la otra que está pendiente de cómo se va realizando. En aspectos generales las actividades que se realizan en un cierto espacio turístico forman parte de toda la experiencia de viaje que pueda llevarse el turista. (Gutiérrez y Herrera, 2018). En el distrito de Huaral se realizan dos actividades enoturísticas al año la primera es la vendimia en La Esperanza Alta y la segunda que se lleva a cabo en los meses de octubre cual es la Feria del vino Huaralino. La proyección que tiene los pobladores

La parte de sostenibilidad está totalmente ligada a la conservación que podemos tener. Podemos decir que la conservación es algo propio de la naturaleza y la que lo rodea ya que los dos forman parten de un mismo organismo social, cultural, y económico en la que se encuentra. La gestión conservadora, ha sido una estrategia para la construcción de un territorio viable y sostenible en el futuro permitiendo la vinculación de zonas rurales y a los procesos productivos,

incorporando por un lado un componente de sostenibilidad generacional en el campo y por otro un elemento de género. (Mendoza, 2018). Podemos sobresalir la idea de conservación es algo que se debe de dar como iniciativa propia en las comunidades y organizaciones, están serán responsables del futuro de ella misma.

III. METODOLOGÍA

El método empleado para el estudio de investigación fue de enfoque cualitativo, ya que según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “El enfoque cualitativo es entender los fenómenos que exploran la perspectiva, puntos de vista e interpretaciones de los participantes en un entorno, con el propósito de examinar la forma en que las personas experimentan o perciben algo.” (p.358). En esta investigación analizamos los distintos elementos del sistema turístico, puesto que cada uno de ellos tenía una función importante que aplica al Enoturismo, pudiendo así dividirlos en dos grandes campos una de ellas es el campo interno que está formada por la demanda y oferta, el otro campo externo que los conforma la infraestructura, planta y la comunidad receptora.

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

La investigación fue de tipo Básica ya que, Es pura y concreta, su idea principal se basa en teorías, antiguamente se pensaba que este tipo de investigación no contaba con aplicaciones práctica, pero

como se dice la investigación se demuestra con ejemplos y demostraciones reales y sólo porque la investigación no está dirigida específicamente a un set de circunstancias, no quiere decir que en el futuro los distintos hallazgos de ese estudio no sean aplicados a un acontecimiento puntual. (Abarza, p.4, 2012).

Se comprende que la investigación básica va detrás de un descubrimiento de un hallazgo ya que también se orienta al incremento de la densidad de información conceptual. Asimismo, es de nivel exploratorio.

3.2 Categorías, Subcategorías y Matriz de Categorización

Este nivel se trata directamente en acción y una reacción, todo ello para comprobar cuál es el resultado, analizar y detallar cada punto observado, explorar las diferentes respuestas dadas. En ocasiones pueden hacer referencias a datos con precisiones cuantitativas, de investigaciones realizadas por diferentes autores. (Paucar, 2016).

Analizando lo emitido por el autor el nivel exploratorio trata de explicar las bases teóricas, por ende, la presente definición se acopla a los fines de la presente investigación. Por otro lado, tiene un enfoque cualitativo.

Este tipo de enfoque basa sus estudios, en lo natural y comprueba lo que sucede, interpretando los resultados, que las hacen las personas implicadas en el trabajo. Utiliza una serie de instrumentos para recopilar las distintas informaciones, como lo son las imágenes, entrevistas, detalles, observaciones y datos. Su objetivo final es describir las distintas rutinas y las situaciones problemáticas, así como

los significados en la vida de los turistas. (Blasco y Pérez, 2007).

Y finalmente presenta un diseño Fenomenológico puesto que

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014), dicen que “El diseño fenomenológico consiste en comprender la perspectiva y los puntos de vista de los participantes sobre una situación en particular en base a sus experiencias individuales vividas.” (p.62)

El diseño fenomenológico es un método importante que nos permite saber el porqué de las cosas causales hechas por el hombre, busca describir y entender los hechos fenomenológicos, desde distintos pensamientos de cada persona y desde la perspectiva que se construye colectivamente. Se concentra en el análisis de discursos y cuadros específicos, así como en la búsqueda de sus posibles significados.

3.3 Escenario de Estudio

El estudio de investigación se desarrolló en el distrito de La Esperanza, provincia de Huaral, departamento de Lima, lugar que inició este tipo de turismo enológico en el año 2017. Con tres bodegas altamente familiares, la ruta consiste en que se visita las tres bodegas llamadas, María Paz, Velarde y Vivanco. En cada una de ellas se hace un recorrido diferente, brindándose información sobre, la historia del vino, como es que se inició entre otros intereses medios de las bodegas. Para este presente estudio se entrevistó a los especialistas de cada una de las bodegas y los pobladores locales, ellos nos indicaron que lo que más busca el visitante son dos cosas ver como se da la preparación del vino y

llevarse algunos. Los meses que tienen mayor afluencia de visitantes es en los meses de enero hasta Abril, ya que estos son los meses donde el sol sale con mayor fuerza e irradia a los amplios campos de vegetación y ayudan de manera natural a la madurez de la vid, la temporada baja es en los meses de Junio hasta Diciembre, ya que son los meses donde el invierno y la escasez de agua no favorecen ni a la madurez ni a la irrigación de la vid. Como se sabe la uva es una fruta bastante delicada, por lo mismo que se necesita de ciertos abonos contra las plagas y malas hierbas que puedan atentar contra su cosecha. El número de entrevistados fueron 12, en su mayoría los entrevistados nos comentaron que el visitante casi en su totalidad es un turista nacional y son de cada 30 turistas, uno es extranjero, eso no hace deducir que no hay mucha promoción en la parte, deberían las autoridades y las agencias implicadas en este tipo de turismo tener más específicas las promociones. Según registros de la Oficina de desarrollo turístico de Huaral en el año 2018, el número de turistas fueron de 5203 se consideró un número estándar ya que este tipo de turismo recién tenía un año, entonces es por ello que la meta sigue ascendiendo para los próximos años. En base a los objetivos específicos del presente estudio, se planteó una ruta metodológica descrita en la ruta metodológica que por la misma naturaleza del estudio llego a sufrir un acondicionamiento mientras mayor acercamiento se tuvo de la realidad problemática.

Los personajes los cuales nos ayudaron a poder tener mayor precisión en nuestra base de datos fueron los dueños de las bodegas, especialistas en Vinos, ingenieros agrónomos y vecinos de la zona. Cada uno de estos personajes tienen una gran participación en la investigación, los dueños de las bodegas son el soporte económico como administrativo de cada una de las bodegas vitivinícolas, los especialistas e ingenieros que son los expertos en el tema y por ultimo pero no menos importante nos encontramos a los

vecinos que vendrían a formar parte de la comunidad receptora los cuales formar una parte importante en el sistema turístico puesto que su aceptación de este tipo de turismo es vital para que se realiza de una manera apropiada participantes.

Se utilizó la guía de entrevista, la cual va dirigida hacia los especialistas y pobladores de la zona quienes nos ayudaran a obtener nuestros objetivos específicos dándonos una mejor visión de nuestro tema investigado. Este instrumento nos va a permitir también poder evaluar cómo es que se viene trabajando el Enoturismo en Huaral, si hay algún interés en desarrollar un Enoturismo Sostenible que ayude no solo a generar ingresos económicos sino también cuide el medio ambiente, también utilizaremos la ficha de observación este instrumento ayudara a obtener datos con más detalles con la cual podemos profundizar con mucha más precisión en el tema , podemos finalizar constatando de que los instrumentos mencionados nos van a ayudar a tener las cosas más claras con respecto al tema.

3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para los estudios cualitativos se utiliza la validez de contenido, por lo cual nuestro trabajo fue validado por 3 expertos en el tema “El Enoturismo como alternativa de desarrollo sostenible en el distrito de la Esperanza – Huaral”, los cuales nos dieron un promedio de valoración de 93% por ende, nuestro instrumento tiene una muy buena consistencia lógica.

3.5 Procedimiento

CREDIBILIDAD

El trabajo ha sido revisado constantemente con la técnica cualitativa

llamada “técnica del amigo crítico”, la cual tiene como propósito que un compañero de nuestra casa de estudio analice y revise los instrumentos.

CONFIRMABILIDAD

Todas las entrevistas fueron grabadas y almacenadas en su integridad, asimismo, se transcribió fielmente el total de las entrevistas, ya que esto hace alusión a los resultados que se obtuvieron durante la investigación y estos fueron verdaderos por las personas que visitaron el destino, es por ello que se realizó las transcripciones de las entrevistas, para tener mayor veracidad y respaldo de la información brindada hacia los visitantes, dicha base de datos puede ser consultada por quien lo requiera.

TRANSFERIBILIDAD

El instrumento ha sido revisado de forma exhaustiva por un experto del tema y se aplicó la técnica de revisión del ítem por ítem, donde se modificó y precisó los ítems 10 y 12, esta técnica de confiabilidad ayudó a replicar el instrumento, diferenciándolo de otras investigaciones y contextos similares.

3.6 Rigor Científico

Para la presente investigación e interpretación cualitativa de los datos, se tomó las variables de estudio que son La demanda Turística, Infraestructura, Planta Turística, Recursos Turísticos y Comunidad Receptora: las cuales se obtuvieron de los objetivos específicos del estudio de investigación presente, por consiguiente, se optó por las entrevistas como instrumento y la ficha de observación que aplicando la primera nos dará un campo general de respuestas y adicionando la ficha de observación nos otorgará datos más precisos de manera clara para realizar nuestros objetivos específicos. Finalmente se procesó los datos e información recogida

mediante las fichas de transcripción del entrevistado y la ficha de observación que aporta de gran manera porque nos ayuda a ver cómo es que se desarrollan

3.7 Métodos de análisis de datos

Las actividades y los resultados de ellas. Todo ello con el fin de obtener información y datos sobre las visitas a las zonas vitivinícolas.

3.8 Aspectos éticos

En la presente investigación, se respetó todos los ideales y opiniones de otros autores, así también el respeto por la autoridad intelectual de los distintos autores que fueron utilizados para realizar la presente investigación, además se veló por la integridad de las certezas políticas, religiosas y morales: la consideración por el medio ambiente y la biodiversidad del sitio como también de la responsabilidad socio-económica, jurídica y ética; para finalizar de opto por preservar la semejanza de los entrevistados que participaron en el estudio y se conservó su veracidad.

IV. RESULTADOS

En esta parte de la investigación se presentarán los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a las personas la cual se dieron en base de una conversación fluida a su vez la ficha de observación se desarrolló según las subcategorías la cual está muy bien desarrollada en base a todo lo observado en el recurso turístico (Bodegas vitivinícolas).

En general este instrumento está estructurado por 5 partes diferenciadas. La primera parte corresponde al medio físico respectivamente con los ítems que comprende a cada uno. La segunda parte se enfoca al mobiliario que existe en cada ambiente o sala destinado para su visita, se evaluará la visibilidad, el alcance

de los objetos a observar y otros servicios que puedan ofrecer cada bodega como el área de atención al público.

CATEGORÍA: DEMANDA TURÍSTICA

La primera categoría de la presente investigación, es la demanda turística la cual se define como uno de los actores principales del sistema turístico, son muy tangibles ya que podemos medirlos a nivel de satisfacción o niveles de ingresos. Lo que busca la demanda es satisfacer necesidad de conocimientos, experiencias, aventuras, entre otras. Busca ser participe desde que inicia el recorrido hasta que vuelve a su lugar de origen.

PERFIL SOCIAL (PF)

Los dueños y productores de las bodegas indicaron que la mayoría de visitantes son residentes de Lima. Después vemos que los turistas de otros departamentos también acuden a degustar y pasear por los cultivos, y como último eslabón de visitas encontramos a los extranjeros con poca actividad turística.

“...La mayoría de personas las cuales nos visitan son personas de Lima...” E1

“...Casi todos los que vienen son de Lima, del extranjero son pocas las personas que nos visitan, pero si hemos tenido algunas visitas inesperadas, solo que a veces como hablan otro idioma es difícil poder comunicarnos con ellos...” E3.

Una importante acotación que se puede otorgar es que los dueños de las bodegas deberían potenciar su nivel de recepción lingüística, para que los turistas se sientan de una u otra manera bien recibidos. La primera impresión es el punto de determinación de una buena relación. Todo esto gira en torno en relación al entrevistado número tres.

“...Las personas que nos visitan son del norte, centro sur del Perú, siempre que vienen le preguntamos a los turistas de donde nos visitan, la mayoría viene de Lima...” E2.

GASTO PROMEDIO (GP)

Se puede concluir de manera rápida de que el gasto promedio que realizan las personas que acuden a visitar estas bodegas son de cuarenta nuevos soles podemos deducir que es una cantidad bastante accesible, tomando en consideración de que la entrada y el recorrido es de manera gratuita, ya si el turista quiere conocer más a profundidad como es que se realiza la actividad a detalle, tiene un costo adicional que no excede de los 5 nuevos soles, entonces a manera de conclusión tenemos como referencia una cantidad bastante considerable. El costo de una caja de vino se encuentra en cuarenta nuevos soles.

“...Por persona sus 30 a 40 soles, algunos ya se llevan media caja o una caja a veces, la cuestión está en darle variedad para que pueda escoger, y así también el turista pueda observar que no solo se maneja solo un vino...” E4.

“...Algunas personas compran por caja algunas dos a tres botellas, dependiendo de su presupuesto. aquí nosotros no cobramos entrada ni cuando le mostramos las chacras ahora si el turista desea dejar alguna propina bienvenida...” E2.

“...Una persona puede comprar hasta 4 o 5 botellas como que

también no puede comprar nada, pero por persona será unos 40 o 50 es que no solamente llevan para ellos sino sus familiares...” E3. Cuando el entrevistado número tres hace referencia a una caja se refiere a una caja de vinos la cual el costo es de ochenta nuevos soles.

CATEGORÍA: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

La segunda categoría, hablamos de la parte estructural, accesibilidad para poder llegar a nuestro destino, esta parte del sistema turístico es muy importante ya que si no se encuentra debidamente acondicionado no se podrá llevar de manera adecuada una buena visita turística pero aún el turista se ira insatisfecho. El objetivo final de la infraestructura es fácil es que los medios hacia el recurso o atractivo turístico sean los mejores.

La accesibilidad para llegar al recurso es bastante buena ya que hay varios conductos viales para poder llegar sin ningún problema al recurso turístico, la distancia entre lima y Huaral es de 20 km y la distancia de Huaral hacia la Esperanza Alta es de 3 km aproximadamente, la carretera en los dos tramos es totalmente asfaltada, tienes señalizaciones viales mas no cuenta con señalizaciones turísticas, la comunicación es media en su estabilidad de red se podría decir de que un solo operador tiene mayor conexión al resto de operadores siendo así que casi toda la población que vive cerca al recurso cuenta con el servicio de este operador móvil, lo que nunca existió son las cabinas telefónicas, algunos pobladores nos cuentan que hace algunos años atrás ellos si querían comunicarse con alguien de manera especial o era una emergencia había dos formas una era la más eficaz y lenta la cual era ir hasta la casa del que querías ubicar y la otra más rápida era

yendo al pueblo y poder llamar a la casa de esa familia o persona. Con el tema de agua potable las bodegas cuentan con dos vías de agua una es la que brinda Sedapal la cual es un agua tratada y la otra es la que viene de la cordillera de Acos (La Sierra de Huaral) esta vertiente si tiene tiempos de sequía y de alce la población sabe cuáles son sus temporadas, La parte que no hay casi ningún problema es el tema de energía ya que la población tiene luz eléctrica las 24 horas del día sin ninguna interrupción, eso da un punto a favor del recurso ya que nos comenta de que apoya en el Enoturismo, también cuentan con una gasolinera que se encuentra a medio kilómetro, para poder finalizar la idea de infraestructura podemos considerar que muestra una infraestructura media- buena ya que concentra los servicios básicos en un muy buen nivel otorgándole así puntos a favor para que el recurso no tenga problemas en su actividad.

ACCESIBILIDAD (ACCS)

Se siente en los pobladores una mejora en el tema de acceso a la zona enoturística ya que la carretera se encuentra asfaltada esto permite de que sea mucho más accesible para los que visitan la zona hacer el trayecto de una manera más rápida y cómoda. Lo que si recalca es el tiempo en que se demoró en crear la carretera, lo positivo que se puede rescatar de este punto es que ahora vienen mayor cantidad de visitantes a las bodegas.

“...Ahora que esta la pista bonita los turistas vienen con sus carros, incluso tenemos lugar para que los estacionen, y ellos puedan estar tranquilos...” E2.

“...La verdad es que, desde la restauración de la pista, hay menos tierra y vienen más personas, pero si la accesibilidad es buena...”

E4.

“...Bueno antes no había pista, por eso tampoco, los turistas venían por lo que el camino era feo. Pero ahora si vienen porque hay pista y todo eso...” E1.

COMUNICACIÓN (CM)

Podemos encontrar rápidamente que la cobertura de un solo operador es la que más satisfacción hay entre los habitantes, con respecto al internet por la misma zona alejada en la que se encuentran es un poco inestable al igual que otros operadores móviles, los medios de comunicación son un poco precarios en esta zona, eso es un poco degenerativo ya que estamos en una generación y épocas de conectividad, entonces por esa parte comunicativa se debería mejorar la efectividad de comunicación.

“...Por ejemplo, bitel es la única que tiene bastante cobertura en esta zona, los demás operadores claro, movistar y entel no. Por eso aquí todos tenemos bitel...” E1.

“...No tenemos por el momento Wifi, ya solicitamos a algunas empresas privadas, pero nada, dicen que es muy complicado poner internet aquí, así que no contamos con ese servicio. El celular solo agarra claro...” E3.

“...El internet no es muy bueno por lo mismo que estamos un poco alejados de la ciudad, el celular aquí solo agarra claro y bitel, movistar y Entel sus señales aquí no dan...” E2. Según

el entrevistado número dos, hace referencia a que solo un operador es bueno el resto no, esto ayuda a saber que operadores son los que necesitan mayor cobertura en esa zona.

ENERGÍA (ENG)

El punto más favorable la obtiene el servicio eléctrico ya que nos indicaron que el fluido eléctrico es muy bueno, siendo así de que los mantenimientos de luz son solo de dos horas, sin afectación mayor a la zona. Los problemas con los servicios eléctricos son mínimos a pesar de que está en una zona alejada, pero aun así es bastante positivo este servicio primordial, para el Enoturismo. Lo que rescatan los dueños de las bodegas es que felizmente los pocos problemas que tuvieron con la luz, nunca afectó a su negocio. En relaciones de energía eléctrica esto favorece al Enoturismo ya que las máquinas y conservas de uvas se mantienen en un estado óptimo.

“...Si es fluida aquí casi no hemos tenidos problemas con luz, salvo que no hayamos pagado no, ahí si nos cortan, pero después si todo bien con la luz gracias a dios...” E1.

“...Casi nunca se va la luz aquí, eso es lo bueno, tampoco afecta nuestro negocio, así que por esa parte nadie se queja...” E4.

“...La luz es buena, solo a veces cuando hacen mantenimiento noma, pero eso dura 2 horas,3 horas nada más...” E2.

CATEGORÍA: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA

La tercera categoría su principal función es acondicionar el recibimiento del turista a la zona visitada dándole soporte a la

infraestructura para que esta sea más placentera, en este caso la planta turística incluye servicios de hospedajes y alimentación, las cuales nos brindan campos de satisfacción de primera necesidad. El objetivo de la planta turística es poder tener un ambiente especial y adecuado en la que el visitante pueda deleitar las instalaciones y conocer el lugar de la mejor manera posible.

En el campo equipamiento e instalaciones, que se refiere a alojamiento no encontramos algún

establecimiento en la zona que brindara los servicios, para el punto de alimentación nos cruzamos con una peculiaridad que es que las bodegas brindan el servicio de comida, cada bodega con su característica de alimentación distinta ya que la bodega Velarde puede ofrecer el servicio de

comida como buffet o personal, entonces podemos encontrar variedad, las zonas de esparcimiento no encontramos una específicamente una, pero si tenemos el campo de cultivo donde se pueden hacer un recorrido. Entre otros servicios adicionales podemos encontrar la eco-caminata donde se realiza la recolección de basuras mientras se realiza la caminata, esto contribuye de dos formas una de limpieza a la zona de cultivo y la otra es poder captar conocimientos de las variedades de planta que tiene la bodega. Para poder finalizar la observación dada en la planta se puede resaltar de la zona de esparcimiento en el lugar ya que al estar el recurso ubicado en una zona de cultivo los espacios de recreación son bastante amplios y eso brinda al turista bastante libertad y satisfacción.

SERVICIOS DE HOSPEDAJES (SH)

Con lo que respecta al servicio de hospedaje, no se encuentra establecido en la zona alguno, podemos encontrar uno en ambos extremos, uno es en la zona alta y zona baja del recurso, pero en su perímetro urbano, no hay ninguno lo que si ofrecen los dueños de las bodegas vitivinícolas, es el servicio de posadas en sus habitaciones que ellos habilitaron para estos imprevistos de horarios que pueden tener los turistas también mencionaron que algunos turistas prefieren obtener el servicio de camping en los cultivos de vid, ya sea por un tema de aventura o la cual el turista vea conveniente. Un punto que se podría mejorar e invertir es el tema de hospedaje ya que los que brindan los dueños no es el indicado para poder acoplar a los turistas, sobre todo en los servicios y desde el punto de vista social, existe todo tipo de turistas.

“...Hostal, Hospedajes eso no se encuentra por aquí por lo mismo que no es una zona en la cual aún no acuden muchos turistas...” E3.

“Bueno como puedes observar contamos con dos hectáreas de terreno en la cual a veces los turistas desean quedarse a descansar, nosotros claro le ofrecemos ese servicio de que ellos se pueden quedar y nosotros le facilitamos lo que son las sabanas, colchones y alguna otra cosa más que puedan necesitar...” E4.

“...Algunos de los turistas que nos visitan quieren que se le habilite para que ellos puedan acampar entonces nosotros le damos los implementos necesarios que ellos puedan requerir en ese momento...” E1.

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN (SA)

En lo que respecta al servicio de alimentación nos encontramos con dos campos interesantes puesto que los mismos dueños de las bodegas son los que preparan algunos platos típicos de la zona y por otro es que el turista pueda traer su comida y tenga la libertad de poder compartir un almuerzo en el campo, como dejando ya de modo secundario se encuentra los eventos colaborativos, pero esto no es frecuente es por ello que se necesitaría ser permanente, para poder decir que se podría establecer como un servicio de alimentación, se pone a manera de rescate la valoración de servicio de comida que le quiere dar el poblador y su entorno, pero debería de tener un diseño para la cual si serviría de gran ayuda este tipo de alimentación que ellos quieren brindar a los visitantes.

“...Nosotros tenemos comida, para vender, carapulcra, conejo, cuy, pato entre otros platos, Pero si a veces el turista trae también su propia comida...” E1.

“...En Huaral hay restaurantes, pero aquí todos los domingos preparamos carapulcra o a veces hacemos pollada, chuletada esas cosas no y le vendemos a los turistas o quienes vienen...” E4.

“...A veces si el turista solicita que se le prepara un almuerzo o algún plato en especial, previa coordinación se le hace, le brindamos nuestro número de cuenta y nos hace el depósito y tenemos todo listo para cuando venga. Pero si por aquí no hay ningún Restaurante...” E3.

CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO

La cuarta categoría es la más importante de todas ya sea por su valoración o misma creación, ya que fue creado o acondicionado con un mismo fin de atraer turistas a ese lugar, una de las características del recurso turístico es que puede ser tangible o intangible, en este caso es tangible porque podemos ver y degustar del producto. Perteneciendo así a una categorización y tipo, conforme vayamos viendo los podemos mostrar cómo esta categorizado nuestro recurso. La conclusión y finalidad del recurso turístico es satisfacer las expectativas del turista que tenía sobre el lugar y que pueda volver nuevamente.

Sobre la ficha de observación que se aplicó al recurso turístico, podemos comprender que el

presente recurso, se encuentra según el Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos publicado en el año 2018, en la categoría cuatro que está basada en Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, tipo explotaciones industriales y sub tipo Bodegas de pisco, vino y/u otros licores. El recurso se ubica desde el punto principal que es la plaza de armas de Lima a 28.5 km al norte, específicamente en la provincia de Huaral, para poder llegar necesitamos tomar la carretera Fujimori Fujimori.

La ciudad se encuentra a una altitud de 188 m.s.n.m. Las bodegas vitivinícolas se encuentran casi cercas las separa una entre otros alrededor de 800 metros. En descripción en general de actividad se puede mencionar que aquí se siembran y se cosechan frutas como la uva, naranja, maracuyá, manzana, plátano, papaya, mandarina y fresa. Presentando así ciertas variedades de frutas con las que preparan sus propios vinos, cocteles, piscos entre otros licores. Las particularidades

que ofrecen todas las bodegas son de turismo vivencial cada uno ceñido a su propio método histórico. Los reconocimientos que obtuvieron al cabo de todo este tiempo son la Medalla de Plata Semi- Seco 2016-(Borgoña), Medalla de Oro 2013- Semi Seco – Italia, siendo estos dos los premios más resaltantes entre todos. Las observaciones que se puede emitir al haber acudido al recurso son que no cuenta con el equipamiento turístico especializado para personas con alguna discapacidad física o mental. Los tipos de visitantes los cuales acuden a estas bodegas vitivinícolas son personas de todo tipo de edades el acceso es totalmente libre para todos, pero los dueños de las bodegas recomiendan venir específicamente entre los meses de Enero – Abril ya que es la época propicia de visita al recurso porque la cosecha está a tope y donde el turista puede observar mejor la elaboración de estos licores, las actividades turísticas que se puede realizar en el recurso son básicamente el Trekking y las observaciones de flora y fauna que podemos encontrar en el lugar.

Consecuente a ello se puede acampar, tomar fotos y la compra de vinos y piscos, los servicios de hospedajes y alimentación son limitados ya que el lugar no cuenta con una planta la cual le permita poder crear un establecimiento para poder acoger al turista de la mejor manera, lo que si respalda mucho al recursos son los servicios básicos con los que cuenta como lo son el agua y la luz ya que como nos mencionan casi nunca han tenido problemas con estos dos servicios, podríamos interpretar que presente un buen nivel de estos servicios que son fundamentales en lo que respecta a la visita a las diferentes bodegas de la zona. Otra característica más que presentan estas bodegas es que todas son familiares, el tipo de administración que presenta es netamente familiar, es por ello que se cree que a se podría formar una alianza con otras bodegas y así no haya una cierta desconfianza por parte del otro lado. Para poder finalizar la idea de las bodegas y la ficha de observación podemos concluir que las bodegas presentar un buen nivel de aceptación con la comunidad receptora y tiene los servicios básicos en una buena capacidad de ofrecimiento de servicio, con el tema de planta podríamos

decir que se podría mejorar e incluso implementar zonas de esparcimiento o equipos para las personas con alguna discapacidad ya se física o psicológica.

VALORACIÓN (VL)

La valoración que le brindan al recurso turístico es aceptable, comenzando de que hacen un a futuro tienen proyectado planes turísticos las cuales sirven para facilitar la visita y que de una u otra forma sea más placentera para el visitante, resultados, satisfacción, entre otros puntos importantes que arrojan de que el nivel de satisfacción del visitante está siendo la que ellos desean, con respecto a ellos mismos son los que compran los remedios para el control de plagas contra sus cultivos, el orden y la limpieza en todo recurso es muy importante, punto a favor de ello es que transmite una muy buena impresión.

“...Nosotros como comunidad aquí de la esperanza alta tratamos en lo posible de cuidar nuestras bodegas con el tema sobre todo de orden y de limpieza...” E1.

“...Te refieres si valoramos el trabajo ¿Del vino o qué? Si claro, nosotros como productores y exportadores cuidamos nuestra materia prima nuestros ingresos...” E3.

“...Al principio pensábamos en alquilar la chacra, pero como es legado de nuestros padres empezamos a cuidarlo y la chacra daba muy buenos frutos. Pero si nosotros mismos somos los que compramos el remedio para las plantas, regamos entre otras cosas más...” E4.

APROVECHAMIENTO (APCHO)

Los productores y dueños de las bodegas vitivinícolas, hacen su

propio trabajo de marketing y tratan de agotar todos los medios posibles para poder vender sus productos que ellos tienen, recordemos que no solo ofrecen vinos sino, piscos, mistelas, cremas, cocteles, dulces, etc. Todo cosechado de la misma fruta que ellos producen, por otro lado, ellos en las pocas representaciones que tienen dan a conocer que ellos son del pueblo de La Esperanza Alta, distrito de Huaral.

“...La verdad es que nosotros estamos trabajando por nuestro propio lado, porque esperar que nuestras autoridades hagan algo al respecto, sería uff, años en hacer talgo. Pero si hablas de aprovechar los recursos lo hacemos trabajando duro y exportando nuestro producto al exterior...” E4.

“...Si, nosotros por nuestra parte hacemos todo lo posible por ofertar nuestros productos, pero nos gustaría que haya un apoyo de parte de la municipalidad y del gobierno regional, para que puedan crear ferias de vino, tener más interés en nosotros...” E1.

“...Cuando nos invitan a un evento o alguna festividad donde tenemos que llevar vinos, piscos entre otros vamos en representación de Huaral, pero queremos que el actual gobierno de comprometa con nosotros...” E3.

ESTADO ACTUAL (ESAC)

Si podemos establecerlos en una tabla a las bodegas podríamos decir que se encuentran en un nivel medio para abajo, porque influyen muchos factores externos básicamente son el clima y las protestas, nos comunican que el problema del clima es algo que ellos pueden combatir con su gran experiencia en los cultivos y

remedios, pero con el factor de las protestas no porque ya eso es solución de las autoridades, pero sus bodegas se encuentran en un nivel medio hacia abajo pero manteniendo en si esa actitud de mejorar.

“...Vamos creciendo de a pocos, con respecto a otros años, nosotros sentimos que hemos mejorado, pero aún falta por mejorar más cosas. Pero por ejemplo ahora hemos tenidos problemas de público por lo mismo que la gente de santa rosa ha hecho su marcha para quele puedan poner un centro de salud...” E3.

“...Ahora vamos masomenos, porque por lo mismo que ahora el clima esta como medio loco, ya entonces tenemos que combatir las plagas, el clima. Pero si estamos más o menos como te dije...” E1.

“...Nos falta mucho apoyo, porque si no se trabaja en equipo, las cosas salen mal. Lo que pedimos nosotros a las autoridades es que tomen un poco de conciencia para que todospodamos desarrollar un mejor turismo...” E4.

CATEGORÍA: COMUNIDAD RECEPTORA

La quinta categoría ultima pero no menos importante ya que es uno de los elementos del sistema turístico que va definir su aprobación externa y como es que los turistas ven al recurso turístico de manera libre, las distintas opiniones que pueda tener la comunidad receptora serán de mucha ayuda así sean positivas o negativas para el recursos puesto que ello ayudara a ver las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades que pueda tener el recurso, y hacer un feedback interno en la cual podemos mejorar las debilidades, aprovechar las oportunidades, prever las amenazas y direccionar las fortalezas.

PARTICIPACIÓN (PCN)

Los mismos dueños de las bodegas son personas bastante unidas es más tienen su asociación de productos de vinos llamada “APROPISCO”, los vecinos que se dedican a Otra actividad de agricultura también los apoyan moralmente, todos se dan las manos, pero nos mencionan que toda ayuda es muy bien recibida por ellos, incluso ideas o proyectos se pueden mejorar. La conclusión gira en torno a las mejoras para que las bodegas puedan tener más afluencia de visitantes y eso trae mucho beneficio no solo para los dueños si para la zona de la esperanza alta.

“...Mira nosotros los productores de vino somos bien unidos, es más. Justamente estamos conversando para poder ampliar la ruta del vino, de la mano con el gobierno regional. Nuestra asociación se llama APROPISCO...” E1.

“...Te refieres a nosotros o a los vecinos bueno si los vecinos por su parte nos apoyan moralmente dan su punto de vista, ideas y lo que hacemos nosotros es ya mejorar una de las ideas y hacerla realidad...” E3.

“...Si claro por el momento somos pocos los que nos dedicamos a vender vinos, pero esperamos que con el tiempo muchas más personas apoyen este tipo de turismo...” E2.

ACTIVIDADES (ACT)

Las responsables de las bodegas son personas bastante entusiasmadas. Ya que buscan distintos canales de promoción para que sus productos se hagan un espacio en el mercado, cada dueño utiliza su propia estrategia de venta, ya sea física o virtual, todos

acabando en conclusión de ventas, para poder finalizar la idea de actividades, la realización de la vendimia de una vez al año no es suficiente para ellos, entonces es por ello que recurren a otros medios de promoción y ventas.

“...Nosotros realizamos las vendimias aquí a veces por Facebook damos promociones, cuando juega Perú de igual manera no. Acierta el score y gana una botella de vino esas cositas no, ayudan a que podamos impulsar las ventas...”. E1.

“...Bueno el año pasado con los demás productores realizamos lo que es la vendimia y nos fue bien para ser la primera vez que se lleva acabo creo que nos fue bien ahora este año se viene otro esperemos que sea mejor que el año pasado...” E4.

“...Sí, claro semanalmente vamos a Huaral a repartir volantes tenemos un puesto halla en la cual, pues vendemos nuestros vinos, sale poco pero ahí como que jalamos gente eso ayuda un montón para que las personas nos conozcan...” E3.

“...Únicamente las vendimias que las llevamos a cabo con los otros agricultores, pero de ahí cada uno realiza su promoción como mejor lo vea...” E2.

CONSERVACIÓN (CCN)

Los mismos productos tienen dos pilares referenciales que llaman mucho la atención cuales son el orden y la limpieza, buscan que su producto sea lo mejor posible tanto de forma interna como de manera externa cuidando cada recurso que ellos tienen, cuentan con un plan de limpieza de los ductos que los abastece de agua mas no cuentan aún con un diseño de conservación.

“...Conversando con las otras bodegas, siempre pensando en mejorar hemos buscado la práctica de limpiar por lo cada quincena

mensualmente, los ductos del canal, para que el agua que llegue a nuestros cultivos sea por lo menos un agua de mejor calidad...” E2.

“...Por su puesto nuestro objetivo es mejorar, si la población nos quiere ayudar como le dije, toda ayuda será aquí bien recibida, así que en el tema de conservación del recurso nosotros tratamos en lo posible de cuidarlo...” E4.

“...Claro, nosotros lo que buscamos es que este tipo de turismo siga creciendo, no solo para nosotros sino para nuestros hijos, para ustedes también como estudiantes de la carrera...” E1.

“...Somos bastante unidos, aquí con los otros productores buscamos mantener el orden y la limpieza hemos estado hablando que una vez al mes para poder limpiar el canal que nos trae agua de arriba de Santa rosa...” E3.

V. DISCUSIÓN

El estudio sobre la demanda turística de los turistas que realizan Enoturismo o turismo del vino en La Esperanza Alta, nos ayudó de manera minuciosa a poder interpretar como es el turista que acude a visitar las bodegas vitivinícolas de la zona, también a saber cuánto es lo que gastan los turistas cuando acuden a estas bodegas, todos estos índices nos permiten conocer el perfil del turista el cual acude a estas bodegas a realizar esta actividad turística. Como resultado de las entrevistas y fichas de observación pudimos analizar que la mayoría de visitantes que reciben las bodegas vitivinícolas son de la capital, este resultado se da a raíz de la distancia que presenta el destino con la capital del Perú, que es de 20.5 km aproximadamente, en horas proporcionales conforma dos horas en manera relacional al tráfico o alguna dificultad que se pueda dar en el camino, con respecto al gasto promedio que realiza cada

visitante oscilas entre los 30 o 40 soles estos valores fueron analizados por el relato de los mismos dueños de las bodegas vitivinícolas, a lo que refiere (García, 2014). Nos señala de que influye de manera directa la cercanía del visitante al recurso turístico por dos razones una de ellas es el factor económico y la otra es el tiempo, cabe recalcar que también menciona la posición económica del turista como influyente en su visita. Podemos concluir que influye mucho el dinero y tiempo en la visita del turista ya que son las dos particularidades anticipadas que se toman en cuenta antes de realizar un viaje. Adicionalmente a ello (Herrera, 2010, p. 10). Indica que el estilo de vida que lleva el turista que visita las bodegas vitivinícolas son personas adultas que sus edades oscilan entre los 30 y 55 años de edad, dando referencia adicionalmente que un porcentaje alto son de preferencia a la lectura y cultura general, entonces podemos decir que en su mayoría son personas con estudios superiores y un estilo de vida conservadora la cual les permite poder conocer más sobre este tipo de turismo que en relación a ellos es positivo ya que si analizamos la uva es uno de los mejores antioxidantes naturales que ayuda enormemente a la circulación sanguínea correcta del cuerpo.

Parte que está relacionada directamente con el soporte del destino turístico, es el elemento que brinda todos los medios tanto de comunicación, transporte y servicios básicos que debe de contar cuando visitemos el destino, cabe mencionar que este elemento del sistema turístico está muy apegado a la planta turística ya que son los dos elementos son los que dan forma a la experiencia turística del visitante.

En nuestra presente investigación podemos recalcar mucha la mejora con lo que respecta a la accesibilidad a la zona, los dueños y vecinos nos comentan de que lo bueno tarde pero llega, esto hace referencia a

que todavía debieron esperar por años la construcción de la carretera que une a Huaral con La Esperanza Alta, siendo este una llave importante en el desarrollo del Enoturismo como pudimos analizar en la categoría de demanda el turista se traslada de un lugar a otro dependiendo al tiempo que le lleve realizar este recorrido con una accesibilidad pésima a la zona a la cual queremos visitar ocurre una de dos cosas que el turista llegue al lugar programado con muchas dificultades y la otra simplemente que no llegaría, las dos son altamente predecibles, pero si contamos con una muy buena accesibilidad a la zona es casi seguro de que el turista regresara al lugar. Un criterio a resaltar con gran valoración es la energía ya que la zona cuenta con energía eléctrica las 24 horas del día todos los días del año, sin algún problema que se pueda presentar y si es así la solución es casi inmediata, por lo expuesto anteriormente (Arias, 2015, p. 78). Nos menciona en su artículo de que la accesibilidad en años anteriores no era considerada como un factor importante en el sistema turístico, pero después de varios estudios de post visita a los centros turísticos, se tomó el relato de los turistas y criticaron de manera directa la parte de accesibilidad comentaron de que era totalmente ineficiente ya que ocasionaba retraso innecesario en la visita que podría aprovechar ese tiempo perdido en visitar otros lugares o incluso comprar más suvenires. Con respecto a la energía eléctrica en la zona (Bazán, 2014), define a este sub componente del sistema como contribuidor sostenible, puesto que hoy en día se utiliza muchos métodos para poder reducir la alta contaminación que genera indirectamente el turismo, podemos aplicar prácticas de su buen uso así podemos crear una consciencia conservadora en la sociedad de la Esperanza Alta. A manera de conclusión tenemos que la infraestructura es el soporte turístico la cual facilita y estabiliza la visita del turista.

Elemento del sistema turístico que si se relaciona con el cuerpo humano vendría a ser el pulmón, esto quiere decir que la planta

turística es aquella encargada de las instalaciones básicas que acudirá el turista hablamos de dos grandes campos que son, la hospitalización y restauración, la primera de ellas busca facilitar la recepción del turista al lugar brindándole un espacio en el cual pueda acomodarse y organizarse ya sea para iniciar su itinerario turístico o poder repartirlo, el segundo es para poder recuperar energías y poder degustar los platos de la zona. Como menciona (Korstanje, 2007). Nos refiere que los hospedajes son establecimientos que no solo validan un espacio y una cama para reposar, sino que engloban parte del lugar que se visita, muy aparte de ello nos pone como idea que

los hospedajes deberían trabajar con la parte emocional del turista esto quiere decir que cuando el turista llega a un hotel estos deben recibir ya sea con recibimiento en castellano y quechua, una cortesía ya sea una galleta o bebida típica del lugar que se visita, según estudios esto crea un impacto visual del turista con el lugar que lo rodea, es así como creamos en el primer contacto con el turista una buena impresión. Considerando todo lo dicho por la investigadora, en nuestra presente investigación las personas entrevistadas concluimos que los servicios de hospedaje y restauración que ellos brindan son netamente autóctonos de la zona puesto que cuando uno llega es recibido con una copa de vino, también se le ofrece de ante mano que puede quedarse a acampar y contar relatos que pasaron en sus campos de cultivos, entre otras actividades. Los dueños nos cuentan que esta iniciativa comenzó cuando se toparon con la idea de que en la zona vitivinícola no había ningún centro de hospedaje cerca, y en lo que es el tema de restauración tampoco había un establecimiento que brindara el servicio de alimentación, a raíz de todo este problema, los pobladores vieron esto como una oportunidad y en los centros donde no solo se brindan recorridos de vinos pusieron el servicio adicional de alimentación, Como nos menciona (González, 2015), los servicios de alimentación y

restauración son básicos en la idea del turista, ya que este sale pensando en tres cosas, el tiempo en que estará, la expectativa de la zona y los lugares donde se quedara a comer y descansar, esto nos da la idea de que el turista busca lugares que tengan las comodidades principales en las cuales pueda estar tranquilo y su expectativa de viaje se cumpla o sea favorable, a manera de conclusión podemos deducir que la planta o equipamiento turístico es algo que el turismo necesita obligatoriamente no solo basta tener un recurso y convertirlo en atractivo, sino es complementarlo con servicios que satisfagan al turista en su visita.

El crecimiento turístico se da desde que el recurso turístico tiene la planta e infraestructura totalmente sofisticadas, por consecuencia la demanda crecerá sin ningún problema, pero si hablamos de recurso turístico podemos decir que es eje de turismo el centro de atracción por el cual el turista se traslada de su sitio de origen hacia ello, es necesario considerar que el recurso turístico está ligado con los demás elementos principales, los cuales son el soporte. En la investigación presente nuestro recurso turístico son las bodegas vitivinícolas las cuales tienen un valor agregado, las cuales son el recorrido por los campos de cultivos no solo de las uvas sino demás frutas y variables con las que se preparan sidras, cocteles, piscos, queques, alfajores, entre otros licores y manjares que son representativos de la zona. Como menciona en su artículo de investigación (Romero y Sánchez, 2016), El turismo engloba no solo visitas sino, experiencias personales, donde el turista crea una relación entre el recurso y el haciendo que haya un respeto y memoria única de ese momento, para reforzar esta idea (Valdez, 2014), también no dice que el recurso turístico es todo aquello que podemos tocar y sentir, es lo que nos llevamos a casa al culminar nuestro viaje, el recurso turístico de nuestra presente investigación se encuentra en la Categoría 4, tipo explotaciones Industriales y sub tipo de Bodegas de piscos, vinos y/u otros licores según,

(MINCETUR, 2018). La valoración que percibe nuestro recurso es positivo, ya que los dueños y pobladores de la zona tomaron conciencia con el tema de sostenibilidad que antes aquejaba en esa zona un ejemplo que nos dio uno de los entrevistados fue de que la basura era una deficiencia que había, la solución que se dio para este hecho fue una junta comunal en la que por dos días una familia sería la encargada de botar los desechos tóxicos de los campos, a no hacer el acto concebido habría una multa, y una vez al mes harían una limpia al canal que abastecía a los campos, el aprovechamiento que se le da al recurso es totalmente productivo ya que como se mencionó en líneas anteriores los campos no solo son utilizados para la siembra de uvas sino de otras frutas como manzana, maracuyá, mandarina, ciruelas, pecanas, papaya, chimbilillo, entre otros similares. A manera de conclusión podemos concretar de que el recurso turístico de nuestra presente investigación en lo que respecta valoración y aprovechamiento, vienen siendo muy bien manejado en los que se podría mejorar a través de múltiples observaciones es el tema de implementación de mejora como lo son señalizaciones turísticas, mapeo de sitio, entre otros alegatos que ayudarían directamente a la potenciación del recurso como parte del turismo que se lleva a cabo en el lugar.

Hace algunos años la comunidad receptora en el sistema turístico, pero hoy en día es un elemento clave para la aceptación del recurso, manera de ejemplo rápido pondremos a las loma de Aucallama que está ubicado a una hora de la ciudad de Lima, para poder sintetizar el tema esta localidad cuenta con un recurso turístico privada que fue promocionado solo por unos cuantos empresarios, pero no contaba con ninguna aprobación o algún comentario de población que vivía cerca del recurso turístico, el error vino cuando no hubo ninguna aprobación de parte la población o algún consenso de parte de los representantes del recurso en ese

entonces en la cual pedían o comunicaban que la zona se convertiría en una zona turística afectando indirectamente a la población, para reforzar y dar cavidad a nuestra idea Rasoolimanesh, M. y Jaafar, M. (2015). Nos dice en su libro de la Participación comunitaria en el desarrollo turístico y el programa de conservación en sitios rurales del patrimonio mundial Que la comunidad receptora es un elemento indispensable en el sistema turístico ya

que comparte la misma área geográfica del recurso, ambos elemento guardan relación como son los objetivos comunitarios turísticos las cuales son específicos y nos mencionan que si los residentes del sector turístico no se sienten identificados son su recurso o lugar de residencia, el recurso perderá de identidad turística patrimonial, en segundo punto no debe haber ningún conflicto entre los actores principales del recurso y los secundarios de ellos ya que ambas partes necesitan de sí para poder mejorar el crecimiento turístico de la zona, en nuestra presente investigación encontramos a una asociación llamada APROPISCO, la cual lleva apenas un año pero lo sorprendente de este grupo es un equipo ya que tienen planificados muchos proyectos y alineaciones con respecto a la mejora de la ruta del vino, es por ello que se solicita que sea mutuo el apoyo de las autoridades destinadas al apoyo de este turismo.

VI. CONCLUSIONES

En conjunto con el objetivo general de la presente investigación, podemos decir que el diagnóstico turístico del Enoturismo en el distrito de la Esperanza Alta, fue bastante positivo con respecto al tiempo con la que se encuentra en esta zona. Finalmente se llegó a la conclusión general que el diagnóstico turístico encontrado en las bodegas vitivinícolas, cumple un nivel aceptable con lo que respecta el tema de sistema turístico adecuado, pero aún presenta

algunas deficiencias en las cuales podría mejorar e incluso transformar como fortaleza para el Enoturismo. A pesar de que presenta algunas negatividades también podemos encontrar peculiaridades en el recorrido las cuales son una tortuga en cada una de las bodegas, los dueños nos mencionaron que tener una de ellas trae consigo trabajo lento pero seguro.

La demanda turística como primer elemento del sistema turístico, en este punto se puede concluir que la mayoría de los visitantes son residentes de la capital del país y una minoría son personas que vienen de otros departamentos del país conjuntamente con personas extranjeras. La razón por la cual hay mayor número de personas que vienen de Lima es por la cercanía del lugar ya que Huaral se encuentra a solo una hora y treinta minutos, por otro lado, cabe mencionar que el gasto promedio que realiza cada turista es de cuarenta soles, siendo un valor bastante atractivo para este tipo de turismo que se realiza.

El segundo elemento del sistema turístico la cual trata sobre la infraestructura presenta un equipamiento aceptable, ya que cuenta con los servicios básicos como luz, agua y desagüe todos los días del año, en el tema de las líneas telefónicas se mencionaría una sola red como la más aceptable es por ello que la mayoría de personas que reside dentro del recurso turístico hace uso de este servicio, un punto favorable la cual es preciso mencionar es la energía eléctrica puesto que nos mencionan que casi nunca han tenido algún tipo de problema con este servicio y si ha habido alguno la solución es casi inmediata esto favorece de manera indirecta al recurso haciéndolo aún más comercial.

Asimismo, el tercer elemento la cual es la planta turística la cual brinda el soporte

turístico del recurso está en un punto neutral tanto a favor del recurso como en contra, porque decimos esto ya que los servicios de restauración y hospitalización se encuentran dentro de las mismas bodegas esto tiene dos caras una de ellas es la favorable ya que brinda un ingreso adicional a las bodegas visitadas, pero el punto desfavorable es que no es el servicio adecuado y la cual los turistas esperaban o al menos tenían una expectativa distinta, ya que cuando uno se dirige hacia un lugar espera algún icono culinario del lugar la cual está visitando en estos lugares solo se prepara cosas básicas las cuales no cubren en totalidad la visita del turista, por eso se hace un recalco que se podría mejorar este elemento del sistema a través de una inversión privada y así pueda mejorar las condiciones de restauración y hospitalización las cuales son muy importantes cuando uno realiza un viaje.

El eje principal del sistema turístico se le otorga al recurso en sí, ya que es lo que hace que el turista salga de lugar, como memoria fotográfica se puede analizar que la valoración que se le da al recurso aún es muy precaria se puede deducir porque es un turismo reciente en el lugar, pero como mencionaban los dueños de las respectivas bodegas vitivinícolas nos comentaban que también requerían el apoyo de las autoridades competentes relacionadas con el movimiento turístico de la zona, con el tema de estado actual el recurso turístico se encuentra muy bien cuidado ya que los dueños de las bodegas no solo recelan sus máquinas u objetos con las cuales se prepara los vinos y derivados, sino que hay algo aún más importante que son los campos en los cuales crecen las uvas, el inicio de esta actividad sirve también como lugar para que los turistas acampen si es que lo desean.

Como último elemento del sistema turístico, pero no menos

importante nos encontramos con la comunidad receptora, que cabe mencionar que hace algunos años no era formaba parte del sistema, ya que según algunos investigadores era algo irrelevante, hoy en día se necesita la aprobación de la comunidad para que el recurso y la práctica que se realiza tenga al menos una aprobación dentro de la zona y todos se vean favorecidos.

VII. RECOMENDACIONES

Se hace la siguiente recomendación, que las autoridades competentes en el municipio de Huaral puedan tomar cartas en el asunto y brindar apoyo a los bodegueros vitivinícolas que urgen más que un apoyo económico requieren promover su recurso turístico, las autoridades pueden apostar por una feria vitivinícola, una vendimia y entre otras actividades relacionadas directamente con el Turismo del Vino que si bien en la zona es un tipo de turismo nuevo la cual lleva dos años de haberse integrado, con mucha mayor razón debería ser impulsado y desarrollado turísticamente.

Por otro lado se recomienda que los dueños de las bodegas puedan mejorar el tema de recibimiento al turista para que cuando ellos acudan a sus campos de cultivos o lugares de elaboración de vinos, tengan el interés de regresar en otra nueva oportunidad, creando así un vínculo entre el turista y el recurso, las estadísticas que se pudo recopilar en el municipio del distrito eran muy generales incluso se pudo mezclar el turismo con responsabilidad social, está claro que cuidar el medio ambiente es tarea de todos pero turismo como unidad ejecutora sería más recomendable para así poder mejorar todas deficiencias con las cuales cuenta.

Además, se recomienda que tanto las autoridades o los mismos dueños de las bodegas deberían implantar señalizaciones

turísticas para que los visitantes puedan orientarse de manera más rápida y no tengan que estar a cada kilómetro preguntando a veces sin éxito alguno. Una acotación más específica en las bodegas vitivinícolas es que puedan brindar folletos en los cuales los turistas puedan conocer datos que quizás en el recorrido los guías se puedan olvidar y para que los turistas también puedan hacer algunas preguntas relacionadas a la actividad.

Finalmente, el diagnóstico que se obtuvo de la actividad fue en global bastante positiva ya que como se dijo más arriba es un tipo de turismo nuevo en esta zona y requiere de críticas constructivas. Por lo general se pudo constatar que la mayoría de visitantes son residentes de la capital del Perú esto indica por la cercanía lo que se recomienda a las bodegas es que brinden descuentos o promociones que incite a los visitantes a que regresen.

REFERENCIAS:

- Abarza, F. (2012). *La Investigación Pura o Básica*. Recuperado de: [https://abarza.wordpress.com/tag/investigación básica](https://abarza.wordpress.com/tag/investigación-básica)
- Arias, D. (2015). *Accesibilidad en los servicios turísticos de hoteles y agencias de viaje de la ciudad de la paz*. Recuperado de: [https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/13785/TG-3601.pdf? sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/13785/TG-3601.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aledo, A. y Ortiz, G. (2009). *Structural analysis of the tourist system residential on the Costa Blanca*. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TO DO=sistema+turistico.
- Álvarez, R. (2010). *Condiciones de Esparcimiento*. Recuperado de: <file:///E:/Down/710X348.pdf>
- Barrantes, T. (2018). *Diagnóstico del Sistema Turístico en el distrito del Rímac*. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2218/Barrantes_PTV.pdf sequence=1&isAllowed=y
- Batista de Freitas, J. (2017). *Service quality evaluation in the perception of the wine tourism with Fuzzy Logic and Ideal Solutions*. Universidad de la Laguna.
- Bazán, M. (2014). *“Enfoque de desarrollo sostenible - La regionalización en el Perú: un análisis de la reforma del gobierno regional, Junín*. Pontífice Universidad Católica del Perú.

Bouillon, M. (2006). *Sistema Turístico del estado de Mérida*.
Universidad de los Andes.

Venezuela.

Buckley, P. J. (1987) "Tourism: an economic transactions analysis".
*Tourism Management*08(03): 190-194

Correia, A. (2014). *The potential of cooperation the wine and tourism companies in the provision of tourism companies in the provision of tourist experiences*. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*.

Cruz, J. S. *Gastronomía Alternativa*. Recuperado el 09 de Marzo de 2016, de El despertar de los vinos peruanos: http://www.gastronomiaalternativa.com/ga-23_43-el-despertar-de-los-vinos-peruanos.html.

Garcia, A. (2018). *Wine Tourism and Wine Marketing in Family-Owned Micro Wineries*.

Universidade de Caxias do Sul Brasil.

Recuperado de

:<https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473557643004/473557643004.pdf>.

García, J. (2014). *Estructura del ingreso y gasto familiar de los hogares receptores de remesas*. Recuperado de:<https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2014/11/Tesis-Garcia-Gomez.pdf>

Garrido, J. (2016). *Perú 21*. Recuperado el 09 de Marzo de 2016, de Bodegas en Perú:<http://peru21.pe/vida21/vinos-peru-tacama-tabernero-queirolo-2197812>.

Gestión. (2018). *Vino peruano: oportunidades y desafíos más allá del borgoña*. Recuperado de:
<https://gestion.pe/tendencias/vino-peruano-oportunidades->

desafios-alla- borgona-237691.

González, K. (2015). *Planificación del servicio de alimentación de la unidad nacional de oncología pediátrica.*

Recuperado de:

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/09/15/Gonzalez-Katherine.pdf>

Gómez, N. (2010). *Promoción turística a través de los medios audiovisuales.* Recuperado

de:https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/757/0139_Gomez.pdf?sequence=3

Grigoletto, R. (2017). *Mejora del servicio de alojamiento en hoteles de dos estrellas de churín para incrementar el turismo.*

Recuperado de:

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3485/3/grigoletto_fr im.pdf.

Gutiérrez y Herrera (2018). *Identificación de escenarios futuros en base a la prospectiva estratégica aplicada a un conjunto de MYPES del mercado de vinos de la provincia de Huaral: La Quincha, María Paz y Velarde.*

Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12196>.

Herrera, M. (2010). *Estratificación social y Estilos de vida culturales.*

Recuperado de: <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/10/grupos-trabajo/ponencias/493.pdf>

Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6°ed.).

México D.C, México: McGraw Hill/ Interamericana editores

Huamán y Muñoz (2018). *Diagnóstico de la cadena de suministro del vino de la bodega artesanal vitivinícola "V" de la provincia de Ica utilizando el modelo SCOR*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/10354>.

Huertas, N. (2015). *Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovación social para comunidades en conflicto*. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/378657/tnch1de1.pdf?sequence=6&isAllowed=y>.

Iberoamericanas, U. (2016). *Universidades Iberoamericanas*. Recuperado el 09 de Marzo de 2016, de Clima en Perú: <http://universidades-iberoamericanas.universia.net/peru/vivir/clima.html>.

Korstanje, E. (2007). Income and accommodation: a macro perspective sociological to understand the tourist system. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056105007>

La Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN). (2018). *El Enoturismo Crece*. Recuperado de: <https://www.wineroutesofspain.com/ver/4675/El-enoturismo-crece-nforme-de-ACEVIN.html>

La Cata del Vino. (2014). *Ruta de Vino: ¿Qué bodegas puedo visitar en Perú?* Recuperado de: <https://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/vinos-de-peru/ruta-de-vino-que-bodegas-puedo-visitar-en-peru>.

- Lopez, A. (2009). *Integrated Management System for Tourism Companies*. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211979007>
- Marzuki, A. y Khoo, J. (2015). *Community Development Strategies for Tourism Development in Langkawi Islands, Malaysia* Recuperado de: <https://www.intechopen.com/books/tourism-from-empirical-research-towards-practical-application/community-development-strategies-for-tourism-development-in-langkawi-islands-malaysia>
- Medina, X. y Serrano, D. (2014). *Turismo del Vino*. Barcelona, España: Anglofort.
- Mello, E., Verdinelli, M., Martinez, M y Amorim, E. (2018). *Estudios y perspectivas en Turismo*. UNIVALI. Recuperado de:
<https://www.estudiosenturismo.com.ar/>.
- Mendoza, L. (2016). *Turismo del Vino en Huaral*. Lima, Perú: Palomares.
- Metola, M. (2016). *El Enoturismo en la Rioja*. Universidad Zaragoza. Recuperado de:
<https://zaguan.unizar.es/record/57118/files/TAZ-TFG-2016-3416.pdf>.
- Ministerio de Comercio Exterior Y Turismo (MINCETUR). (2018). *Manual para la elaboración y actualización del Inventario de Recursos Turísticos*.

Oficina de desarrollo ambiental y turismo de Huaral. (2019). *Datos generales y específicos de visitantes al distrito de Huaral.*

Oliveira, D. y Preto, R. (2014). *Coordinación y Estructuras de Gobernanza en un Sistema Productivo de Turismo.*

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015). *Sustainable Development of Tourism.*

Recuperado de: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.

Palou, N. (2018). *Turismo Enológico.*

Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/natural/si-existe/20180912/451778563214/enoturismo-desarrollo-rural-sostenible-turismo-vino-conferencia.html>.

Plan Estratégico Regional de Turismo. (PERTUR). (2018). *Guía para la elaboración del plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR.* Recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/208877/GUIA_PERTUR.PDF

Ramos, L. (2015). *El Trekking como actividad turística alternativa para el desarrollo local del Distrito de Olleros, Provincia de Huaraz*, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4583/Ramos_ll.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Ramos, R. (2015). *El estudio de prefactibilidad para el desarrollo industrial de productos alternativos en base a subproductos derivados de la industria vitivinícola en la región de Ica.* Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6012.

Rasoolimanesh, M. y Jaafar, M. (2015). *Community Participation toward Tourism Development and Conservation Program in Rural World Heritage Sites*. Pp. 356-

358. Recuperado de:
<https://www.intechopen.com/books/tourism-from-empirical-research-towards-practical-application/community-participation-toward-tourism-development-and-conservation-program-in-rural-world-heritage>

Real Academia Española de la Lengua (RAE). (2015). *Enoturismo y RAE*. Recuperado de: https://www.xn--enoturismodeespa-uxb.es/web/text.php?id_section=1467.

Reyes, M. (2017). *Estrategias de gestión pública para un Enoturismo sustentable a partir de la percepción de problemas ambientales*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Argentina.

Rojo, M y Peláez, A. (2006). *New tourist Products: Active Tourism Business Diagnosis*. Recuperado de:
<http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-169-170-2006-pag145-163-97583.pdf>

Rosales, O. *TACAMA*. Recuperado el 09 de marzo de 2016, de <http://www.tacama.com> Romero, M. y Sánchez, J. (2016). *Tourism, Competitiveness and Economic Growth: A New*

Analytical Model. Recuperado de:
<https://www.intechopen.com/books/tourism-from-empirical-research-towards-practical-application/tourism-competitiveness-and-economic-growth-a-new-analytical-model>

Sánchez, M. (2016). *Infoagro-Vitivinicultura*. Recuperado de: de Viticultura: <http://www.infoagro.com/viticultura/vinas.html>.

Sánchez, A. (2003). *Proposición metodológica para evaluar la producción de servicios turísticos asociados al bosque*. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/105067/sanchez_a.pdf?sequence=3&isAllowed=y.

San Martín, H. (2006). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción*. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10588/HSMtesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sobrino, E. (2018). *Estudio y análisis del potencial ecoturístico como alternativa de desarrollo en el distrito de Pomabamba, departamento de Ancash*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13317/Sobrino_Vidal_Desarrollo_turismo_espacios1.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Socatelli, M. (2013). *La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Recuperado de: <http://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1.pdf>

Ungureanu, M. (2015). *Wine road - an instrument for the valorisation of wine tourism potential*. University of Oradea.

Soncini, A y Silva, G. (2018). *Customer Satisfaction based on the*

Attributes of Accommodation Services. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-61252019000200032&lang=es

Vargas, A. (2014). *Estudio de la incidencia de hongos toxicogénicos en uvas para la producción de vinos*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3798/Vargas_ta.pdf;jsessionid=5DE1BF8AB29040AA7B273BFAE1C6A5FB?sequence=1.

Velarde, V. (2016.). *Viña Tabernero*. Recuperado de <http://www.tabernero.com/>

Anexos

Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Metodología
------------------	------------------	--------------------

Título de la tesis: Diagnostico del Enoturismo en el Distrito de La Esperanza – Huaral, 2019

<p>Generales:</p> <p>¿Cuál es el diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la Esperanza, Huaral?</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características de la demanda turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral? • ¿Cuáles son las características de la infraestructura turística que 	<p>Generales:</p> <p>Analizar la situación actual de la práctica del Enoturismo en el distrito de La Esperanza, Huaral.</p> <p>Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las características de la demanda turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza - Huaral. • Analizar las características de la infraestructura turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral. 	<p>Enfoque: Cualitativo</p> <p>Tipo de estudio: Aplicada Diseño: Fenomenológico</p> <p>Técnica: Entrevistas</p> <p>Instrumentos: Guion de entrevista Fichas de observación</p>
--	---	--

practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza - Huaral?		
---	--	--

Tabla 9: Matriz de Consistencia

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características de equipamiento o planta turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza - Huaral? • ¿Cuáles son las características de los recursos turísticos que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza - Huaral? • ¿Cuáles son las características de la comunidad receptora que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza - Huaral? 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las características del equipamiento o planta Turística que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral. • Analizar las características de los recursos turísticos que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral • Evaluar las características de la comunidad receptora que practica el Enoturismo en el distrito de La Esperanza – Huaral 	
---	---	--

Fuente: Elaboración Propia.

TABLA DE CATEGORIZACIÓN

Tabla 3: Tabla de Categorización

Unidad temática	Definición Conceptual	Componente temático	Componente subtemático	Instrumento
<p>SISTEMA TURÍSTICO</p> <p>(Muñoz, 2012) Un sistema turístico, tiene como componentes de determinación: la demanda, infraestructura, atractivos,</p>	<p>Se define como demanda al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. (Socatelli, 2013).</p> <p>La parte donde se brinda los productos, bienes y servicios con la que cuenta una zona</p>	<p>DEMANDA TURÍSTICA</p>	<p>Perfil Social</p>	<p>GUIÓN DE ENTREVISTAS</p>
			<p>Gasto Promedio</p>	
			<p>Accesibilidad</p>	

<p>equipamiento y comunidad receptora.</p>	<p>determinada, la misión es poder mantener las estructuras socioculturales y productivas dentro de esta categoría están elementos tales</p>	<p>INFRAESTRUCTURA</p>	<p>Comunicación</p>	<p>GUIÓN DE ENTREVISTAS</p>
			<p>Energía</p>	

<p>(Sostenibilidad entendida como supervivencia del sistema mediante el mantenimiento de los intereses de cada uno de los actores).</p>	<p>como: red vial, transportes, servicios sanitarios, comunicaciones, energía y otros. (Sánchez, 2003)</p>		<p>Servicios De Hospedajes</p>	
---	--	--	---------------------------------------	--

La planta turística está formada por dos partes El equipamiento que incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada y las instalaciones: son todas las construcciones únicas. (Sánchez, 2003).

EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA	Servicios De Alimentación	GUIÓN DE ENTREVISTAS
RECURSOS TURÍSTICOS	Valoración	GUIÓN DE ENTREVISTA S
	Aprovechamiento	

	<p>Representan el soporte básico para el desarrollo del sector turístico. Se le podría considerar como la materia prima o parte principal del turismo. Posee características de esparcimiento y recreación, histórico, geográfico o cultural. (Valdez, 2014).</p>	RECURSOS TURÍSTICOS	Estado Actual						
	<p>La participación de la sociedad es clave para la interpretación de lo que significa el Desarrollo Sostenible. Esta participación posibilita la concertación de diversos intereses. (Huertas, 2015).</p>	COMUNIDAD RECEPTORA	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td data-bbox="1335 797 1663 889">Participación</td> <td data-bbox="1663 797 1948 889"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1335 889 1663 946">Actividades</td> <td data-bbox="1663 889 1948 946"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="1335 946 1663 1260">Conservación</td> <td data-bbox="1663 946 1948 1260" style="text-align: center;"> GUIÓN DE ENTREVISTAS </td> </tr> </table>	Participación		Actividades		Conservación	GUIÓN DE ENTREVISTAS
Participación									
Actividades									
Conservación	GUIÓN DE ENTREVISTAS								

Fuente: Elaboración Propia.

GUÍA DE ENTREVISTA

Nombre y Apellidos: _____

Edad: _____

Ocupación: _____

Tema: DIAGNOSTICO DEL ENOTURISMO EN EL DISTRITO DE LA
ESPERANZA, HUARAL, 2019.

Duración de la entrevista: _____

Lugar de entrevista: _____

TEMA:

I. DEMANDA TURÍSTICA:

1.- ¿Qué características tienen las personas que visitan las bodegas vitivinícolas, desde un punto de vista social?

2.- ¿Cuánto es el gasto promedio que realiza el turista a su visita a las Zonas Vitivinícolas en la Esperanza-Huaral?

II. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA:

3.- ¿Cómo es la accesibilidad a las zonas vitivinícolas de Huaral?

4.- ¿Qué tal es la cobertura de celular e internet en el entorno de las zonas vitivinícolas de Huaral?

5.- ¿Qué tal es la energía eléctrica en las zonas vitivinícolas de Huaral?

a. PLANTA TURÍSTICA:

6.- ¿Qué servicios de hospedajes se ofrece en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?

7.- ¿Qué servicios de alimentación existe en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?

b. RECURSOS TURÍSTICOS:

8.- ¿Qué tipo de valoración Turística presenta El Enoturismo en Huaral?

9.- ¿De qué manera se está aprovechando la práctica del Enoturismo en La Esperanza -Huaral?

10.- Cuál es el estado actual de la Zona Vitivinícola en La Esperanza - Huaral?

III. ORGANIZACIÓN VITIVINÍCOLA:

11.- ¿De qué manera participa la comunidad local en la visita turística?

12.- Qué actividades vitivinícolas realizan la “Asociación Vitivinícola de La Esperanza alta” en Huaral?

13.- ¿Cuál es la visión de La “Asociación Vitivinícola de la esperanza Alta” con respecto a la práctica del Enoturismo?

FICHA DE OBSERVACIÓN DE PLANTA TURÍSTICA

1. Equipamientos e Instalaciones

1.1. Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en el recurso

1.-Hoteles

2.-Hostales

3.- Hospedajes

4.-Alvergues

5.-Ecologe

6.Otros... ..

1.2.Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en el recurso

1.Reaurantes

2.-Cafes

3.Fuents de Soda

4.-Bares

5.-OTROS.....

1.3. Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en el recurso

- | | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 1. Discotecas | <input type="checkbox"/> |
| 2.-Cines | <input type="checkbox"/> |
| 3. Instalaciones Deportivas | <input type="checkbox"/> |
| 4.-Tragamonedas | <input type="checkbox"/> |
| 5.-OTROS.....Campo de Cultivo..... | <input type="checkbox"/> |

1.4. Otros Servicios

Identifique el tipo y número de establecimiento de otros servicios existentes en el recurso

1. Agencias de Viaje
2. Operadoras
3. Información al Turista
- 4.-Guías de Turismo
- 5.-Bancos
- 6.-OTROS.....

1.5. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (pueden marcar varias alternativas).

- | | |
|---------------|-------------------------------------|
| 1.-Bus | <input type="checkbox"/> |
| 2.-Camioneta | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3.-Taxis | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4.-Moto taxis | <input type="checkbox"/> |
| 5.-Couster | <input checked="" type="checkbox"/> |

FICHA DE INFRAESTRUCTURA

1. Infraestructura De Servicios Básicos

ACCESIBILIDAD

1.1. Distancia

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano a ciudad principal hasta el distrito, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Bus	Camioneta	Couster	Mini-van	Auto	Moto taxi	Caminando
01:45 Min	01:20 Min	01:30 Min	01:30 Min	01:10 Min		
_____	15:00 Min	20:00 Min	15:00 Min	15:00 Min	30:00 Min	45:00 Min

Distancia al distrito (Lima -Huaral) km:

Distancia de (Huaral – La Esperanza Alta) km:

1.2. Principales vías de acceso hacia el recurso:

- | | |
|--------------------------|-------------------------------------|
| 1. Carretera / Asfaltada | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. Empedrada | <input type="checkbox"/> |
| 3. Trocha | <input type="checkbox"/> |
| 4. Sendero | <input type="checkbox"/> |
| 5. Aérea | <input type="checkbox"/> |

1.3. En la comunidad de La Esperanza Alta, existen los siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción).

- | | |
|---------------------------|-------------------------------------|
| 1. Bus | <input type="checkbox"/> |
| 2. Camioneta | <input type="checkbox"/> |
| 3. Taxis | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4. Moto taxis | <input type="checkbox"/> |
| 5. Marítimo | <input type="checkbox"/> |
| 6. Otros.....Couster..... | <input type="checkbox"/> |

COMUNICACIÓN

1.4. Existe servicio telefónico en el recurso:

Marque con un "X"

- | | |
|-------|-------------------------------------|
| 1.-Sí | <input type="checkbox"/> |
| 2.-NO | <input checked="" type="checkbox"/> |

1.5 Existe el servicio de Internet en el recurso:

Marque con un "X"

- | | |
|--------|-------------------------------------|
| 1. Si. | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. No | <input type="checkbox"/> |

1.6 La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a0...kms

1.7. Existe señal de servicio de cable en el recurso.

- | | |
|-------|-------------------------------------|
| 1.-Sí | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2.-NO | <input type="checkbox"/> |

1.8. En el recurso existen__0____cabinas de servicio telefónico para uso público

1.9. En el recurso existen__0____establecimientos de uso público de internet.

1.10.Existe oficina de correos en el recurso:

1.-Sí

2.-NO

SANIDAD

2.1 Existe red de agua potable:

1.-Sí

2.-NO

2.2. Se trata con cloro el agua potable:

1.-Sí

2.-NO

2.3. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1.-Red Pública

2.- Rio, vertiente

3.-Cisterna

4.-Regadio

5.- Pozo

6.- Otro.....

X
X
X

2.4. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad (Desagüe).

- 1.-Sí
- 2.-NO

2.5. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

- 1.-Carro Recolector
- 2.-Bote
- 3.-En la vía pública
- 4.-OTRO.....

2.6. Existen establecimiento de salud en la comunidad:

1.-Sí

2.-NO

2.7. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: puede marcar más de unacasilla si es necesario.

- 1.-Hospital Público
- 2.-Posta Médica
- 3.-Unidad Móvil
- 4.-Policlinico
- 5.-Farmacia
- 6.-OTROS.....

2.7.1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____ Hospital San Juan Bautista – Huaral _____

2.7.2. A qué distrito o Provincia pertenece el establecimiento de salud Huaral _____

ENERGÍA

1. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

2. 1.-SÍ
2.-NO

2.1. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ 1.5 _____ km.

2.2. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____ 100
%-Todos _____

2.3. Existen gasolineras en la comunidad

1.-SÍ

2.-NO

*¿CUANTAS?:...

2.4. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ 600 Metros _____

VALIDACIONES

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 01	
Nombre del investigador/entrevistador: Yan-Lou Huarac Mendoza	
Nombre de la población: La Esperanza Alta	Fecha de la entrevista: 03-10-19
	Fecha de llenado de ficha: 04-10-19
Tema: Diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la esperanza alta, Huaral, 2019.	
Informante: Máximo Velarde	
Contextualización: Bodega Velarde – La Esperanza Alta	
Duración de entrevista: 13 minutos	
CATEGORIA 1: DEMANDA TURÍSTICA	
SUB CATEGORÍA: Perfil Social	
1.- ¿De dónde provienen las personas las cuales visitan las bodegas vitivinícolas? La mayoría de personas las cuales nos visitan son personas de Lima. Pocos son turistas extranjeros, si vienen pero son pocos, en un oportunidad recibimos la visita de Holandeses y lo complicado fue la manera de comunicarnos.	
SUB CATEGORÍA: Gasto Promedio	
2.- ¿Cuánto es el gasto promedio que realiza el turista a su visita a las Zonas Vitivinícolas en la Esperanza-Huaral?	
CATEGORIA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	
SUB CATEGORÍA: Accesibilidad	

<p>3.- ¿Cómo es la accesibilidad a las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Bueno antes no había pista, por eso tampoco, los turistas venían por lo que el camino era feo. Pero ahora si vienen porque hay pista y todo eso.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Comunicación</p>
<p>4.- ¿Qué tal es la cobertura de celular e internet en el entorno de las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Por ejemplo, bitel es la única que tiene bastante cobertura en esta zona, los demás operadores claro, movistar y Entel no. Por eso aquí la mayoría de personas tenemos bitel</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Energía</p>
<p>5.- ¿Qué tal es la energía eléctrica en las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Si es fluida aquí casi no hemos tenidos problemas con luz, salvo que no hayamos pagado no, ahí si nos cortan, pero después si todo bien con la luz gracias a dios.</p>
<p>CATEGORÍA 3: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Servicios de Hospedajes</p>
<p>6.- ¿Qué servicios de hospedajes se ofrece en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p> <p>¿Para acampar?, Nosotros también brindamos el servicio de Hospedaje para cuando el turista se quiera quedar nosotros le damos cuartos, sábanas todo lo que necesite, ya después le cobramos lo que Ha gastado.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Servicios de Alimentación</p>
<p>Generalmente compran una botella o dos botellas, por persona gastan sus 30, sus 40 soles aproximadamente, ya las personas que quieren llevar más sin ningún problema se le da y si desean les damos las recomendaciones posibles.</p>

<p>7.- ¿Qué servicios de alimentación existe en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral? Nosotros tenemos comida, para vender, carapulcra, conejo, cuy, pato entre otros platos, pero si a veces el turista trae también su propia comida.</p>
<p>CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Valoración</p>
<p>8.- ¿Qué tipo de valoración Turística presenta El Enoturismo en Huaral? Nosotros como comunidad aquí de la esperanza alta tratamos en lo posible de cuidar nuestras bodegas con el tema sobre todo de orden y de limpieza.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Aprovechamiento</p>
<p>9.- ¿De qué manera se está aprovechando la práctica del Enoturismo en La Esperanza - Huaral? Sí, nosotros por nuestra parte hacemos todo lo posible por ofertar nuestros productos, pero nos gustaría que haya un apoyo de parte de la Municipalidad y del gobierno Regional, para que puedan crear ferias de vino, tener más interés en nosotros.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Estado Actual</p>
<p>10.- ¿Cuál es el estado actual de la Zona Vitivinícola en La Esperanza - Huaral? Ahorita vamos masomenos, porque por lo mismo que ahora el clima esta como medio loco, ya entonces tenemos que combatir las plagas, el clima. Pero si estamos masomenos como te dije.</p>
<p>CATEGORÍA: ORGANIZACIÓN VITIVINICOLA</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Participación</p>

11.- ¿De qué manera participa la comunidad local en la visita turística?

Mira nosotros los productores de vino somos bien unidos, es más. Justamente estamos conversando para poder ampliar la ruta del vino, de la mano con el Gobierno Regional. Nuestra Asociación se llama APROPISCO.

SUB CATEGORÍA: Actividades

12.- ¿Qué actividades vitivinícolas realizan la “Asociación Vitivinícola de La Esperanza alta” en Huaral?

Nosotros realizamos las vendimias aquí a veces por Facebook damos promociones, cuando juega Perú de igual manera no. Acierta el score y gana una botella de vino esas cositas no, ayudan a que podamos impulsar las ventas.

SUB CATEGORÍA: Conservación

13.- ¿Cuál es la visión de La “Asociación Vitivinícola de la esperanza Alta” con respecto a la práctica del Enoturismo?

Claro, nosotros lo que buscamos es que este tipo de turismo siga creciendo, no solo para

nosotros sino para nuestros hijos, para ustedes también como estudiantes de la carrera.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 02

Nombre del investigador/entrevistador: Yan-Lou Huarac Mendoza

Nombre de la población:

La Esperanza Alta

Fecha de la entrevista: 03-10-19

Fecha de llenado de ficha: 04-10-19

Tema:

Diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la esperanza alta, Huaral, 2019.

Informante: Venancio Velarde

Contextualización: Bodega Velarde – La Esperanza Alta

Duración de entrevista: 10 minutos

CATEGORIA 1: DEMANDA TURÍSTICA

SUB CATEGORÍA: Perfil Social

1.- ¿De dónde provienen las personas las cuales visitan las bodegas vitivinícolas?

Las personas que nos visitan son del norte, centro y sur del Perú, siempre que vienen le preguntamos a los turistas de donde nos visitan, la mayoría viene de Lima.

SUB CATEGORÍA: Gasto Promedio

2.- ¿Cuánto es el gasto promedio que realiza el turista a su visita a las Zonas Vitivinícolas en la Esperanza-Huaral?

Algunas personas compran por caja algunas dos a tres botellas, dependiendo de su presupuesto. Aquí nosotros no cobramos entrada ni cuando le mostramos las chacras ahora si el turista desea dejar alguna propina bienvenida.

CATEGORIA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA
SUB CATEGORÍA: Accesibilidad
<p>3.- ¿Cómo es la accesibilidad a las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Ahora que esta la pista bonita los turistas vienen con sus carros, incluso tenemos lugar para que los estacionen y ellos puedan estar tranquilos.</p>
SUB CATEGORÍA: Comunicación
<p>4.- ¿Qué tal es la cobertura de celular e internet en el entorno de las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>El internet no es muy bueno por lo mismo que estamos un poco alejados de la ciudad, los celulares aquí solo agarra claro y bitel, movistar y Entel sus señales aquí no dan.</p>
SUB CATEGORÍA: Energía
<p>5.- ¿Qué tal es la energía eléctrica en las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>La luz es buena, solo a veces cuando hacen mantenimiento noma, pero eso dura 2 horas, tres horas nada más. No podemos quejarnos del fluido eléctrico que nos brinda la empresa enel.</p>
CATEGORÍA 3: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA
SUB CATEGORÍA: Servicios de Hospedajes
<p>6.- ¿Qué servicios de hospedajes se ofrece en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p> <p>Por aquí cerca, no hay hostel ni nada eso, eso hay en Huaral, pero por aquí no.</p>
SUB CATEGORÍA: Servicios de Alimentación
<p>7.- ¿Qué servicios de alimentación existe en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p>

<p>Por aquí hay una Restaurante pero está metido y creo que solo abre los fines de semana.</p>
<p>CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Valoración</p>
<p>8.- ¿Qué tipo de valoración Turística presenta El Enoturismo en Huaral?</p> <p>Aquí una vez al mes hacemos un feedback de todo lo que paso en el mes, entonces de esa manera también nosotros vemos en que estamos fallando y lo corregimos.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Aprovechamiento</p>
<p>9.- ¿De qué manera se está aprovechando la práctica del Enoturismo en La Esperanza - Huaral?</p> <p>El alcalde prometió en una reunión que tuvimos que nos iba a apoyar con el tema de promoción, bueno seguimos esperando para ver que hace o como es, porque nadie vive de promesas sino de hechos.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Estado Actual</p>
<p>10.- ¿Cuál es el estado actual de la Zona Vitivinícola en La Esperanza - Huaral?</p> <p>Las bodegas en si estamos masomenos claro que nos falta algunos implementos la parte promoción por ejemplo, pero si nuestro estado actual se podría decir que es medio.</p>
<p>CATEGORÍA: ORGANIZACIÓN VITIVINICOLA</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Participación</p>
<p>11.- ¿De qué manera participa la comunidad local en la visita turística?</p> <p>Si claro por el momento somos pocos los que nos dedicamos a vender vinos pero esperamos que con el tiempo muchas más personas apoyen este tipo de turismo.</p>

SUB CATEGORÍA: Actividades

12.- ¿Qué actividades vitivinícolas realizan la “Asociación Vitivinícola de La Esperanza alta” en Huaral?

Únicamente las vendimias que las llevamos a cabo con los otros agricultores, pero de ahí cada uno realiza su promoción como mejor lo vea.

SUB CATEGORÍA: Conservación

13.- ¿Cuál es la visión de La “Asociación Vitivinícola de la esperanza Alta” con respecto a la práctica del Enoturismo?

Conversando con las Otras bodegas, siempre pensando en mejorar hemos buscado la práctica de limpiar por cada quincena o Mensualmente, los ductos del canal, para que el agua que llegue a nuestros cultivos sea por lo menos un agua de mejor calidad.

N° de registro: 03	
Nombre del investigador/entrevistador: Yan-Lou Huarac Mendoza	
Nombre de la población: La Esperanza Alta	Fecha de la entrevista: 03-10-19
	Fecha de llenado de ficha: 04-10-19
Tema: Diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la esperanza alta, Huaral, 2019.	
Informante: María Elena Paz	
Contextualización: Bodega María Paz – La Esperanza Alta	
Duración de entrevista: 8 minutos	
CATEGORIA 1: DEMANDA TURÍSTICA	
SUB CATEGORÍA: Perfil Social	
<p>1.- ¿De dónde provienen las personas las cuales visitan las bodegas vitivinícolas?</p> <p>Casi todos los que vienen son de Lima , pocos turistas de otros países vienen, pero si hemos tenido a turista aquí, solo que a veces como hablan otro idioma es difícil poder comunicarnos con ellos.</p>	
SUB CATEGORÍA: Gasto Promedio	
<p>2.- ¿Cuánto es el gasto promedio que realiza el turista a su visita a las Zonas Vitivinícolas en la Esperanza-Huaral?</p> <p>Una persona puede comprar hasta 4 o 5 botellas como que también no puede comprar nada, pero por persona será unos 40 o 50 es que no solamente llevan para ellos sino para sus familiares o amigos que quizás le puedan obsequiar un detalle.</p>	

CATEGORIA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA
SUB CATEGORÍA: Accesibilidad
<p>3.- ¿Cómo es la accesibilidad a las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Esta pista tiene ya casi como 20 años desde el segundo gobierno de Fujimori, pero después el alcalde Bazán mando a renovar la pista, y desde ahí como que ya nos hicimos también más conocidos.</p>
SUB CATEGORÍA: Comunicación
<p>4.- ¿Qué tal es la cobertura de celular e internet en el entorno de las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>No tenemos por el momento Wifi, ya solicitamos a algunas empresas privadas pero nada, dicen que es muy complicado poner internet aquí, así que no contamos con ese servicio. Los celulares solo agarra claro.</p>
SUB CATEGORÍA: Energía
<p>5.- ¿Qué tal es la energía eléctrica en las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>El servicio eléctrico es normal, no nos podemos quejar. Pocos problemas con la luz hemos tenido.</p>
CATEGORÍA 3: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA
SUB CATEGORÍA: Servicios de Hospedajes
<p>6.- ¿Qué servicios de hospedajes se ofrece en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p> <p>Hostal, hospedajes eso no hay por aquí hay en Huaral y Santa Rosa, pero ahí hay como una posada. Pero casi no hay ningún hostal por acá.</p>

SUB CATEGORÍA: Servicios de Alimentación
<p>7.- ¿Qué servicios de alimentación existe en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral? A veces si el turista solicita que se le prepara un almuerzo o algún plato en especial, previa Coordinación se le hace, le brindamos nuestro número de cuenta y nos hace el depósito y tenemos todo listo para cuando venga. Pero si por aquí no hay ningún Restaurante.</p>
CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO
SUB CATEGORÍA: Valoración
<p>8.- ¿Qué tipo de valoración Turística presenta El Enoturismo en Huaral? Te refieres si valoramos el trabajo ¿Del vino o qué? Si claro, nosotros Como productores y exportadores cuidamos nuestra materia prima nuestros ingresos.</p>
SUB CATEGORÍA: Aprovechamiento
<p>9.- ¿De qué manera se está aprovechando la práctica del Enoturismo en La Esperanza - Huaral? Cuando nos invitan a un evento o alguna festividad donde tenemos que llevar vinos, piscos entre otros vamos en representación de Huaral, pero queremos que el actual Gobierno se comprometa con nosotros para que hayan buenos resultados porque al final de todo este proyecto el que sale beneficioso es el turista.</p>
SUB CATEGORÍA: Estado Actual
<p>10.- ¿Cuál es el estado actual de la Zona Vitivinícola en La Esperanza - Huaral? Vamos creciendo de a pocos, con respecto a otros años, nosotros sentimos que hemos mejorado, pero aún falta por mejorar más cosas. Pero por ejemplo ahora hemos tenido</p>

<p>problemas de público por lo mismo que la gente de santa Rosa ha hecho su marcha para</p> <p>que le puedan poner un Centro de salud.</p>
<p>CATEGORÍA: ORGANIZACIÓN VITIVINICOLA</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Participación</p>
<p>11.- ¿De qué manera participa la comunidad local en la visita turística?</p> <p>Te refieres a nosotros o a los vecinos bueno si los vecinos por su parte nos apoyan moralmente dan su punto de vista, ideas y lo que hacemos nosotros es ya mejorar una de las ideas y hacerla realidad.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Actividades</p>
<p>12.- ¿Qué actividades vitivinícolas realizan la “Asociación Vitivinícola de La Esperanza alta” en Huaral?</p> <p>Sí, claro semanalmente vamos a Huaral a repartir volantes tenemos un puesto halla en la cual pues vendemos nuestros vinos, sale poco pero ahí como que jalamos gente eso ayuda un montón para que las personas nos conozcan.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Conservación</p>
<p>13.- ¿Cuál es la visión de La “Asociación Vitivinícola de la esperanza Alta” con respecto a la práctica del Enoturismo?</p> <p>Somos bastante unidos, aquí con los otros productores buscamos mantener el orden y la limpieza hemos estado hablando que una vez al mes para poder limpiar el canal que nos trae agua de arriba de Santa rosa.</p>

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 04

Nombre del investigador/entrevistador: Yan-Lou Huarac Mendoza

Nombre de la población:

La Esperanza Alta

Fecha de la entrevista: 03-10-19

Fecha de llenado de ficha: 04-10-19

Tema:

Diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la esperanza alta, Huaral, 2019.

Informante: Rufino Paz

Contextualización: Bodega María Paz – La Esperanza Alta

Duración de entrevista: 11 minutos

CATEGORIA 1: DEMANDA TURÍSTICA

SUB CATEGORÍA: Perfil Social

1.- ¿De dónde provienen las personas las cuales visitan las bodegas vitivinícolas?

Por el momento solo han venido personas de Huaral y de lima, pocos son los extranjeros por aquí.

SUB CATEGORÍA: Gasto Promedio

2.- ¿Cuánto es el gasto promedio que realiza el turista a su visita a las Zonas Vitivinícolas en la Esperanza-Huaral?

Por persona hay un consumo promedio de entre treinta y cuarenta soles, algunos ya se llevan media caja o una caja a veces, la cosa está en darle variedad para que pueda escoger.

CATEGORÍA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA
SUB CATEGORÍA: Accesibilidad
<p>3.- ¿Cómo es la accesibilidad a las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>La verdad es que desde la restauración de la Pista, hay menos tierra y vienen más personas pero si la accesibilidad es buena.</p>
SUB CATEGORÍA: Comunicación
<p>4.- ¿Qué tal es la cobertura de celular e internet en el entorno de las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Aquí solo entra la señal de claro, internet menos solo desde los celulares podemos comunicarnos y las radios si agarran algunas emisoras.</p>
SUB CATEGORÍA: Energía
<p>5.- ¿Qué tal es la energía eléctrica en las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Casi nunca se va la luz aquí, eso es lo bueno, tampoco afecta nuestro negocio, así que por esa parte nadie se queja.</p>
CATEGORÍA 3: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA
SUB CATEGORÍA: Servicios de Hospedajes
<p>6.- ¿Qué servicios de hospedajes se ofrece en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p> <p>Bueno tenemos dos hectáreas de terreno a veces los turistas quieren quedarse a dormir ahí, nosotros no le decimos que no, pero si le decimos que le podemos alquilar sábanas, colchones o la cena.</p>
SUB CATEGORÍA: Servicios de Alimentación
<p>7.- ¿Qué servicios de alimentación existe en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p>

<p>En Huaral hay restaurantes, pero aquí todos los domingos preparamos carapulcra o a veces hacemos pollada, chuletada esas cosas no y le vendemos a los turistas o quienes vienen.</p>
<p>CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Valoración</p>
<p>8.- ¿Qué tipo de valoración Turística presenta El Enoturismo en Huaral?</p> <p>Al principio pensábamos en alquilar la chacra, pero como es legado de nuestros padres empezamos a cuidarlo y la chacra daba muy buenos frutos. Pero si nosotros mismos somos los que compramos el remedio para las plantas, regamos entre otras cosas más.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Aprovechamiento</p>
<p>9.- ¿De qué manera se está aprovechando la práctica del Enoturismo en La Esperanza - Huaral?</p> <p>La verdad es que nosotros estamos trabajando por nuestro propio lado, porque esperar que nuestras autoridades hagan algo al respecto, sería Ufff, años en hacer algo. Pero si hablas de aprovechar los recursos lo hacemos trabajando duro y exportando nuestro producto al exterior.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Estado Actual</p>
<p>10.- ¿Cuál es el estado actual de la Zona Vitivinícola en La Esperanza - Huaral?</p> <p>Nos falta mucho apoyo, porque si no se trabaja en equipo, las cosas salen mal. Lo que pedimos nosotros a las autoridades es que tomen un poco de conciencia para que todos podamos desarrollar un mejor turismo.</p>
<p>CATEGORÍA: ORGANIZACIÓN VITIVINICOLA</p>

SUB CATEGORÍA: Participación

11.- ¿De qué manera participa la comunidad local en la visita turística?

Aquí los vecinos nos apoyan con el tema de referencias promociones, no. La verdad que para nosotros cualquier apoyo es bien recibido, así que por esa parte estamos contentos.

SUB CATEGORÍA: Actividades

12.- ¿Qué actividades vitivinícolas realizan la “Asociación Vitivinícola de La Esperanza alta” en Huaral?

Bueno el año pasado con los demás productores realizamos lo que es la vendimia y nos fue bien para ser la primera vez que se lleva acabo creo que nos fue bien ahora este año se viene Otro esperemos que sea mejor que el año pasado.

SUB CATEGORÍA: Conservación

13.- ¿Cuál es la visión de La “Asociación Vitivinícola de la esperanza Alta” con respecto a la práctica del Enoturismo?

Por su puesto nuestro objetivo es mejorar, si la población nos quiere ayudar como le dije, toda ayuda será aquí bien recibida, así que en el tema de conservación del recurso nosotros tratamos en lo posible de cuidarlo.

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 05

Nombre del investigador/entrevistador: Yan-Lou Huarac Mendoza

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 03-10-19

La Esperanza Alta

Fecha de llenado de ficha: 04-10-19

Tema:

Diagnóstico del Enoturismo en el distrito de la esperanza alta, Huaral, 2019.

Informante: María Claudia Paz

Contextualización: Bodega María Paz – La Esperanza Alta

Duración de entrevista: 8 minutos

CATEGORIA 1: DEMANDA TURÍSTICA

SUB CATEGORÍA: Perfil Social

1.- ¿De dónde provienen las personas las cuales visitan las bodegas vitivinícolas?

De Lima, siempre le preguntamos de donde vienen y nos dicen que, de comas, del Rímac, del san juan de Lurigancho, de ate y otras partes. Recuerdo que la visita más rara que hemos tenido ha sido de dos japoneses que no hablaban casi nada de español.

SUB CATEGORÍA: Gasto Promedio

2.- ¿Cuánto es el gasto promedio que realiza el turista a su visita a las Zonas Vitivinícolas en la Esperanza-Huaral?

Mira hay personas que solo vienen a ver los cultivos o sea las uvas como es el proceso y

otras solo vienen específicamente a comprar ellas gastan alrededor de 100 soles, y pues

<p>nosotros los animamos a llevar más, porque de eso se trata el negocio tu sabes.</p>
<p>CATEGORIA 2: INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Accesibilidad</p>
<p>3.- ¿Cómo es la accesibilidad a las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>En relación a otros años la verdad ha mejorado que cuando era pequeña mi familia y yo para venir aquí teníamos que caminar por los menos una hora y media ya que en ese tiempo aún no había carros que vinieran a esta zona, todo era chacra nada más.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Comunicación</p>
<p>4.- ¿Qué tal es la cobertura de celular e internet en el entorno de las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Bueno yo utilizo Bitel porque es la única empresa que su señal agarra muy bien así es que por eso utilizo esa, en el tema de internet si hay pero por ratos como que se pone demasiado lento.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Energía</p>
<p>5.- ¿Qué tal es la energía eléctrica en las zonas vitivinícolas de Huaral?</p> <p>Bien, es estable y no ocasiona problemas. Por lo que recuerdo solo una vez nos tocó dormir con velas pero eso ya fue hace varios años atrás.</p>
<p>CATEGORÍA 3: EQUIPAMIENTO O PLANTA TURÍSTICA</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Servicios de Hospedajes</p>
<p>6.- ¿Qué servicios de hospedajes se ofrece en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?</p> <p>Bueno que yo sepa no hay ninguno, si desean un hostel u hotel deben dirigirse a Huaral ahí si hay bastantes pero por aquí sería bueno que al menos haya uno.</p>
<p>SUB CATEGORÍA: Servicios de Alimentación</p>

7.- ¿Qué servicios de alimentación existe en el entorno de la Zona vitivinícola de Huaral?

Bueno no hay ninguno, pero en una ocasión los turistas los japoneses los cuales te comenté no sabían dónde ir a comer entonces nosotros preparamos carapulcra y matamos un pato y preparamos juntos con ellos pato en ají, arroz y su carapulcra.

CATEGORÍA: RECURSO TURÍSTICO

SUB CATEGORÍA: Valoración

8.- ¿Qué tipo de valoración Turística presenta El Enoturismo en Huaral?

Bueno en esa parte de valoración podemos decir que de nuestra parte tenemos muy bien valorado nuestro recurso ya que es la cual nos da de comer por decirlo así.

SUB CATEGORÍA: Aprovechamiento

9.- ¿De qué manera se está aprovechando la práctica del Enoturismo en La Esperanza - Huaral?

De todas formas le sacamos el jugo de todos los ángulos vemos cómo aprovechar el recurso.

SUB CATEGORÍA: Estado Actual

10.- ¿Cuál es el estado actual de la Zona Vitivinícola en La Esperanza - Huaral?

Nuestra bodega tiene ya con este año, 11 años, pero en si el Turismo del Vino recién tiene dos años apenas. Eso lo hicimos con las otras bodegas conjuntas nos reunimos y decidimos hacer una ruta del vino.

CATEGORÍA: ORGANIZACIÓN VITIVINICOLA

SUB CATEGORÍA: Participación

11.- ¿De qué manera participa la comunidad local en la visita turística?

Bueno la comunidad no apoya pero tampoco se opone a las actividades que nosotros realizamos, digamos que están neutros.

SUB CATEGORÍA: Actividades

12.- ¿Qué actividades vitivinícolas realizan la “Asociación Vitivinícola de La Esperanza alta” en Huaral?

Bueno vendimias, propagandas, volantes, esas cosas, pero claro nos falta aún más por hacer

así que tenemos que ponernos las pilas y llegar a un buen acuerdo con los demás bodegueros.

SUB CATEGORÍA: Conservación

13.- ¿Cuál es la visión de La “Asociación Vitivinícola de la esperanza Alta” con respecto a la práctica del Enoturismo?

¿Te refieres de acá como nos vemos en algunos años cierto?, Bueno la verdad es que con la ayuda de Dios y muchísimo trabajo en conjunto queremos ser icono de los Vinos en el Norte chico.

ANEXO

Figura 2: Entrada de la bodega vitivinícola bodegaVinos Velarde



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3: Campos de cultivo Bodega Velarde



Fuente:Elaboración Propia

Figura 3: Letreros Informativos sobre las bondades



del VinoFuente: Elaboración Propia



Figura 4: Planta Pacay

Fuente: Elaboración Propia



Figura 5: Máximo Velarde en los campos

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6: Bienvenidos al Fundo Velarde



Fuente: Elaboración Propia

Figura 7: Coctel de maracuyá y Sidra de manzana



Fuente: Elaboración Propia

Figura 8: Bondades del Vino



Fuente: Elaboración Propia