

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACION Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO**

PRESENTADO POR:

BR. ALEX EFRAIN ATAUCURI CANDIA

BR. IRVIN YOJAN CHUCTAYA LOAYZA

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN TURISMO**

ASESOR:

**DRA. GLORIA PAULINA CARDOSO
MOSCOCO**

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada:

"Actividad Turística en la localidad de Quillabamba
para incrementar la afluencia del Turismo Interno"

Presentado por: Irvin Yojan Chuctaya Loayza DNI N° 46587496

presentado por: Alex Efraim Ataucuri Candia DNI N°: 71471609

Para optar el título profesional/grado académico de
Licenciado en Turismo

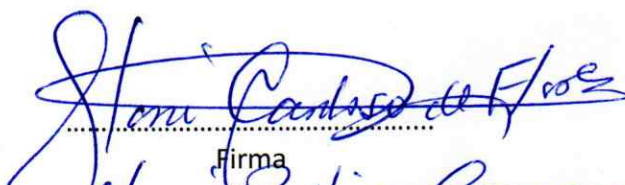
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 4 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 14 de Mayo de 2025



Firma

Post firma: Paulina CARDOSO DE FLOREZ

Nro. de DNI: 23849586

ORCID del Asesor: 0000-0002-2930-9063

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:458422876

ALEX ATAUCURI

ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA.pdf



Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:458422876

218 Páginas

Fecha de entrega

12 may 2025, 10:49 p.m. GMT-5

43.926 Palabras

Fecha de descarga

12 may 2025, 10:52 p.m. GMT-5

254.745 Caracteres

Nombre de archivo

ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA.pdf

Tamaño de archivo

6.2 MB

4% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Small Matches (less than 10 words)

Top Sources

- 3%  Internet sources
- 0%  Publications
- 3%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

DEDICATORIA

Dedicamos esta investigación a Dios por guiarnos y cuidarnos toda nuestra vida. A nuestros padres por brindarnos su eterno amor e incondicional apoyo y a nuestros hermanos por ser nuestros compañeros de vida.

Irvin Yojan Chuctaya Loayza y Alex Efrain Ataucuri Candia

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta este punto, a nuestros padres por incentivarme a formarme como profesional, a nuestra casa de estudios la Universidad San Antonio Abad del Cusco y a la Escuela Profesional de Turismo, por impartirme los conocimientos que nos ayudaron llegar a este momento, a nuestros docentes y en especial a nuestra asesora quien tuvo a paciencia de guiarme para culminar esta investigación.

Atte. Irvin Yojan Chuctaya Loayza

Alex Efrain Ataucuri Candia

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACION Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, presentamos a ustedes la tesis titulada “ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO”. Con la finalidad de optar el título Profesional de Licenciado en Turismo.

El estudio tiene como finalidad proponer actividades turísticas en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. La tesis presentada no implica un deber adicional de todo universitario, sino es la máxima expresión de la satisfacción intelectual, pues llegar aquí a este camino es significado de sacrificio, llegar a este punto es seguramente una de las mejores cosas que nos otorga la vida universitaria.

RESUMEN

La investigación se planteó el objetivo analizar la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022. Para ello se tuvo un diseño metodológico basado en un tipo de investigación aplicada de enfoque cualitativo y cuantitativo, nivel descriptivo – correlacional, diseño no experimental y de método hipotético deductivo; se tuvo una población conformada por 29990 habitantes del distrito de la ciudad de Quillabamba y 23845 turistas nacionales que la visitan, conformando una muestra de 100 turistas y pobladores entre prestadores de servicios turísticos y residentes quienes participaron de un cuestionario y mediante la ficha de análisis documental se realizó una revisión de la gestión turística municipal, asimismo, se realizó una entrevista a cinco pobladores involucrados en el sector turístico y 7 funcionarios municipales. Los resultados mostraron una alta disponibilidad por parte de la población en capacitarse e invertir en el sector turístico, además, se evidenció que los atractivos culturales y naturales de la zona son en su mayoría de jerarquización I, demostrando limitaciones pese al gran potencial para ser explotado, además, la gestión turística municipal en Quillabamba muestra una falta de priorización financiera con un presupuesto bajo de 187,446 soles al 2022, y aunque se destacan esfuerzos en concientización ambiental y colaboración con el sector privado por parte de los funcionarios, la municipalidad enfrenta desafíos como la falta de conocimiento, limitada promoción y necesidad de inversión en infraestructura. Concluyendo de esta manera que la implementación de un programa y plan promocional de las actividades turísticas con una adecuada gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba, incrementarán la afluencia del turismo interno, dinamizando la economía del sector.

Palabras clave: Turismo Interno, Atractivos Turísticos, Afluencia Turística, Actividad Turística, Gestión Turística Municipal.

ABSTRACT

The research aimed to analyze tourism activity in the city of Quillabamba to increase the influx of domestic tourism in 2022. To achieve this, a methodological design was based on applied research of qualitative and quantitative approaches, at a descriptive-correlational level, with a non-experimental design and hypothetical-deductive method. The population consisted of 29,990 inhabitants of the Quillabamba city district and 23,845 national tourists who visit it, forming a sample of 100 tourists and residents, including tourism service providers and residents who participated in a questionnaire. Additionally, through the document analysis form, a review of municipal tourism management was carried out. Interviews were conducted with five residents involved in the tourism sector and seven municipal officials. The results showed a high willingness on the part of the population to train and invest in the tourism sector. Moreover, it was found that the cultural and natural attractions of the area are mostly classified as level I, demonstrating limitations despite their great potential for exploitation. Furthermore, municipal tourism management in Quillabamba shows a lack of financial prioritization with a low budget of 187,446 soles for 2022. Despite efforts in environmental awareness and collaboration with the private sector by officials, the municipality faces challenges such as lack of knowledge, limited promotion, and the need for infrastructure investment. It is concluded that the implementation of a program and promotional plan for tourism activities, along with proper municipal tourism management in the city of Quillabamba, will increase the influx of domestic tourism, thereby boosting the sector's economy.

Keywords: Domestic Tourism, Tourist Attractions, Tourist Influx, Tourist Activity, Municipal Tourism Management

INTRODUCCIÓN

El trabajo tuvo por objetivo analizar la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno; con el fin de demostrar el diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba para coadyuvar el incremento del turismo interno.

En el mundo actual globalizado, una de las actividades más importantes por su crecimiento e impacto socioeconómico, es el turismo, es por ello que todos los gobiernos de los mercados receptores de esta actividad, desean promover, como un factor de desarrollo de sus economías (Ceron, 2018). Por su parte el turismo interno (objeto de estudio), implica aquel turismo realizado por los residentes de un determinado país en su propio país, tal actividad implica la visita a zonas que no fueron visitadas por ellos anteriormente, ya sea por motivos de trabajo, vacaciones, visitas y en su mayoría son de periodos cortos. El estudio de este tipo de turismo presenta poco análisis en la actualidad, autores como Jiménez y Jiménez (2013) indican que este tipo de actividad beneficia al desarrollo de la economía de una determinada ciudad, de esta manera, representa un motor para la economía regional por tener un efecto multiplicador y por su potencial para generar trabajo.

Debido a los beneficios demostrados por esta actividad, en la actualidad los gobiernos locales y entidades del sector empezaron a revalorarla; por lo que, se observa una diversidad de ofertas de viaje, difundidas por los principales medios de comunicación para promocionar los viajes al interior del país, siendo estos más frecuentes en feriados, con el propósito de promover la actividad turística interna.

Este trabajo de investigación, comprende:

ÁREA PROBLEMÁTICA: Se describe la problemática de la actividad turística en Quillabamba que aún es escaso, se presenta las interrogantes y objetivos, la delimitación correspondiente, las limitaciones, importancia y justificación de estudio.

MARCO TEÓRICO: Se presentan los antecedentes, las teorías y los conceptos que guían al estudio, además de la hipótesis y operacionalización de variables.

CAPÍTULO I. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL: Se describe el ámbito de estudio haciendo énfasis en sus características geográficas y socioeconómicas, además se describe los atractivos del lugar.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: Se hace referencia a al tipo, nivel y método; se establece la muestra y las técnicas correspondientes para la obtención de datos, además, se realiza un análisis de resultados que fueron obtenidos por medio del cuestionario y entrevista aplicado a los turistas locales, a los pobladores y las entrevistas a los funcionarios municipales, además de las discusiones.

CAPÍTULO III: SISTEMA DE PROPUESTAS

Se presenta la propuesta de una para incrementar la afluencia del turismo interno en la ciudad de Quillabamba.

Finalmente contiene las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
PRESENTACIÓN.....	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT.....	VI
INTRODUCCIÓN	VII
ÍNDICE.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIV
I. ÁREA PROBLEMÁTICA	1
I.1. Planteamiento del Problema	1
I.2. Problemas de Investigación	8
I.3. Objetivos de la Investigación	8
I.4. Delimitación de la Investigación	9
I.5. Limitaciones de la Investigación	9
I.6. Importancia de la Investigación.....	10
I.7. Justificación.....	10
II. MARCO TEÓRICO.....	13
II.1. Antecedentes	13
II.1.1. Antecedentes internacionales.....	13
II.1.2. Antecedentes Nacionales.....	17
II.1.3. Antecedentes Locales	20

II.2. Bases teóricas	24
II.3. Marco Conceptual	53
II.4. Hipótesis	56
II.5. Operacionalización de variables	57
CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA CIUDAD DE QUILLABAMBA	59
1.1. Antecedentes	59
1.2. Atractivos Turísticos	70
1.2.1. Atractivos naturales	70
1.2.2. Atractivos Culturales	71
CAPÍTULO II METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	98
2.1. Tipo de Investigación	98
2.2. Enfoque de la Investigación	98
2.3. Nivel o alcance de la Investigación.	99
2.4. Diseño de la Investigación.	99
2.5. Método de Investigación	99
2.6. Población	100
2.7. Muestra... ..	100
2.8. Técnicas e Instrumento	102
2.9. Obtención de la Información	104
2.10 Resultados y Análisis de las Encuestas	104
2.10.1. Encuestas Realizadas a los Turistas	105
2.10.2. Encuestas Realizadas a los Pobladores de la ciudad de Quillabamba	115
2.11. Análisis de la entrevista a pobladores dedicados al turismo	128

2.12. Resultados respecto a la Gestión Turística Municipal	133
2.12.1. Percepción de los funcionarios municipales respecto a la gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba.	133
2.12.2. Gestión Turística Municipal para la promoción de la actividad turística interno en la ciudad de Quillabamba.	143
2.13. Discusión de Resultados	147
CAPITULO III: SISTEMA DE PROPUESTAS	150
3.1. Propuesta de Plan de Promoción Turística para la ciudad de Quillabamba.....	150
3.2. Propuesta para Incrementar la Afluencia del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba.....	154
CONCLUSIONES	161
RECOMENDACIONES	164
REFERENCIAS.....	166
ANEXOS	175
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	175

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de variables.....	57
Tabla 2 Población de Quillabamba	66
Tabla 3 Natalidad de Quillabamba.....	66
Tabla 4 Mortalidad.....	67
Tabla 5 Población Económicamente Activa	67
Tabla 6 Educación.....	68
Tabla 7 Salud	68
Tabla 8 Vivienda.....	69
Tabla 9 Jerarquización de los Atractivos	96
Tabla 10 Edad de los turistas	105
Tabla 11 Género de los turistas.....	106
Tabla 12 Ocupación de los turistas	107
Tabla 13 Estado civil de los turistas.....	108
Tabla 14 Tipo de turismo de preferencia	109
Tabla 15 Modalidad de viaje.....	110
Tabla 16 Preferencia por implementar e incrementar establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos	111
Tabla 17 Disposición a demandar servicios.....	112
Tabla 18 Tiempo de visita.....	113
Tabla 19 Calificación a los servicios recibidos.....	114
Tabla 20 Género de los pobladores.....	115
Tabla 21 Edad de los pobladores	116

Tabla 22 Ocupación de los pobladores	117
Tabla 23 Educación de los pobladores.....	118
Tabla 24 Cocimiento de la actividad turística de los pobladores.....	119
Tabla 25 Trabaja en la actividad turística	120
Tabla 26 Conoce la oferta turística	121
Tabla 27 Disposición a invertir	122
Tabla 28 Desarrollando la oferta complementaria se lograría incrementar la permanencia de turistas	123
Tabla 29 Disposición a recibir capacitación	124
Tabla 30 Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la demanda turística	125
Tabla 31 Correlación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la demanda turística.....	126
Tabla 32 Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por el desarrollo de la oferta turística	126
Tabla 33 Correlación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la oferta turística	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Edad de los turistas	105
Figura 2 Género de los turistas	106
Figura 3 Ocupación de los turistas.....	107
Figura 4 Estado Civil de los turistas	108
Figura 5 Tipo de turismo de preferencia.....	109
Figura 6 Modalidad de viaje	110
Figura 7 Preferencia por implementar e incrementar establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos	111
Figura 8 Disposición a demandar servicios	112
Figura 9 Tiempo de visita	113
Figura 10 Calificación a los servicios recibidos	114
Figura 11 Género de los pobladores	115
Figura 12 Edad de los pobladores.....	116
Figura 13 Ocupación de los pobladores.....	117
Figura 14 Educación de los pobladores	118
Figura 15 Conocimiento de la actividad turística de los pobladores	119
Figura 16 Trabaja en la actividad turística.....	120
Figura 17 Conoce la oferta turística.....	121
Figura 18 Disposición a invertir	122
Figura 19 Desarrollando la oferta complementaria se lograría incrementar la permanencia de turistas	123
Figura 20 Disposición a recibir capacitación.....	124

Figura 21 Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la demanda turística.....	125
Figura 22 Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por el desarrollo de la oferta turística	127
Figura 23 Asignación de presupuesto por funciones de la Municipalidad de Santa Ana: 2022	143
Figura 24 Ejecución presupuestal en Turismo de la Municipalidad de Santa Ana: 2022	144
Figura 25 Fuente de financiamiento del presupuesto en Turismo de la Municipalidad de Santa Ana: 2022.....	145
Figura 26 Actividades y proyectos Turísticos de la Municipalidad de Santa Ana: 2022	146

I. ÁREA PROBLEMÁTICA

I.1. Planteamiento del Problema

A nivel mundial, acorde a la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), los Estados Unidos encabezan la lista de los mayores mercados de turismo interno, con un gasto cercano a 1 billón de dólares, seguidos por Alemania con 249 mil millones de dólares, Japón con 201 mil millones de dólares, el Reino Unido con 154 mil millones de dólares y México con 139 mil millones de dólares; donde en la mayoría de los lugares, los ingresos generados por el turismo doméstico superan a los del turismo internacional; demostrando la importancia y el potencial que tiene este tipo de turismo.

En América Latina, el turismo se convierte en un motor ineludible para dinamizar la economía local y abrir puertas a una significativa generación de empleo; este sector, al ser examinado en detalle, se revela como un ámbito intensivo en el uso de mano de obra, tal como lo respaldan los informes que señalan su contribución a la creación de más de 290 millones de puestos de trabajo a nivel mundial en 2018; es crucial subrayar que, a pesar de los desafíos latentes como la pobreza endémica y la carencia de oportunidades que caracterizan a las regiones sudamericanas, surge una dependencia inquebrantable hacia el turismo debido a su potencial excepcional para generar ingresos. Esta característica genera un ambiente fértil para la participación laboral en todos los aspectos de la “cadena de suministro del turismo” en múltiples países del mundo (Orús, 2023).

El Perú destaca como un claro ejemplo del potencial e importancia turística; especialmente por el caso de Machu Picchu, que ostenta el título de una de las “Siete Nuevas Maravillas del Mundo”; esta icónica atracción recibe un creciente número de visitantes año tras año, lo que subraya la necesidad de ampliar el número de opciones disponibles para los turistas (Rice, 2021); además, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2013) en los últimos

años, aproximadamente el 33,3% de la población peruana se embarcó en viajes de turismo interno, totalizando 36,068,031 viajes realizados por residentes en el país. Los departamentos más visitados por los residentes nacionales fueron Lima, Arequipa, Junín, Piura, La Libertad, Ancash y Ayacucho, entre otros. Cerca del 32,8% de los turistas residentes en Lima exploraron las provincias dentro de su propio departamento. La motivación principal para el 50,0% de los turistas fue visitar a familiares o amigos, mientras que el 25,2% lo hizo por vacaciones, recreación u ocio. En términos de gastos, el promedio por persona durante el viaje a nivel nacional fue de S/ 360, siendo Ucayali el departamento con el gasto más alto (S/ 628) y Ayacucho el más bajo (S/ 141). Un 40,6% del gasto total se destinó al transporte de ida y vuelta. La duración promedio de la estadía a nivel nacional fue de 6,1 noches, con Loreto liderando con 14,2 noches y Ayacucho con la estadía más corta de 2,8 noches. El transporte terrestre fue utilizado por el 94,9%, siendo el transporte interprovincial el más demandado, alcanzando el 90,0%. Además, el 96,9% de los turistas internos organizaron sus viajes de manera independiente (MINCETUR, 2013).

La región del Cusco, en particular, ha emergido como uno de los principales destinos turísticos del país; de acuerdo con Mincetur, esta región se posiciona como la segunda con mayor cantidad de visitas, con alrededor de 1.4 millones de pasajeros, superada solo por la capital que registró 11 millones de visitantes hasta el 2021; en 2020, esta región albergó aproximadamente un millón de visitantes, experimentando un crecimiento del 31.9% en el año siguiente (Pineda, 2022). Los informes de MINCETUR también reflejan un aumento del 4.7% en las llegadas a establecimientos en los últimos cinco años, con un 64% de visitantes extranjeros y un 36% de nacionales; al analizar la distribución de huéspedes por provincias, los datos de 2018 muestran una mayor afluencia en la provincia de Cusco, con 2,024,728 turistas, seguida de cerca por Urubamba con 1,241,003 llegadas; esta última provincia, hogar del “Santuario Histórico de Machupicchu”,

ocupa un lugar estratégico en la oferta turística; La Convención, por su parte, recibió 184,232 arribos, y es importante resaltar que Choquequirao fue el principal sitio visitado en esta provincia según los informes de DICERTUR en 2014, con 4868 visitantes, una cifra que aumentó a alrededor de 7019 visitantes para 2018. Respecto al turismo interno, las tres provincias más frecuentadas fueron Cusco (59%), Urubamba (12%) y La Convención (10%); es relevante mencionar que La Convención se destaca como el destino preferido para el 32% de los cusqueños, seguido por provincias como Canchis, Calca y Anta; actualmente, La Convención se ha consolidado como la segunda provincia con mayores recursos naturales y culturales, solo detrás de Urubamba (DIRCETUR, 2019). Dentro del contexto de este estudio, se reconoce que aprovechar este potencial en el ámbito del turismo interno por medio del desarrollo de enfoques que promuevan la actividad turística local de manera sostenible, maximizando la participación de la comunidad y capitalizando la riqueza de recursos naturales y culturales que posee la ciudad.

Los informes indican que La Convención posee alrededor del 21% de la totalidad de recursos “naturales” de la región del Cusco; pues posee variedad de atractivos turísticos naturales en cada uno de los distritos que lo conforma, de la diversidad de atractivos identificados, gran parte de ellos no son explotados en su totalidad, encontrando de esta manera: en el distrito de Echarate (La Catarata de Illapani, Siete Tinajas, el cañón de Torontoykata en ciudad de Huaynapata, el Mirador de Siete Vuelta en la comunidad de Chaco Rosario, las montañas de Meza Pelada, La montaña Urusayhua llamado también Apu Urusayhua, la capilla de Limompampa, el mirador de Cóndor Sencca. El Zoológico Pampa Concepción, Fundo La Finca el cual cuenta con una extensión de 12 hectárea con variedad de cultivos), en el distrito de Huayopata (Área de Conservación Privada Abra Málaga, Catarata El Oso, Sitio Arqueológico de Huamanmarca, El Sitio Arqueológico de Qochapata o Cochapata, Conjunto Arqueológico De Incatambo 18 kilómetros del

centro poblado de Huyro. “El Sitio Arqueológico de Inca Cárcel”); en Inkawasi (se tiene el Café Inkawasi caracterizado por producir el mejor café de la Región y presenta grandes festividades como el aniversario del Distrito de Inkawasi), en el distrito de Kimbiri (La Catarata de Camunachari, Catarata de Cashiroveni, Las cataratas de San Luis ubicadas a 4 kilómetros del distrito de Kimbiri, Catarata El Emperador del Vraem Nueva Esperanza, las cataratas más altas e impresionantes del VRAEM, también se ubica Comunidad de Nueva Esperanza; Cataratas de la Comunidad Nativa Huayanay; Cataratas de Golondrinas; Santuario de Orquídeas Cielo Punku Cielo Punku – Circuito de Cataratas de Cedropaqcha; las cataratas y cascadas en la comunidad de San Luis Alta; Mirador Natural de Manitea y el Río Kimbiri que es uno de los principales afluentes de Río Apurímac); en Maranura (Catarata de Ayunay; Catarata de Yanay; Ex Hacienda de Chinche; Parque Recreacional Qoritika y el Señor de Chinche); en el distrito de Megantoni (Parque Nacional Otishi; Pongo de Mainique; Reserva Comunal Matsiguenga; Santuario de Megantoni); en Ocobamba (Petroglifos de Vaquería), en el distrito de Pichari (Cataratas Ángela, Salto del Gallito, Secreto del Amor, Velo de Novia y Rey del Vrae algo muy particular se da en este circuito con 4 saltos grandes y 2 pequeñas, conocido como el circuito de Cataratas, es por ello que el Pueblo principal en las cercanías de este recorrido lleva el nombre de CATARATA; Pantanos de Singuriqocha; Puerto Mayo; Río Apurímac y los Carnavales en Pichari – Vrae) en Quellouno (Catarata Chapo Chico; Laguna de Ccochayoc; Mirador Confluencia de los Ríos Yanatile y Vilcanota – Urubamba; Catarata Chunchusmayo; Catarata Yoyeteni; Habilidad del Gallito de Las Rocas Tunquiyoc; Sitio Arqueológico Llaqtapata y el festival de Coca Raymi), en Santa Ana (Laguna de San Cristóbal; Mirador San Juan Mocco; Cañón de Pacchac; Montaña de Madre Selva; Plazoleta de Santa Ana y la Plaza Mayor de Quillabamba) en Santa Teresa (Las aguas termales de Cocalmayo; Cataratas de Chaquiorco; Nevado de Salkantay; Complejo

Arqueológico de Choquequirao y el Sitio Arqueológico de Pinchaunuyoc); en Vilcabamba (Sitio Arqueológico de Yuraq Rumi; Grupo Arqueológico de Inkaq Warakana; Sitio Arqueológico de Inka Tambo; Grupo Arqueológico de Rosaspata Vitkos Rosaspata; Sitio Arqueológico de Espíritu Pampa y el Templo de Lucma) y en el distrito de Villa Kintarina (Comunidad Nativa Masokiato y la celebración del Aniversario de Villa Kintiarina) (Ambur et al., 2010). Estos datos y tendencias muestran el potencial turístico de esta provincia, por lo que se busca el desarrollo de estrategias para incrementar la afluencia del turismo interno en la ciudad, dado que La Convención al día de hoy, ha demostrado ser un destino de novedad, sin embargo su flujo turístico aún es bajo, considerando que es parte del “ingreso amazónico a Machupicchu”; pero el hecho de poseer un diverso y extenso ámbito geográfico que se compone de 17 distritos hace que los flujos de los viajeros sean realizados por varios motivos.

La ciudad de Quillabamba posee una población económicamente activa (PEA) del 46.63% según el último censo del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018); la gran parte de la PEA se dedica a actividades mayoritariamente agropecuarias, seguida del comercio menor; el 4.59% se dedica a las actividades hoteleras y de restaurantes y un 6.98% a actividades de transporte (Municipalidad Provincial de Santa Ana, 2021). Acorde a MINCETUR (2020) al 2020 se encontraban registrados 6 hoteles, 16 hostales, 6 agencias de viaje y 25 guías de turismo en el distrito de Santa Ana, sin embargo, estos se tratan de servicios que no se encuentran debidamente formalizados; ya que existen en la zona, diversas empresas turísticas que operan desde la informalidad (MINCETUR, 2017), y considerando que la cantidad de turistas que arriban a este sector es de 24332, entre extranjeros y mayoritariamente nacionales, cuyas temporadas altas van de agosto a marzo; se observa un potencial en el sector que debe de ser aprovechado para

beneficiar a los empresarios de este rubro e incentivar la inversión en la prestación de servicios o bienes turísticos.

Este estudio tiene como objetivo abordar la problemática de la baja o limitada afluencia del turismo interno en la ciudad de Quillabamba, enfocándose en el desarrollo insuficiente de la actividad turística, así como en la carencia de respaldo por parte de la gestión turística municipal. A pesar del considerable potencial turístico que Quillabamba posee, se ha observado una marcada disminución en la llegada de turistas internos. Esta situación podría estar vinculada a la ausencia de estrategias efectivas de promoción y desarrollo turístico a nivel local, junto con la falta de coordinación y apoyo por parte de la gestión turística municipal. La carencia de iniciativas innovadoras y la implementación limitada de programas destinados a impulsar la actividad turística interna en la región constituyen obstáculos fundamentales. En la actualidad, el turismo desempeña un papel esencial en la dinámica económica de las comunidades y regiones, generando ingresos, fomentando el empleo y promoviendo el desarrollo local. En el contexto específico de Quillabamba, una ciudad ubicada en la región de La Convención en Perú, sus riquezas naturales y culturales, junto con su reconocido título de “La ciudad del Eterno Verano”, la posicionan como un destino potencialmente atractivo para el turismo interno. Sin embargo, a pesar de contar con estos atractivos, la afluencia del turismo interno en Quillabamba se encuentra por debajo de su potencial.

De continuar con una baja afluencia del turismo interno en Quillabamba se acarrearían consecuencias negativas significativas; la falta de desarrollo en la actividad turística podría resultar en un estancamiento económico para la región, ya que el turismo desempeña un papel crucial en la generación de ingresos y empleo. Esto podría traducirse en desempleo y una disminución de los ingresos para aquellos que dependen del sector turístico local; además, la falta de inversión y

desarrollo en el turismo podría llevar a la declinación de la infraestructura turística existente, afectando negativamente la experiencia del visitante. La baja afluencia turística también podría contribuir a la pérdida de la identidad cultural local, ya que el turismo a menudo desempeña un papel en la preservación y promoción de tradiciones locales; además, la falta de sensibilización sobre los beneficios del turismo interno podría resultar en una menor inversión en iniciativas de desarrollo local. En conjunto, abordar estos desafíos es esencial para aprovechar plenamente el potencial turístico de Quillabamba y garantizar un desarrollo sostenible a largo plazo.

Para abordar la problemática de la baja afluencia del turismo interno en Quillabamba, es crucial implementar estrategias integrales que promuevan el desarrollo sostenible del sector turístico; esto podría incluir la creación de una sólida estrategia de promoción que destaque los atractivos naturales y culturales de la región a nivel nacional, así como la colaboración estrecha entre la gestión turística municipal y la comunidad local. Es esencial diversificar la oferta turística, mejorar la infraestructura y servicios turísticos, y fomentar la participación activa de la comunidad en iniciativas que resalten la identidad cultural de Quillabamba. Además, se debería implementar programas de sensibilización que destaquen los beneficios económicos y sociales del turismo interno, involucrando a la población local en el proceso de desarrollo. La inversión en formación y capacitación en el sector turístico también podría mejorar la calidad de los servicios ofrecidos. Por lo que esta investigación se propone abordar la problemática de la baja afluencia del turismo interno en la ciudad de Quillabamba, identificar las causas subyacentes y proponer estrategias que permitan aumentar de manera sostenible y beneficiosa la llegada de visitantes locales; con un enfoque en la participación activa de la comunidad, el gobierno local y los agentes turísticos a para transformar a Quillabamba en un destino atractivo y vibrante para los viajeros internos, contribuyendo así a su desarrollo económico y social.

I.2. Problemas de Investigación

I.2.1. Problema General

P.G. ¿Cómo es la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022?

I.2.2. Problemas Específicos

- P.E.1. ¿Cuál es el diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba que coadyuvaría al incremento del turismo interno, 2022?
- P.E.2 ¿Cómo la oferta turística incrementaría a la demanda turística interna en la ciudad de Quillabamba, 2022?
- P.E.3 ¿Cuál es la percepción de los funcionarios municipales respecto a la gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba, 2022?
- P.E.4 ¿Cómo es la gestión turística municipal para la promoción de la actividad turística interno en la ciudad de Quillabamba, 2022?
- P.E.5 ¿Que propuestas ayudarán al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022?

I.3. Objetivos de la Investigación

I.3.1. Objetivo General

O.G Analizar la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022.

I.3.2. Objetivos Específicos

- O.E.1. Describir el diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba para coadyuvar el incremento del turismo interno, 2022.

- O.E.2 Evaluar la oferta turística para incrementar la demanda del turismo interno en la ciudad de Quillabamba, 2022.
- O.E.3 Conocer la percepción de los funcionarios municipales respecto a la gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba, 2022.
- O.E.4 Describir la gestión turística municipal para la promoción de la actividad turística interno en la ciudad de Quillabamba, 2022.
- O.E.5 Plantear propuestas para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022.

I.4. Delimitación de la Investigación

I.4.1. Ámbito Geográfico

El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Quillabamba, la capital de la provincia de La Convención, situada en la región amazónica del departamento de Cusco, Perú. Esta área es conocida por su clima tropical, su diversidad biológica, y su importancia como centro agrícola y turístico en la región.

I.4.2. Temporalidad

En trabajo se realizó en el año 2022.

I.5. Limitaciones de la Investigación

I.5.1. Limitaciones Teóricas

Las limitaciones constaron de dificultades para acceder a la información, ello se da en el sentido que el tema propuesto es poco estudiado, por lo que las fuentes de información referidas a ello son escasas.

I.5.2. Limitaciones Prácticas

Este trabajo no implica seguimiento luego de obtener los resultados concernientes a cada indicador.

I.5.3. Limitaciones Metodológicas

Ya que no hay una metodología aplicada que se base en información y ayude a definir el fenómeno estudiado, fue necesario adaptar tales metodologías a las ya existentes.

I.6. Importancia de la Investigación

- Los recursos culturales y naturales de Quillabamba poseen una adecuada jerarquía y categoría para llegar a diversificar los atractivos del Cusco.
- Las jerarquías y categorías que posee los atractivos de Quillabamba cuentan con un potencial suficiente para crear su propia demanda.
- Desarrollar el turismo en Quillabamba conlleva a mejorar la vida de los pobladores.

I.7. Justificación.

I.7.1. Justificación Metodológica

El estudio combina enfoques cualitativos y cuantitativos, por lo que el estudio se justifica metodológicamente por la necesidad de obtener una comprensión detallada de la problemática en cuestión. La inclusión de métodos cualitativos, como entrevistas a funcionarios públicos, permite explorar a fondo la perspectiva y el conocimiento experto de aquellos directamente involucrados en la gestión y promoción turística local. Estas entrevistas proporcionarán puntos cualitativos valiosos sobre las barreras y oportunidades percibidas en el desarrollo turístico de Quillabamba. Por otro lado, la incorporación de métodos cuantitativos, como encuestas a turistas y operadores turísticos, permite recopilar datos cuantificables y medibles sobre la afluencia actual, preferencias, y experiencias de los turistas, así como la percepción y las prácticas de los operadores turísticos.

Estos datos cuantitativos ofrecerán una base objetiva para analizar patrones, identificar tendencias y evaluar la magnitud de la problemática; la combinación de estos enfoques proporcionó una visión más completa y rigurosa de la situación para validar y enriquecer los hallazgos.

I.7.2. Justificación Social

La justificación social de esta tesis se basa en los resultados obtenidos, que revelan el funcionamiento de los proyectos turísticos; estos hallazgos sirven como evidencia para mejorar la gestión de dichos proyectos por parte de la municipalidad, con la expectativa de que esto resultará en beneficios para la población; al brindar más proyectos, se espera contribuir al desarrollo social y económico de la comunidad. Los principales beneficiarios serán los pobladores que se dedican a brindar servicios turísticos, ya que estos proyectos generan más oportunidades de desarrollo, mayor oferta de trabajo en el sector y capacitaciones enfocadas en mejorar la calidad de los servicios ofrecidos; indirectamente, todos los habitantes de Quillabamba se beneficiarán, ya que el desarrollo del turismo contribuirá a la dinamización económica de la zona, mejorando así las oportunidades para toda la población.

I.7.3. Justificación Práctica

El estudio se justifica en el hecho que la región del Cusco se constituye como el destino turístico más atractivo, de modo que representa una alternativa viable para promover la economía regional en el largo plazo; es por ello que resulta indispensable manejar información detallada del sector turístico; sin embargo, al momento no se observa un manejo adecuado de destinos turísticos y no se da la importancia a la diversificación del turismo en la región.

I.7.4. Justificación Teórica

El estudio se fundamenta en teorías pertinentes a las variables de turismo interno, enmarcándose especialmente en la Teoría de la Economía del Turismo descrita por Torrez (2013),

esta teoría plantea que la actividad turística implica la interacción entre la oferta y la demanda de servicios turísticos; por otro lado, la variable de actividad turística se basa en las contribuciones de Ibañez y Rodríguez (2017), quienes describen teorías como el Turismo Cultural y Sostenible basadas en el turismo natural. Finalmente, el estudio menciona la variable de gestión turística municipal desarrollada por autores como Dávila, Morocho y Noblecilla (2021), la cual se enmarca en la Teoría de Planificación Turística descrita por Osorio (2006); esta teoría resalta el papel del estado en la planificación y promoción turística; estas teorías, que establecen las variables y dimensiones del estudio, proporcionaron las herramientas necesarias para realizar la revisión de la investigación y plantear propuestas para mejorar el turismo en Quillabamba.

II. MARCO TEÓRICO

II.1. Antecedentes

II.1.1. *Antecedentes internacionales*

Ceron (2018) en la investigación “El turismo interno como base de la recuperación post Covid-19 de la actividad turística en México”. Tuvo por objetivo entender el comportamiento del turismo interno en México e identificar los impulsores clave. El estudio fue cuantitativo y utilizó un modelo econométrico Probit para el análisis; los resultados muestran según la encuesta realizada que, el 92% de las personas ha cambiado sus preferencias hacia viajes dentro del país, y se sugiere que para impulsar la recuperación del turismo es crucial garantizar instalaciones seguras y desinfectadas, acelerar las transferencias de ingresos directos a la población, crear experiencias atractivas para los nuevos viajeros a Pueblos Mágicos y Ciudades Patrimonio, y comprender las nuevas actividades que desean realizar los viajeros. Se concluye que en situaciones de inestabilidad laboral, los viajes internos se convierten en una opción; por lo que se recomienda que los destinos orientados principalmente a turistas internacionales ofrezcan descuentos y precios competitivos para atraer a los turistas nacionales, promoviendo así el turismo interno en México.

Deslinde: El mensaje fundamental del estudio es que comprender y adaptarse a las nuevas preferencias y comportamientos del turismo interno en México es esencial para la recuperación y el éxito continuo del sector turístico en el país; se resalta la importancia de factores como la seguridad sanitaria, la creación de experiencias atractivas en destinos locales, la comprensión de las preferencias cambiantes de los viajeros y la necesidad de transferencias de ingresos directos a la población para impulsar la actividad turística; además, se destaca la oportunidad que representa el turismo interno, especialmente en situaciones de inestabilidad laboral. La sugerencia de ofrecer descuentos y precios competitivos en destinos internacionales para atraer a los turistas nacionales

subraya la necesidad de promover y apoyar el turismo doméstico como una estrategia clave para el desarrollo económico y turístico en la ciudad de impacto.

Gonzáles (2018) en la investigación “La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa”. Tuvo por objetivo aportar al avance de la corriente teórica crítica que examina los fundamentos del turismo, considerándolo como una actividad intrínsecamente social y humana con una estructura y dinámica propias. Tuvo una metodología descriptiva cualitativa, los resultados muestran que la actividad turística está intrínsecamente vinculada a la satisfacción de necesidades, principalmente arraigadas en las representaciones subjetivas de los actores involucrados. El resultado fundamental debería centrarse en la conservación de los recursos naturales y culturales en las comunidades receptoras, fortaleciendo las identidades locales y promoviendo comportamientos responsables; para los turistas, la satisfacción se deriva de experiencias y vivencias que cumplen sus expectativas, mientras que para los prestadores de servicios, también se valoran los resultados económicos asociados con la mejora de la calidad de vida. La actividad turística puede generar impactos positivos, pero depende de dos modelos diferenciados: uno tradicional, dirigido por instituciones globales enfocadas en beneficios desiguales, y otro alternativo, liderado por comunidades locales conscientes que buscan preservar y compartir su patrimonio. Este enfoque alternativo destaca la dimensión humana y cultural de la actividad turística, subrayando la importancia de la interacción y la comprensión mutua entre los actores locales y los turistas; la planificación y ejecución de la actividad turística deben considerar sus impactos en la economía, ecología, cultura, educación, espiritualidad y sociedad en su conjunto, exigiendo responsabilidad y cuidado en su implementación; se destacan dos perspectivas epistemológicas principales: el turismo tradicional y el turismo alternativo. La conclusión resalta que la aplicación de la teoría de la actividad para comprender el turismo contribuye a un enfoque

más completo, reconociéndolo como un fenómeno multidimensional y transdisciplinario que refleja su esencia intercultural, ambiental y humana.

Deslinde: El texto destaca la complejidad y las múltiples dimensiones de la actividad turística, ofreciendo una perspectiva integral que va más allá de los aspectos económicos para abordar su impacto en la ecología, cultura, educación, espiritualidad y sociedad en general. Además, resalta la importancia de diferenciar entre dos modelos de actividad turística: el tradicional, impulsado por grandes instituciones con enfoque lucrativo, y el alternativo, liderado por comunidades locales comprometidas con la preservación de su patrimonio; el aporte principal radica en reconocer la actividad turística como un sistema complejo que requiere una planificación y ejecución responsables, considerando sus consecuencias en diversos aspectos, y en enfatizar la dimensión humana y cultural en la interacción entre turistas y comunidades locales.

Niño y Contreras (2020) en su estudio “Actividad turística en el parque natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal Cundinamarca, Colombia”. El estudio tuvo por objetivo plantear estrategias para promover un desarrollo sostenible turísticos por medio de actividades turísticas. La investigación fue descriptiva correlacional de enfoque mixto que utilizó data secundaria y una ficha de observación para la evaluación de la zona. Los resultados muestran que el Parque Nacional del Caribe (PNC) ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, consolidándose como un destino competitivo para el turismo de naturaleza; su enfoque en la conservación ambiental ha sido una iniciativa privada heredada a lo largo de generaciones, manteniendo un control administrativo familiar; aunque ha logrado establecerse como un negocio sostenible en términos ambientales y económicos, se destaca que el modelo de negocio presenta un bajo grado de madurez en el aspecto sociocultural. La investigación propone acciones viables en el marco del desarrollo sostenible para

abordar estas problemáticas a corto plazo; a pesar de la colaboración de la administración del PNC en la investigación, se subraya que el camino hacia el desarrollo sostenible apenas comienza y dependerá de la voluntad de la administración del parque implementar programas que reduzcan las brechas entre las expectativas de los grupos de interés y las del parque; la investigación también revela insuficiencias en los canales de relacionamiento con la comunidad, lo que podría generar tensiones y obstáculos para la reputación del parque si no se gestionan adecuadamente. Concluyendo que la investigación propone acciones de mejora con el objetivo de revitalizar las tradiciones en las veredas y motivar a los jóvenes a preservar el legado cultural, ofreciéndoles nuevas oportunidades que mejoren su calidad de vida y los incentiven a permanecer en la vereda en lugar de migrar a la ciudad; dada la importancia del Parque Nacional del Caribe (PNC) como referente turístico, se destaca que fortalecer las relaciones con las autoridades locales y nacionales sería beneficioso para respaldar iniciativas que conduzcan a políticas públicas en áreas cruciales como saneamiento básico, educación y cultura; estos aspectos son señalados como factores clave para el desarrollo de las comunidades en las veredas Cascajal y Chicaque, según las propuestas específicas de mejora.

Deslinde: El aporte clave de la propuesta de acciones de mejora en la investigación radica en su enfoque integral para abordar no solo los aspectos turísticos, sino también las necesidades y tradiciones locales; además, la sugerencia de fortalecer las relaciones entre el parque y las autoridades locales y nacionales resalta la necesidad de colaboración para impulsar iniciativas específicas y, a su vez, influir en políticas públicas que aborden problemas fundamentales como saneamiento básico, educación y cultura; este enfoque promueve un desarrollo más equitativo y sostenible demostrando un compromiso integral con el bienestar de las comunidades locales.

II.1.2. Antecedentes Nacionales

Díaz (2019) en su estudio: “Propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor a través del turismo rural comunitario, 2019” se planteó por objetivo de realizar una serie de propuestas para desarrollar el turismo en tal distrito, a fin de realizar turismo rural comunitario. Metodológicamente se caracterizó por ser cualitativo, social, para ello se realizó mediante entrevistas y fichas de observación. Los resultados muestran acciones clave para superar deficiencias en la promoción y gestión del desarrollo turístico en el distrito de San Mateo de Huanchor, enfocándose en el turismo rural comunitario; estas acciones incluyen la necesidad de un inventario de atractivos, capacitación para pobladores y personal del gobierno local, así como la promoción de la conciencia sobre la importancia del turismo en el destino; a pesar de contar con recursos culturales y naturales, se destaca la limitada capacidad administrativa para iniciar un plan estratégico de desarrollo turístico. Las fichas de atractivos facilitan la identificación de atributos para crear itinerarios, y las entrevistas revelan un fuerte interés de la comunidad en participar en el turismo interno. El focus group confirma el interés del turista potencial en experiencias auténticas, evidenciando el potencial del turismo rural comunitario en San Mateo de Huanchor para conectar a los visitantes con la cultura local y sus actividades cotidianas. Se concluye que: la investigación propuso la realización de un plan integral, en la que se expongan las acciones posibles a ser creadas y se mejoren recursos y servicios que apliquen una propuesta de valor que tiene el ámbito de estudio a fin de desarrollar un turismo rural comunitario adecuado y rentable, al obtener cierto grado de rentabilidad ello ayudaría a los habitantes de la comunidad, sin embargo se debe tener en cuenta que estas acciones no deben afectar las costumbres tradicionales de la comunidad.

Deslinde: En este estudio se han identificado diversas acciones fundamentales, entre las cuales se destaca la relevancia de contar con inventarios atractivos y zonas turísticas cautivadoras;

además, se recomienda la realización de capacitaciones dirigidas tanto a los residentes locales como a los funcionarios estatales; estas capacitaciones tienen como objetivo principal cultivar una mayor conciencia y aprecio por la actividad turística, con el fin de que sea reconocida como una oportunidad adecuada para mejorar los ingresos familiares en la región; en este sentido, estas medidas desempeñarán un papel crucial al realzar la “promoción y gestión del desarrollo turístico”; un aporte importante de estas acciones es que no solo impactarán positivamente en la economía local, sino que también contribuirán a fortalecer la identidad cultural y el sentido de comunidad, al tiempo que enriquecerán la experiencia de los visitantes.

Palma (2021) en su investigación “Gestión Turística Municipal para el fomento de la Actividad Turística en el Distrito de Santa Rosa – Región Lambayeque, año 2019” tuvo por objetivo analizar la gestión turística realizada por el municipio en Santa Rosa. La investigación abarca tanto los documentos de gestión turística del municipio como las opiniones de los proveedores de servicios turísticos con respecto a la gestión turística municipal. En términos metodológicos, este estudio se clasifica como descriptivo y mixto, utilizando un enfoque no experimental y transversal. La muestra consta de 25 individuos vinculados al sector turístico, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante una guía de entrevista a profundidad con funcionarios municipales, un análisis de documentos, observación del sistema turístico, y una encuesta a los proveedores de servicios turísticos. Los resultados muestran que, la gestión turística municipal en la alianza público-privada se encuentra ausente, con un 45% de empresarios y artesanos percibiendo un apoyo deficiente por parte del municipio; además, el 50% considera que la gestión en el desarrollo de actividades turísticas y el 55% en la promoción turística son deficientes. El 75% opina que el problema principal de gestión es la priorización de otros sectores; a pesar de contar con recursos

turísticos variados, como playas, artesanías y festividades, el sistema turístico es aceptable; sin embargo, la oferta de hospedaje es escasa; aunque se cuentan con servicios complementarios y medios de transporte suficientes, la infraestructura básica cumple con los requisitos; como conclusión, se identificaron importantes debilidades en las etapas del proceso administrativo que obstaculizan una gestión eficiente, y en consecuencia, no se establece una relación efectiva entre la gestión municipal y la actividad turística.

Deslinde: Los resultados del análisis no solo destacan las deficiencias en la gestión turística de Santa Rosa, sino que también ofrecen orientación clave para la implementación de medidas correctivas; la percepción negativa de empresarios y artesanos subraya la necesidad de mejorar el apoyo municipal, posiblemente a través de capacitación y asistencia técnica; abordar la priorización de otros sectores como un problema principal de gestión implica una revisión de políticas y recursos. La escasa oferta de hospedaje señala la oportunidad de incentivar inversiones en infraestructura turística. La falta de personal especializado y un plan de desarrollo turístico mal estructurado subrayan la necesidad de fortalecer la capacidad interna y revisar estratégicamente las políticas; fomentar la colaboración público-privada y promover el desarrollo turístico sostenible son prioridades clave; estos resultados no solo identifican problemas, sino que también delinear acciones específicas para fortalecer la gestión turística y estimular un crecimiento sostenible en Santa Rosa.

Moreno (2018) en su investigación “El turismo interno y su incidencia en el desarrollo de negocios locales caso bodegas en Lima”. Tuvo por objetivo evaluar el impacto del turismo interno en el desarrollo de negocios locales. Se empleó una metodología correlacional y un diseño no experimental, con una muestra de 120 encuestados seleccionados mediante muestreo probabilístico. Los resultados indican que el turismo en Lima es altamente lucrativo para los

propietarios de bodegas, siendo más demandadas aquellas ubicadas en áreas cercanas al turismo receptivo, cultural, gastronómico, de aventura y ambiental. Se concluye que el turismo interno moviliza a las comunidades locales, involucra a toda la población y sensibiliza a las autoridades sobre su relevancia para el crecimiento económico, la generación de empleo, la mejora de la calidad de vida y la preservación del patrimonio cultural; se destaca la necesidad urgente de organizar y operar agencias de viajes y turismo para la comercialización de servicios tanto para el turismo interno como para el receptivo, garantizando la sostenibilidad económica, ambiental y social y cultural en el desarrollo turístico de Lima.

Deslinde: La investigación destaca la importancia del turismo interno en el impulso de negocios locales, particularmente en el caso de las bodegas en Lima; los resultados resaltan la rentabilidad del turismo en la ciudad, siendo las bodegas ubicadas estratégicamente las más beneficiadas; se enfatiza el papel movilizador del turismo interno en las comunidades locales y su capacidad para sensibilizar a las autoridades sobre su impacto positivo en el crecimiento económico, generación de empleo y preservación del patrimonio cultural; además, se subraya la urgencia de establecer agencias de viajes y turismo para facilitar la comercialización de servicios, garantizando la sostenibilidad en diferentes dimensiones; en conjunto, estos hallazgos destacan la relevancia del turismo interno como motor de desarrollo local y resaltan la necesidad de una planificación y gestión efectiva para maximizar sus beneficios.

II.1.3. Antecedentes Locales

Duran (2020) “Diagnóstico de la actividad turística en las Sukankas del Sector Saywa distrito de Urubamba Cusco -2020”. Tiene como objetivo principal describir la actividad turística en las Sukankas. La presente investigación es cuantitativa, básica, de nivel descriptivo y no experimental. Los resultados muestran que el 71.7% considera adecuadas las actividades turísticas

en este lugar, atrayendo principalmente a personas de 23 a 30 años, en su mayoría estudiantes; el 56.7% cree que las Sukankas deben formar parte de la oferta turística de Urubamba, y el 51.7% destaca su importancia histórica en el Incanato, abogando por nuevas investigaciones; el 70% ve un alto potencial turístico en las Sukankas. En cuanto a servicios turísticos, el 48.3% opina que son poco adecuados, especialmente la planta turística del distrito (35% lo considera poco adecuado); a pesar de la presencia de hoteles y restaurantes cercanos, la necesidad de servicios básicos para llegar a las Sukankas es respaldada por el 48.3%; la accesibilidad es un problema, ya que el 46.7% encuentra poco adecuado el acceso al sitio; la mejora de carreteras es respaldada por el 33.3%, y el 46.7% considera inadecuado el estado de los caminos; además, el 45% señala la falta de señalización en el camino hacia las Sukankas, subrayando la necesidad de mejorar la orientación de los visitantes. Se concluyó que, a actividad turística en las Sukankas del sector Saywa, genera ingresos económicos al distrito de Urubamba, considerando adecuado generar turismo en las Sukankas para evitar que este atractivo pase al olvido.

Deslinde: El estudio resalta la vital importancia de una promoción turística efectiva para dar a conocer los atractivos de un lugar y estimular el interés de los visitantes; se enfatiza la necesidad de invertir en estrategias de promoción y difusión a través de diversos medios, reconociendo que una inversión adecuada en este aspecto puede tener un impacto positivo tanto en el corto como en el largo plazo, beneficiando tanto a la comunidad local como al desarrollo económico de la región; además, se subraya que la calidad de la promoción puede influir directamente en la decisión de los turistas de elegir un destino y en su posterior recomendación. Se sugiere mejorar las infraestructuras de información y la accesibilidad mediante señalizaciones, casetas de información y nuevas rutas de acceso; estos esfuerzos no solo beneficiarán a los turistas,

sino que también generarán ingresos y oportunidades económicas para la comunidad local, consolidando el turismo como una fuente de desarrollo.

Aguilar y Izquierdo (2018) en el estudio “Promoción turística del distrito de Huayopata, La Convención para diversificar la oferta turística en el Cusco 2017” tuvo por objetivo realizar un plan para promocionar los atractivos de la ciudad para diversificar la oferta turística. La metodología se caracterizó por ser descriptiva y evaluativa; la población encuestada fueron los turistas cercanos al lugar. Los resultados brindaron información para que se elaborase propuestas de promoción turística por parte de instituciones encargadas, es así que se realizaron capacitaciones a las personas que se encargan de la actividad turística. Respecto a la importancia en la diversificación de atractivos para crear nuevos circuitos turísticos, se recomendó una mejor señalización que pueda vincular los circuitos y actividades realizadas en el distrito de ese modo la diversión pueda ser disfrutada de forma ordenada y así los turistas deseen quedarse más tiempo en el lugar; finalmente se concluyó con la existencia de un nivel bajo respecto a la promoción turística del distrito de estudio, lo pone en evidencia la dejadez de las autoridades responsables de promocionar el turismo en el distrito, así mismo se observó la carencia de planes que promocionen los circuitos existentes, los cuales podrían realizarse modificaciones y vincularlos a las nuevas propuestas turísticas y así poder presentar mejores circuitos.

Deslinde: el estudio destaca la utilidad de analizar y comprender los resultados obtenidos de investigaciones en el ámbito turístico para generar propuestas concretas de promoción; estas propuestas, otro aporte clave es la resaltada necesidad de diversificar los atractivos turísticos para crear circuitos novedosos; la sugerencia de mejorar la señalización y la conexión entre diferentes actividades y circuitos turísticos es esencial para ofrecer a los visitantes una experiencia integral y ordenada; esto no solo optimiza el disfrute de los atractivos, sino que también prolonga su estadía,

generando un impacto positivo en la economía local; además se sugiere la necesidad de un compromiso más firme por parte de las autoridades para impulsar la promoción y desarrollo turístico, con la posibilidad de enriquecer los circuitos existentes y fomentar nuevas propuestas para atraer y retener a los turistas.

Abanto y Callañaupa (2021) en su estudio “Gestión Turística Municipal en el distrito de Cusco, 2020”. El objetivo de este estudio fue describir la gestión turística municipal. La metodología adoptada fue de tipo básico, con un enfoque cuantitativo y un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población de estudio incluyó a 70 funcionarios de la gerencia de turismo, y las encuestas se estructuraron en 18 ítems utilizando la escala Likert. Los resultados destacan que el 38.6% de los funcionarios consideró que la planificación turística se llevó a cabo adecuadamente; además, el 47.1% y el 44.3% de los funcionarios conocían la demanda y oferta turística, respectivamente. En cuanto a los programas de promoción turística, el 40% estuvo totalmente de acuerdo, mientras que el programa de capacitación turística tuvo un respaldo del 41.4%. La conclusión resalta la importancia de que los municipios presten atención adecuada a la gerencia de turismo para desarrollar y ejecutar planes y proyectos, proteger el patrimonio turístico y estar preparados para la demanda y oferta turística; se enfatiza la promoción y capacitación como elementos clave para un turismo armonioso y planificado.

Deslinde: El estudio enfatiza que la promoción y capacitación son elementos clave para lograr un turismo armonioso y planificado; este estudio proporciona valiosa información que puede ser utilizada por las autoridades locales y otros interesados para mejorar la gestión turística, fomentando un enfoque integral y sostenible en el desarrollo turístico del distrito del Cusco.

II.2. Bases teóricas

II.2.1. Teorías Relacionadas al Turismo Interno

II.2.1.1. Teoría de la Economía del Turismo

La economía del turismo se dedica al estudio de las interacciones económicas derivadas de la actividad turística; este campo analiza cómo el turismo impacta y es impactado por la economía de un destino, explorando tanto los efectos directos como los indirectos generados por la presencia de visitantes. Aspectos clave incluyen la generación de ingresos a través de gastos en alojamiento, alimentación, transporte y actividades, así como la creación de empleo en diversas áreas turísticas; además, el turismo puede impulsar el desarrollo de infraestructuras, como hoteles y atracciones, contribuyendo al progreso local y nacional; también influye en la balanza de pagos a través de los ingresos generados por turistas internacionales, y desempeña un papel en el desarrollo regional al atraer atención a áreas que podrían pasar desapercibidas. No obstante, la economía del turismo también aborda desafíos, como los impactos ambientales y sociales, destacando la importancia de un enfoque sostenible para garantizar beneficios a largo plazo tanto para la industria turística como para las comunidades locales (Torrez, 2013).

La industria turística se destaca por su notable complejidad, no solo debido a la abundancia de componentes que la conforman, sino también por la diversidad de sectores económicos que participan en su evolución. Tradicionalmente, el turismo se ha conceptualizado como una exportación desde una región o nación hacia el destino visitado, donde se generan ingresos, se promueve la creación de empleo, se aportan divisas para equilibrar la balanza de pagos, se incrementan los ingresos públicos y se impulsa la actividad empresarial; en este contexto, la actividad turística adquiere una importancia significativa en la economía gracias a su contribución sustancial al Valor Añadido Bruto (VAB) en la región receptora; más allá del simple pago por el

alojamiento en hoteles, los turistas destinan parte de su ingreso disponible a una amplia gama de servicios y bienes, como alimentos, transporte, entretenimiento, excursiones y diversas actividades. Esto genera un aumento en la demanda en la región receptora, que de otra manera no existiría; el flujo de divisas hacia el destino turístico no solo beneficia a las empresas directamente vinculadas con la actividad turística, sino que también impacta positivamente en otros sectores económicos a través del llamado efecto multiplicador. Este efecto surge de la interdependencia entre diversos sectores económicos; un aumento en la demanda de bienes o servicios de un sector conduce a un incremento en la demanda de bienes o servicios de otros sectores necesarios para la producción de los primeros; en otras palabras, la renta destinada al gasto turístico se distribuye en la economía local a medida que las empresas turísticas reinvierten en sus existencias, renuevan sus materiales, pagan a proveedores, salarios, impuestos, servicios públicos, seguros, entre otros. Esto resulta en una clara redistribución de la renta, con una parte reinvertida internamente y otra parte destinada a compras de bienes importados; si bien se evidencian los beneficios económicos del turismo en la economía local de destino, es crucial considerar y evaluar los posibles costos que podrían afectar a la población local y al entorno turístico al tomar decisiones sobre el desarrollo turístico en una región (Sancho, 2014).

El turismo interno, que engloba los viajes y actividades turísticas realizadas por los residentes dentro de su propio país, desempeña un papel crucial en la economía del turismo; este fenómeno contribuye significativamente a la generación de ingresos locales, estimulando diversas industrias como el transporte, la hostelería y los servicios; además, impulsa la creación de empleo en sectores turísticos, favorece a las empresas locales al promover la demanda interna y puede contribuir a la diversificación económica al desarrollar diferentes segmentos de la industria turística; el turismo interno también actúa como motor para la inversión en infraestructura turística

y puede mitigar la estacionalidad, proporcionando mayor estabilidad económica a las comunidades locales; su impacto en el Producto Interno Bruto (PBI) subraya su relevancia económica, convirtiéndolo en un componente esencial para el crecimiento, el empleo y el desarrollo sostenible a nivel nacional (Ceron, 2018).

II.2.1.2. Teoría del Producto Turístico

Philip y Armstrong (2013) considera que son aquellas características que los consumidores observa y por los cuales se sienten atraídos hacia los bienes y servicios que les ofrece, los productos son aquellos objetos que son ofrecidos en el mercado para que sean adquiridos y puedan satisfacer una necesidad del consumidor.

Se trata de cualquier cosa que puede llegar a ser ofrecido en un determinado mercado y donde su consumo o adquisición llega a satisfacer necesidades, pueden ser objetos, personas, servicios, ideas, lugares, etc. (Konrad, 1990).

Corresponde a cualquier cosa que es parte de un proceso de intercambio; este suele poseer una serie de atributos de tipo intangibles que llega a tener beneficios o provechos de tipo sociales, psicológicos o funcionales; la teoría del producto en el contexto turístico se refiere a la conceptualización y desarrollo de productos turísticos que respondan a las necesidades y deseos de los consumidores en el mercado turístico. Este enfoque implica la creación y presentación de experiencias turísticas completas que van más allá de servicios individuales y comprenden una oferta integral; en términos simples, un producto turístico no se limita a un servicio o atracción específica, sino que se trata de una combinación de elementos que se integran para ofrecer una experiencia completa al turista; esto puede incluir servicios de alojamiento, transporte, actividades recreativas, gastronomía, eventos culturales, entre otros; la teoría del producto turístico busca entender cómo estos diversos componentes se pueden combinar de manera efectiva para satisfacer

las expectativas y preferencias de los turistas, creando así una oferta que sea atractiva y competitiva en el mercado (Hughes, 1986).

La creación exitosa de productos turísticos implica una comprensión profunda de las características del destino, el perfil del turista objetivo y las tendencias del mercado; además, la teoría del producto turístico considera la importancia de la diferenciación y la autenticidad para destacar en un mercado cada vez más competitivo; la innovación y la adaptación continua son aspectos clave, ya que las preferencias de los turistas y las condiciones del mercado pueden cambiar con el tiempo; por lo que, la teoría del producto turístico se centra en la planificación estratégica y la creación de experiencias turísticas integrales y atractivas que satisfagan las necesidades y expectativas del turista, promoviendo así el desarrollo y éxito sostenible de destinos turísticos (Konrad, 1990).

El producto turístico está compuesto por servicios y bienes (prestaciones inmateriales y materiales) los cuales se encuentran a disposición del turista en un ámbito determinado, de los cuales se compone de:

- Planta turística
- Recursos turísticos
- Infraestructura
- Atractivos turísticos

Del mismo modo, se considera como una mezcla de servicios y bienes, de infraestructura y recursos que brinden beneficios al cliente y logren satisfacer las expectativas y se encuentren disponibles su consumo; es la totalidad de atractivos, infraestructura y servicios ofrecidos al mercado para poder llegar satisfacer las expectativas y deseos del turista (Arbulú et al., 2021)

II.2.1.3. Teoría de los Satisfactores

Dicha teoría indica que la satisfacción es tomada hoy en día por los empresarios como un reconocimiento hacia los consumidores para poder satisfacer sus necesidades, en ese sentido los empresarios ponen énfasis en las estrategias para poder competir con otras empresas a fin de tener una mayor capacidad en el mercado; las empresas tienen como principal objetivo que su producto satisfaga adecuadamente las necesidades de los clientes, es así que la lucha por la atención lleva a que las empresas utilicen diversas herramientas de marketing entre otras, para poder abarcar la mayor parte del mercado (Sánchez, 2021).

Larrea (1991) considera como calidad a la satisfacción que parte de deseos , requerimientos o expectativas del usuario; la teoría de los satisfactores en el contexto turístico se basa en la idea de que la satisfacción del turista está influenciada por una serie de factores que van más allá de la simple entrega de un servicio o producto. Esta teoría sugiere que la experiencia turística y la satisfacción del cliente se derivan de la interacción compleja de varios elementos, desde la calidad del servicio hasta la autenticidad del destino y las emociones experimentadas durante el viaje.

En este enfoque, se reconoce que los turistas no solo buscan la satisfacción de sus necesidades básicas, como alojamiento y transporte, sino que también valoran aspectos intangibles como la autenticidad cultural, la hospitalidad local, y la singularidad de las experiencias ofrecidas. Los satisfactores van más allá de la funcionalidad de los servicios y se centran en la creación de conexiones emocionales y memorables con el destino; la calidad de la interacción con los residentes locales, la autenticidad cultural, la preservación del medio ambiente, la diversidad de opciones de ocio y la facilidad de acceso a la información son solo algunos ejemplos de satisfactores que contribuyen a la experiencia turística global; los destinos y proveedores de

servicios turísticos exitosos reconocen la importancia de gestionar y mejorar constantemente estos elementos para garantizar la satisfacción del turista y fomentar la lealtad a largo plazo (Sánchez, 2021).

II.2.1.4. Teoría de la Calidad

Es claro que a mayor calidad de servicio que se ofrezca en un destino, la resistencia de ir a él o viajar ser menor; pese a que la relación de demanda y calidad es directa, aún existe problemas de evaluación e interpretación de calidad, ello se debe muchas veces a inadecuadas publicidades (engañosas) o informes que hacen que la opinión del turista difiera del servicio realmente ofrecido en el destino.

Tal hecho conlleva a una serie de graves implicancias al momento de fijar una clientela constante, el cual es un aspecto de gran relevancia para el éxito de este tipo de empresas; por lo que su imagen deberá tener una “fiel imagen” (Larrea, 1991).

La teoría de la calidad de servicios en el ámbito turístico se centra en la percepción subjetiva del turista sobre la excelencia y el valor de los servicios recibidos durante su experiencia de viaje; esta teoría destaca la importancia de cumplir o superar las expectativas del cliente en términos de calidad de servicios para lograr la satisfacción y fomentar la lealtad del turista. La calidad de servicios turísticos abarca diversos aspectos, desde la atención al cliente y la eficiencia en la entrega de servicios hasta la comodidad de las instalaciones y la calidad de las experiencias ofrecidas; es esencial que los prestadores de servicios turísticos comprendan las expectativas y preferencias de sus clientes para diseñar y ofrecer experiencias que generen una percepción positiva de calidad (Castellucci, 2009).

La teoría de la calidad de servicios se basa en el modelo de “brecha de percepción” propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), que sugiere que la calidad percibida por el

cliente se forma a través de la diferencia entre las expectativas previas y la experiencia real; la gestión efectiva de esta brecha implica comprender y medir las expectativas del cliente, establecer estándares de servicio realistas y mejorar continuamente la prestación de servicios para satisfacer o superar esas expectativas.

En la industria turística, donde la competencia es intensa y las expectativas de los turistas pueden ser diversas, la calidad de servicios se ha convertido en un factor clave para el éxito y la diferenciación. La retroalimentación de los clientes, la capacitación del personal, la innovación en servicios y la adaptación a las tendencias del mercado son estrategias fundamentales para gestionar y mejorar la calidad de servicios en el turismo; en última instancia, la teoría de la calidad de servicios busca crear experiencias turísticas positivas que no solo cumplan sino que excedan las expectativas del cliente, contribuyendo así a la satisfacción y fidelización del turista (Larrea, 1991).

II.2.1.5. Teoría del Desarrollo Sostenible

Es el desarrollo que satisface necesidades presentes sin comprometer a futuras generaciones al momento de satisfacer sus necesidades.

Asimismo, este concepto implica la mejora de la situación de la vida de las personas sin comprometer a los ecosistemas, de modo que conservar el equilibrio es fundamental:

- a.- Necesidad de las personas y capacidad de satisfacerlas por parte del ambiente
- b.- Necesidades tanto de ricos como de pobres (Sosteniblepedia.org, 2019)

Existen dos conceptos utilizados referidos al empleo de recursos; el primero se liga a las necesidades básicas las cuales constan de alimento, ropa, trabajo y vivienda; ello consta de brindar atención de satisfacer este tipo de necesidades a poblaciones pobres, la misma que es endémica y suele estar expuesta a una serie de catástrofes; por otro lado, el desarrollo llega presentar ciertos límites, y que dependen que nivel en el que se encuentra la organización y la tecnología que

maneja, y su potencial para absorber todo efecto proveniente de la acción humana, de modo que la tecnología es clave para el manejo sostenible (Microsoft Corporation, 2018).

“El desarrollo sostenible implica límites a los recursos del medio ambiente, la tecnología, la organización social y la capacidad de la biosfera de absorber los efectos de la actividad humana” (UNSAAC.INADES., 2010, p. 6).

Dentro de la legislación hay falta de una representación adecuada y de oportunidades en temas relacionados con el desarrollo sostenible; se logra una sostenibilidad a través de la ponderación de la sociedad civil, donde se demande la organización de consejos nacionales; referente a la presión del incremento de la población, ya que este factor se vincula a la sustentabilidad y la aplicación de políticas demográficas adecuadas que garanticen el nivel de capacidad de acarreo de la tierra para mejorar la vida de los pobladores, además de conservar el medio ambiente.

Un turismo sostenible posibilita planificar, ofertar y mercadear el producto turístico nacional, fundamentando en principios éticos y colectivos para el manejo de los recursos naturales y , cuyos beneficios económicos mejoren la calidad de vida de todos los sectores involucrados; es la oportunidad de dignificar la relación del ser humano con su entorno y dimensionar su perennidad; en definitiva, mejora la calidad de vida de la persona y consolida una concientización integral del individuo (Hospina, 2019).

II.2.1.6. Turismo Interno

El turismo interno puede describirse como el turismo que involucra a residentes de un país que viajan dentro de su propio país; no implica el cruce de fronteras internacionales en los puntos de entrada. Como la historia antigua permite vislumbrar las actividades turísticas antiguas, el turismo interno es, de hecho, la primera forma de turismo practicada; ha sido una práctica bien

establecida que ocurre en todos los países o regiones del mundo. En países con una larga historia de turismo interno se ha encontrado una fuerte relación entre el turismo, las visitas a amigos y familiares y las peregrinaciones religiosas; por el contrario, el turismo interno masivo ha surgido sólo recientemente debido al aumento del ingreso disponible, la introducción de derechos laborales asociados con el ocio y las vacaciones, la política gubernamental sobre la desregulación del movimiento interno, etc. (Choo, 2015).

El turismo interno es una forma de actividad turística que involucra los desplazamientos y experiencias de los residentes dentro de las fronteras de su propio país; este tipo de turismo abarca una amplia gama de actividades, desde escapadas de fin de semana y vacaciones en destinos locales hasta excursiones de un día a lugares cercanos; los viajeros internos exploran y disfrutan de los recursos naturales, culturales e históricos de su propio país, participando en diversas actividades recreativas y turísticas; estas actividades pueden incluir visitas a lugares turísticos, parques nacionales, sitios históricos, eventos culturales, festivales locales, actividades al aire libre, y la exploración de la gastronomía y tradiciones regionales (Esubalew & Singh, 2020).

Según Arbulú et al. (2021) el turismo interno refleja la diversidad geográfica, cultural y social de un país, permitiendo a los residentes descubrir y apreciar la riqueza de su propio entorno. Este tipo de turismo es propenso a involucrar a las comunidades locales, ya que los viajeros internos tienden a apoyar a las empresas y servicios locales; además, el turismo interno puede tener un impacto positivo en el desarrollo económico y la sostenibilidad, ya que promueve la inversión en infraestructuras turísticas, la creación de empleo y la conservación de los recursos locales. Los motivos para participar en turismo interno son diversos e incluyen el deseo de explorar la propia cultura, escapar de la rutina diaria, relajarse en entornos familiares, fortalecer los lazos comunitarios y contribuir al desarrollo económico local; con frecuencia, el turismo interno es

menos susceptible a las fluctuaciones económicas y a los eventos globales en comparación con el turismo internacional, lo que lo convierte en una fuente más estable de actividad turística.

Si se considera al turismo interno dentro del marco de la economía del turismo, entonces se puede decir que, el turismo interno implica la oferta y demanda de productos y servicios turísticos dentro de un país; desde el punto de vista de la oferta, se refiere a la diversidad de opciones, como alojamientos, restaurantes y actividades recreativas, diseñadas para satisfacer las necesidades de los residentes. La demanda, por otro lado, se relaciona con la cantidad de viajes y actividades que los residentes están dispuestos a emprender, influenciada por factores como la accesibilidad, eventos locales y promociones turísticas; la interacción entre oferta y demanda es esencial para el desarrollo sostenible de la industria, ya que una oferta atractiva estimula la demanda, y una demanda activa impulsa la mejora continua de la oferta, contribuyendo al desarrollo económico y cultural a nivel nacional (Arbulú et al., 2021).

Se define como turismo regional, nacional o doméstico, este tipo de turismo está dirigido al turista nacional que visita destinos dentro del país donde reside; no obstante, no se da importancia que implica el turismo interno en los ingresos y promoción de oportunidades laborales en el destino turístico. Citando a Luque, Moreno y Espinoza (2013), indican que en el caso de los turistas internacionales, ante cierto factor macroeconómico, tales como contingencias sanitarias causadas por un virus, inestabilidad de la economía mundial, seguridad nacional, etc; mientras que el turista nacional es menos afectado, por ello se debe de generar programas en el sector privado y público para incentivar a los turistas locales a participar en el turismo nacional.

Para Jacobsen, Carson y Sharma (2003), el turismo regional tiene la capacidad de fomentar sectores económicos y sociales que estén relacionados indirectamente con el turismo, pues puede mediante el fomento de actividades turísticas, los habitantes pueden realizar actividades que les

brinden algún soporte económico, u otras que les ayude a desarrollar sus habilidades en aquellos rubros para los cuales son buenos, como la pintura, la artesanía, gastronomía, entre otros; además, indica que al incrementarse la actividad económica ello impulsara a que las entidades públicas tengan que mejorar los servicios básicos y la ambientación del lugar turístico, beneficiando a los locales; así también, el gasto que hacen los turistas se convertirá en estímulo para económico para que se brinden mejores servicios.

Por otro lado, Moutinho y Ballantyne (2011), exponen que las decisiones de compra de los turistas nacionales o internacionales se diferencian de acuerdo a las influencias que tienen, ello dependerá de sus valores y de los retornos emocionales que esperan de los productos que adquieren, pues un producto tendrá una utilidad diferente dependiendo de las actitudes de los turistas; respecto a los turistas internos, sus compras tendrán una influencia en el PBI del país, además de incidir en la economía regional.

Para Oreja y Montero (1997), los turistas utilizan los bienes y servicios brindados por las empresas hoteleras, por lo que es importante que dichos servicios sean brindados por empresas nacionales a fin de el ingreso de divisas se mantenga en el país, así mismo indica la importancia de brindar paquetes completos para un mejor disfrute de estadía de los turistas por su visita en el país.

II.2.1.6.1. Importancia del Turismo Interno

El consumo, las interacciones y conducta, generado por el desplazamiento de turistas internos en los distintos entornos y destinos representan un determinante potencial que genera una serie de cambios en tales destinos y en cualquier elemento que llegue a participar ya sea de manera directa o indirecta en este sector (Monterrubio, 2011). Es así que, es el principal tipo de turismo que suele desarrollarse, es por ello que su importancia es grande para el sector; según estudios,

dicha importancia radica en el hecho que es a del seis veces mayor de lo que es el turismo receptivo, pues en varios países, es el 80% de la demanda hotelera que se da en un país (Palafox, 2005).

Según Palafox (2005) los profesionales del ámbito turístico deben tener la capacidad de entender los tres campos que presenta el turismo que son el turismo receptivo, interno y egresivo; cada uno de estos turismos posee problemáticas y dinámicas propias, las cuales requieren ser identificadas para cooperar y plantear tales soluciones; bajo esta premisa es que radica la responsabilidad de las entidades competentes locales y regionales destinadas a la gestión y promoción de este sector; pues dentro de sus metas y objetivos se encuentra el de potenciar y promocionar el turismo interno, además de la promoción de su región a turistas extranjeros (Arcarons & Capella, 2010).

Jiménez y Jiménez (2013), indican que la mezcla de turismo interno como el internacional se reconoce como “mayor industria”, y pese a no contar con data precisa, se puede señalar que el turismo de tipo interno llega a ser diez veces mayor al del turismo internacional en referencia a al número de viajes realizados, gastos realizados en la zona de destino, pues sumados todos estos gastos suelen ser un poco más al de los turistas internacionales; en varios países, el turismo interno ha ido tomando gran relevancia dado que se ha mostrado una expansión del mismo, favoreciendo el aumento de la clase media, que hace posible el incremento o mejoramiento de instalaciones o de servicios acorde a nuevas exigencias; del mismo modo, en varias regiones alrededor del mundo se observa un significativo incremento del turismo interno; dando a mostrar en “efecto multiplicador” para quienes se ven beneficiados de ellos ya sea de manera indirecta o directa. Para Jiménez y Jiménez (2013) la cantidad de turistas en la región ocasiona un aumento del consumo de servicios o bienes en el lugar de destino, activando y dinamizando la economía local generando

empleo a su vez que motiva a los ciudadanos a emprender algún negocio enfocado a este rubro acorde la demanda turística que observan.

II.2.1.6.2. Potencial del Turismo Interno

El turismo interno o doméstico llega a cobrar gran relevancia como un aspecto determinante para el desarrollo económico de la mayoría de los países; su relevancia es similar al del turismo internacional o receptivo (Cortés, 2008).

Jacobsen et al. (2003) indica que la actividad turística se basa en la demanda de consumo en vez de los resultados de producción y los gastos realizados son parte de una serie de estímulos regionales. Los estudios de Cortés (2008) señalan que tanto turismo interno como internacional resultan positivos en la economía local, pese a que los patrones difieran entre regiones; dentro de las principales ventajas que implica el turismo interno se encuentran:

- La actividad generada por el turista interno ayuda a equilibrar a la economía nacional por medio de la redistribución que hay en los niveles de ingresos por lo que promover estas actividades resultan positivas para el país.
- Las vacaciones ofrecidas resultan en una serie de posibilidades para conocer el entorno, con ello se reafirma la identidad nacional, se fomenta la solidaridad, conciencia y moral de cada compatriota, además de una revalorización de los pueblos y su cultura lo cual se logra cuando uno es partícipe del turismo nacional.
- Existen una serie de ventajas culturales, sociales y económicas, entre ellas se da el movimiento al interior del país sin propósitos migratorios generando cambios en los mercados destinados al consumo sobre todo en destinos rurales, evitando la migración a las principales ciudades; asimismo contribuye a mantener al sector turístico cuando disminuye la demanda extranjera (Cortés, 2008, p. 1-2) .

II.2.1.6.2. Dimensiones del Turismo Interno

II.2.1.6.2.1. Teoría de la Oferta Turística

Está referida a la cantidad que se está disponible a producir acorde a los precios estipulados en el mercado; asimismo, hace mención a la mercancías que se coloca en un mercado por parte del productor y que varía acorde a los precios, pues su el precio baja la cantidad baja y viceversa (Sancho, 2014).

La oferta en turismo se basa en servicios suministrados por la planta turística además de ciertos bienes que no se consideran turísticos, los mismo que son comercializados por medio de un sistema turístico, dado que lo que califica un bien, corresponderá al sistema de producción y no al tipo de consumidor (Boullon, 1990).

La oferta turística se define como las condiciones previamente determinadas respecto a un destino, para ello se debe considerar la cantidad, precio y periodo de tiempo que son atractivos para el turista (Guerrero & Ramos, 2014); por ende, la oferta turística ha evolucionado con el tiempo, ya que ahora tal oferta se ajusta a la diversidad de turistas y el producto se orienta de forma especializada, así también se ofrece entretenimiento y atención de calidad; por otro lado, referente a la producción y organización la cual concierne a mejorar la gestión de calidad implica la indagación, creatividad y planificación de los programas turísticos, los tipos de turismo que lleguen a satisfacer las expectativas del turista, dado que gran parte se encuentra informado porque pertenecen a la globalización (Jiménez & Jiménez, 2013). Para alcanzar una oferta que cumpla con las expectativas, se debe no sólo ofrecer diversidad de paquetes turísticos en temporada alta, sino que se debe proporcionar alternativas de destinos que cuenten con actividades poco comunes para aprovechar de las infraestructuras turísticas en temporadas bajas o altas, tales como: museos,

fomento del turismo deportivo, miradores, congresos, eventos, festivales y oficinas de información turística (Rivas, 2006).

La oferta turística abarca un amplio espectro de elementos destinados a satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes en un destino; este conjunto integral incluye atracciones turísticas que van desde elementos naturales hasta sitios culturales e históricos, creando un entorno atractivo. La infraestructura de alojamiento desempeña un papel crucial, proporcionando opciones que van desde hoteles de lujo hasta alojamientos informales; la gastronomía local, representada por una variedad de restaurantes y opciones culinarias, contribuye significativamente a la experiencia del visitante; actividades recreativas y deportivas, eventos culturales, y opciones de entretenimiento diversifican aún más la oferta, atrayendo a diversos segmentos de turistas; además, servicios como guías turísticos, asistencia, transporte local y opciones de compra contribuyen a la comodidad y disfrute de los visitantes; la sostenibilidad, cada vez más crucial, se integra en la oferta a través de prácticas como el ecoturismo y la preservación del patrimonio cultural, agregando valor a la experiencia turística y atrayendo a un público consciente del medio ambiente; en conjunto, la planificación y gestión efectiva de estos elementos son esenciales para crear una oferta turística competitiva y atractiva; la adaptabilidad a las tendencias del mercado turístico asegura la relevancia continua y el éxito del destino (Torrez, 2013).

II.2.1.6.2.2. Teoría de la Demanda Turística

Acorde a Sancho (2014) corresponde a la cantidad de personas interesadas en viajar y consumir servicios turísticos en un lugar específico durante un período determinado; está referida a la cantidad de determinados productos que están dispuestos a adquirirlos por sus consumidores

dentro de un mercado en específico; corresponde a la cantidad de un producto que se desea obtener y que se llega a obtener acorde a una serie de factores (Muñoz, 2000).

La demanda turística es un concepto fundamental en la industria del turismo que se refiere al deseo y la capacidad de los individuos para viajar y participar en actividades turísticas; este fenómeno está influenciado por una variedad de factores que incluyen aspectos económicos, culturales, sociales y personales; en términos económicos, la demanda turística puede ser afectada por la disponibilidad de ingresos y la situación financiera de los posibles viajeros; un aumento en la prosperidad económica generalmente se asocia con un incremento en la demanda turística, ya que más personas tienen recursos para dedicar al ocio y los viajes; culturalmente, la demanda turística se ve influenciada por las preferencias y expectativas individuales, así como por las tendencias y valores culturales más amplios; los eventos culturales, festivales, patrimonio histórico y atracciones locales pueden ser factores determinantes que atraigan a los viajeros; además, las consideraciones sociales, como la percepción de la seguridad y la accesibilidad de destinos, también desempeñan un papel crucial en la formación de la demanda turística; factores personales, como la disponibilidad de tiempo libre y las preferencias individuales, también contribuyen a la configuración de la demanda (Torrez, 2013).

La demanda turística no es estática y puede cambiar con el tiempo debido a diversos factores externos e internos; los esfuerzos de marketing, promoción y la calidad de la oferta turística pueden influir significativamente en la demanda; las políticas gubernamentales que afectan a la industria turística, así como los cambios en las condiciones económicas globales, también pueden tener un impacto notable en la demanda turística; es así que, la demanda turística es un fenómeno complejo que refleja la interacción de múltiples factores, y comprender sus

dinámicas es esencial para el desarrollo y la gestión efectiva de la industria turística (Torrez, 2013).

Es por ello que la demanda turística es:

La cantidad de bienes y servicios turísticos que se compraran a un precio dado y en un periodo determinado; la cantidad es difícil definir en turismo (llegadas, ideas, visitantes, gasto turístico), mientras más alto sea el precio del servicio menor será la demanda. Es el inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que la gente desea y es capaz de comprar a cada costo específico en un conjunto de posibles precios durante un periodo determinado. Por tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad demandada (Mccintosh, 1990, p. 117)

En relación a la demanda turística, en la sociedad posindustrial y actual, se visualiza una demanda variada y menos estandarizada, pero si sectorizada en mayor proporción. Actualmente, los turistas seleccionan el destino y el tipo de turismo considerando un desplazamiento corto, dado que prefieren aprovechar el fin de semana para realizar un viaje de vacaciones de distintas épocas del año, pero tratan de diversificar los ámbitos en cada visita (Martínez, 2006, p. 148). De forma contraria Jiménez (2013), afirma que la demanda tiene un mayor poder adquisitivo, además que tiende a ser más sensible en razón al medio ambiente del lugar turístico donde realizará la visita. No obstante, el período de vacaciones en la actualidad es segmentado, esto incrementa el número de lugares turísticos para visitar, número de turistas adultos mayores y mujeres solas, obligando a las empresas del sector a aperturar nuevos productos turísticos, de igual manera en mejorar los medios de transporte e infraestructura, para ampliar la actividad turísticas y sea conocido a nivel mundial, por ello estas mejoras involucran la calidad de viaje, menor tolerancia de limitaciones impuestas hacia los turistas por paquetes estandarizados, dado que este tipo de consumidor es más

exigente, informado y consciente, por ello espera una mayor flexibilidad y posibilidad para realizar su visita.

A. Demanda a un Destino

La demanda a un destino estará en función de la propensión del individuo para viajar y la reciprocidad de la resistencia del vínculo entre zonas de origen y destino.

$$D = f(\text{propensión y resistencia})$$

Dónde:

D= Demanda

Propensión= Demografía, tiempo libre, renta disponible.

Resistencia = Distancia económica, distancia cultural, costos de los servicios, calidad del servicio, temporada (Smith, 1992, p. 117).

B. Factor que incide en la demanda

Tiempo libre: Sabemos que el turismo está ligado a la existencia de tiempo libre sin él es imposible su realización; la historia reciente nos muestra cómo ha crecido este sobre todo gracias a la presión de trabajadores y sindicatos y a la sensibilidad de los gobiernos; tan importante ha llegado a ser el tiempo libre que ya se le llama la civilización del ocio.

II.2.2. Teoría Relacionada a la Actividad Turística

II.2.2.1. Actividad turística

Acorde Ibáñez y Rodríguez (2017) la teoría de la actividad turística se fundamenta en el análisis integral de las interacciones entre los diferentes elementos que conforman la experiencia turística; esta perspectiva considera al turismo como una actividad compleja que involucra no solo el desplazamiento físico de los viajeros, sino también una serie de procesos interrelacionados que incluyen la planificación, la participación en actividades recreativas, la interacción cultural y la

satisfacción de necesidades específicas; en este enfoque, se examinan tanto los aspectos tangibles como intangibles del turismo, como la infraestructura, la hospitalidad, la cultura local y la percepción subjetiva del viajero. La teoría de la actividad turística busca comprender cómo estos elementos se entrelazan para crear una experiencia turística significativa, destacando la importancia de considerar el contexto social, económico y cultural en el que se desarrolla la actividad turística para comprender su impacto y potencial desarrollo sostenible.

La actividad turística es considerada como una de las actividades más antiguas realizadas por los humanos, pues se tiene conocimiento que desde principios de la humanidad las personas realizaban viajes con diversos motivos; para la época moderna gracias a la aparición de diversos medios de comunicación como las carreteras, ferrocarriles y aviones, fueron útiles para el desarrollo de esta actividad lo que propicio a que se originara un turismo concurrente; de acuerdo a la construcción de diversos autores se indica que esta situación ocurrió luego de la segunda guerra mundial lo cual tuvo un gran crecimiento desde entonces (Ibáñez & Rodríguez, 2017).

Es un acto que realiza el turista al momento de visitar un espacio turístico con el objetivo de aprender de la cultura del lugar, visitar un lugar en específico con un de goce en el que se le proporcionan servicios turístico (Ministerio de Economía y Finanzas, 2021).

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), la actividad turística se caracteriza por brindar productos complementarios a las visitas que se realizan. la industria turística se enfoca en brindarle una comodidad tangible e intangible al visitante, brindándole productos que satisfagan sus necesidades además que complementen y sirvan como recuerdo del lugar que visitaron; teniendo como base principal el viaje realizado en el que se requieren los servicios turísticos lo cual llega a englobar aquellas actividades complementarias al atractivo turístico constituyéndose éstas como las principales motivaciones de dicho viaje.

Dentro de la actividad turística se habla de la actividad turística sostenible; en este campo se toma en cuenta las repercusiones que tienen las actividades que realizan las agencias turísticas o aquellos involucrados en el aspecto turístico, estas repercusiones se fijan en aspectos económicos, sociales, y medioambientales que pueden llegar a afectar los visitantes al realizar sus actividades turísticas al ambiente que visitaron y a los pueblos anfitriones (OMT, 2022).

Se debe tener en cuenta que el hecho de llevar el término sostenible no necesariamente significa que dicha actividad cumpla con los parámetros establecidos para su sostenibilidad, pues para ello debería cumplir con tres parámetros fundamentales los cuáles son: Lo económico, social y ambiental para tal efecto se requiere que la entidad pública pueda verificar que estos parámetros son cumplidos al 100% sin embargo actualmente no siempre se da el caso (OMT, 2022).

II.2.2.1. Dimensiones de la Actividad turística

II.2.2.1.1. Turismo Natural

El turismo natural se refiere a viajes que tienen como objetivo principal disfrutar y explorar entornos naturales y paisajes, con un enfoque en la apreciación de la biodiversidad, belleza escénica y actividades al aire libre (Martínez, 2017).

Este tipo de turismo tiene una relación estrecha con el desarrollo y el turismo sostenible, además llega a referirse a aquellos hábitos naturales y a la biodiversidad que complementan la actividad turística, en ese sentido en este tipo de turismo lo que se fomenta más suelen ser los ambientes naturales como los parques naturales, reservas protegidas los medios rurales el agroturismo y en ocasiones la población de la comunidad forma parte de este turismo (Martínez, 2017).

Este tipo de turismo cobra relevancia al enfatizar los riesgos que actividad turística es suelen tener, permitiendo a los investigadores obtener resultados de que esta industria no suele ser

tan Blanca como pretende ello a causa del impacto social, cultural y ecológico que provoca en el espacio de la actividad turística; estas críticas comenzaron en los años 70 lo cual contribuyó a que actualmente se pueda ir mejorando año a año (Martinez, 2017).

Con este tipo de turismo se originó el ecoturismo, el cual tiene la capacidad de buscar que se conserve el entorno y la población que habita en el lugar turístico, de tal forma que se busque la visita a estos espacios y se respete la cultura y tradiciones de los lugareños, eso sí que se llegó a estas ideas:

- 1) La realización de viajes a espacios naturales poco conocidos respetando el lugar y biodiversidad.
- 2) Que se interiorice las experiencias que sostienen en ambientes naturales y que se tiene contacto con los lugareños.
- 3) Buscar el impulso para que se conserven y preserven los recursos naturales.
- 4) Se debe educar a los turistas en temas medioambientales y culturales de los lugares que se visitó. Los ecoturistas son considerados como viajeros que tienen la peculiaridad de tener un sentido de ética, al momento de visitar un ambiente, además de caracterizarse por ser rehabilitadores del lugar que visitan.

II.2.2.1.1.1. Los recursos turísticos

Teniendo en cuenta la Ley General del Turismo Nro. 29408, se comprende al recurso turístico como aquellas expresiones de la naturaleza, las riquezas arqueológicas, además de cada expresión histórica material e inmaterial que expresan una tradición y valor histórico, constituyéndose como la base de un producto turístico (MINCETUR, 2017).

Asimismo, se llegan a establecer la 5 principales categorías para reconocer adecuadamente los recursos turísticos, considerando sus respectivas características, estas son:

Categoría 1. Sitios Naturales: Se agrupan las características de la naturaleza, lo cuales toman en cuenta cada uno de sus atributos, al respecto solo se llegan a considerar los ambientes tangibles (MINCETUR, 2017).

Categoría 2. Manifestaciones culturales: se llegan a considerar las manifestaciones culturales propias de cada región dentro de un país, se toman en cuenta aquellas que surgieron desde el inicio de la civilización de dicho territorio, vestigios arqueológicos, en esta categoría se toma en cuenta aquellas expresiones realizadas por los humanos (MINCETUR, 2017).

Categoría 3. Folclore. Son cada una de las tradiciones, expresiones orales, gastronómicas de un país, en esta categoría se toma en cuenta a cada elemento intangible que fue transmitido de generación en generación (MINCETUR, 2017).

Categoría 4. Realizaciones científicas, artísticas o técnicas contemporáneas. Implica manifestaciones contemporáneas, que pueden ser muebles o inmuebles, que se caracterizan por demostrar los procesos de la cultura que exponen, presentan características importantes en los intereses turísticos (MINCETUR, 2017).

Categoría 5. Acontecimientos programados. Son aquellas que reúnen a diversos eventos que se organizan anticipadamente, los cuales se convierten en atractivos turísticos para los extranjeros y nacionales (MINCETUR, 2017).

II.2.2.1.1.2. Planta turística

Luego de que las actividades turísticas perciben ingresos económicos gracias a los atractivos turísticos, estableciéndose procesos productivos complementarios a estos, para lo cual se combinan bienes y servicios formando plantas turísticas, constituyéndose como un aspecto que mejora los recursos disponibles para luego ser ofrecidos a los demandantes; la planta turística viene a ser todas las instalaciones que se requieren para brindar los servicios turísticos privados como

los hoteles, agencias turísticas, entre otros; dichas infraestructuras permiten que se exploten los lugares turísticos, en ese sentido al contar con mejores infraestructuras ello mejorara las ofertas turísticas (MEF, 2019).

II.2.2.1.2. Turismo cultural

El turismo cultural se refiere a viajes realizados con el propósito principal de experimentar y disfrutar de manifestaciones culturales, históricas y artísticas (Ibáñez & Rodríguez, 2017).

Hace referencia a viajes realizados con el objetivo de contactarse directamente con las culturas y puedan conectar con sus tradiciones además de comprenderlos y respetarlos; tiene como fin que se conozca las riquezas de los patrimonios culturales heredados de los ancestros; por lo general los turistas enfocados en este tipo de turismo buscan comprender, disfrutar y aprender de la cultura que visitan, asimismo el ingreso recaudado es de utilidad para el mantenimiento de patrimonio cultural observado; las actividades de este turismo se relacionan a la difusión histórica del patrimonio cultural visitado. Se debe tener en cuenta que estas actividades se realizan en zonas rurales y urbanas; asimismo este tipo de turismo no presenta antecedentes de realizarse de forma masiva, además de considerársele como una actividad alternativa pues tiene la capacidad de combinar la cultura y tradiciones del sector visitado, quien deberá respetar los valores, tradiciones e integridad del lugar que visito (Ibáñez & Rodríguez, 2017).

En la clasificación de los tipos de turismo, este específico fomenta vivencias en un contexto cultural, colocando a los turistas como actores principales. Estos visitantes se dedican a explorar, observar y participar en actividades características del lugar que visitan. Las actividades abarcan desde aspectos espirituales hasta elementos materiales del destino (Organizacion Mundial del Turismo, s.f.).

Acorde a Guerrero y Ramos (2014) este tipo de turismo se enfoca en adquirir conocimientos sobre lugares con historia y tradición, ya sea a través de expresiones culturales o actividades recreativas relacionadas con las prácticas ancestrales de una cultura específica. Este turismo tiene una alta demanda en Perú, donde los turistas culturales suelen estar bien informados sobre su destino. Sin embargo, la autora también señala que estos visitantes, al participar en las costumbres y cultura locales, pueden volverse intrusivos, causando cambios no deseados o incluso dañando los recursos que han venido a conocer.

II.2.3. Teoría Relacionada a la Gestión Turística Municipal

II.2.3.1. Teoría de Planificación Turística

La teoría de la planificación se distingue por su carácter interdisciplinario, ya que se nutre de múltiples campos del conocimiento. Este enfoque abarca la anticipación del futuro y la preparación para afrontar lo que está por venir. Comprender este proceso requiere analizar varias etapas, como el diagnóstico del problema, la identificación de soluciones posibles, la proyección de resultados y la selección de la estrategia a seguir (Esparza, 2014).

La evolución de la planificación turística revela distintos énfasis y destacadas características en los modelos expuestos a lo largo del tiempo, el proceso de planificación se ha vuelto más complejo al considerar aspectos espaciales, ambientales y de mercado en un mismo modelo, incorporando fases de ejecución, seguimiento y evaluación; la introducción de la planificación estratégica en la planificación turística actualiza su paradigma, cambiando de una perspectiva puramente racional a una prospectiva, enriqueciendo el proceso mediante el análisis del entorno externo y la elaboración del análisis DOFA, aunque estos elementos aún no están completamente integrados en los modelos. La sostenibilidad ha emergido como el principio rector en los modelos más recientes, transformando la racionalidad de una perspectiva puramente

económica a una eco económica. El gobierno desempeña un papel clave al formular políticas que establecen directrices estratégicas, abordando aspectos como la conservación del patrimonio y la participación comunitaria; además, regula y supervisa la actividad turística mediante normativas que garantizan calidad y sostenibilidad. En la planificación estratégica, el gobierno colabora con actores locales y la industria turística para una toma de decisiones inclusiva; también participa en la promoción turística a nivel nacional e internacional y lidera el desarrollo de infraestructuras turísticas; en situaciones de crisis, el gobierno gestiona eventos inesperados para minimizar impactos negativos; en conjunto, la sinergia entre la planificación turística y el gobierno busca lograr un equilibrio entre el crecimiento económico, la preservación cultural y ambiental, y el bienestar comunitario (Gobierno del Estado de México, 2000).

Acorde a Osorio (2006) la teoría de la planificación turística es un campo integral que se centra en el diseño, desarrollo y gestión de destinos turísticos de manera sostenible y estratégica. Esta teoría reconoce la complejidad de la industria turística y aborda diversos aspectos, como la infraestructura, el medio ambiente, la cultura local, la economía y la participación comunitaria. Consiste en desarrollar políticas y estrategias que buscan equilibrar el crecimiento económico del turismo con la preservación del entorno natural y cultural. Este enfoque asegura la satisfacción de los visitantes y la comunidad local, promoviendo un desarrollo sostenible y responsable del sector turístico. Se enfoca en la identificación de objetivos a largo plazo, la asignación eficiente de recursos y la anticipación de posibles impactos negativos; además, la participación activa de las comunidades locales y la consideración de sus necesidades son aspectos cruciales en esta teoría, ya que la planificación turística sostenible busca beneficios mutuos y la preservación a largo plazo de los destinos turísticos.

II.2.3.1. Gestión Turística Municipal

Acorde a Dávila, Morocho y Noblecilla (2021) la gestión turística municipal es un componente esencial en el desarrollo y la sostenibilidad de destinos turísticos a nivel local. Implica la planificación, coordinación y supervisión de actividades relacionadas con el turismo en el ámbito de un municipio; esta gestión se ocupa de diversos aspectos, como la promoción turística, la infraestructura, la regulación, la conservación del entorno, la seguridad y la colaboración con la comunidad local; en este contexto, los gobiernos municipales desempeñan un papel fundamental al establecer políticas y estrategias que fomenten un turismo responsable y sostenible; esto implica la implementación de medidas para preservar el patrimonio cultural y natural, la gestión adecuada de los flujos turísticos, la promoción de prácticas sostenibles y la diversificación de las ofertas turísticas; además, la gestión turística municipal debe colaborar estrechamente con actores locales, como empresarios, comunidades y organizaciones no gubernamentales, para asegurar la participación activa de la comunidad y el beneficio mutuo. La planificación urbanística, la inversión en infraestructuras turísticas adecuadas y la atención a la calidad de los servicios son aspectos clave para una gestión exitosa. La gobernanza efectiva en la gestión turística municipal implica también la gestión de crisis, la atención a la seguridad de los visitantes y la adaptación a cambios en la demanda turística; es así que, la gestión turística municipal busca equilibrar el desarrollo económico derivado del turismo con la preservación del entorno y la calidad de vida de la comunidad local, asegurando un turismo que sea sostenible a largo plazo.

Las responsabilidades del municipio turístico pueden clasificarse en tres categorías principales; en primer lugar, se encuentran los servicios e infraestructuras básicas, que, aunque son compartidos con otros municipios, desempeñan un papel crucial en la competitividad del destino turístico; estos incluyen aspectos como la planificación del territorio, alumbrado, agua,

saneamiento, limpieza, gestión de residuos, áreas verdes, vías públicas y seguridad ciudadana. En segundo lugar, se destacan los servicios específicos derivados del carácter turístico del municipio, como la promoción turística, señalización, información y atención al turista, así como la preservación de los recursos turísticos y culturales; finalmente, se encuentran los servicios ordinarios destinados principalmente a la población residente, como servicios sociales, cementerios, actividades culturales, deportivas, mercados, defensa del consumidor, educación y atención primaria a la salud, que tienen una incidencia limitada o nula en la actividad turística (Secretaría General de Turismo, 2008).

II.2.3.1. Dimensiones de la Gestión Turística Municipal

II.2.3.1.1. Planificación Turística

La planificación turística municipal se refiere al proceso mediante el cual un municipio desarrolla estrategias y acciones para gestionar el turismo en su área para optimizar el potencial turístico, contribuyendo al desarrollo de la comunidad haciendo uso de recursos públicos; además, se buscan formas de preservar y proteger los recursos naturales y culturales para garantizar la sostenibilidad (Secretaría de Turismo de la Nación, 2009).

La planificación turística municipal es un proceso estratégico que implica la definición y ejecución de políticas, programas y acciones para el desarrollo sostenible del turismo en un ámbito local. Este enfoque tiene como objetivo principal gestionar de manera eficaz y equitativa los recursos turísticos, culturales y naturales de un municipio, maximizando los beneficios económicos y minimizando los impactos negativos; este proceso incluye varias etapas clave; en primer lugar, la identificación de los recursos turísticos locales es esencial. Esto implica evaluar tanto los aspectos tangibles, como sitios históricos, naturaleza, y la infraestructura turística existente, como los intangibles, como la cultura local y las tradiciones; luego, se establecen

objetivos claros y metas medibles que orientarán el desarrollo turístico; estos objetivos deben estar alineados con los valores y necesidades de la comunidad local, asegurando que el turismo beneficie a todos los sectores de la población; la planificación turística municipal también aborda cuestiones de ordenamiento territorial, regulación y zonificación para garantizar un desarrollo turístico armonioso y sostenible; además, se diseñan estrategias de promoción turística para atraer visitantes de manera responsable y diversificar la oferta turística (López, 2004).

La participación activa de la comunidad es esencial en este proceso; la inclusión de opiniones locales y la colaboración con actores clave, como empresas turísticas y organizaciones comunitarias, fortalecen la implementación exitosa de la planificación turística municipal; la monitorización y evaluación constante son aspectos críticos para ajustar las estrategias según las dinámicas del mercado y los cambios en la demanda turística; la adaptabilidad y la capacidad de respuesta son clave en un entorno turístico en constante evolución.

II.2.3.1.1. Promoción Turística

La promoción turística se puede describir como un conjunto coordinado de estrategias y herramientas diseñadas para estimular y fomentar el flujo de turistas (Dávila et al., 2021).

La promoción turística municipal es un componente esencial de la gestión turística local, diseñada para destacar y atraer visitantes hacia un destino específico; este proceso implica la creación de estrategias y campañas destinadas a resaltar los atractivos turísticos, culturales y naturales de un municipio, con el objetivo de generar interés y aumentar el flujo de turistas; algunos elementos clave de la promoción turística municipal incluyen:

- **Identificación de Atractivos:** El primer paso es identificar y destacar los recursos turísticos del municipio, ya sean sitios históricos, eventos culturales, bellezas naturales o actividades recreativas; esta identificación precisa sirve como base para la estrategia de promoción.

- Segmentación de Mercado: Comprender el perfil de los posibles visitantes permite adaptar la estrategia de promoción a segmentos específicos; la segmentación puede basarse en factores demográficos, intereses, comportamientos de viaje y otros criterios relevantes.
- Desarrollo de Mensajes Clave: Se crean mensajes atractivos y persuasivos que resalten las características únicas del destino; estos mensajes deben comunicar de manera efectiva los beneficios y experiencias que ofrece el municipio.
- Canales de Promoción: Se eligen y utilizan diversos canales de comunicación para difundir la información sobre el destino; esto puede incluir campañas en redes sociales, sitios web especializados, participación en ferias turísticas, colaboración con agencias de viaje y la creación de material promocional como folletos, videos y fotografías.
- Colaboración con el Sector Privado: La cooperación con empresas y servicios turísticos locales, como hoteles, restaurantes y guías turísticos, es esencial; estas asociaciones fortalecen la oferta turística y contribuyen a la promoción conjunta.
- Eventos y Actividades Promocionales: Organizar eventos especiales, festivales o actividades que destaquen los atractivos locales puede generar interés y atención mediática; además, incentivar la participación de la comunidad en eventos promocionales refuerza el sentido de pertenencia.
- Evaluación y Adaptación: La efectividad de las estrategias de promoción se evalúa constantemente, mediante el seguimiento de métricas como la afluencia de turistas, la participación en redes sociales y encuestas de satisfacción; con base en estos datos, se ajustan las estrategias para mejorar el impacto y la eficacia (Secretaría General de Turismo, 2008).

La promoción turística municipal, cuando se realiza de manera efectiva, contribuye no solo al crecimiento económico del destino, sino también a la preservación y promoción de su identidad cultural y patrimonio, asegurando un desarrollo turístico sostenible.

La actividad turística tiene características especiales, como su transversalidad, fragmentación y territorialidad, junto con la participación de muchos actores en la creación, promoción y venta del producto turístico. Esto resalta la necesidad de una organización que coordine todos los elementos de la cadena de producción turística. Sin embargo, a pesar de esta "necesidad evidente" de una entidad de gestión conjunta que reúna los esfuerzos de todos los involucrados, su creación no ha sido fácil debido a varios obstáculos. Estos incluyen diferencias en objetivos, visiones y culturas organizacionales entre los actores, así como diferencias en la naturaleza de las organizaciones y su capacidad para asumir riesgos financieros. Como resultado, las entidades de gestión conjunta, tanto a nivel nacional, regional como local, siguen siendo escasas. La mayoría son públicas, financiadas con fondos públicos, y el poder y la toma de decisiones están principalmente en manos del sector público (Secretaría General de Turismo, 2008).

II.3. Marco Conceptual

II.3.1. Turismo

Al hablar del turismo se hace mención a distintas definiciones, y que no es específicamente general a nivel mundial, pues resulta complejo, dentro de algunas definiciones están:

Grupo de fenómenos y relaciones que se dan por la permanencia y desplazamiento de una persona lejos de su zona de residencia, mientras que tal permanencia y desplazamientos, o se vean motivados por alguna actividad con fin de lucro (Marchena, 1997).

Desde un enfoque sociológico se considera al turismo el total de tres aspectos: ingresos no necesitados, tiempo libre y tolerancia a la sociedad perteneciente considerando el hecho de realizar un viaje (San Martín, 1997).

Para la OMT (2001) el turismo consta de una serie de actividades realizadas por los individuos en sus estancias o viajes a diferentes lugares en menos de 1 año, que posee propósitos de ocio, motivación o negocio.

II.3.2. Turista

Corresponde al individuo que visita un lugar o país de interés científico, histórico o de simple placer (Microsoft Corporation, 2018).

Entendiéndose como tal a la persona que se traslada del lugar donde vive, con el propósito de participar de manera activa a actividades turísticas que pueden ser: viajes, hospedajes, consumos, alimentación compra de souvenirs o artesanías, visitas a centros históricos, monumentos, museos, etc.

II.3.3. Actividad Turística

Conjunto de actividades que se vinculan directa o indirectamente con el turismo o que pueden llegar a incidir en él, sobre todo si se trata de brindar servicios a los turistas; son los motivos de viaje y por el que necesitan de determinados servicios (Arbulú et al., 2021).

II.3.4. Gestión Turística Municipal

La gestión turística municipal es un componente esencial en el desarrollo y la sostenibilidad de destinos turísticos a nivel local. Implica la planificación, coordinación y supervisión de actividades relacionadas con el turismo en el ámbito de un municipio (Dávila et al., 2021).

II.3.4. Turismo Interno

Forma de turismo, en relación con una zona dada, establecida por la WTO (organización mundial de comercio); comprende a los residentes de una determinada zona, que viajan dentro de la misma; sinónimo de turismo local, personas que conocen o pertenecen a la cultura de la zona que visitan (Arbulú et al., 2021).

II.3.5. Agencia de Viajes y Turismo

Puede ser cualquier persona jurídica o natural dedicada a las actividades de mediación, coordinación, promoción, producción, venta u organización de servicios turísticos, ya sea por sus propios medios o recurriendo a la prestación de estos.

Clase: Modalidad de prestar servicio por parte de la agencia, tal clasificación se establece en el Art. 2° de dicho reglamento:

Agencia Minorista: Se encarga de vender de forma directa servicios o pasajes turísticos que no se encuentran organizados; asimismo suele comercializar el producto de demás agencia y operadores mayoristas; este tipo de agencia no llega a ofrecer sus productos a demás agencias.

Agencia Mayorista: Encargada de organizar, elaborar y proyectar servicios turísticos para otras agencias, y no ofrece tales servicios al turista de forma directa.

Operador de Turismo: encargado de proyectar, diseñar, elaborar, operar y organizar sus servicios en el territorio nacional, y que son ofertados por medio de agencias minoristas y mayoristas y que puede ofrecer al turista de forma directa (MINCETUR, 2004).

II.3.6. Turismo Sostenible

Consta del uso óptimo de recursos para satisfacer al turista, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles (MINCETUR, 2018).

II.4. Hipótesis

II.4.1. Hipótesis General

H.G. El desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba incrementará la afluencia del turismo interno por medio de la promoción de los recursos turísticos, el incremento de la demanda y la capacitación e inversión de la oferta local, 2022.

II.4.2. Hipótesis Específicas

- H.E.1. El diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba que coadyuva al incremento del turismo interno se basa en las características sociodemográficas de los turistas, los aspectos del viaje y las características de la ciudad de estudio, 2022.
- H.E.2 La promoción de la oferta turística dependerá de las características socioeconómicas de pobladores, las inversiones realizadas y las capacitaciones brindadas, ayudando a incrementar la demanda del turismo interno en la ciudad de Quillabamba, 2022.
- H.E.3 La percepción de los funcionarios municipales en Quillabamba sobre la gestión turística municipal está referida la eficacia de las estrategias implementadas, la asignación de recursos públicos y la promoción de la actividad turística, 2022.
- H.E.4 La gestión turística municipal se basa en la planificación turística y aplica estrategias de promoción para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba, 2022.
- H.E.5 Las propuestas para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, implica el incremento del flujo turístico, el incremento de la oferta, la mejora de la calidad de servicios y el incremento de la PEA en la ciudad de Quillabamba, 2022.

II.5. Operacionalización de variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Definición de las Dimensiones	Indicadores
ACTIVIDAD TURÍSTICA	Turismo natural	El turismo natural se refiere a viajes que tienen como objetivo principal disfrutar y explorar entornos naturales y paisajes, con un enfoque en la apreciación de la biodiversidad, belleza escénica y actividades al aire libre. (Martinez, 2017).	- Recursos turísticos - Categorización de recursos - Jerarquización de recursos - Planta turística
	Turismo cultural	El turismo cultural se refiere a viajes realizados con el propósito principal de experimentar y disfrutar de manifestaciones culturales, históricas y artísticas (Ibáñez & Rodríguez, 2017).	- Recursos turísticos - Categorización de recursos - Jerarquización de recursos - Planta turística
TURISMO INTERNO	Oferta turística	Conjunto de bienes, servicios e infraestructuras que un destino turístico proporciona para satisfacer las necesidades y expectativas de los visitantes (Sancho, 2008).	- Genero - Edad - Ocupación - Nivel de educación - Conocimiento de la actividad turística - Conocimiento sobre oferta turística - Inversión en servicios turísticos - Desarrollo de oferta complementaria - Incremento de restaurantes y hospedajes - Capacitaciones

	Demanda turística	Cantidad de personas interesadas en viajar y consumir servicios turísticos en un lugar específico durante un período determinado (Sancho, 2008).	- Edad del turista - Género del turista - Ocupación del turista - Estado civil del turista - Aspectos del viaje - Tipo de turismo - Modalidad de viaje - Características de la ciudad - Demanda de servicios en Quillabamba - Tiempo de permanencia - Percepción de servicios ofrecidos
GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL	Planificación turística	La planificación turística municipal se refiere al proceso mediante el cual un municipio desarrolla estrategias y acciones para gestionar el turismo en su área para optimizar el potencial turístico, contribuyendo al desarrollo de la comunidad haciendo uso de recursos públicos; además, se buscan formas de preservar y proteger los recursos naturales y culturales para garantizar la sostenibilidad (Secretaría de Turismo de la Nación, 2009).	- Asignación de recursos/Financiamiento - Ejecución presupuestal - Actividades y proyectos turísticos de inversión - Estrategias de promoción del turismo sostenible - Planes estratégicos
	Promoción turística	La promoción turística se puede describir como un conjunto coordinado de estrategias y herramientas diseñadas para estimular y fomentar el flujo de turistas (Dávila, Morocho, & Noblecilla, 2021).	- Estrategias de promoción turística - Participación de la comunidad local

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA CIUDAD DE QUILLABAMBA

1.1. Antecedentes

1.1.1. Etimología

La ciudad de estudio, Quillabamba, significa en el idioma quechua, Quilla: Luna, Bamba: Valle. Quillabamba significa el Valle de la Luna, también se denomina como la “Ciudad del Eterno Verano”, ya que se encuentra a 1047 m.s.n.m.

1.1.1.1. Referencia Histórica

A. Proceso Histórico de Ocupación de la Provincia de La Convención:

Durante la dominación española, escasamente a 8 años de la toma de la ciudad del Cusco, capital del Tahuantinsuyo, la corona española concedió titulaciones sobre tierras de la montaña o zonas las Yungas, iniciándose así la formación de las grandes haciendas.

La hacienda Huyro se concedió a la esposa del corregidor de la ciudad del Cusco, mediante cedula real, según el historiador Wille Graig; a partir de 1650 se concedió titulaciones de la parte baja de dicho valle.

Desde aquella fecha, las tierras del valle fueron donadas a los militares españoles, a las órdenes religiosas y a los nobles indios; a medida del establecimiento de las haciendas, los naturales de la zona, los Machiguengas, se retiran cada vez más al interior Amazónico, mientras que los colonizadores demandaban mano de obra, para hacer producir sus tierras.

Es así que a principios del Siglo XVII, obligaron al gobierno español a importar esclavos negros para trabajar en plantaciones de caña de azúcar.

La existencia de pobladores en la zona sierra, constituyó otra fuente de conseguir mano de obra oportuna, para resolver este acuciante problema de conseguir trabajadores rurales.

En 1821, el Perú logra su independencia del yugo español, después de esta fecha, se otorgó títulos de propiedad de las tierras de los Valles de la Convención, a militares, funcionarios públicos y sobre todo a personas particulares.

Es así, que en el año de 1880 toda la tierra del Valle de la Convención, se encontraba en manos de grandes hacendados, en cambio los campesinos no tenían una sola porción de tierra como propiedad.

La ley de montaña se promulgo en 1909, a partir de entonces, se establecieron nuevos latifundios en la zona del Alto Urubamba; la llegada de inmigrantes del Cusco, Apurímac, Puno, Arequipa y Ayacucho, que consideraban que la Ceja de Montaña era la tierra prometida y se establecieron en los interiores de los latifundios, recibiendo parcelas, a condición del trabajo de un determinado número de días al año en tierra de las haciendas.

En los primeros años del presente siglo, Don José Marco Robledo, inició la construcción del camino de herradura de Sihuairino, en busca del preciado caucho; el ingeniero Benjamín de la Torre, presento el proyecto del Ferrocarril Cusco-Quillabamba, aprobado en 1914; la obra se inició en 1920, en el tramo Cusco-Machupicchu. La carretera llego a la ciudad de Quillabamba el año de 1933, estimulando la aparición de pequeños poblados, a la vera de la carretera.

Hasta ese entonces, la única forma de transporte eran las acémilas, que tomaban de 6 a 7 días (casi 190 Km) para llegar al Cusco; en la década de 1930, el Valle es colonizado por la orden de los Jesuitas en Chaco, Huaynapata y Echarati.

El brote de la fiebre amarilla entre los años 1932 a 1940, azotó el Valle de la Convención; según el Doctor Ramón Vallenas, calcula que entre 1933 y 1935 murieron de malaria de 8000 a 10000 personas. Primero se combatió la fiebre con la Quinina, en 1940 con la penicilina. La

malaria fue controlada gracias al Programa de Salud de la ONU, en colaboración al Ministerio de Salud Pública del Perú.

La nueva colonización comenzó a partir de 1940, por parte de conocidas familias, formando nuevas grandes haciendas, entre las que se tiene:

Hacienda de la familia Aranzábal Elorrieta: Esta familia poseía una de las más grandes haciendas del Valle medio, de la Cuenca del río Urubamba; producían café, caña, coca que era comercializada en la ciudad del Cusco.

La relación de producción consistía en la contratación de peones llegados de las zonas alto andinas, ya que los nativos se negaban a trabajar en las haciendas.

La otra modalidad de prestación de servicios eran las parcelas arrendatarias, trabajando de 5 a 10 días en las parcelas y de 8 a 10 en las tierras del hacendado, por lo cual recibían un salario irrisorio.

Hacienda Sawayacu de la familia Gonzales Willis: Esta hacienda se formó en la misma época, pero de menor extensión, producía café, coca y cacao; durante el curso de la II Guerra Mundial, se inició el más importante desarrollo agro comercial del Valle de la Convención, con el boom del café, con exportaciones masivas de este preciado producto.

De 46 empresas comercializadoras de café que existían en el siglo pasado, en 1960 había más de 100 establecimientos de esta índole.

El impacto socio económico de la producción de café de los años 1958-1964, en los Valles de la Convención y Lares, y más aún en las Haciendas de Echarati, provocó una de las más radicales revueltas campesinas en la historia contemporánea del Perú y América Latina; en este periodo, el precio del café, se incrementó 13 veces, el cacao 5, la coca 2 y el aguardiente 180 %.

Los propietarios de las haciendas sembraron caña de azúcar en sus campos de cultivo, para la producción de aguardiente, mientras que los arrendatarios producían café, cultivos de pan llevar, estos lograron tener mayor capacidad y fuerza de persuasión, por lo que los hacendados intentaron desalojarlos, imponiendo condiciones duras en el momento de resolver sus contratos; todo esto condujo a litigios judiciales y graves problemas sociales, presagiando así la Reforma Agraria.

B. Reseña Histórica de la ciudad de estudio, Quillabamba:

Por los años 80 La Convención no contaba con centros poblados, para junio de 1821 a razón de escritura realizada en sesión y donaciones por parte de Martín Pío Concha ofrece una tercera de su hacienda llamándola Quillabamba, con el propósito que en dicho lugar se logre establecer algún centro poblado; otros de los motivos que ocasiona su donación fue el de favorecer a las familias indígenas y comerciantes honrados que en esta provincia productiva llamada La Convención no tenían un hogar propio y frecuentemente puestos en riesgo expulsar a quienes vivían allí; conociendo el trato del gobierno de 1868 con el presidente José Balta se da un proyecto que proponía ejecutar un tren que abarcaba el bajo Urubamba, para 1862 se da la autorización; en 1908 llega a Cusco el primer tren, que llegó en 1928 a Machupicchu y para 1951 a Santa Teresa. En el año 1967 el tren arriba a Chaullay y a sus 109 en 1977 arribo al centro poblado de Pavayoc hasta 1998. Otro fenómeno producido en la región fue la producción del caucho la cual diezmo a la población en 1880 a 1920 diezmo; al ser promulgada la Ley 1220 de tierras de montaña en 1909 se dio una concentración de propiedades incrementando de esta manera la inmigración a este lugar. El distrito se ubica en La Convención. Al principio a Santa Ana se le consideró como su capital por la **Ley 2890**, durante el mandato de José Pardo, posteriormente la capital convenciana fue Villa de Quillabamba por la “**Ley 12834** en el gobierno de Ugarte Che”, elevándose a ser llamada como Ciudad de Quillabamba, capital de Santa Ana y de La Convención.

1.1.1.2.Aspecto Físico

A. Ubicación geográfica

La ciudad de Quillabamba se encuentra geográficamente al nor-oeste del centro receptor Cusco, formando parte de la provincia de la Convención, a 220 km., por carretera afirmada de Cusco, vía Ollantaytambo, Tastayoq, Abra Málaga, Carrizales, Alfamayo, Amaybamba, Pistipata, Chonta, Rodeo, Huyro, Santa María, Quillabamba.

La ciudad de estudio está localizada al nor este del macizo de los andes orientales, entre el espacio que discurre el alto y medio del río Vilcanota, río Willcamayu, o río Urubamba.

B. Latitud y Longitud

La ciudad de estudio, Quillabamba, se encuentra entre los 12°53'30" latitud sur y a los 72°44'00" longitud oeste; esta latitud corresponde al Trópico de Capricornio América del Sur, en el hemisferio sur.

C. Altitud

La ciudad de estudio, Quillabamba se encuentra de 1047 a 800 m.s.n.m según el Compendio Estadístico Departamental Cusco 2013 del INEI, tiene una superficie de 359,40 Km² y pertenece a la región natural de la Selva.

D. Limites

- ✓ Por el **Norte** con el distrito de Echarate.
- ✓ Por el **Este** con el distrito de Echarate.
- ✓ Por **Sur** con el distrito de Vilcabamba.
- ✓ Por el **Oeste** con los distritos de Vilcabamba y Echarate

E. Fisiografía y Geología

La ciudad de estudio presenta dos tipos de paisajes, el tipo montañoso y el tipo colinoso.

El paisaje montañoso se caracteriza por presentar un territorio denominado Selva Alta, con una topografía accidentada hasta ondulada, con pendientes muy abruptas.

Por otro lado, el paisaje colinoso, corresponde a la llamada Selva Media; este paisaje está conformado por una topografía de lomadas y colinas bajas hacia la cuenca del río Vilcanota o Urubamba.

La ciudad de estudio se encuentra constituido se encuentra constituido por la formación geológica de rocas sedimentarias, cuyas edades varían desde la época del paleozoico hasta el cuaternario.

En cuanto a la formación morfológica, la ciudad de estudio, se encuentra sometido a fuertes esfuerzos tectónicos, los que han originado una serie de plegamientos, fallas anticlinales y sinclinales.

F. Formación Edáfica

De acuerdo al mapa Edáfico de los Suelos de la República del Perú, el espacio de la ciudad de estudio, corresponde a dos grandes tipos de suelo, siendo estos los resultados de las interacciones del clima.

Las unidades geológicas comprendidas entre el Paleozoico Superior y Cretácico Superior, originan la región edáfica denominada como Acrisolica.

Esta región se encuentra ubicada entre las altitudes de 500 a 2000 m.s.n.m. La región Acrisolica se caracteriza por presentar suelos rojos amarillentos de naturaleza, cuyas texturas medias son resultado del buen drenaje.

G. Hidrología

La provincia pertenece a las cuencas de Urubamba (80% de territorio), esta nace de las zonas altas de la región Cusco formando la cuenca del Amazonas.

El otro 20 % de territorio es parte de la cuenca del Apurimac; desde un enfoque estructural y geográfico, estas cuencas son considerados sectores de 02 cuencas grandes, la del Vilcanota-Urubamba y el Apurimac, ambas de la gran cuenca del Amazonas.

La cuenca del Vilcanota-Urubamba, nace del sector de la Raya de Canchis, hasta Yanatile (cuenca del Vilcanota), hasta el Pongo de Mainique llamado Alto Urubamba, para tomar el nombre de Bajo Urubamba hasta su confluencia con el Apurimac.

H. Clima y Temperatura

El clima, en la ciudad de estudio, guarda estrecha relación con los pisos ecológicos, anteriormente mencionados.

El clima corresponde a la selva alta y selva media; el clima es cálido húmedo y la temperatura oscila entre los 18°C a 28°C como promedio.

I. Precipitación Pluvial

Según la información técnica del SENAEMI, la precipitación pluvial, de la ciudad de estudio, se caracteriza por tener precipitaciones moderadas que oscilan entre los rangos mínimos de 900 mm y un máximo de 2000 mm al año.

En correspondencia a las características climáticas, se distinguen periodos estacionales debidamente marcados; existen épocas de seca, con clara reducción de lluvias y una disminución de temperatura por los meses de mayo a setiembre; por el contrario en periodos de lluvias las temperaturas aumentan por los meses de octubre - abril.

Las consecuencias de las fuertes precipitaciones pluviales, en el ámbito de estudios tienen incidencias en ciertos aspectos, como suelos frágiles en selva alta, sobre todo por erosión hídrica, conllevando a derrumbes, tráfico o complicaciones para vehículos, y que además de lixiviación se llegan a agotar los nutrientes agotando la fertilidad posterior a más de 02 campañas agrícolas.

J. Ecología

La ciudad de estudio, se encuentra en el piso ecológico del bosque seco tropical, cuenta con un ambiente que consta de laderas montañosas y suelos drenados; posee un bioclima e pluviestacional y ombroclimar; la vegetación consta de bosques con dosel 12-20 m semidecíduos.

K. Aspectos Sociales

Demografía:

Según las proyecciones de población realizadas por el censo del año 2017, la población de la ciudad de estudio, Quillabamba, posee 27.999 habitantes., la cual se ubica en el distrito de Santa Ana.

Tabla 2

Población de Quillabamba

LA CONVENCION	POBLACION AL 22 OCT 2017	TOTAL
2007		178 143
2017		147 148
2018		167 312

Nota: INEI (2022) Perú: Proyecciones de Población, Según Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020

Tabla 3

Natalidad de Quillabamba

Distrito			Indicadores de natalidad		
Santa Ana	-	Quillabamba	Nacimientos anuales	Tasa bruta de natalidad	Tasa global de fecundidad
			1 101	31,9	3,7

Fuente: INEI – Sistema de Información Regional para la Toma de Decisiones (2015)

Tabla 4*Mortalidad*

Indicadores de mortalidad	Santa Ana – Quillabamba
Muertes anuales	273
Tasa bruta de mortalidad	7.92
Tasa de mortalidad infantil	16.4
Esperanza de vida al nacer	76.04

Nota: INEI – Sistema de Información Regional para la Toma de Decisiones (2015)

Tabla 5*Población Económicamente Activa*

Actividad Económica principal	Total	Categoría de ocupación					
		Empleado	Obrero	Trabajador independiente	Empleador o patrono	Trabajador familiar no remunerado	Trabajador del hogar
Distrito de SANTA ANA	13830	3432	1366	6448	313	1061	317
Miembros p.ejec y leg.direct.	18	14			4		
Profes., científicos e intelectuales	1595	1379		189	17	10	
Técnicos del nivel medio	616	378		186	41	11	
Jefes y empleados de oficina	448	441		2		5	
Trab. De serv.pers.	2702	534	3	1791	79	295	
Agricultor	1899	1	8	1810	80		
Obreros, Oper. de minas	1021		217	711	50	43	
Obreros de construcción	1501	181	441	836	28	15	
Trabajo no calificado. Serv. Peón	2687	295	646	777	12	640	317
Otra	129	129					
Ocupación no específica	321	80	51	146	2	42	
Desocupado	893						

Nota: INEI – “Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda III de Comunidades Indígenas”.

Tabla 6*Educación*

Nivel de Educación	Casos
Sin Nivel	1 883
Inicial	612
Primaria	5 531
Secundaria	11 444
Básica especial	18
Superior no universitaria incompleta	758
Superior no universitaria completa	2 626
Superior universitaria incompleta	1 213
Superior universitaria completa	3 065
Maestría / Doctorado	116
Total	27 266

Nota: INEI - Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda III de Comunidades Indígenas.

Tabla 7*Salud*

Población afiliada a seguros de salud	Casos
Soló Seguro Integral de Salud (SIS)	10 001
Soló ESSALUD	5 518
Soló Seguro de fuerzas armadas o policiales	370
Soló Seguro privado de salud	218
Soló Otro seguro	85
Seguro Integral de Salud (SIS) y Seguro privado de salud	1
Seguro Integral de Salud (SIS) y Otro seguro	5
ESSALUD y Seguro de fuerzas armadas o policiales	10
ESSALUD y Seguro privado de salud	30
ESSALUD y Otro seguro	12
Seguro de fuerzas armadas o policiales y Seguro privado de salud	7
Seguro de fuerzas armadas o policiales y Otro seguro	19
No tiene ningún seguro	11 723
Total	27 999

Nota: INEI - Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda III de Comunidades Indígenas.

La ciudad de Quillabamba como unidad de salud, cuenta con un hospital del Ministerio, también se pueden encontrar otras instituciones, como la sanidad de las Fuerzas Armadas, Sanidad de las Fuerzas Policiales, en toda la provincia de La Convención se pueden encontrar dos centros de Salud y 62 puestos.

Tabla 8

Vivienda

Tipo de Vivienda	Casos
Casa Independiente	9 448
Departamento en edificio	151
Vivienda en quinta	130
Vivienda en casa de vecindad (Callejón, solar o corralón)	909
Choza o cabaña	5
Vivienda improvisada	9
Local no destinado para habitación humana	6
Hotel, hostel, hospedaje, casa pensión	26
Establecimiento de salud	3
Establecimiento penitenciario	2
Centro de atención residencial para adultos mayores	2
Centro de atención residencial para niñas/os y adolescentes	3
Conventos, monasterios o similares	3
Cuartel, campamento, base de FF.AA. o PNP.	3
Otro tipo de vivienda colectiva	2
En la calle (personas sin vivienda)	1
Garita, puerto, aeropuerto o similares	4
Total	10 707

Fuente:

Nota: INEI - Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda III de Comunidades Indígenas.

Red Vial

La ciudad de estudio Quillabamba está servida a dos accesos viales; la carretera de Cusco, Puerto Málaga, Quillabamba, la carretera de Cusco, Amparaes, Q'ellouno, Quillabamba y la Via de Comunicación Cusco - Machupicchu - Santa Teresa - Quillabamba: 172Km.

Electricidad

La energía eléctrica estaba servida por la Hidroeléctrica de Machupicchu, hasta la zona del río Aobamba; ahora la luz eléctrica viene de Arequipa, lo que va creando serios problemas a la población convenciana.

Agua

La ciudad de Quillabamba utiliza agua entubada, surtida por el río Ch'uyapi, en los distritos y caseríos la población consume agua de río, de pequeños manantiales que han sido canalizados y de acequias o quebradas.

Desagüe

La ciudad de Quillabamba cuenta en su totalidad con el servicio de las aguas servidas, realizándose trabajos de este tipo por parte de las entidades del estado para que dicho servicio llegue a los distritos más alejados.

1.2. Atractivos Turísticos

1.2.1. Atractivos naturales

A. Flora

El clima y diversidad de La Convención suele depender de su altura (m.s.n.m.) y de sus precipitaciones, todo ello tiende a determinar tanto su flora como los cultivos.

Hernán en su libro “Geografía e historia de la Convención”, indica que los bosques de La Convención poseen alrededor de 20.000 variedades de especies botánicas, y 66 especies de árboles maderables, 37 de plantas medicinales, 30 de frutales, 16 de cereales y menestras, 25 de hortalizas, 11 de plantas condimenticias y aromáticas, 46 de plantas ornamentales y melíferas, 7 industriales y 11 tuberosas.

B. Fauna

Existen en La Convención, 300 especies de aves, 60 especies de reptiles, 100 de anfibios, 280 de mariposas, 135 de arañas, 500 de hormigas y 600 de coleópteros; incluyendo un número grande de especies aún no identificadas.

Además, la región presenta varios ríos y quebradas sobre todo en la zona baja, donde se observa una diversidad de peces siendo identificados alrededor de 110 especies; donde 25 de ellas se incluyen en los alimentos de los pobladores del lugar.

1.2.2. Atractivos Culturales

1.2.2.1. Categorización

Es la clasificación específica de los recursos turísticos en diferentes tipos o categorías según sus características y atributos particulares; esta categorización ayuda a organizar los recursos de manera más detallada y a comprender mejor su diversidad y potencial, a su vez cada clasificación tiene su tipi y subtipo. Los recursos turísticos pueden categorizarse en diversas formas, como: sitios naturales; manifestaciones culturales; folclore; realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

1.2.2.2. Jerarquización

La jerarquización de inventario de recursos turísticos del MINCETUR en Perú se refiere al proceso mediante el cual el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) clasifica y organiza los recursos turísticos del país en diferentes niveles de importancia o relevancia; este proceso ayuda a identificar y valorar los recursos turísticos más destacados y a priorizar la inversión y el desarrollo en aquellos que tienen un mayor potencial para atraer visitantes y generar beneficios económicos para el país. La jerarquización se realiza mediante la evaluación de diversos criterios, como la importancia histórica, cultural, natural, y la infraestructura turística disponible;

a través de este proceso, se pueden identificar destinos turísticos clave que requieren atención especial en términos de conservación, promoción y desarrollo de infraestructuras para mejorar la experiencia de los visitantes (MINCETUR, 2018).

Dentro de los atractivos que tiene de distrito de Santa Ana y que se encuentran registrados en SIGMINCETUR (2023), la cual es una plataforma donde está registrado el inventario de recursos turísticos, se tienen:

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
PLAZA DE ARMAS DE QUILLABAMBA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
2. Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Plazas	Por Jerarquizar
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana		Libre	1040 a m.s.n.m.
Provincia: La Convención			
Región : Cusco			
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Cusco-Quillabamba-Terminal/ terrestre/ Terrestre Bus turístico/ 269 km/6 horas - Terminal terrestre Quillabamba-Plaza de Armas/ Terrestre A pie/ 0.1 km / 10 min.		Todo el año / todo el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado , por mantenimiento y limpieza.	
DESCRIPCIÓN			
La plaza de armas de Quillabamba, de forma cuadrangular, cuenta con cuatro pasajes que conducen a su parte central, donde se erige el monumento al benefactor Martín Pío Concha, quien donó sus tierras para la fundación de la ciudad. Este monumento descansa sobre la base de una pileta, adornada con un relieve de cóndores. Los espacios verdes de la plaza están decorados con una variedad de árboles frondosos como mangos, palmeras y el majestuoso árbol de caucho, junto con otras especies nativas que brindan sombra. Los alrededores están adornados con flores coloridas. Esta plaza es el escenario de desfiles cívicos, folclóricos y eventos musicales.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
PLANTA INDUSTRIAL DE LA CENTRAL DE COOPERATIVAS AGRARIAS CAFETALERAS “COCLA” LTDA N° 281			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
4. Realizaciones Técnicas, Científicas Y Artísticas Contemporáneas	Explotaciones Industriales	Otros	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Semi-restringido(previo permiso) Coordinar con la administración de Cocla. Av. Edgar de la Torre Nro. 1353 - Quillabamba	ALTITUD 1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza Mayor de Quillabamba - Cocla Terrestre A pie 1.5km/10 minutos		Todo el año / 8:00am-5:00pm	
- Plaza Mayor de Quillabamba - Cocla Terrestre Automóvil particular 1.5 km./ 07 min.		ESTADO ACTUAL	
		Bueno, el mantenimiento está a cargo de la cooperativa.	
DESCRIPCIÓN			
COCLA es una cooperativa peruana de segundo grado compuesta por 22 cooperativas primarias y 7,500 productores de café. Desde hace 38 años se dedica a la industrialización de café (orgánico, exportación, gourmet y tradición), té (variedades selectas), miel (pura y natural), productos de soya y habas, cacao (chocolate para taza) y alimentos balanceados para animales. Con sede en Quillabamba, cuenta con instalaciones industriales, almacenes y laboratorios para procesar y envasar sus productos, siguiendo normas ecológicas y de calidad. Además, promueve actividades culturales y prácticas agroecológicas, abarcando la Provincia de La Convención y los Distritos de Lares, Yanatile, Huayopata, Santa Teresa y Echarati. Para visitas guiadas, se puede contactar a través de su sitio web.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
ESCUELA SAN FRANCISCO JAVIER LA GRANJA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
2. Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Fortalezas	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza de Armas - Escuela San Francisco / Terrestre A pie/ 1Km./15minutos		Todo el año / De 07:30 am a 17:00 pm	
		ESTADO ACTUAL	
		Regular, se encuentra en restauración el local de la institución, así como la capilla que forma parte del mismo.	
DESCRIPCIÓN			
El Convento Granja de Misiones, construido entre 1930 y 1935 por sacerdotes dominicos, inicialmente sirvió como convento y luego como centro de formación laboral en zapatería y agricultura, con un enfoque evangelizador para los pobladores locales. Su estructura de concreto presenta un estilo arquitectónico contemporáneo, destacando la escultura de Santo Domingo de Guzmán en el frontis del segundo nivel y una cruz tallada en piedra en el techo del tercer nivel. En la parte posterior, una cúpula alberga la imagen de Francisco Javier. En la década de 1940, se convirtió en una escuela, adoptando el nombre de Francisco Javier en honor a la orden dominica.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MIRADOR DE TORRECHAYOC			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	ñ. Zonas paisajísticas	Miradores naturales	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1050 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Quillabamba - Mirador de Torrechayoc/ Terrestre/ Taxi/ 1Km./8minutos		Todo el año / Durante el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación, por mantenimiento.	
DESCRIPCIÓN			
El mirador está situado en el cono norte de Quillabamba, proporcionando una vista panorámica del área donde se encuentran los ríos Vilcanota y Chuyapi, así como de las montañas circundantes que rodean el valle. Los algarrobos antiguos y la densa vegetación en el entorno natural del área son el hogar de una diversidad de flora y fauna..			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CENTRO DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EX HACIENDA POTRERO			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
4. Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Explotaciones Industriales	Otros	Por Jerarquizar
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		Semirrestringido (previo permiso) Previo permiso del administrador	1050 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza de Mayor de Quillabamba-Hacienda Potrero. Terrestre/ Automóvil particular/ 5 Km/12 min.		Todo el año / 8:00 am. - 5:00 pm.	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno, la administración está a cargo de la municipalidad provincial de La Convención.	
DESCRIPCIÓN			
Ubicada en la zona rural del Distrito de Santa Ana, cerca de Quillabamba, el complejo agroindustrial "Hacienda Potrero" ha sido un pilar en la región desde 1936. Originalmente propiedad de la familia Gonzales-Willis, hoy en día es administrada por la municipalidad provincial de La Convención. Con 79.85 hectáreas cultivadas con café de alta calidad y caña de azúcar, la hacienda ha sido un importante empleador en la región, atrayendo trabajadores de diferentes partes del Perú, especialmente de la sierra cusqueña. Incluso durante la época de la reforma agraria, la hacienda se mantuvo activa y no fue abandonada. Actualmente, el "Centro de Transferencia Tecnológica Ex Hacienda Potrero" se dedica a la investigación agrícola y ganadera, destacando por su trabajo en cultivos agrícolas e industriales, y por su centro de investigación de germoplasma. Además de la producción de café y caña de azúcar, la hacienda ahora cultiva frutales como naranjas, limas, papayas y otros productos locales. La hacienda conserva su encanto rural y ofrece alojamiento para turistas en su casa principal, con capacidad para 30 personas. Utilizando la fuerza del agua y el compostaje para la producción sostenible, Hacienda Potrero se ha convertido en un ejemplo de producción agrícola sin depender de combustibles fósiles.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
BALNEARIO Balsa Grande			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	h. Corrientes de agua	Rios	I
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1040 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Quillabamba - Balneario / Terrestre / Taxi/ 3Km./16minutos		Esporádicamente (mayo a noviembre) 24 h	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación. cuenta con el mantenimiento y conservación por parte de la Municipalidad Provincial de La Convención	
DESCRIPCIÓN			
Este gran balneario ofrece amplios espacios naturales y playas de arena donde los visitantes pueden disfrutar de refrescantes chapuzones en las aguas del río Vilcanota y participar en actividades recreativas en las blancas arenas. Además de relajarse junto al río, los visitantes pueden explorar los bosques cercanos, que albergan una variedad de plantas como la nigua, así como árboles y arbustos. Los manantiales de agua fresca y los cardúmenes de sardinas de río son otros atractivos naturales que se pueden observar en la zona. La suave brisa que sopla a lo largo del río invita a acampar y disfrutar de la naturaleza. Además, se pueden realizar caminatas por los alrededores para apreciar la rica diversidad de flora y fauna autóctona. 			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CAÑON DE MESAPELADA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	e. Cañones	Cañones	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Quillabamba – Cañon/ Terrestre/ Taxi/ 12.32Km./1hora.		Esporádicamente (abril a noviembre) durante el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación. Ambiente natural con mínima presión antrópica.	
DESCRIPCIÓN			
A dos horas de viaje desde la ciudad de Quillabamba se encuentra la localidad de Torontoy, por donde fluye el río del mismo nombre que desemboca en el Vilcanota poco antes de Echarati. Desde las localidades de Torontoipata o Limompampa, se inicia una caminata para ascender hasta una maravilla natural: el Cañón de Mesapelada. Este cañón, con una profundidad de 200 metros, es casi un túnel perfecto de grandes dimensiones formado naturalmente en la roca por la acción del agua y el clima. Considerado un santuario natural en la Selva Virgen, este lugar no ha sido alterado por la actividad humana. Su densa vegetación alberga una variedad de orquídeas, plantas medicinales, insectos, aves y animales salvajes. En la parte superior del cañón se encuentran estratégicamente ubicadas tres lagunas: Runtucocha, Yanacocha y Yuraqcocha, junto con varias cascadas que complementan este impresionante paisaje.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SECTOR DE TUNQUIMAYO			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	ñ. Zonas paisajísticas	Bosques	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 2800 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza Mayor de Quillabamba - Sector de Tunquimayo Terrestre/ Combi/ 16 Km. / 30 min.		Esporádicamente (Marzo a diciembre) 06:00 am - 6:00 pm	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno, el mantenimiento y limpieza está a cargo de los pobladores del sector y del gobierno local.	
DESCRIPCIÓN			
El sector de las montañas que forma parte de la cuenca del río Chuyapi, situado al oeste de la ciudad de Quillabamba, constituye un ecosistema crucial conocido como las cabeceras de montaña. En este entorno, que abarca altitudes desde los 1900 hasta los 2800 metros sobre el nivel del mar, se encuentran bosques de neblina que generan una gran cantidad de fuentes naturales de agua y, debido a la pronunciada pendiente, se forman impresionantes cascadas y riachuelos, como el Quellomayo y el Tunquimayo, importantes afluentes del río Chuyapi que finalmente desemboca en el Vilcanota.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
COLPA DE LOROS DE TIOBAMBA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	Otros	Otros	Por Jerarquizar
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana		Libre	980 m.s.n.m.
Provincia: La Convención			
Región : Cusco			
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Quillabamba (Plaza de Armas)-Tiobamba./ Terrestre/ 2.5 Km/20 min.		Esporádicamente (Abril a diciembre) Primeras horas del día, y primeras horas de la noche.	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno, la conservación está a cargo de los pobladores del sector.	
DESCRIPCIÓN			
La Collpa de loros frentirrojas, ubicada en la Región Sur Oriental del territorio peruano, al norte de la ciudad del Cusco y a una altitud de 980 metros sobre el nivel del mar, cerca de Quillabamba, es una formación natural de arcilla de 60 metros de altura y 150 metros de ancho en la margen izquierda del río Vilcanota, en el sector de T'ioyamba playa. Este lugar sirve como hábitat y sitio de nidificación para las bandadas de loros frentirrojas, que se observan desde las primeras horas del día anidando en los cientos de agujeros en las paredes. Además de los loros, se pueden avistar tucanes, murciélagos frugívoros, búhos y una variedad de insectos del orden Hymenoptera. El ecosistema circundante es un bosque seco con especies xerófitas que resisten las altas temperaturas, mientras que en las cercanías del río se pueden observar diversas aves como garzas, cormoranes y gallinazos, así como aguiluchos que acechan en busca de presas.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MONTAÑA DE GARAVITO			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	ñ. Zonas paisajísticas	Camino Pintoresco	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1080 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza Mayor Quillabamba - final de la carretera de Terrestre/ Mini bus turístico/ 14 Km. / 21min - Punta carretera- sendero peatonal/ Montaña Garabito Terrestre / A pie/ 3.5 km. / 1:00 hr.		Esporádicamente (Abril a diciembre) Todo el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación, por protección de los pobladores de la comunidad campesina de Garavito.	
DESCRIPCIÓN			
Garavito, una localidad situada en un ecosistema de cabecera de montaña, ofrece un clima fresco durante todo el año y está adornada con densos bosques de nubes que dan lugar a numerosas cataratas. Estos bosques albergan una diversidad de flora y fauna notable para el turismo, destacándose aves como el gallito de las rocas, quetzales, trogones, picaflores, loros frentirrojas, pavas de monte, entre otras especies coloridas. La flora incluye árboles como nogales, cedros, zarzas, inciensos, así como helechos, musgos y líquenes. El hábitat también es hogar del oso de anteojos, mamífero emblemático de la región. Los pobladores, dedicados principalmente a la agricultura del café, junto con la ganadería y la apicultura, ofrecen un escenario propicio para el ecoturismo, turismo rural y de aventura, enriqueciendo la experiencia turística con sus prácticas tradicionales y la riqueza de su entorno natural.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MIRADOR SAN JUAN MOCCO			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	ñ. Zonas paisajísticas	Miradores naturales	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1186 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza Mayor Quillabamba - morro San Juan/ Terrestre/ Automóvil particular / 1.5 Km / 10 min.		Todo el año. Durante el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno, el mantenimiento y limpieza por parte de la municipalidad provincial.	
DESCRIPCIÓN			
El mirador de San Juan, a 1186 m.s.n.m., ofrece una vista panorámica impresionante de la Ciudad de Quillabamba y sus alrededores. Desde este punto elevado, los visitantes pueden contemplar las majestuosas montañas circundantes, como el cerro Santo Domingo y Urusayhua, así como una parte del nevado de Salkantay y la cuenca del río Vilcanota. El fresco ambiente del lugar, influenciado por las corrientes de aire, complementa la experiencia. Rodeado por un bosque seco tropical, el mirador alberga una variedad de especies vegetales como el Huaranhuay y la espejilla, mientras que la presencia de aves como la urraca inca y el ticsoy añaden un toque de vida al entorno. Integrado en los recorridos turísticos locales, el mirador de San Juan ofrece una parada pintoresca para aquellos que exploran la región de Quillabamba y sus atractivos naturales cercanos, como el cañón de Torontoy y la catarata de Yanay en Mandor.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
NOCHE DEL CAFÉ CACAO Y CHOCOLATE CONVENCIANO			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
5. Acontecimientos programados	Eventos	Ferias (No artesanales)	No aplica
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		Libre	1080 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza Mayor Quillabamba		Se realiza cada ultimo de viernes de cada mes	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno	
DESCRIPCIÓN			
La noche del café, celebrada cada último viernes de mes desde 2011 en la plaza de armas de Quillabamba, ha evolucionado desde su enfoque inicial en los productores de café para incluir también a los de cacao, té, coca y sus derivados. Este evento mensual no solo destaca la variedad de productos de la selva tropical, sino que también ofrece una experiencia cultural con danzas típicas y concursos que premian la calidad y presentación de los productos. La plaza de armas se convierte en el epicentro de esta celebración, con decenas de stands y áreas de descanso donde los visitantes pueden disfrutar de un ambiente familiar y amigable. Recientemente, la municipalidad provincial ha regulado esta actividad para garantizar su organización eficiente, asignando responsabilidades específicas a diversas entidades gubernamentales.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SEMANA TURISTICA - QUILLABAMBA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
5. Acontecimientos programados	Otros	Otros	No aplica
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1080 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza Mayor Quillabamba		Todo el año	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno	
DESCRIPCIÓN			
La Semana Turística de Quillabamba, organizada por la Cámara de Comercio de La Convención y la Municipalidad Provincial, se celebra anualmente en noviembre con el propósito de destacar los recursos y atractivos turísticos de la ciudad. El evento incluye actividades como degustación de platos típicos, exhibición de artesanías, concursos deportivos como ciclismo de montaña y motocross, así como exposiciones fotográficas y la coronación de Miss Turismo. Además, se ofrecen oportunidades para que periodistas, visitantes y entidades turísticas regionales y nacionales participen en recorridos de prensa, viajes de familiarización y visitas a los lugares turísticos promocionados a precios accesibles.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
FERIA DE LA MANCOMUNIDAD CONVENCIANA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
5. Acontecimientos programados	Eventos	Ferias (no Artesanales)	No aplica
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	ALTITUD 1080 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Cada año en el campo ferial de Sambaray		Una vez al año	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno	
DESCRIPCIÓN			
La Feria Agropecuaria de Sambaray, celebrada anualmente del 22 al 27 de julio como parte de las festividades por el aniversario de la provincia de La Convención, destaca como uno de los eventos más importantes del año. Reuniendo a todos los distritos, ofrece una amplia gama de actividades que van desde la presentación de ganadería, agricultura y emprendimientos agropecuarios hasta la exhibición de maquetas y proyectos públicos. La feria también es un escaparate para la promoción de productos orgánicos del valle, con servicios de alimentación que incluyen comidas tradicionales y bebidas locales como el masato. La venta de frutas y hortalizas regionales añade un toque de diversidad gastronómica, mientras que las muestras culturales y los espectáculos musicales nocturnos completan la experiencia, fomentando la interacción comercial y el disfrute de los visitantes.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MONTAÑA DE MADRE SELVA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	e. Cañones	Cañones	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
		Libre	1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Quillabamba/ Terrestre/ Bus público/ 14km/32minutos		Esporádicamente (Mayo a noviembre) durante el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación. Debido a la baja presión antrópica, conserva su medio natural.	
DESCRIPCIÓN			
La montaña de Madre Selva, situada al noreste de la Ciudad del Cusco, es hogar de pequeñas lagunas que alimentan riachuelos, los cuales, a lo largo de su trayecto, crean cascadas y formaciones rocosas esculpidas por el agua; estas formaciones, conocidas como tinajas, son abundantes en esta montaña y se pueden encontrar en varios lugares; la exuberante vegetación también ha propiciado la creación de diversos ecosistemas, cada uno habitado por una variedad única de especies.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
FUNDO EL BOSQUE			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
4. Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas	Explotaciones Agropecuarias y Pesqueras	Agricultura	Por Jerarquizar
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia: La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Semi – restringido (previo permiso) SOLICITAR PERMISO A LIBORIO BECERRA	ALTITUD 1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Punta de Carretera - Fundo Terrestre / A pie / 7.8 Km/ 1. 40 min - Plaza de Armas - Punta de Carretera / Terrestre Bus turístico / 14 kms / 32 min.		Todo el Año – en el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado , por mantenimiento de los Propietarios	
DESCRIPCIÓN			
El Fundo El Bosque, situado en las montañas, disfruta de un clima frío que permite el cultivo de una variedad de hortalizas como habas, papas, ocas, ajos, cebollas, maíz, granadillas y otros productos propios de altitudes andinas. Rodeado de exuberante vegetación natural, incluyendo árboles imponentes y helechos gigantes, así como cerros rocosos cubiertos de vegetación que alimentan una abundante cantidad de agua, el lugar irradia serenidad y tranquilidad.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
CAÑON DE PACCHAC			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
1. Sitios Naturales	e. Cañones	Cañones	I
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana		Libre	1550 a m.s.n.m.
Provincia: La Convención			
Región : Cusco			
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Plaza de Armas- Comunidad de Paccha / Terrestre/ Bus turístico/ 9 kms / 18 min - Comunidad de Paccha – Cañon/Terrestre/ Bus turístico/ 2 kms / 20 minutos.		Todo el Año – en el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación , por mantenimiento	
DESCRIPCIÓN			
Ubicado en la carretera Quillabamba – Echarate, a una altitud de 1550 metros sobre el nivel del mar en el piso ecológico Yunga fluvial, este cañón es una maravilla formada por la erosión hídrica, con una pendiente pronunciada y una longitud de aproximadamente un kilómetro. Con una anchura variable entre 5 y 6 metros y una profundidad que alcanza entre 10 y 30 metros, este lugar húmedo está poblado por una diversidad de helechos, musgos y líquenes. Gracias a su ubicación, es un refugio y sitio de nidificación para diversas especies animales como golondrinas, loros frentirrojos y gallitos de las rocas. Un riachuelo de agua fresca y cristalina fluye a través del cañón, mientras que en una de sus paredes se encuentran petroglifos cuyo significado sigue siendo un enigma. A la salida del cañón, se presentan pequeñas cascadas que agregan belleza a este asombroso paisaje natural.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
FIESTA DE ANIVERSARIO DE LA PROVINCIA DE LA CONVENCION			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
5. Acontecimientos Programados	Fiestas	Otros	No Aplica
UBICACION		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana Provincia: La Convencion Region : Cusco		Libre	1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Ciudad de Quillabamba ubicada a 236 Km de la ciudad del Cusco via carretera asfaltada y afirmada		días principales de la Fiesta es del 25 al 29 de julio, pero durante todo el mes de julio tienen diversas actividades por el Aniversario	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado	
DESCRIPCION			
La Provincia de La Convención, creada el 25 de julio de 1857, ha sido históricamente un territorio de gran importancia desde tiempos antiguos. Habitado originalmente por diversas tribus amazónicas, fue objeto de conquista por parte de los incas y posteriormente de los españoles en busca de riquezas naturales como tierras fértiles y un clima favorable. Esto llevó a la creación de numerosas haciendas para la producción de azúcar, café, cacao y hoja de coca. Hoy en día, esta provincia, una de las más ricas de la región de Cusco, celebra su aniversario con entusiasmo y una variedad de eventos que duran casi todo el mes de julio. El programa de festejos incluye actividades culturales, deportivas, desfiles y eventos folclóricos. La Fiesta de Aniversario de La Convención atrae a visitantes de todo el país con celebraciones que van desde serenatas y quema de castillos hasta desfiles cívicos, concursos de belleza, peleas de gallos, competencias deportivas y concursos gastronómicos. La celebración coincide además con la Feria de la Cocola, una feria agropecuaria que exhibe y vende productos característicos de la región amazónica, seguida de un festival musical con artistas nacionales e internacionales. Esta fiesta, que conmemora la fundación política de la provincia, reúne a diversos distritos y se ha convertido en un evento muy concurrido, especialmente por jóvenes que buscan diversión en un ambiente de calidez y hospitalidad.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
SEÑOR DE TORRECHAYOC			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
Acontecimientos Programados	Fiestas	Fiestas religiosas-patronales	No aplica
UBICACIÓN Población: Distrito : Quillabamba Provincia: La Convención Región : Cusco		DISTANCIA Quillabamba	FICHA N°: 01 ALTITUD 1080 a m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
A Pie/ 4 horas de la ciudad del Cusco.		2 de Mayo	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno	
DESCRIPCIÓN			
Cada año, la fiesta religiosa en honor al Señor de Torrechayoc congrega a más devotos en la Ciudad de Santa Ana (Quillabamba), reflejando un crecimiento notable en la participación de danzas. Las celebraciones, que comienzan aproximadamente en la segunda semana de mayo, culminan en un espectacular desfile procesional que recorre más de 30 cuadras, acompañado por una gran variedad de bailarines. El desfile, encabezado por diversas asociaciones de danzas y seguido por autoridades civiles, militares y feligreses, es un testimonio vibrante de devoción y tradición. Durante la procesión, oradores de instituciones públicas y privadas hacen reverencia en cada estación, mientras los fieles aguardan con emoción la llegada al Templo, donde se realizan peticiones y agradecimientos, seguidos de un espectáculo de fuegos artificiales por la noche. Al día siguiente, se llevan a cabo misas de acción de gracias, seguidas del tradicional arranque de gallos y el campeonato de pelea de gallos a navaja, donde el ganador recibe el preciado escapulario del Señor de Torrechayoc. La festividad concluye con la emocionante corrida de toros, marcando el cierre de este evento de gran importancia para la comunidad.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
BALNEARIO DE SAMBARAY			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Otros	Otros	II
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia : La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO	FICHA N°: 2
		A 20 minutos a pie de la Plaza de Armas 6 min en mototaxi	ALTITUD Se encuentra a 1010 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
Terrestre - Bus turístico - A pie		Todo el año. Durante el día	
		ESTADO ACTUAL	
		Bueno, hay un mantenimiento permanente en las instalaciones.	
DESCRIPCION			
El Balneario de Sambaray, situado en Quillabamba, se destaca por su ubicación pintoresca junto al río Urubamba, ofreciendo una variedad de actividades acuáticas como el rafting durante la temporada de lluvias. Rodeado de exuberante vegetación y frutas tropicales, es un destino popular para paseos campestres y actividades recreativas. Sus instalaciones incluyen piscinas para todas las edades, campos deportivos, áreas de acampada y un invernadero con una amplia variedad de flores. Además, ofrece servicios gastronómicos y sanitarios completos. La zona también ofrece oportunidades para explorar campos de cultivo y avistamientos de vida silvestre, convirtiéndolo en un atractivo tanto para lugareños como para visitantes en busca de experiencias auténticas.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
PUEBLO DE QUILLABAMBA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
2. Manifestaciones Culturales	Pueblos	Tradiciones	I
UBICACIÓN Distrito : Santa Ana Provincia : La Convención Región : Cusco		TIPO DE INGRESO Libre	FICHA N°: 03 ALTITUD Se encuentra a 1080 m.s.n.m.
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Carretera asfaltada		Todo el año	
		ESTADO ACTUAL	
		Buen estado de conservación	
DESCRIPCIÓN			
La ciudad capital de la Provincia de La Convención, ubicada a 1080 metros sobre el nivel del mar, alberga a 110,323 habitantes y disfruta de una temperatura promedio de 28 grados centígrados. Reconocida como un importante centro comercial en los valles de Lares y La Convención, se destaca por su producción agrícola de coca, café, cacao y frutas. Fundada el 25 de julio de 1857, su clima de valle permite una amplia gama de actividades deportivas y turismo de naturaleza y aventura, siendo la puerta de entrada a la reserva del Megantoni. Con calles anchas y rectas, su plaza de Armas es emblemática por su jardinería exuberante. Destaca como productora y exportadora de café, cacao y frutas de alta calidad, además de albergar importantes recursos como el gas de Camisea. Con proyecciones de convertirse en un polo turístico, se planifica la construcción de un resort y un parque temático ecológico, aprovechando su clima propicio para el turismo recreativo.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
FERIA DE COCLA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
5. Acontecimientos Programados	Eventos	Ferias	No aplica
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	FICHA N°: 04
Distrito : Santa Ana		Libre	ALTITUD
Provincia : La Convención			Se encuentra a 1080 m.s.n.m.
Región : Cusco			
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Carretera Afirmada Calle Edgar de la Torre N° 1353, esta feria forma parte de los calendarios turisticos.		A fines del mes de julio cerca de Fiestas Patrias	
		ESTADO ACTUAL	
		Conservado, se realiza cada año	
CARACTERÍSTICAS DE INTERES			
COCLA, una cooperativa de segundo grado fundada hace 38 años por productores cafetaleros, organiza anualmente la Feria COCLA desde julio de 1983. Este evento reúne a cooperativas socias, empresas privadas, entidades bancarias, productores pecuarios, artesanos y elaboradores de viandas típicas, entre otros, con el propósito de promover y fomentar sus productos, atractivos turísticos y servicios. Celebrada cerca de Fiestas Patrias durante tres días en el campo ferial de COCLA, la feria ofrece espectáculos artísticos locales y nacionales, culminando con un remate de productos y la entrega de premios como "El Café de Oro" y "El Cacao de Oro", reconociendo a los mejores productores y destacando la calidad del café orgánico.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
MUSEO AMAZÓNICO ANDINO DE QUILLABAMBA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
2. Manifestaciones Culturales	Museos y otros	Museos	I
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	FICHA N°: 05
Distrito : Santa Ana		Libre	ALTITUD Se encuentra a 1050 m.s.n.m.
Provincia : La Convención			
Región : Cusco			
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- 10 minutos de la Plaza central de Quillabamba, caminando - 100 metros.		Todo el año (09:00 am 17:00 pm)	
		ESTADO ACTUAL	
		Se encuentra en buen estado de conservación, ya que la municipalidad distrital de Santa Ana se encarga de su mantenimiento.	
DESCRIPCION			
El Museo de Quillabamba es un espacio temático dedicado a las culturas presentes y pasadas de la provincia de La Convención. Consta de tres salas: la primera exhibe flora y fauna nativa, la segunda muestra artefactos líticos, cerámicos y metálicos de la época prehispánica, mientras que la tercera, denominada Sala de Cultura Viva, ofrece recreaciones y exposiciones sobre la vida y costumbres de las comunidades nativas, destacando la resistencia inca frente a la colonización española en el distrito de Vilcabamba. A través de una museografía cuidadosa, el museo presenta la ocupación del territorio convenciano a lo largo del tiempo, desde petroglifos pre-incaicos hasta artefactos contemporáneos de las sociedades amazónicas. La utilización de colores, texturas y recursos audiovisuales de alta calidad enfatiza la biodiversidad y la interconexión de los ecosistemas amazónicos y andinos, así como los eventos históricos y sociales de la región. Con una redacción plurilingüe y una ambientación musical e iluminativa especializada, el museo ofrece una experiencia inmersiva y educativa para los visitantes.			
			

NOMBRE DEL ATRACTIVO			
TEMPLO DE QUILLABAMBA			
CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA
2.Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbano	Iglesias	I
UBICACIÓN		TIPO DE INGRESO	ALTITUD
Distrito : Santa Ana		Libre: Horas de Culto y Misa	Se encuentra a 1080 m.s.n.m.
Provincia : La Convención			
Región : Cusco			
ACCESOS		EPOCA DE VISITA	
- Ubicada en la plaza de armas de Quillabamba, a 236 km de la ciudad del Cusco.		Todo el año (De 07:00 a 12:00 y de 17:00 a 20:00 pm)	
		ESTADO ACTUAL	
		Se encuentra en regular estado de conservación por la falta de mantenimiento en los relojes	
CARACTERÍSTICAS DE INTERES			
La iglesia, una de las primeras construidas en la formación de Quillabamba, destaca por su imponente fachada, caracterizada por un solo bloque que presenta cornisas y columnas en alto relieve. En el primer nivel, la entrada principal se divide en dos secciones, con accesos a izquierda y derecha. En el segundo nivel, separado por una cornisa, se encuentra la imagen de la Virgen de la Inmaculada Concepción, rodeada por escudos de los padres dominicos y coronada por una cruz en alto relieve. Una torre de campanario, con numerosas campanas y tres relojes en sus paredes, acompaña a la iglesia, mientras que su cupulina, adornada con pináculos y una cruz central, completa la majestuosidad de su diseño arquitectónico.			
			

Tabla 9*Jerarquización de los Atractivos*

NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA
1. Plaza de Armas de Quillabamba	Por Jerarquizar
2. Planta Industrial De La Central De Cooperativas Agrarias Cafetaleras “Cocla” Ltda N° 281	Por Jerarquizar
3. Escuela San Francisco Javier La Granja	Por Jerarquizar
4. Mirador de Torrechayoc	Por Jerarquizar
5. Centro de Transferencia Tecnológica Ex Hacienda Potrero	Por Jerarquizar
6. Balneario Balsa Grande	I
7. Cañon de Mesapelada	Por Jerarquizar
8. Sector de Tunquimayo	Por Jerarquizar
9. Colpa de Loros De Tiobamba	Por Jerarquizar
10. Montaña de Garavito	Por Jerarquizar
11. Mirador San Juan Mocco	Por Jerarquizar
12. Noche del Café Cacao y Chocolate Convenciano	No aplica
13. Semana Turistica – Quillabamba	No aplica
14. Feria de La Mancomunidad Convenciana	No aplica
15. Montaña de Madre Selva	Por Jerarquizar
16. Fundo El Bosque	Por Jerarquizar
17. Cañon de Pacchac	I
18. Fiesta de Aniversario de La Provincia de La Convención	No Aplica
19. Señor de Torrechayoc	No aplica
20. Balneario de Sambaray	II
21. Pueblo de Quillabamba	I
22. Feria de Cocla	No aplica
23. Museo Amazónico Andino de Quillabamba	I
24. Templo de Quillabamba	I

Según el SIGMINCETUR, se han registrado 24 recursos turísticos. De estos, solo seis han sido jerarquizados, quedando los demás pendientes de clasificación. De los seis recursos jerarquizados, la mayoría pertenece a la categoría I, y solo uno, el “Balneario de Smabaray”, se encuentra en la jerarquía II.

Acorde al MINCETUR (2018) los recursos de JERAQUÍA I son: “Los recursos turísticos que no tienen méritos suficientes para ser considerados en los niveles de jerarquía más altos, pero que aún forman parte del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, se consideran recursos complementarios. Estos recursos pueden complementar y enriquecer la experiencia de otros recursos de mayor jerarquía” (p.39)

Por otras parte, los recursos de JERARQUÍA II son: “Recursos turísticos que poseen algunos rasgos llamativos capaces de atraer a visitantes que ya se encuentran en la zona por otras razones turísticas, o que pueden generar flujos turísticos a nivel regional o local. Estos recursos tienen cualidades y características únicas dentro de una región o localidad, lo que los hace especialmente interesantes para los turistas” (p. 39)

La baja jerarquización conlleva a una menor prioridad en términos de promoción, inversión y desarrollo turístico. Esto puede resultar en una menor afluencia de visitantes, menos ingresos y un impacto limitado en la economía local. Además, la falta de jerarquización impide la implementación de estrategias específicas para mejorar la infraestructura y los servicios turísticos, lo que podría contribuir a potenciar el atractivo y la competitividad de estos recursos.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Tipo de Investigación

El estudio es de tipo **aplicado** porque se enfocó en abordar un problema específico y relevante en la ciudad de Quillabamba: la necesidad de aumentar la afluencia de turistas internos; en lugar de ser puramente teórica o conceptual, esta tesis buscó brindar soluciones prácticas y concretas para mejorar la actividad turística en esa región y, por ende, promover el turismo interno; la aplicabilidad de esta tesis radica en su enfoque en estrategias y acciones concretas para fomentar el turismo en Quillabamba; los resultados y conclusiones que se deriven de esta investigación tienen el potencial de tener un impacto directo en la comunidad local, en la economía, y en la calidad de vida de los habitantes; además, al centrarse en el turismo interno, la tesis busca aprovechar los recursos y atractivos locales para atraer a visitantes de otras partes del país, lo que puede generar beneficios socioeconómicos significativos a nivel local.

2.2. Enfoque de la Investigación.

El estudio posee un enfoque **cualitativo** como **cuantitativo** para abordar su objetivo de incrementar la afluencia del turismo interno en Quillabamba; desde un enfoque cuantitativo el estudio incorporó métodos cuantitativos como encuestas, análisis de datos estadísticos y recopilación de datos numéricos relacionados con la afluencia turística, los patrones de visita, las preferencias de los turistas, las tendencias estacionales, entre otros aspectos.

Desde un enfoque cualitativo la tesis involucró entrevistas, para comprender las percepciones, opiniones y experiencias de los habitantes locales que se dedican a la actividad turística en Quillabamba y funcionarios públicos para conocer la gestión turística de la zona; estos

métodos ayudaron a obtener información detallada y rica sobre las percepciones y factores subyacentes que influyen en la afluencia turística.

2.3. Nivel o alcance de la Investigación.

El estudio fue **descriptivo – correlacional**

El enfoque descriptivo implica recopilar información detallada sobre la actividad turística existente, los recursos turísticos disponibles y otros aspectos relevantes; a través de métodos cualitativos, como entrevistas, observaciones y análisis documental, se buscó comprender la percepción de los actores locales, las características culturales, y otros elementos cualitativos que no se pueden cuantificar fácilmente. Así mismo se considera correlacional dado que se buscó hallar la relación entre las variables de estudio.

2.4. Diseño de la Investigación.

El estudio **no experimental – transeccional**; en el sentido que los datos e información recopilada no fueron manipuladas, sino, se evaluaron tal cual se dieron en la realidad; por otro lado, se considera transeccional, porque los datos fueron recolectados en un solo punto en el tiempo, es decir en el año 2022.

2.5. Método de Investigación

El método fue **hipotético deductivo**.

Ello se deduce de las hipótesis que fueron operacionalizadas en base a las características de las variables. De esta manera se obtiene una hipótesis de nivel empírico que es contrastada y comparada con la realidad y que con ello se generan nuevos conceptos.

2.6. Población

La población estuvo constituida por 23 845 turistas nacionales que visitaron la ciudad de Quillabamba y 29 990 pobladores entre prestadores de servicios turísticos del rubro de restaurantes, alojamiento, transporte, guías de turismo, entre otros y residentes del distrito de Santa Ana - Quillabamba

Acorde a la Municipalidad Provincial de Santa Ana (2015); se registraron 24332 arribos de turistas a Quillabamba, de los cuales el 97.87% corresponde a arribos nacionales representado un total de 23 845 turistas nacionales. Por otro lado, según las proyecciones del INEI (2022) para el 2022 el distrito de Santa Ana (Quillabamba) registró un total de 29 990 habitantes; cabe resaltar que la elección de considerar como población a la totalidad de la pobladores del distrito de Santa Ana (Quillabamba), se dio con el propósito de obtener una comprensión más integral del contexto local y permite evaluar cómo el turismo puede afectar a diferentes segmentos de la sociedad, tanto directa como indirectamente. Esta decisión también es esencial para analizar el impacto económico, social y cultural del turismo en la comunidad en su conjunto, contribuyendo así a la formulación de estrategias de turismo interno cultural y socialmente apropiadas.

2.7. Muestra

La técnica de muestreo se considera **no probabilística accidental** dado que los sujetos que conforman la muestra están sujetos a criterios de selección basados en la accesibilidad del investigador, bajo las condiciones que les permitan tener disponibilidad de dicha muestra. Acorde a Fernández (2016) el muestreo accidental, una técnica de selección de muestra caracterizada por su conveniencia y accesibilidad, se distingue por la elección casual de elementos sin un plan estructurado. A diferencia de métodos más rigurosos como el muestreo aleatorio, se basa en la disponibilidad y fácil acceso a los elementos de la población; este enfoque implica la selección de

muestras de manera no planificada, a menudo utilizando individuos fácilmente disponibles en términos geográficos, temporales o logísticos. En algunos casos, el muestreo accidental puede incluir la participación voluntaria de individuos. A partir de ello, se aplicaron los siguientes criterios de selección:

Criterios de selección de turistas que visitan Quillabamba

- Turistas que decidieron participar de forma voluntaria en el llenado del cuestionario.
- Turistas mayores de edad o menores de edad que tuvieron consentimiento de sus padres.
- Turistas que se encontraban a la salida de los principales atractivos de Quillabamba.
- Turistas que visitaron Quillabamba el mes de noviembre año 2022.
- Turistas que no presentaron impedimentos físicos para llenar el cuestionario.

A partir de los criterios expuestos se tuvo una muestra total de **100 turistas** que visitaron Quillabamba

Criterios de selección de la población del distrito de Santa Ana- Quillabamba

- Prestadores de servicios turísticos y residentes del distrito.
- Pobladores que decidieron participar de forma voluntaria en el llenado del cuestionario.
- Pobladores mayores de edad o menores de edad que tuvieron consentimiento de sus padres.
- Pobladores que realizaban actividades directa o indirectamente relacionados al sector turismo.
- Pobladores con hogares o puestos de trabajo cerca de los atractivos turísticos de Quillabamba.
- Pobladores que no presentaron impedimentos físicos para llenar el cuestionario.

A partir de los criterios expuestos se tuvo una muestra total de **100 pobladores** entre prestadores de servicios turísticos del rubro de restaurantes, alojamiento, guías de turismo, agencias de viaje, etc; y residentes del distrito de Santa Ana - Quillabamba.

Para el análisis cualitativo se seleccionaron a cinco informante clave, que corresponde a pobladores que se encuentran involucrados en actividades turísticas en la ciudad de Quillabamba y a 07 funcionarios públicos del gobierno local de Santa Ana; información fue de ayuda para complementar los resultados obtenidos.

2.8. Técnicas e Instrumento

2.6.1. Técnicas

- **La encuesta;** esta técnica se realizó con el fin de conocer la opinión tanto de turistas como de los pobladores respecto a la actividad turística y turismo interno en la ciudad; acorde a Fera et al. (2020) una encuesta es una técnica de investigación que consiste en recopilar datos a través de preguntas estandarizadas formuladas a una muestra representativa de individuos, con el objetivo de obtener información sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos o características demográficas.

- **La entrevista,** la misma que se utilizó para conocer la opinión de informantes clave respecto a al tema estudiado pobladores que se encuentran involucrados en actividades turísticas, además de los funcionarios públicos para conocer la situación de la gestión turística municipal; acorde a Hernandez-Sampieri, Mendoza y Baptista (2016) la entrevista es una herramienta valiosa para recopilar datos cualitativos, permitiendo una comprensión más profunda de las percepciones y perspectivas de los participantes, y puede realizarse de manera presencial, telefónica o incluso a través de medios digitales.

- **El análisis documental;** se realizó con el fin de evaluar la gestión turística municipal, y constó de la obtención de datos secundarios que se encuentran publicadas por entidades oficiales como el Ministerio de Economía a través de su portal de transparencia el cual permite conocer la gestión turística de la ciudad: acorde a Hernandez-Sampieri, et al. (2016) esta técnica implica la revisión minuciosa de textos, archivos, o cualquier tipo de documento, utilizando técnicas y enfoques específicos según el propósito de la investigación.

2.6.2. Instrumentos

- **El cuestionario;** constó de preguntas cerradas para recolectar información de las variables de estudio, los cuestionario fueron aplicados tanto a los turistas como de los pobladores respecto a la actividad turística y turismo interno en la ciudad. Acorde a Feria et al. (2020) Un cuestionario es un instrumento estructurado utilizado en investigaciones y encuestas que consiste en una serie de preguntas previamente elaboradas y diseñadas de manera sistemática.

- **Guía de entrevista,** constó de preguntas abiertas a los pobladores que se dedican a la actividad turística y a los funcionarios públicos de la municipalidad para conocer la situación de la actividad turística y gestión turística municipal; acorde a Hernandez-Sampieri, Mendoza y Baptista (2016); una guía de entrevista es un documento estructurado que proporciona un conjunto de temas, preguntas o temas a ser abordados durante una entrevista. Esta herramienta se utiliza para dirigir y organizar la conversación entre el entrevistador y el entrevistado, asegurando que se cubran todos los aspectos relevantes del tema de estudio.

- **Ficha de análisis documental;** se realizó con el fin de evaluar datos secundarios respecto a la planificación y estrategias de promoción por parte de la Municipalidad de Santa Ana; acorde a Scribano & Sena (2009) la ficha de análisis documental de datos cuantitativos es un registro organizado y estructurado que contiene información relevante extraída de documentos,

como textos, gráficos o bases de datos, con un enfoque principalmente cuantitativo. Estas fichas se utilizan para recopilar y organizar datos numéricos clave, como estadísticas, cifras, fechas o resultados de investigaciones, facilitando así el análisis posterior de la información cuantitativa contenida en los documentos consultados.

2.9. Obtención de la Información

3.7.1. Obtención de Datos

- Observación directa
- Aplicación de instrumentos
- Recolección de data secundaria

2.10. Resultados y Análisis de las Encuestas

Esta etapa permitió tener una apreciación objetiva y por ende conclusiones reales obtenidas de la evaluación de información observada por medio de gráficos y cuadros de modo que logró visualizar de mejor manera la información. Las conclusiones dan fundamento a las propuestas.

En esta etapa podremos observar los valores obtenidos por medio de encuestas respecto al potencial turista local interno y las inferencias deducidas de las mismas, las que usaremos como premisas para corroborar las hipótesis planteadas. Es sobreentendido que la nacionalidad de nuestros turistas potenciales es peruana y en su mayoría Cusqueños.

2.10.1. Encuestas Realizadas a los Turistas

A. Características Sociodemográficas

✓ ¿Cuál es su edad?

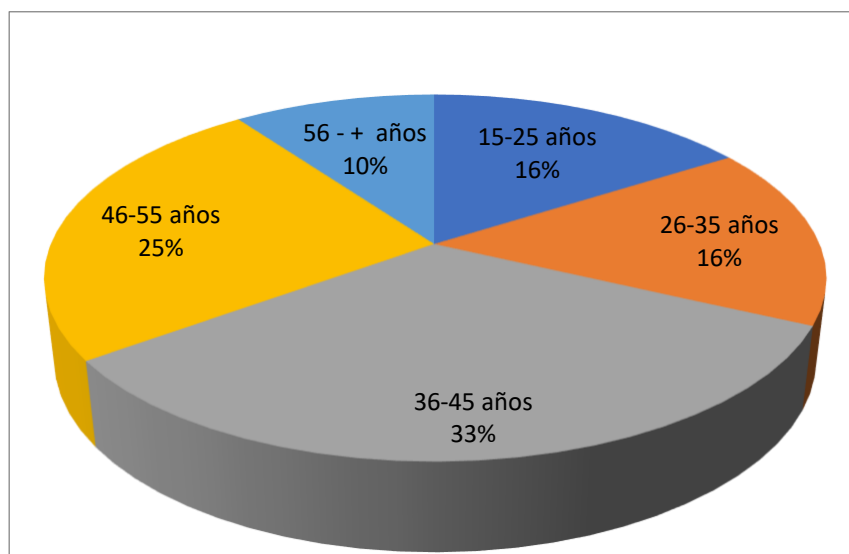
Tabla 10

Edad de los turistas

EDAD	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
15-25 años	16	16%
26-35 años	16	16%
36-45 años	33	33%
46-55 años	25	25%
56 - + años	10	10%
TOTAL	100	100%

Figura 1

Edad de los turistas



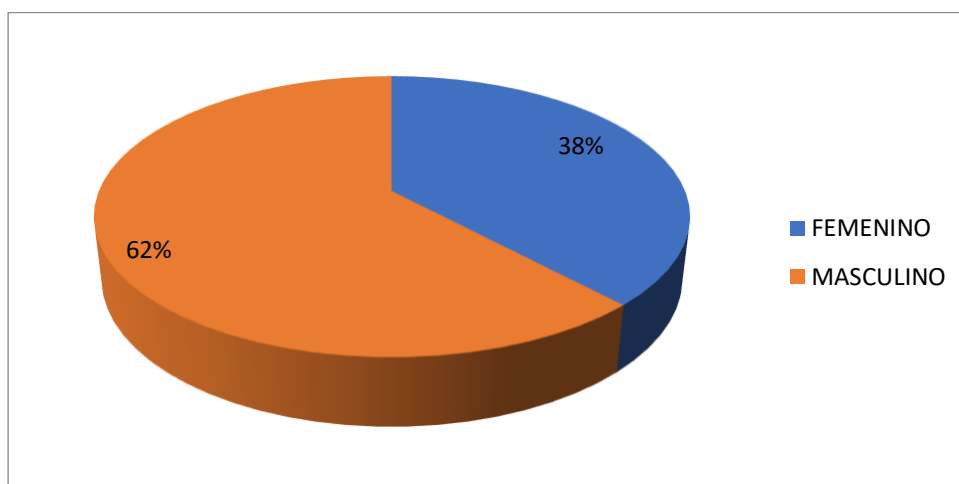
Análisis

Existe un amplio segmento de turistas potenciales cuyas edades fluctúan entre los 26 y 55 años lo que representa un 74% de los turistas encuestados. Este dato es favorable para la investigación ya que los potenciales turistas de estas edades cuentan con la disponibilidad física y espiritual para visitar y disfrutar de un lugar agradable como es la ciudad de estudio, Quillabamba.

✓ ¿Cuál es su género?

Tabla 11*Género de los turistas*

GENERO	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
FEMENINO	38	38%
MASCULINO	62	62%
TOTAL	100	100%

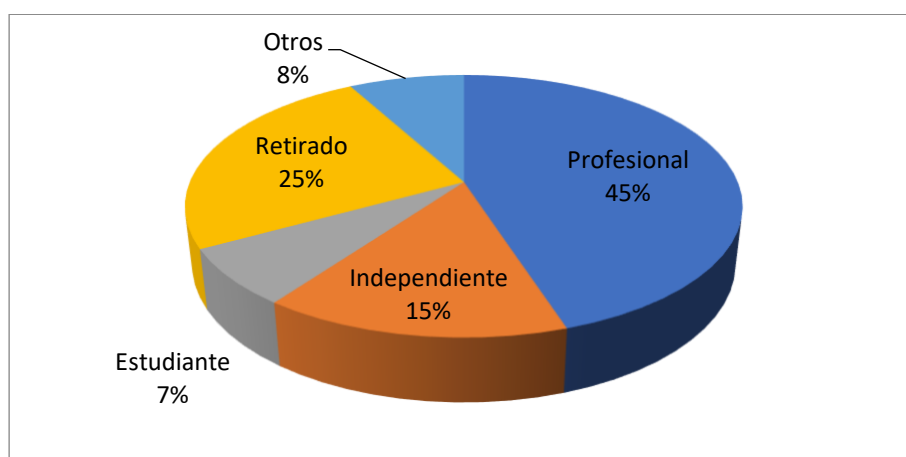
Figura 2*Género de los turistas***Análisis**

La figura muestra que el 62% de los potenciales turistas entrevistados corresponden al género masculino. Mientras que el resto (38%) corresponde al género femenino. Esta información nos ayudara a definir la oferta complementaria, para ello es necesario saber las necesidades de las mujeres, así como de los varones, dichas necesidades han de ser diferentes en cada género.

✓ ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 12*Ocupación de los turistas*

OCUPACION	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Profesional	45	45%
Independiente	15	15%
Estudiante	7	7%
Retirado	25	25%
Otros	8	8%
TOTAL	100	100%

Figura 3*Ocupación de los turistas***Análisis**

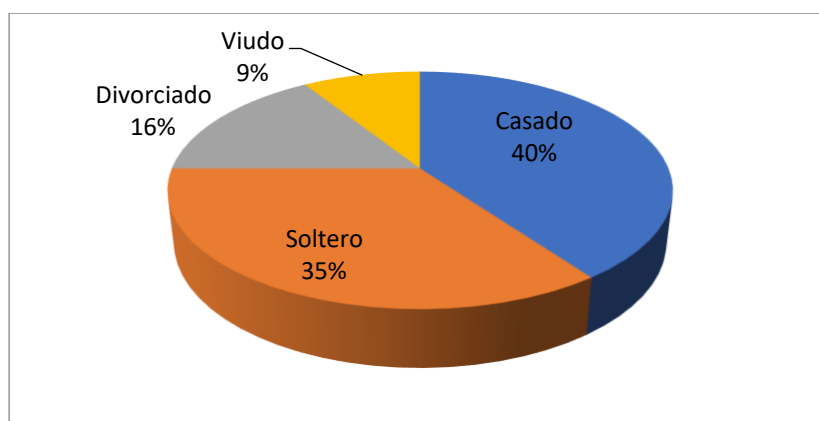
Es importante tomar en cuenta el grado de formación de los potenciales turistas entrevistados, ya que de esta manera sabremos las expectativas e intereses de los potenciales turistas para la ciudad de estudio, Quillabamba.

De acuerdo a los valores obtenidos en este cuadro tenemos que un 45% es representado por los Profesionales y un 25% por personas retiradas, lo que implica que son gente con nivel de formación académico y que cuentan con un nivel o capacidad de gasto significativo.

✓ ¿Cuál es su estado civil?

Tabla 13*Estado civil de los turistas*

ESTADO CIVIL	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Casado	40	40%
Soltero	35	35%
Divorciado	16	16%
Viudo	9	9%
TOTAL	100	100%

Figura 4*Estado Civil de los turistas***Análisis**

El conocer, el estado civil de los turistas potenciales encuestados, sirve para ofertar servicios turísticos personalizados, cuando ellos visiten la ciudad de estudio, Quillabamba, de acuerdo a la teoría de calidad de los servicios.

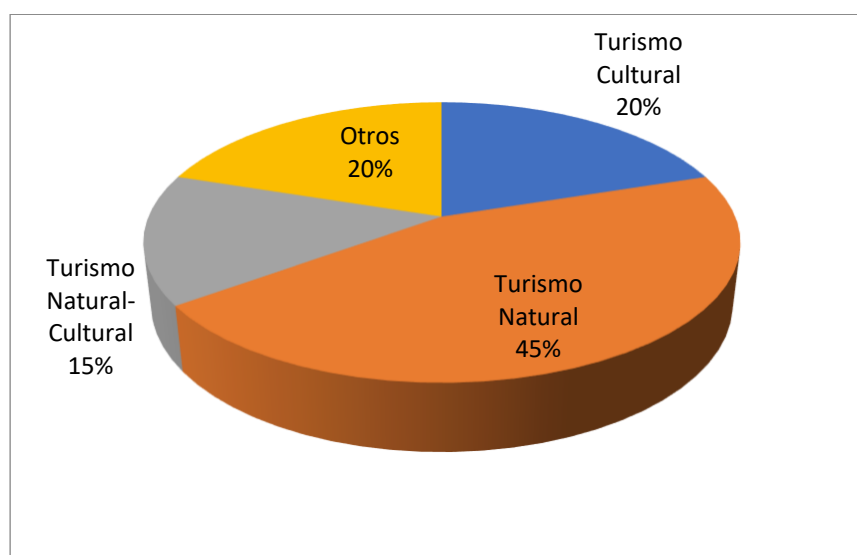
A demás los resultados de este cuadro nos servirán de gran ayuda en cuanto a la distribución de la acomodación de las habitaciones en los establecimientos de hospedaje de acuerdo a lo que prefieran los potenciales turistas, ya sean en habitaciones triples, dobles o simples.

B. Aspectos del Viaje

✓ ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?:

Tabla 14*Tipo de turismo de preferencia*

RESPUESTA	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Turismo Cultural	20	20%
Turismo Natural	45	45%
Turismo Natural-Cultural	15	15%
Otros	20	20%
TOTAL	100	100%

Figura 5*Tipo de turismo de preferencia***Análisis**

El valor más significativo de este cuadro es el que corresponde a los atractivos turísticos Naturales con un 45%, este tipo de motivación de viaje que presentan los turistas potenciales resulta favorable para el desarrollo de la ciudad de estudio, Quillabamba, puesto que cuenta con atractivos naturales, principalmente su clima cálido que complementa a su belleza paisajística de su entorno.

✓ ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

Tabla 15*Modalidad de viaje*

MODALIDAD DE VIAJE	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Por medio de Agencia	35	35%
Por cuenta propia	65	65%
TOTAL	100	100%

Figura 6*Modalidad de viaje***Análisis**

El 65% de los turistas potenciales viajan en forma libre, sin utilizar los servicios de una empresa de servicios turísticos. Esta información estadística, es preocupante y se debe cambiar, ofertando servicios de calidad total al turista local interno, con la finalidad de generar puestos de trabajo y captar divisas para el desarrollo de la Región Cusco.

Para el turista potencial libre que realiza su propio viaje, se debe hacer una difusión de los servicios de la ciudad de estudio, Quillabamba, mediante campañas de promoción, internet y revistas especializadas de turismo, además de proponer a las agencias de viaje que incluyan en sus paquetes turísticos un programa con pernocte en la ciudad de estudio, Quillabamba, ponderando

la importancia de sus atractivos turísticos y el interés de los turistas potenciales en vivir nuevas experiencias en un entorno natural y de gran belleza paisajística.

C. Características de la ciudad de Estudio, Quillabamba:

- ✓ ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la ciudad de estudio, Quillabamba?

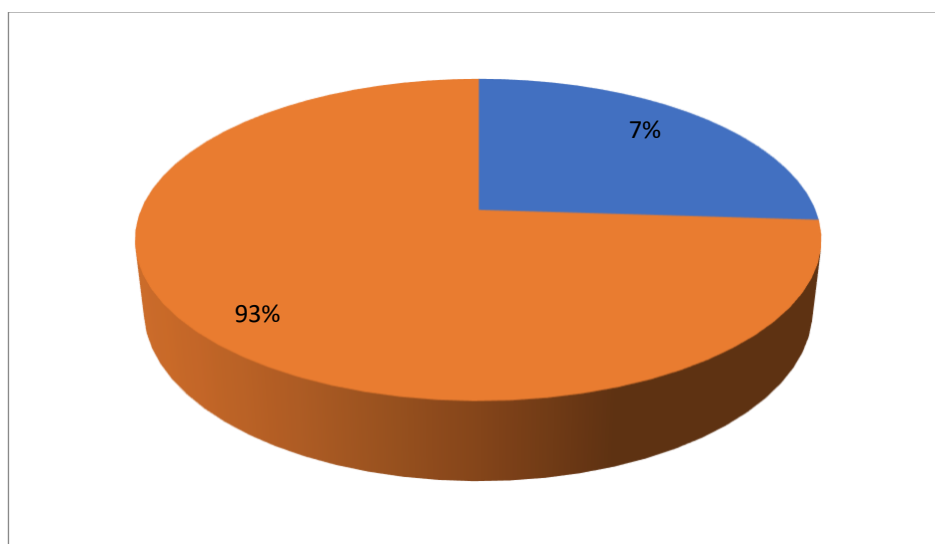
Tabla 16

Preferencia por implementar e incrementar establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos

RESPUESTAS	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	93	93%
NO	7	7%
TOTAL	100	100%

Figura 7

Preferencia por implementar e incrementar establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos



Análisis

La figura muestra que un 93% de los turistas potenciales, demandarían de los Servicios Turísticos ofertados en la ciudad de estudio, Quillabamba; lo cual nos lleva a deducir que sí existiría una buena aceptación del mercado en caso se implemente la oferta complementaria.

✓ ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la ciudad de estudio, Quillabamba?

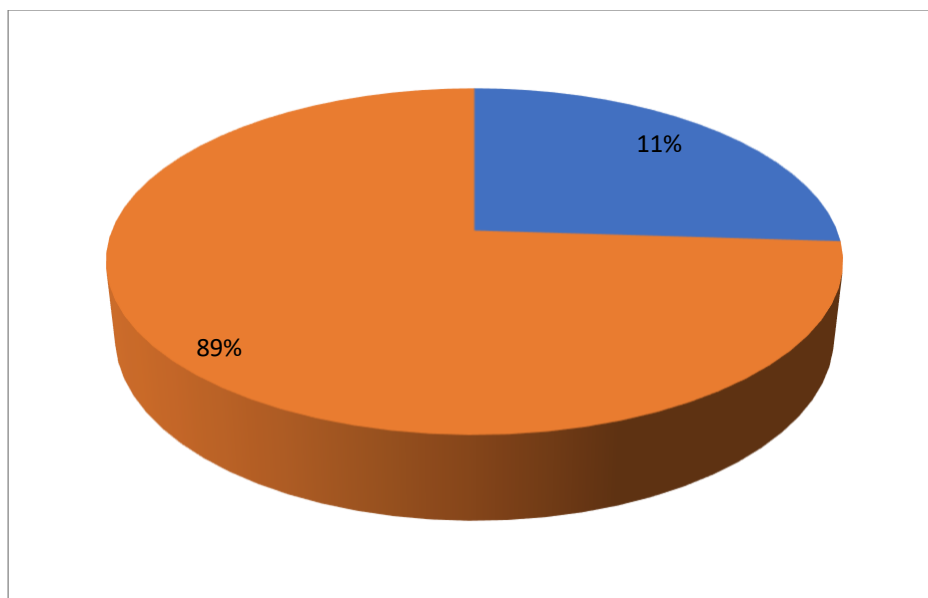
Tabla 17

Disposición a demandar servicios

RESPUESTAS	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	89	89%
NO	11	11%
TOTAL	100	100%

Figura 8

Disposición a demandar servicios



Análisis

De acuerdo a los valores obtenidos en esa figura se tiene que un 89% de los turistas demandarían los Servicios Turísticos ofertados en la ciudad de estudio, Quillabamba; lo cual nos

lleva a deducir que si existiría una buena aceptación del mercado en caso se implemente la oferta complementaria.

- ✓ ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la ciudad de estudio, Quillabamba?

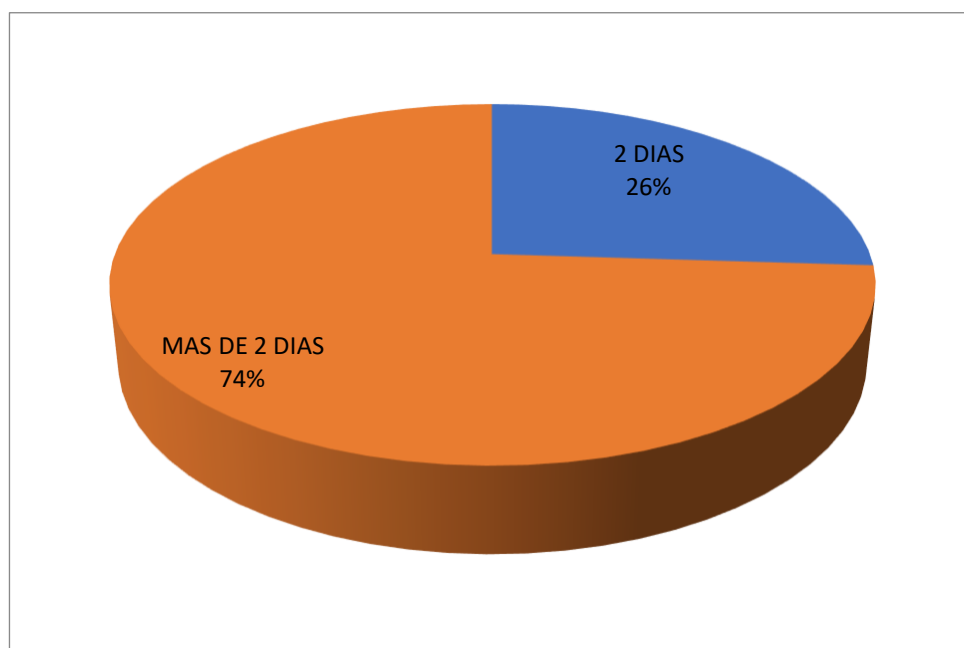
Tabla 18

Tiempo de visita

TIEMPO DE VISITA	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
2 DIAS	26	26%
MAS DE 2 DIAS	74	74%
TOTAL	100	100%

Figura 9

Tiempo de visita



Análisis

El 74% de los turistas potenciales encuestados, desean permanecer en la ciudad de estudio, Quillabamba, más de dos días; para lo cual se debe programar actividades turísticas por lo menos

de tres días, para que los potenciales turistas disfruten plenamente de los atractivos con los que cuenta la ciudad en mención.

- ✓ ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la ciudad de estudio, Quillabamba?

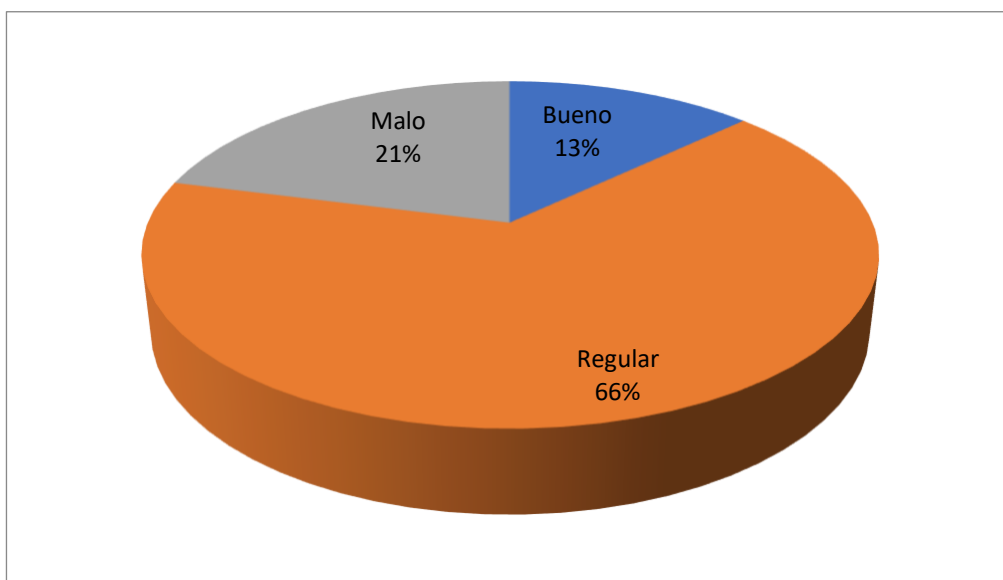
Tabla 19

Calificación a los servicios recibidos

RESPUESTA	Nº DE ENCUESTAS	PORCENTAJE
Bueno	13	13%
Regular	66	66%
Malo	21	21%
TOTAL	100	100%

Figura 10

Calificación a los servicios recibidos



Análisis

La figura muestra que un 66% de los turistas potenciales evalúa como regular los servicios prestados en la ciudad de estudio, Quillabamba; lo cual nos lleva a deducir que sí existiría una buena aceptación del mercado en caso se implemente e incremente la oferta complementaria con una adecuada calidad de servicios prestados.

2.10.2. Encuestas Realizadas a los Pobladores de la ciudad de Quillabamba

✓ ¿Cuál es su género?

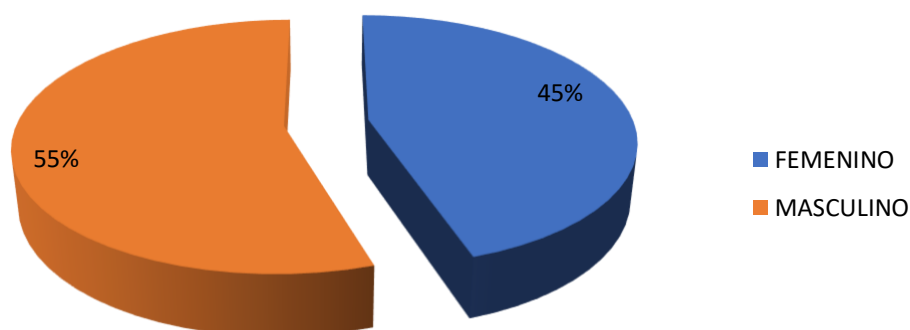
Tabla 20

Género de los pobladores

GENERO	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Femenino	45	45%
Masculino	55	55%
Total	100	100%

Figura 11

Género de los pobladores



Análisis

De acuerdo a la información obtenida a través de esta pregunta tenemos que el 55% de pobladores entrevistados son varones 45% mujeres.

Esta información nos ayuda a tener una idea de que función podrían desempeñar los pobladores de la ciudad de Quillabamba de acuerdo a su género de manera que se puedan establecer las funciones específicas de varones y mujeres para prestar servicios turísticos dentro de sus actividades cotidianas.

✓ ¿Cuál es su edad?

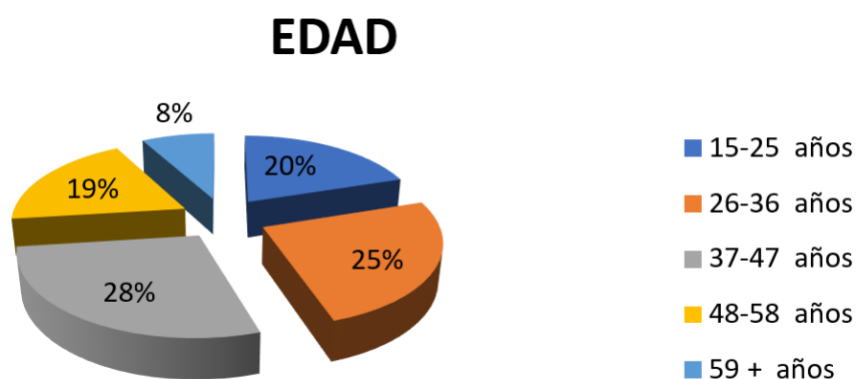
Tabla 21

Edad de los pobladores

EDAD	Nº ENCUESTA	PORCENTAJE
15-25 años	20	20%
26-36 años	25	25%
37-47 años	28	28%
48-58 años	19	19%
59 + años	8	8%
Total	100	100%

Figura 12

Edad de los pobladores



Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayor parte de la población de la ciudad de Quillabamba se encuentra conformada por personas jóvenes y adultas entre 15-47 años lo que representa un 73% de la población total. Esta información nos sirve para definir los diferentes roles a desempeñar en las actividades turísticas; por otra parte se tiene un 19% de pobladores que tienen entre 48-58 años de edad y otro 8% con personas mayores de 59 años, este segmento es vital para desarrollar el turismo rural pues son ellos quienes mantienen la tradiciones orales de los pueblos.

✓ ¿Cuál es su ocupación?

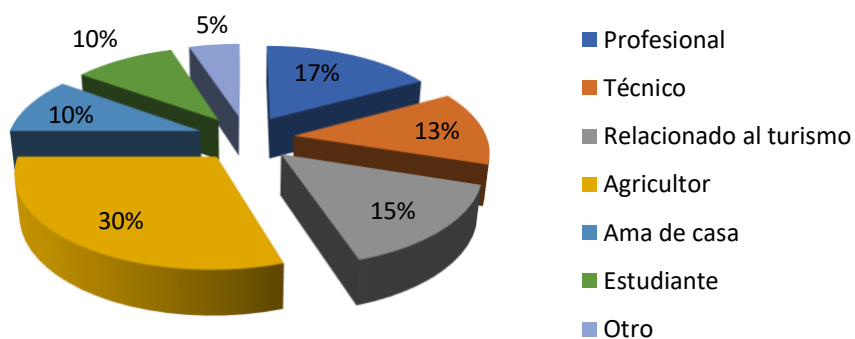
Tabla 22

Ocupación de los pobladores

OCUPACION	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
Profesional	17	17%
Técnico	13	13%
Relacionado al turismo	15	15%
Agricultor	30	30%
Ama de casa	10	10%
Estudiante	10	10%
Otro	5	5%
Total	100	100%

Figura 13

Ocupación de los pobladores



Análisis

Estos datos son muy importantes para las propuestas en cuanto a la capacitación de los pobladores. Como podemos observar el 30% de los pobladores se dedica a la actividad agrícola y otro segmento también significativo con un 30% tiene estudios superiores, lo cual facilita en cierta medida realizar las capacitaciones con personas inmersas en el ámbito del turismo; así también tenemos un 15% que está relacionado con el turismo específicamente en una mayoría de la ciudad de Quillabamba, vale decir personas que trabajan y se benefician directamente con la actividad turística (hospedaje, restauración, transporte, discotecas).

✓ ¿Cuál es tu nivel de educación?

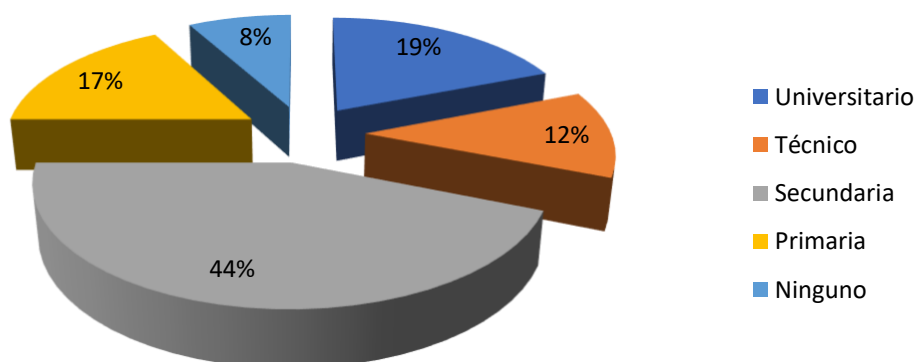
Tabla 23

Educación de los pobladores

NIVEL	Nº ENCUESTAS	PORCENTAJE
Universitario	19	19%
Técnico	12	12%
Secundaria	44	44%
Primaria	17	17%
Ninguno	8	8%
Total	100	100%

Figura 14

Educación de los pobladores



Análisis

La figura muestra el nivel de educación de la población encuestada por lo que tenemos que un 44% cuenta con el nivel secundario completo siendo el sector más significativo dentro de la ciudad de Quillabamba; es esta población significativa a quienes debemos dirigirnos básicamente para proponerles cursos de capacitación sobre la actividad turística.

✓ ¿Tiene algún conocimiento sobre la actividad turística?

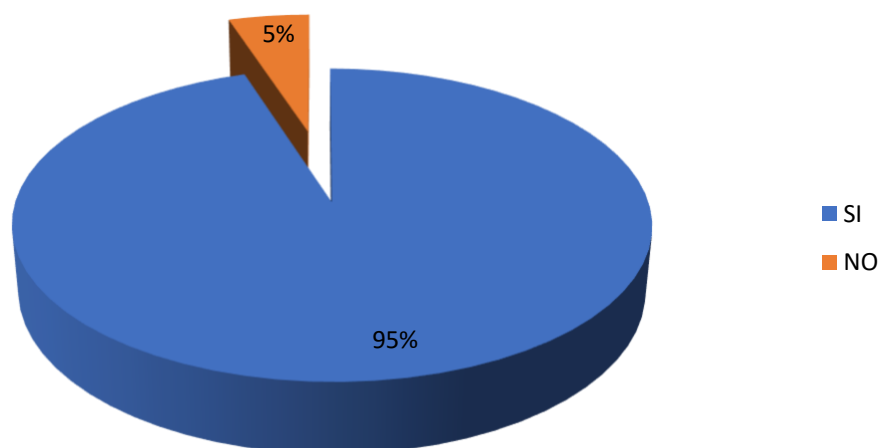
Tabla 24

Cocimiento de la actividad turística de los pobladores

CONOCIMIENTO	Nº ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	95	95%
NO	5	5%
	100	100%

Figura 15

Cocimiento de la actividad turística de los pobladores



Análisis

Como podemos observar, existe un 95% de la población entrevistada que tiene conocimiento de la actividad turística; aunque si bien es cierto, conocen sobre la actividad turística, esta noción resulta ser básica, por lo que es imprescindible se den capacitaciones acerca de la actividad turística, de este modo los pobladores podrán profundizar sus conocimientos e involucrarse de mejor manera dentro del desarrollo del turismo en la ciudad de Quillabamba.

✓ ¿Trabaja usted en la actividad turística?

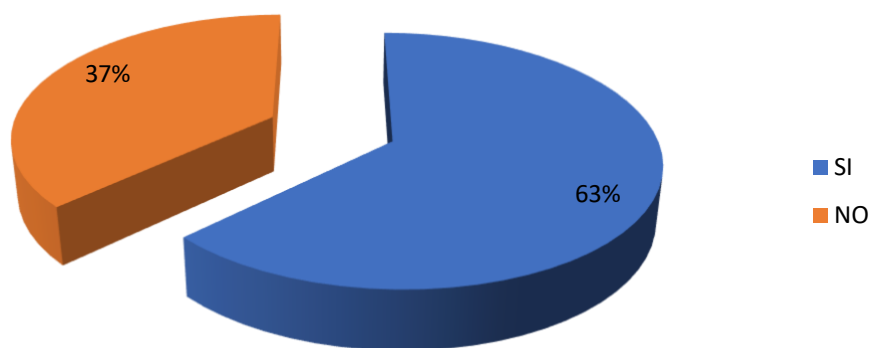
Tabla 25

Trabaja en la actividad turística

RESPUESTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	63	63%
NO	37	37%
TOTAL	100	100%

Figura 16

Trabaja en la actividad turística



Análisis

La población encuestada respondió con un margen de 63%, afirmando que trabaja en la actividad turística ya sea de manera directa o indirecta por otro lado existe un 37% que no se beneficia del turismo.

Esto se relaciona directamente con las propuestas de mejoramiento, puesto que gran parte de pobladores de Quillabamba se desempeña en el ámbito del turismo, facilitando así, el grado de conocimientos de los mismos en este rubro.

✓ ¿Tiene algún conocimiento sobre oferta turística?

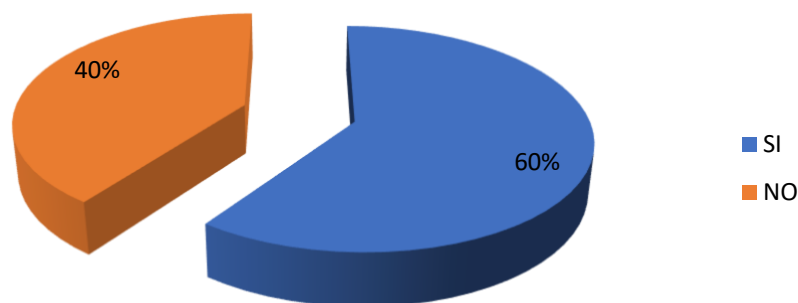
Tabla 26

Conoce la oferta turística

RESPUESTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	60	60%
NO	40	40%
TOTAL	95	100%

Figura 17

Conoce la oferta turística



Análisis

La figura muestra que 60% de pobladores poseen conocimiento sobre la oferta turística, esto nos muestra claramente que el poblador tiene conocimiento en la actividad en la que se desenvuelve.

Será importante impartir charlas informativas para afianzar los conocimientos que los pobladores tienen de la actividad turística y todo lo que ella engloba, para así poder crear una cadena de conocimientos que puedan ser transmitidos y por ende tener una población altamente conocedora de la actividad turística, no solo en teoría sino también en la práctica.

- ✓ ¿Estaría dispuesto a invertir en prestaciones de servicios turísticos como hoteles y restaurantes (oferta complementaria)?

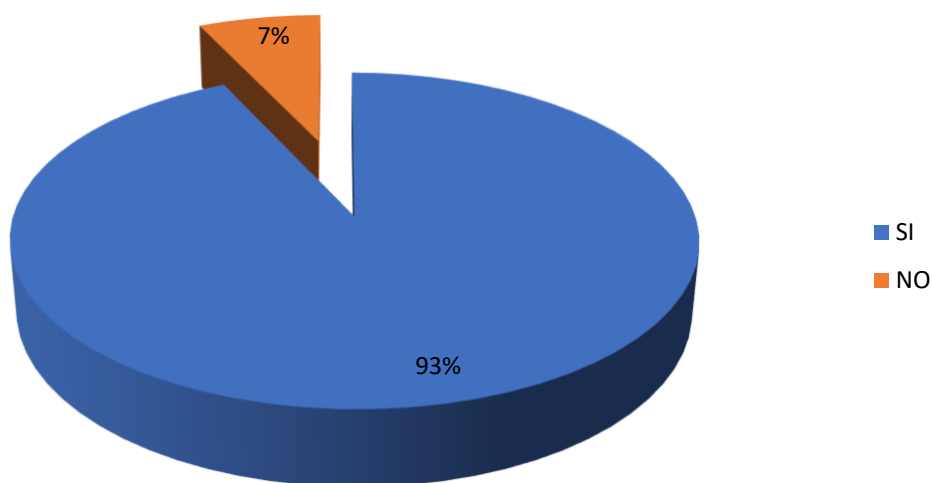
Tabla 27

Disposición a invertir

RESPUESTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	93	93%
NO	7	7%
TOTAL	100	100%

Figura 18

Disposición a invertir



Análisis

La población encuestada respondió en su mayoría con un gran margen de 93% afirmativamente deseando invertir en las prestaciones de servicios turísticos. esto nos indica que si existe disposición de los pobladores para apoyar en el mejoramiento de la oferta complementaria en la ciudad de Quillabamba, no olvidemos que muchas veces necesitan de la intervención de algunas entidades , las cuales pueden apoyar en cuanto a inversión se refiere .

- ✓ ¿Cree usted que desarrollando la oferta complementaria se lograría incrementar la permanencia de turistas?

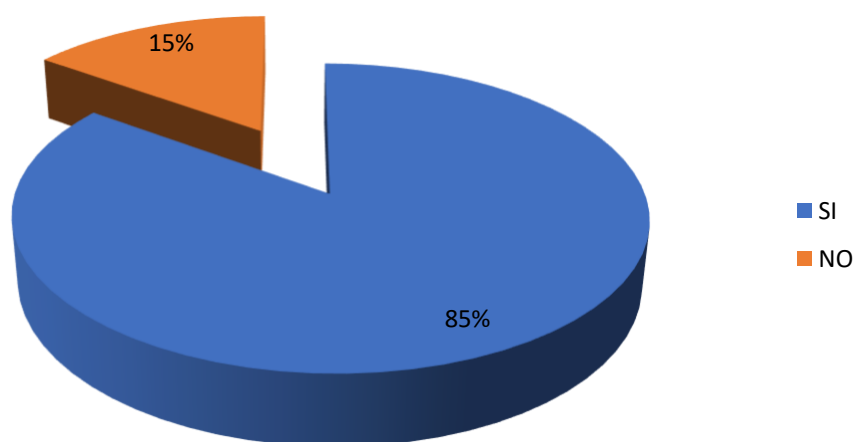
Tabla 28

Desarrollando la oferta complementaria se lograría incrementar la permanencia de turistas

RESPUESTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	85	85%
NO	15	15%
TOTAL	100	100%

Figura 19

Desarrollando la oferta complementaria se lograría incrementar la permanencia de turistas



Análisis

La figura muestra que 85% de la población cree que desarrollando la oferta complementaria se incrementaría la permanencia del turista en la ciudad de Quillabamba. Esto nos muestra claramente que el poblador es consciente del beneficio que traería la mejora y la implementación de la oferta complementaria.

- ✓ ¿Le gustaría recibir algún tipo de capacitación para que pueda invertir en hoteles y restaurantes, así como en la adecuada prestación de servicios?

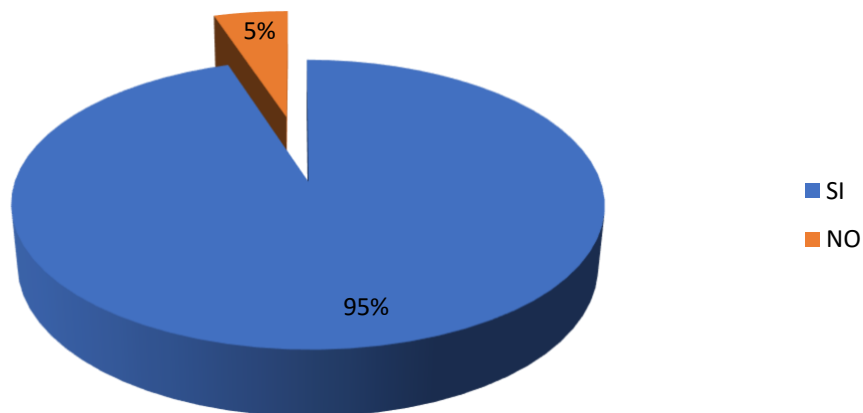
Tabla 29

Disposición a recibir capacitación

RESPUESTA	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	95	95%
NO	5	5%
TOTAL	100	100%

Figura 20

Disposición a recibir capacitación



Análisis

La figura muestra que en un 95% le gustaría participar en capacitaciones invertir en servicios turísticos y así afianzar los conocimientos básicos con los que ya cuentan, por ser partícipes actualmente en l actividad turística en tanto un porcentaje mínimo de un 5%no considera este factor importante.

Esta opinión favorable resulta interesante para desarrollar la actividad turística en la ciudad de Quillabamba pues contamos con la predisposición de los pobladores para la implementación y mejora de los servicios turísticos.

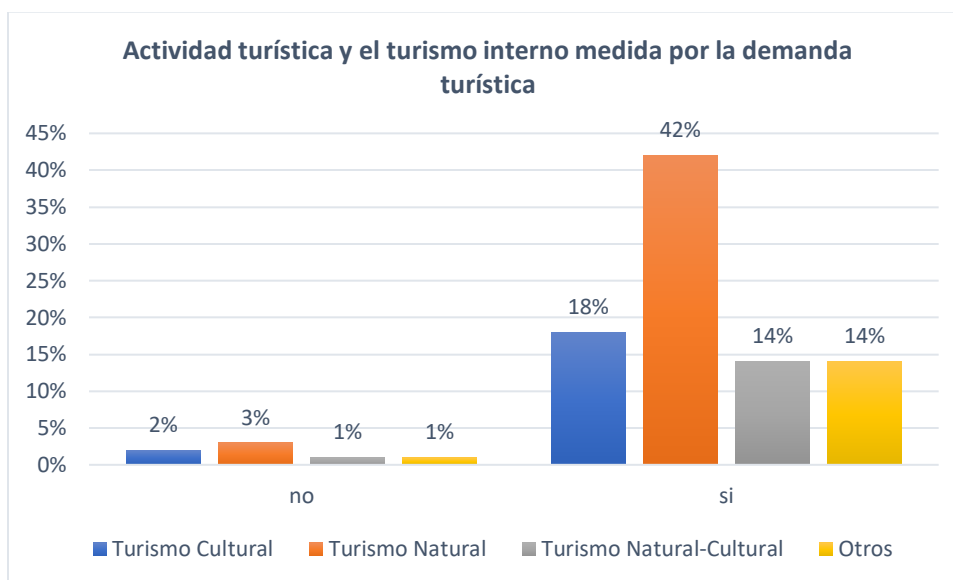
Tabla 30

Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la demanda turística

Actividad turística		Turismo interno medida por el interés de la demanda turística		
		no	si	total
Turismo Cultural	f	2	18	20
	%	2%	18%	20%
Turismo Natural	f	3	42	45
	%	3%	42%	45%
Turismo Natural-Cultural	f	1	14	15
	%	1%	14%	15%
Otros	f	1	19	20
	%	1%	14%	20%

Figura 21

Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la demanda turística



Análisis

La tabla y figura muestran que el 45% de turistas están interesados en realizar turismo natural, de los cuales el 42% indica estar interesado en demandar establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, en la ciudad de estudio que es Quillabamba; de igual manera del 20% que realiza o le gustaría realizar turismo cultural, el 18% muestra estar interesado en demandar establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, en la ciudad de estudio.

Tabla 31

Correlación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la demanda turística

Correlaciones			
		Actividad turística	Turismo interno/Demanda
Actividad turística	Correlación de Pearson	1	,773**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	100	100
Turismo interno/Demanda	Correlación de Pearson	,773**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	100	100

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Análisis

La tabla muestra una correlación directa y significativa entre la variable actividad turística y el turismo interno medida por la demanda turística, ello se comprueba por una significancia de 0.000 menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.773, por lo que hay una relación positiva y alta entre las variables, es decir, de incrementar el turismo interno por medio de la demanda turística, la actividad turística de la ciudad de Quillabamba incrementará.

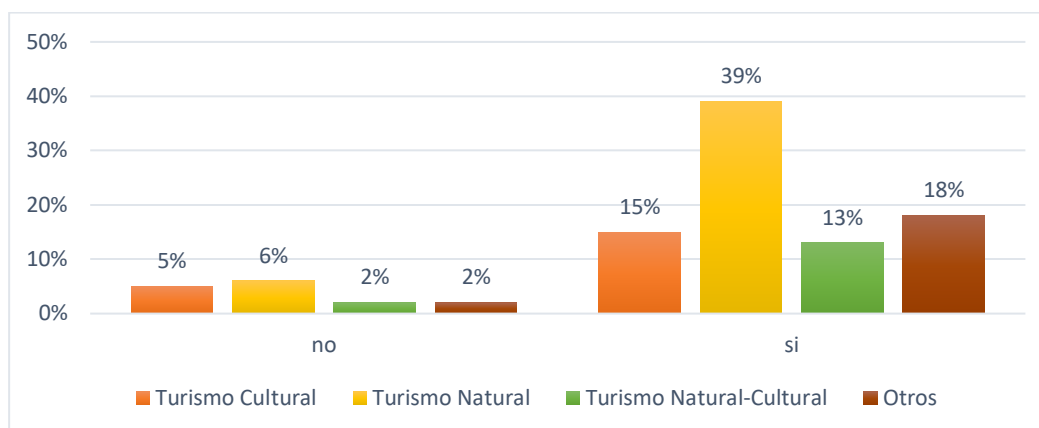
Tabla 32

Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por el desarrollo de la oferta turística

Actividad turística		Turismo interno/Desarrollo de la oferta turística		
		no	si	total
Turismo Cultural	f	5	15	20
	%	5%	15%	20%
Turismo Natural	f	6	39	45
	%	6%	39%	45%
Turismo Natural-Cultural	f	2	13	15
	%	2%	13%	15%
Otros	f	2	18	20
	%	2%	18%	20%

Figura 22

Relación entre la actividad turística y el turismo interno medido por el desarrollo de la oferta turística



Análisis

La tabla y figura muestran que un 45% de turistas están interesados en realizar turismo natural, y un 39% de pobladores está interesado en el desarrollo de la oferta turística en la ciudad de estudio que es Quillabamba; de igual manera un 20% realiza o le gustaría realizar turismo cultural, y el 15% de pobladores está interesado en el desarrollo de la oferta turística en la ciudad, de esta manera se muestra una correspondencia entre turistas interesados en realizar turismo y por ende un interés creciente por desarrollar la oferta turística en la zona.

Tabla 33

Correlación entre la actividad turística y el turismo interno medido por la oferta turística

Correlaciones			
		Actividad turística	Turismo interno/Oferta
Actividad turística	Correlación de Pearson	1	,633**
	Sig. (bilateral)		.003
	N	100	100
Turismo interno/Oferta	Correlación de Pearson	,633**	1
	Sig. (bilateral)	.003	
	N	100	100

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Análisis

La tabla muestra una correlación directa y significativa entre la variable actividad turística y el turismo interno medido por la oferta turística, ello se comprueba por una significancia de 0.003 menor a 0.05 y un coeficiente de correlación de 0.633, por lo que hay una relación positiva y alta entre las variables, es decir, de incrementar el turismo interno por medio del desarrollo de la oferta turística, la actividad turística de la ciudad de Quillabamba incrementará.

2.11. Análisis de la entrevista a pobladores dedicados al turismo

Para complementar la información se realizó una entrevista a los pobladores respecto a la actividad turística de la zona a partir de ello se tuvo:

1. ¿Qué opina sobre la Actividad Turística?

Es una actividad socioeconómica del ingresos y prosperidad en los destinos (Maria Quispe, 32 años, Agencia de viaje)

La actividad turística es importante para nosotros los empresarios porque genera trabajo a los lugareños, a los pequeños y medianos productores y activa la economía. (Maria Llancay, 35 años, Administradora de restaurant)

Para mí es importante porque me genera más ventas. (Francisca Ccaso, 64 años, venta de ropa)

Es una actividad que genera oportunidades de trabajo y que beneficia de manera directa e indirecta a la población. (Jose Lara, 35 años, Guía turístico)

Muy importante porque es el primer ingreso económico para mi familia. (Felipe Peña, 48 años, Transportista)

Interpretación: En conjunto, los comentarios reflejan cómo la actividad turística no solo aporta ingresos y prosperidad a nivel general, sino que también influye en la dinámica económica y laboral de las comunidades locales; la actividad turística puede ser vista como una inversión en

el desarrollo de la región, beneficiando a empresarios, trabajadores, proveedores de servicios y residentes por igual.

2. ¿Está usted de acuerdo con la afluencia de turistas en su ciudad?

Por supuesto, ya que permite aumentar nuestros ingresos. (Maria Quispe, 32 años, Agencia de viaje)

Sí, porque en temporadas altas vendo más menús y así me recomiendan a sus amistades. (Maria Llancay, 35 años, Administradora de restaurant)

Sí estoy de acuerdo. (Francisca Ccaso, 64 años, venta de ropa)

Por supuesto, porque genera un crecimiento económico y da la oportunidad que más personas conozcan nuestra tierra. (Jose Lara, 35 años, Guía turístico)

Sí estoy de acuerdo, porque genera más trabajo. (Felipe Peña, 48 años, Transportista)

Interpretación: los comentarios indican que la actividad turística es vista en general como una fuerza positiva que contribuye al aumento de ingresos, la visibilidad de negocios, el crecimiento económico y la generación de empleo; estos aspectos positivos se reflejan en la actitud favorable de los participantes hacia la actividad turística y sus efectos beneficiosos en sus respectivas esferas laborales y económicas.

3. ¿Cree usted que la Actividad Turística en la ciudad de Quillabamba mejoraría el Nivel Económico de sus pobladores?

Claro que sí. Porque generaría más puestos de trabajo. (Maria Quispe, 32 años, Agencia de viaje)

Claro que sí, ya que ellos viven del día a día y el turismo es un ingreso fijo para obtener recursos económicos fijos; considero que se debe contar con un registro de cuantos turistas promedio concurren al mes, pues veo potencial en esta actividad. (Maria Llancay, 35 años, Administradora de restaurant)

Sí, genera más puestos de trabajo. (Francisca Ccaso, 64 años, venta de ropa)

Sí, porque todos tendríamos la oportunidad de ofrecer nuestros productos y servicios. (Jose Lara, 35 años, Guía turístico)

Sí, porque abre más oportunidades de trabajo. (Felipe Peña, 48 años, Transportista)

Interpretación: Los comentarios reflejan una visión unánime acerca de la importancia del turismo en la generación de empleo y oportunidades económicas; pues los pobladores consideran que el turismo puede tener un impacto positivo en la creación de puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, en diversas áreas y coinciden en que el turismo tiene el potencial de ser una fuente significativa de empleo, estabilidad financiera y desarrollo económico; la perspectiva general aquí es que el turismo no solo proporcionaría ingresos consistentes para los locales, sino que también abriría puertas para la oferta de productos y servicios, lo que contribuiría al bienestar de la comunidad en general.

4. ¿En su rubro, Qué cree usted que se debería mejorar para generar interés en el turista?

Lo que se debe mejorar es la infraestructura de la planta turística ya que hay lugares y sitios naturales a los cuales no se puede acceder fácilmente. (Maria Quispe, 32 años, Agencia de viaje)

Contando con una afluencia media de turistas, en mi restaurante se podría mejorar el ambiente al promover una atención de mejor calidad y ofrecer diversidad de platos de la ciudad. (Maria Llancay, 35 años, Administradora de restaurant)

Mejorar los ambientes de los puestos de venta y evitar el comercio ambulatorio. (Francisca Ccaso, 64 años, venta de ropa)

Promover los diferentes atractivos, capacitar a los diferentes proveedores como restaurantes y hospedajes sobre calidad de servicio. (Jose Lara, 35 años, Guía turístico)

Mejores vías mantenimiento de carreteras, seguridad en el viaje y en la misma ciudad. (Felipe Peña, 48 años, Transportista)

Interpretación: Los comentarios resaltan la importancia de mejorar la infraestructura y las condiciones relacionadas con el turismo en la región; pues es necesario mejorar la accesibilidad a lugares y sitios naturales, lo que sugiere que la infraestructura actual podría estar limitando el potencial turístico; además, la afluencia de turistas podría ser aprovechada para mejorar la calidad del servicio; estos comentarios en conjunto reflejan un consenso en la importancia de invertir en infraestructura, seguridad y calidad de servicios para maximizar el potencial turístico y brindar experiencias más satisfactorias a los visitantes

5. **¿Por qué cree usted que los Turistas visitarían la ciudad de Quillabamba?**

Por el clima tropical que nos brinda esta maravillosa ciudad y por sus bellos atractivos que tenemos. (Maria Quispe, 32 años, Agencia de viaje)

Por su clima, sus atractivos turísticos la flora la fauna de Quillabamba. (Maria Llancay, 35 años, Administradora de restaurant)

Por su clima cálido, sus piscinas, Sambarai y por la gente. Somos muy amables. (Francisca Ccaso, 64 años, venta de ropa)

Por su belleza paisajística por sus diferentes atractivos festividad por su clima y porque es un destino accesible. (Jose Lara, 35 años, Guía turístico)

Por los diferentes atractivos turísticos y por los diferentes actividades como aventura y festividades. (Felipe Peña, 48 años, Transportista)

Interpretación: Los comentarios resaltan varios aspectos que contribuyen a la atracción turística de la región; los entrevistados mencionan consistentemente el clima como un factor destacado, con énfasis en su carácter tropical y cálido; además, se subraya la belleza natural y paisajística, así como la existencia de diversos atractivos turísticos y actividades, incluyendo festividades y opciones de aventura; estos elementos, junto con la amabilidad de la gente local, forman un conjunto de factores que se perciben como atractivos para los visitantes; el análisis

sugiere que el clima favorable, la riqueza de atractivos naturales y culturales, y la disposición de la comunidad a recibir a los turistas son aspectos clave en la promoción del destino y su capacidad para satisfacer las expectativas de los visitantes.

6. ¿Sus autoridades hacen algo por atraer a los visitantes?

No como debería ser, las autoridades no le presta mucha atención a la actividad turística. (Maria Quispe, 32 años, Agencia de viaje)

Algunas veces se promueve ferias gastronómicas, productos vegetales y animales propios de la zona; el Consejo provincial a través de sus gerencias de desarrollo hace en “la noche del café” el “festival del cacao” y promueven competencia de productores. (Maria Llancay, 35 años, Administradora de restaurant)

No mucho. (Francisca Ccaso, 64 años, venta de ropa)

Poner mayor énfasis para promover más visitas y hacer planes de contingencia para épocas en las cuales las visitas disminuyen como la temporada de lluvias. (Jose Lara, 35 años, Guía turístico)

Promover actividades donde expongan productos de la zona y promover el consumo, pero en el turismo no es muy difundido, más se enfocan en visitas a la ciudad. (Felipe Peña, 48 años, Transportista)

Interpretación: Los comentarios reflejan una diversidad de opiniones sobre el enfoque de las autoridades hacia el turismo en la región; mientras algunos señalan la falta de atención y promoción adecuada por parte de las autoridades, otros mencionan iniciativas aisladas, como ferias y festivales, que podrían indicar cierto nivel de interés; sin embargo, se destaca la necesidad general de una estrategia más coherente y sólida para el desarrollo y la promoción turística; la importancia de la planificación estratégica se subraya, especialmente en relación con la gestión de temporadas de menor afluencia y la creación de medidas de contingencia; en conjunto, los pobladores ponen de relieve la importancia de un enfoque más integral y sostenible por parte de

las autoridades para aprovechar plenamente el potencial turístico de la región y abordar los desafíos asociados con el desarrollo y la gestión del turismo.

2.12. Resultados respecto a la Gestión Turística Municipal

2.12.1. Percepción de los funcionarios municipales respecto a la gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba.

Los resultados mostrados a continuación muestran la percepción de los funcionarios de la municipalidad de la Unidad de División de Promoción Empresarial y Turismo, los cuales dieron información respecto a los planes estratégicos de la municipalidad, promoción turística, sostenibilidad y participación de la comunidad; por medio de una entrevista a 7 funcionarios.

1. ¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?

No tengo conocimiento (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

El enfoque que se da es muy cerrado y le dan poca importancia al turismo (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

La dinamización y reactivación económica como fuentes de nuevos ingresos (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Se enfoca diversificando las actividades turísticas eventos gastronómicos muestreo de productos tropicales y así maximizar la visita de más personas (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Se centra en la colaboración estrecha con el sector privado fomentando la creación de alianzas para desarrollar productos turísticos innovadores (Jefe de la División de Turismo)

Programación de gestión anual y mensual para llegar a las metas propuestas (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Aún no existe un buen enfoque para la organización turística, falta trabajos y busca y se busca plantear estrategias (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Interpretación: La situación descrita revela ciertas deficiencias en la unidad de turismo, especialmente en cuanto a su enfoque y reconocimiento de la importancia del turismo. Es evidente que hay un reconocimiento de la necesidad de impulsar la dinamización económica a través de la diversificación de actividades turísticas, pero se destaca la falta de un enfoque claro y la necesidad de trabajar en la elaboración y ejecución de estrategias.

2. **¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?**

No tiene conocimiento. (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Solo asignan a proyectos de inversión por canon y no con sus recursos propios (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

En función a la zona y en la ciudades que se necesita (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Se asignan recursos presupuestos a cada proyecto turístico la responsabilidad se distribuye entre los departamentos para garantizar eficiencia (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Se plantea la creación de un comité de inter departamental específico para el turismo para la asignación de presupuestos de manera estratégica (Jefe de la División de Turismo).

Mediante la participación ciudadana y mediante reuniones con sesiones ordinarias para implementar proyectos y sectores primordiales en el PIA (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Realizando un inventario turístico y promoción a nivel regional con trabajo mutuo con el gobierno regional. (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Interpretación: La declaración de falta de conocimiento sugiere una posible carencia de coordinación interna y toma de decisiones informadas. Además, la dependencia exclusiva de

proyectos de inversión por canon puede indicar limitaciones financieras. Sin embargo, la asignación de recursos presupuestarios a proyectos turísticos y la propuesta de un comité interdepartamental indican esfuerzos hacia la eficiencia y coordinación estratégica. La participación ciudadana, reuniones ordinarias y proyectos prioritarios en el Plan Integral de Acción (PIA) demuestran una intención de involucrar a la comunidad y alinear esfuerzos con las necesidades locales. El inventario turístico y la colaboración regional sugieren un enfoque proactivo para resaltar los recursos turísticos y trabajar conjuntamente con las autoridades regionales para un desarrollo sostenible.

3. ¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?

Implementar un local informativo para así promover los lugares turísticos (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

La única estrategia que da el municipio es a través de la radio y televisión (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Difusión de publicidad por redes sociales como Instagram y TikTok (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Promoción digital y participación de ferias turísticas agropecuarias con convenios con empresas privadas (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Participación activa en ferias turísticas regionales e internacionales para aumentar la visibilidad de Quillabamba (Jefe de la División de Turismo).

La difusión masiva concentración de eventos que también promueven los productos internos, además de la asistencia a diferentes invitaciones culturales (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Calidad de servicio y promoción de lugares naturales y turísticos (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Interpretación: La propuesta de implementar un local informativo para promover los lugares turísticos indica un enfoque tangible y localizado para atraer visitantes. Sin embargo, la limitación de estrategias a través de la radio y televisión, aunque efectiva, podría beneficiarse de una diversificación. La difusión en redes sociales como Instagram y TikTok representa un paso positivo hacia el alcance digital, pero se puede explorar aún más la promoción digital y la participación en ferias turísticas agropecuarias, aprovechando acuerdos con empresas privadas para maximizar el impacto. La participación activa en ferias turísticas regionales e internacionales, propuesta por el Jefe de la División de Turismo, sugiere un esfuerzo proactivo para aumentar la visibilidad de Quillabamba a nivel global. La concentración en eventos que promueven productos internos y la asistencia a invitaciones culturales refleja un compromiso con la difusión masiva y la participación en la comunidad. Finalmente, la importancia otorgada a la calidad del servicio y la promoción de lugares naturales subraya la necesidad de destacar los atractivos auténticos y garantizar experiencias positivas para los visitantes.

4. ¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?

A través de su gastronomía, centro de recreación, parques y jardines lugares de descanso (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Las iniciativas son las organizaciones en grupos para transporte y preparación de alimentos (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Haciendo turismo vivencial enfocado en la cultura de la zona (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Se realizan pequeños eventos semanales promocionando los productos y derivados agrícolas como el café cacao miel etc. dichos eventos en convenio con otras municipalidades (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Reuniones conversatorios donde se plantea la problemática y así llegar a acuerdos que benefician a residentes y turistas (Jefe de la División de Turismo).

La participación en ferias agentes económicos de dinamismo económico donde la población participe activamente(funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Las rutas del café(funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Interpretación: La mención de la gastronomía, centros de recreación, parques y jardines como atracciones turísticas destaca la diversidad de experiencias que Quillabamba ofrece. Las iniciativas centradas en la organización grupal para el transporte y preparación de alimentos subrayan la importancia de la colaboración comunitaria en el turismo local. El enfoque en el turismo vivencial, centrado en la cultura local, sugiere una apreciación por las tradiciones y la autenticidad. Los eventos semanales que promocionan productos agrícolas, en colaboración con otras municipalidades, indican una estrategia de apertura y cooperación regional para destacar la producción local. Las reuniones conversatorios para abordar problemáticas y llegar a acuerdos, propuestas por el Jefe de la División de Turismo, reflejan un enfoque participativo y colaborativo para mejorar tanto la experiencia de los residentes como la de los turistas. La participación activa en ferias económicas y las rutas del café sugieren un impulso hacia el dinamismo económico y la diversificación de atractivos turísticos; mostrando una visión integral para potenciar el turismo en Quillabamba, aprovechando tanto los recursos naturales como la riqueza cultural de la zona.

5. **¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?**

A través de proyectos de inversión y algunos apoyos sólo son con el saldo de almacén (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Haciéndoles ver un ecoturismo respetando la zona costumbres y creencias (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Se establece un sistema de retroalimentación proactiva utilizando redes sociales y encuestas para recopilar comentarios y se organizan reuniones para abordar inquietudes (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Sólo utilizan medios de radio y televisión con alcance local más por el contrario debería ser nacional (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

A través de planes desconcentrados a nivel provincial y multisectoriales (Jefe de la División de Turismo).

Cada gobierno local debería implementar una gerencia de turismo para promocionar sus atractivos o recursos turísticos (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

No conoce (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Interpretación: Las declaraciones reflejan diversos enfoques y desafíos en la gestión turística de la unidad de Quillabamba; se destaca la dependencia de proyectos de inversión y apoyos limitados, especialmente a través del saldo de almacén, lo que sugiere restricciones financieras; la promoción del ecoturismo respetando las costumbres locales indica un esfuerzo por preservar la identidad cultural y natural de la zona; la implementación de un sistema de retroalimentación a través de redes sociales y encuestas demuestra un intento proactivo de recopilar comentarios y abordar inquietudes de manera eficiente; la limitada utilización de medios de radio y televisión, con un enfoque local en lugar de nacional, señala una posible oportunidad de expansión en la estrategia de difusión; las propuestas de planes desconcentrados a nivel provincial y multisectoriales, así como la sugerencia de implementar gerencias de turismo a nivel local, apuntan hacia una visión de gestión turística más integral y descentralizada.

6. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?

No se prioriza ningún proyecto de infraestructura (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Mejoramiento y mantenimiento de carreteras puentes y vías de acceso a la provincia de la convención de la mano con el gobierno regional(funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Mantenimiento de vías de acceso a través de proyectos y obras(funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Viabilizar y mantenimiento de carreteras para la accesibilidad y mantenimiento sobre diferentes obras de esparcimiento (Jefe de la División de Turismo).

Ninguno(funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Ninguno (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Interpretación: Se muestra una falta de priorización de proyectos de infraestructura en la gestión turística de la unidad. El énfasis en el mejoramiento y mantenimiento de carreteras, puentes y vías de acceso, en colaboración con el gobierno regional, indica una preocupación por la accesibilidad y conectividad en la provincia de La Convención. La viabilización y mantenimiento de carreteras para mejorar la accesibilidad y respaldar diferentes obras de esparcimiento, según el Jefe de la División de Turismo, destaca la importancia de la infraestructura para el desarrollo turístico. Mostrando la necesidad de un enfoque más decidido y coordinado en el desarrollo de infraestructura para fortalecer la oferta turística y la conectividad en la región.

7. ¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?

Tomar medidas de seguridad como mayor recorrido de seguridad ciudadana (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

La implementación es muy limitada e incluso las actividades son improvisadas (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

En base a la cantidad de turistas que visitan las zonas y haciendo control (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Capacitación constante de personal de seguridad de serenazgo con el apoyo de la PNP (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Capacitaciones al personal de manera constante (Jefe de la División de Turismo).

Personal capacitado en la seguridad y control sobre comerciantes ambulantes (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Falta implementar (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Interpretación: Se muestra una preocupación por la seguridad en el ámbito turístico, destacando la necesidad de tomar medidas para garantizar la protección de los visitantes. El énfasis en el mayor recorrido de seguridad ciudadana indica una iniciativa para fortalecer la presencia de seguridad en las áreas turísticas. Sin embargo, la crítica sobre la implementación limitada y actividades improvisadas señala deficiencias en la planificación y ejecución de las medidas de seguridad. La referencia a la cantidad de turistas sugiere una conexión entre el flujo turístico y la necesidad de control y vigilancia. La capacitación constante del personal de seguridad, con el apoyo de la PNP y la formación recurrente según el Jefe de la División de Turismo, subraya la importancia de la preparación continua para abordar situaciones de seguridad. A pesar de estos esfuerzos, falta implementar un sistema de seguridad turística.

8. ¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?

Promocionando sus lugares turísticos por medio de videos o redes sociales y organizando pasantías a nivel nacional para así promocionar los lugares turísticos de Quillabamba (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Ninguna medida específica que yo conozca (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Establecimiento de un sistema de certificación para reconocer y promover empresas turísticas que adopten prácticas sostenibles y así mejorar la imagen del distrito como destino (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

No conoce. (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

La municipalidad ofrece incentivos a los residentes que adoptan prácticas sostenibles (Jefe de la División de Turismo).

La municipalidad ha desarrollado campañas de promoción específicas para resaltar las oportunidades de ecoturismo (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Ninguno (funcionario administrativo en la unidad de turismo).

Interpretación: Se observa una serie de esfuerzos y desafíos en la promoción del turismo en Quillabamba. El uso de videos y redes sociales, así como la organización de pasantías a nivel nacional, reflejan iniciativas para aumentar la visibilidad de los lugares turísticos. Sin embargo, la declaración sobre la falta de medidas específicas conocidas sugiere una posible falta de claridad o comunicación interna en la implementación de estrategias turísticas. La propuesta de establecer un sistema de certificación para empresas turísticas sostenibles destaca la importancia de prácticas responsables en el turismo y busca mejorar la imagen del distrito como destino.

9. ¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?

No se evalúa. (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

A través de la división de medio ambiente, capacitando el personal de limpieza y concientizar a los visitantes sobre el impacto ambiental (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

A través de metodologías como el FODA y una línea de base (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Evaluación continua y transparente del impacto con medidas correctivas e inmediatas para proteger los recursos (Jefe de la División de Turismo).

No tengo conocimiento (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

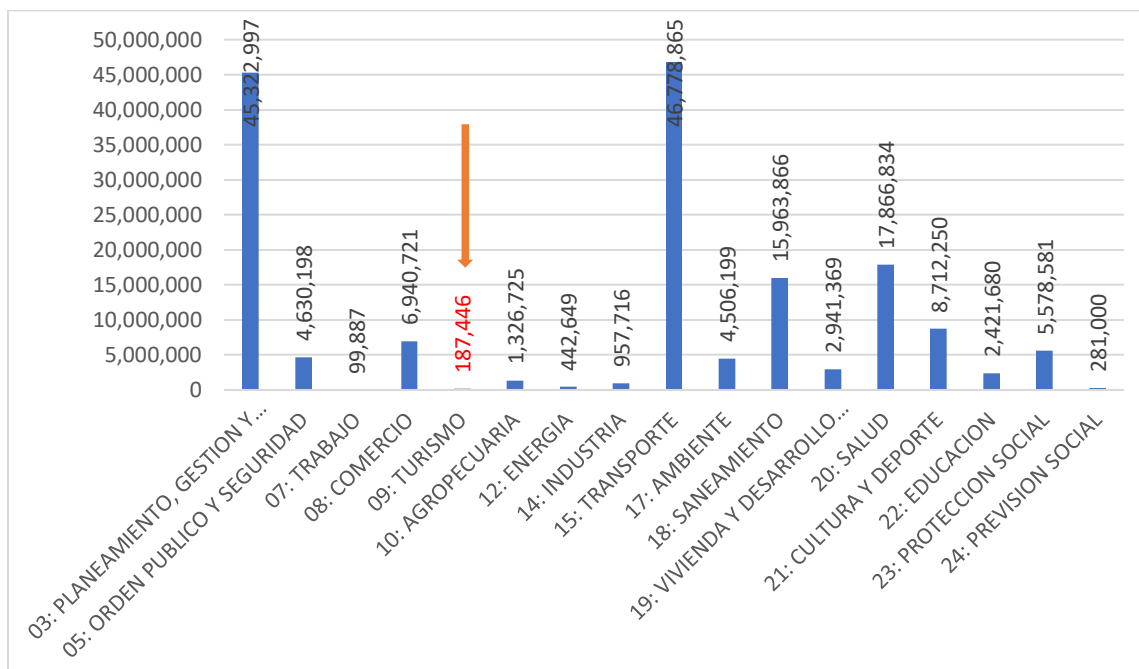
Ninguno (funcionario administrativo en la unidad de turismo)

Interpretación: Las respuestas sugieren un enfoque integral hacia la sostenibilidad ambiental en la gestión del turismo en Quillabamba. La capacitación del personal de limpieza y la concientización de los visitantes indican un esfuerzo por abordar el impacto ambiental, destacando la importancia de la educación y la responsabilidad en la preservación de los recursos naturales. La aplicación de metodologías como el FODA y la creación de una línea de base muestran un enfoque planificado y estratégico para evaluar y comprender la situación actual. Además, la evaluación continua y transparente del impacto, junto con medidas correctivas inmediatas, señala un compromiso con la protección activa de los recursos naturales, reflejando una gestión proactiva para minimizar los impactos negativos del turismo en el entorno. Sin embargo, en la actualidad no están debidamente desarrolladas o suele ser de desconocimiento por parte del personal, mostrando dificultades de gestión

2.12.2. Gestión Turística Municipal para la promoción de la actividad turística interno en la ciudad de Quillabamba.

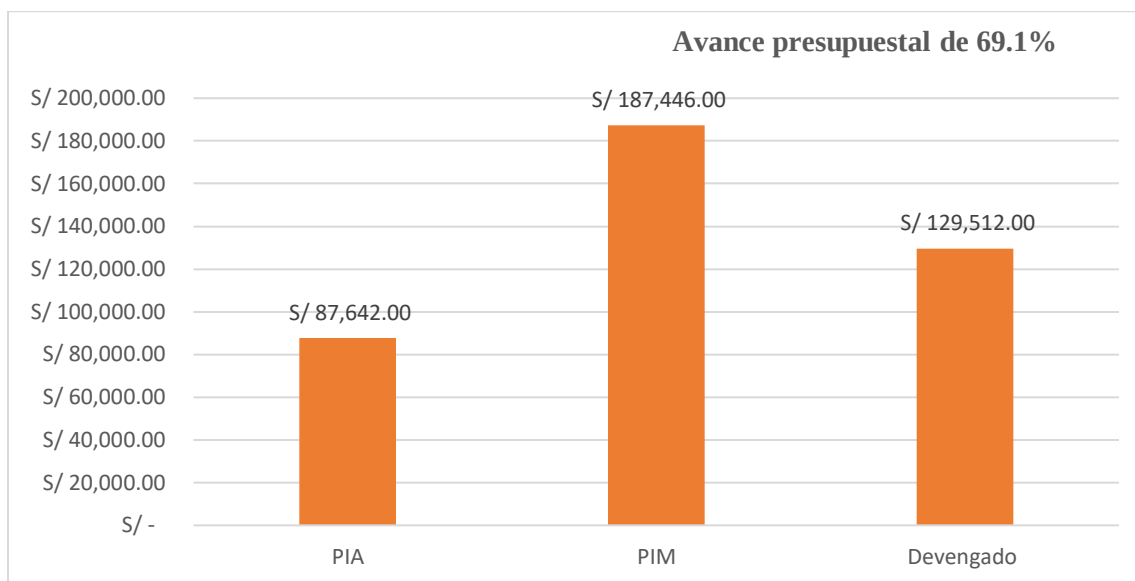
Figura 23

Asignación de presupuesto por funciones de la Municipalidad de Santa Ana: 2022



Nota: Elaboración en base a datos obtenidos del Portal de Transparencia del Ministerio de Economía (MEF, 2022) – Consulta Amigable

La figura destaca que el presupuesto destinado al sector turístico es el más reducido en comparación con otras funciones del gobierno local. Para el año 2022, se registra una asignación de apenas 187,446 soles, situándose entre los montos más bajos. Esta cifra evidencia una clara falta de priorización y compromiso financiero para invertir en el desarrollo turístico, reflejando la necesidad de revisar y aumentar la asignación presupuestaria para impulsar de manera más efectiva el crecimiento y la sostenibilidad de este sector crucial.

Figura 24*Ejecución presupuestal en Turismo de la Municipalidad de Santa Ana: 2022*

Nota: Elaboración en base a datos obtenidos del Portal de Transparencia del MEF (2022)

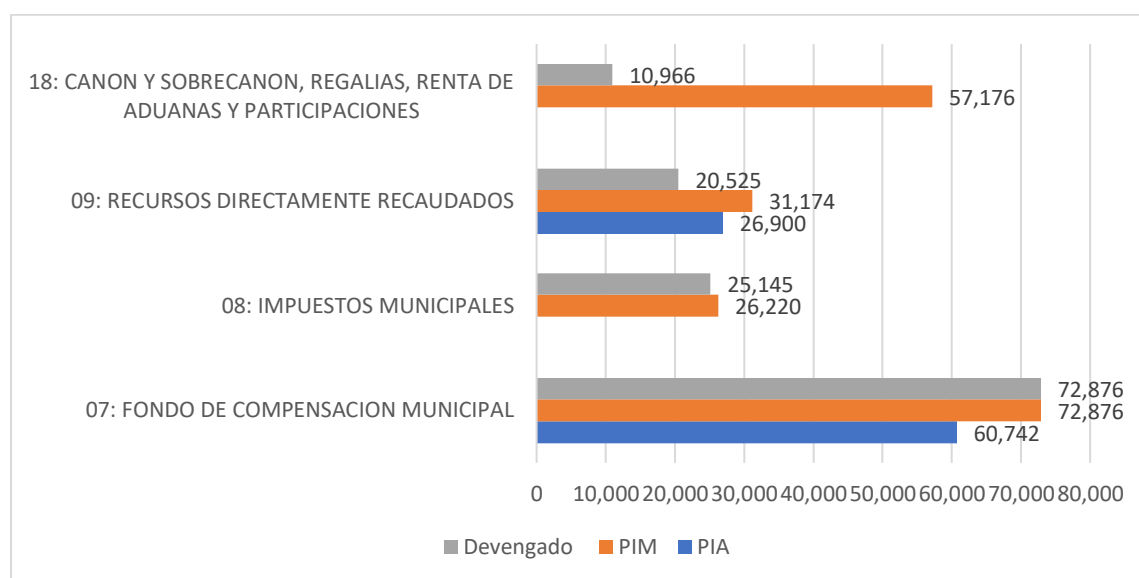
– Consulta Amigable

En cuanto a la gestión del presupuesto asignado al turismo por parte del gobierno local para el año 2022, se destaca una notoria falta de planificación adecuada. Inicialmente, se asignó un Presupuesto Inicial de Asignación (PIA) de 87,642 soles, el cual fue modificado (PIM) a 187,446 soles. Esta variación refleja una falta de previsión por parte de las autoridades responsables de la planificación presupuestaria. Además, la ejecución real del presupuesto, también conocida como devengado, se limitó a 129,512 soles, un monto inferior al presupuesto designado. Este bajo nivel de ejecución representa solo un avance presupuestal del 69.1%, evidenciando la falta de eficiencia de la municipalidad en la ejecución de sus recursos destinados al turismo. Esta discrepancia sugiere la necesidad de una revisión y mejora en los procesos de planificación y ejecución presupuestaria para maximizar el impacto de las inversiones en el desarrollo turístico local.

Figura 25

Fuente de financiamiento del presupuesto en Turismo de la Municipalidad de Santa

Ana: 2022



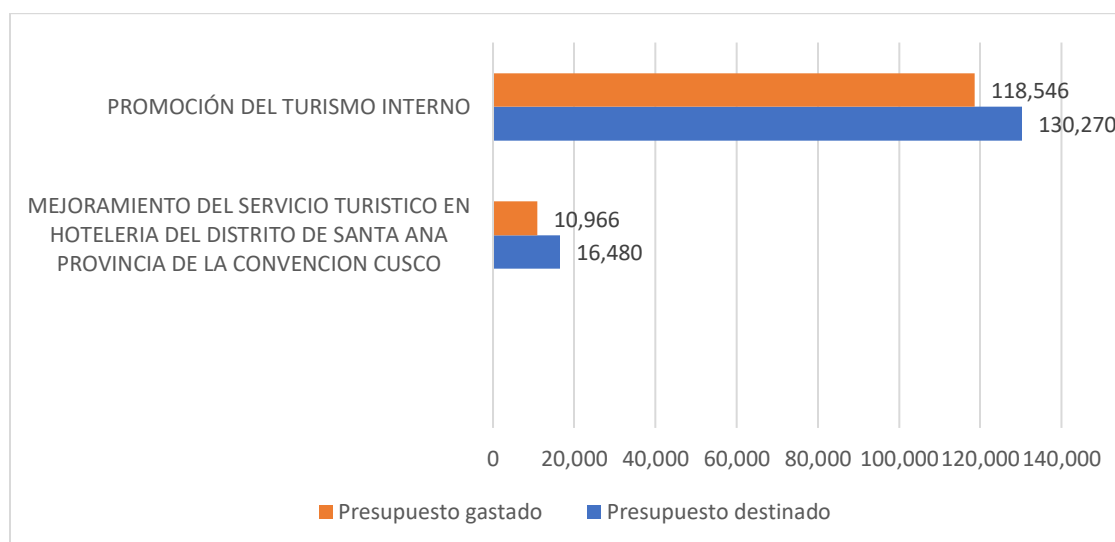
Nota: Elaboración en base a datos obtenidos del Portal de Transparencia del MEF (2022)

– Consulta Amigable

Según la figura, se destaca que en el año 2022, la principal fuente de financiamiento para actividades o proyectos turísticos proviene del Canon, aunque llama la atención que no se gaste en su totalidad. Otra fuente significativa es el FONCOMUN, donde se evidencia un uso adecuado de los recursos presupuestarios. Es importante destacar que este tipo de presupuesto se centra en aspectos cruciales como la capacitación, asignación tecnológica, entre otros, para promover diversas actividades, ya sean turísticas, agrícolas, etc., mejorando así el desarrollo productivo, ya sea de bienes o servicios. Por otro lado, la fuente de menor cuantía se relaciona con los impuestos directamente recaudados o impuestos municipales, lo que revela una limitada obtención de recursos propios por parte del gobierno local, subrayando su alta dependencia de la asignación de recursos externos.

Figura 26

Actividades y proyectos Turísticos de la Municipalidad de Santa Ana: 2022



Nota: Elaboración en base a datos obtenidos del Portal de Transparencia del MEF (2022)

– Consulta Amigable

Según la figura, en el año 2020 se registró únicamente el proyecto “Mejoramiento del Servicio Turístico en Hotelería del Distrito de Santa Ana, Provincia de La Convención, Cusco”, al cual se asignaron 16,480 soles, de los cuales se utilizaron 10,966 soles. Además, se evidencia un gasto de 118,546 soles destinado a la promoción del turismo interno, enfocado en la adquisición de bienes y contratación de servicios; demostrando una limitada participación de actividades y proyectos de la municipalidad.

2.13. Discusión de Resultados

La investigación reveló la existencia de una demanda turística, predominantemente compuesta por varones jóvenes y solteros con antecedentes profesionales. Estos visitantes muestran un interés particular en el turismo natural y expresan una preferencia por organizar sus viajes de manera independiente en lugar de recurrir a agencias. Argumentan que no perciben diferencias sustanciales al optar por servicios adicionales, aunque están abiertos a explorar nuevas opciones que ofrezcan experiencias más innovadoras durante estancias superiores a dos días. La evaluación actual del servicio turístico existente es tibia, calificándolo como regular y considerando que no satisface plenamente sus expectativas. Contrastando con este perfil de turistas, los habitantes locales, en su mayoría jóvenes y dedicados a la agricultura, demuestran disposición para invertir en la actividad turística. A pesar de su conocimiento sobre el tema, se reconocen técnicamente no capacitados para proporcionar un servicio óptimo. No obstante, muestran apertura y disposición para recibir formación en la materia, percibiendo esta capacitación como un medio para mejorar la calidad de los servicios turísticos y aumentar la afluencia a la zona. En este contexto, Palma (2021) destaca la importancia del involucramiento del gobierno local en el desarrollo efectivo de la actividad turística. Se señala que, en su mayoría, estos gobiernos son percibidos como deficientes en su participación, lo que sugiere que la mejora de la gestión gubernamental puede ser un factor clave para potenciar el sector turístico en la región.

Respecto a la evaluación de la Oferta Turística para incrementar la demanda del Turismo Interno, se obtuvo que la ciudad de estudio posee atractivos naturales y culturales que fueron categorizados demostrando que la ciudad posee en su mayoría atractivos de jerarquización II y III, lo que demuestra una oferta limitada y la falta de aprovechamiento de una serie de atractivos que presenta el lugar, además se observa que los agentes encargados de promocionar estos atractivos

no brindan innovaciones acorde a la demanda existente, por lo que la fluencia a estos lugares se ve reducida; estos resultados son similares a Duran (2020), cuya evaluación turística realizada en Urubamba indica que pese a que 70% de encuestados ve un alto potencial turístico en las Sukankas; el 48.3% opina que son poco adecuados, especialmente la planta turística del distrito (35% lo considera poco adecuado). A pesar de la presencia de hoteles y restaurantes cercanos, la necesidad de servicios básicos para llegar a las Sukankas es respaldada por el 48.3%. La accesibilidad es un problema, ya que el 46.7% encuentra poco adecuado el acceso al sitio. De modo que la infraestructura, es un aspecto clave para garantizar el desarrollo turístico.

Por otro lado los resultados mostraron una inadecuada planificación turística debido a la ineficiencia en el manejo presupuestal destinada al turismo por parte del Gobierno Local, además, las iniciativas de promoción o estrategias del sector demuestran ser muy limitadas. Estos resultados concuerdan con Aguilar y Izquierdo (2018) quienes indican que existe un nivel bajo respecto a la promoción turística poniendo en evidencia la dejadez de las autoridades responsables de promocionar el turismo en el distrito, así mismo se observó la carencia de planes que promocionen los circuitos existentes, los cuales podrían realizarse modificaciones y vincularlos a las nuevas propuestas turísticas y así poder presentar mejores circuitos.

Por otro lado la percepción por parte de los funcionarios demuestra ser escasa respecto a la gestión turística en Quillabamba, factor que pueda estar conllevando a la falta de aprovechamiento del potencial turístico de la zona; tal como indica el estudio de Abanto y Callañaupa (2021) es importante que los municipios presten atención adecuada a la gerencia de turismo para desarrollar y ejecutar planes y proyectos, proteger el patrimonio turístico y estar preparados para la demanda y oferta turística. Por lo que, ambos estudios, enfatizan la promoción y capacitación de los funcionarios como elementos clave para un turismo armonioso y planificado

Finalmente, se plantearon estrategias de promoción mediante medios de comunicación en especial de las redes virtuales y el posicionamientos del producto turístico Quillabamba, es por ello que para que el producto tenga una buena reputación ante su demanda, todos los ofertante turísticos requieren de capacitación y concientización del manejo de los servicio turísticos, así como las buenas prácticas que conlleva. Acorde con Diaz (2019) las propuestas a realizar implican la realización de un plan integral, en la que se expongan las acciones posibles a ser creadas y se mejoren recursos y servicios que apliquen una propuesta de valor que tiene el ámbito de estudio a fin de desarrollar un turismo rural comunitario adecuado y rentable, al obtener cierto grado de rentabilidad ello ayudaría a los habitantes de la comunidad, sin embargo se debe tener en cuenta que estas acciones no deben afectar las costumbres tradicionales de la comunidad.

CAPITULO III: SISTEMA DE PROPUESTAS

Para mejorar la afluencia del turismo interno en Quillabamba, se proponen las siguientes acciones que contribuirán a fortalecer el desarrollo turístico en la ciudad, estas propuestas incluyen la promoción del turismo y diversificación de la oferta de servicios turísticos, es por ello que las propuestas a considerar son:

Propuesta	Objetivo	Responsable	Resultados esperados
Propuesta de Plan de Promoción Turística para la ciudad de Quillabamba.	Implementar estrategias de promoción del turismo para dar a conocer al público en general los servicios turísticos ofrecidos e incentivar el turismo interno	• PROMPERU. • Dirección Regional de Turismo Cusco. • Unidad de turismo de la Municipalidad provincial de Santa Ana	- Aumento de inversiones para la mejora de servicios turísticos ofrecidos - Recursos turísticos conservados - Aumento de niveles de satisfacción de los turistas - Mejora de la calidad de servicios
Propuesta para Incrementar la Afluencia del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba	Mejorar y diversificar la oferta de servicios turísticos, así como implementar nuevas alternativas de turismo contribuirán a mejorar la calidad de vida de la población	• Tesistas • Pobladores que brindan servicios turísticos de la ciudad de estudio.	- Incremento del turismo interno - Nuevos tours para hacer más atractivo la zona de destino - Prolongación de la estancia de los turistas - Pobladores con más oportunidades laborales - Mejora de ingreso de los pobladores y la economía de la ciudad

Estas propuestas se desarrollan a continuación:

3.1. Propuesta de Plan de Promoción Turística para la ciudad de Quillabamba.

3.1.1. Fundamentación

La conservación de los atractivos naturales y culturales, Patrimonio Natural y Patrimonio Cultural de la ciudad de estudio Quillabamba es muy importante porque estos son la materia prima para promover el Turismo en sus diferentes modalidades, que es un factor de desarrollo para la población local del lugar de estudio.

De mismo modo es necesario implementar estrategias de promoción del turismo para dar a conocer al público en general los servicios turísticos ofrecidos e incentivar el turismo local y nacional

3.1.2. Objetivos

- 1.- Establecer estrategias de promoción y comunicación de los servicios turísticos ofrecidos
- 2.- Conservar atractivos naturales y culturales.
- 3.- Concienciar a los locales sobre la importancia turística de proteger sus atractivos.
- 4.- Capacitar a la población sobre el manejo de los recursos turísticos
- 5.- Incentivar inversiones con programas de apoyo como PROCOMPITE

3.1.3. Responsables

- 1.- PROMPERU.
- 2- Dirección Regional de Turismo Cusco.
- 3.- Municipalidad Distrital de Quillabamba.

3.1.4. Inversión

Inversión estimada de S/. 50,000.00 nuevos soles.

ACCIONES:	Costo tentativo en soles:
Participación en ferias nacionales de turismo para dar a conocer el potencial turístico con que cuenta la ciudad de Quillabamba.	S/ 20 000
Producción de material de difusión e información especializada como guías turísticas, mapas, folleterías, etc.	S/ 15 000
Conformación de un comité de gestión de un plan de posicionamiento del producto turístico Quillabamba	S/ 10 000
Sesiones y talleres de capacitación del manejo de servicios turísticos sobre la calidad del servicio y la importancia del manejo sustentable e impacto ambiental de recursos turísticos	S/ 5 000
COSTO TOTAL:	S/ 50 000

3.1.5. Duración

Seis meses calendario.

3.1.6. Socios Claves:

MINCETUR, Prom Perú, Unidad de Turismo de la Municipalidad de Santa Ana, Empresarios de Turismo.

3.1.7. Grupo Meta:

Actores de Turismo.

3.1.8. Beneficiarios Directos:

El distrito en su totalidad, puesto que estarán vinculados a la actividad turística directa e indirectamente.

3.1.9. Tiempo Estimado:

6 meses.

Cronograma de trabajo:

Actividades	Encargados	Meses de ejecución					
		1	2	3	4	5	6
Organización del proyecto y la población participante	Tesistas Municipalidad Distrital						
Organización de la población interesada para establecer objetivos a perseguir	Participantes: Población interesada						
Análisis participativo de la situación actual de la población frente al turismo	Empresarios turísticos						
Sesiones y talleres de capacitación a la población del manejo de servicios turísticos							
Definición del producto o servicio turístico a ofrecer	Tesistas Municipalidad Distrital						
Establecimiento de estrategias de comercialización	MINCETUR						
Buenas prácticas para la calidad del servicio turístico	Participantes: Población interesada						
Sensibilización y buenas prácticas ambientales	Empresarios turísticos						
Socialización de la propuesta							

Conformación de un comité de gestión de un plan de posicionamiento del producto turístico Quillabamba	Municipalidad Distrital MINCETUR						
Selección del comité							
Nombramiento e inscripción del comité							
Producción de material de difusión e información especializada como guías turísticas, mapas, folleterías, etc	Municipalidad Distrital MINCETUR						
Participación en ferias nacionales de turismo para dar a conocer el potencial turístico con que cuenta la ciudad de iQuillabamba	Municipalidad Distrital MINCETUR						

Publicidad y comunicación de servicios turísticos

Responsable: MINCETUR, Unidad de Turismo de la Municipalidad de Santa Ana

Estrategias		Descripción
Publicidad	Estrategia 1	El comité de gestión de promoción turística de la Municipalidad visitará periódicamente a las empresas para averiguar la satisfacción o insatisfacción de los productos y del servicio
	Estrategia 2	La facilidad y la entrega de los productos constará de la optimización de producción, despacho y reparto, lo cual ayudará a tener información y seguimiento constante de los clientes.
Comunicación: Brinda la fortaleza necesaria para que la figura del distrito se haga más resistente a sus directos competidores. La diferencia le dará más vida y mayores ventas que sus competidores.	Estrategia 1	Crear diseños publicitarios las cuales contengan información de las empresas y ubicarlas en lugares estratégicos de la ciudad.
	Estrategia 2	Desarrollar paneles publicitarios para promoverlos en centros comerciales o lugares concurridos
	Estrategia 3	Crear página web, que facilite hacer cotizaciones y compras en el momento y también pagos por internet.
Promoción de ventas: Corresponde a la ubicación de los productos turísticos en el momento correcto. La continua	Estrategia 1	Invitación a empresas acopiadoras o demandantes potenciales para la degustación de café, cacao, y demás variedades de la zona realizadas en ferias con el fin de crear alianzas y oportunidades a los productores.

investigación de nuevos canales, se tiene que dar al producto una modificación en su presentación y aumentar los canales para mejorar nuevos y diferentes segmentos. Colocar de forma eficiente el producto con la facilidad de que tengan mayores oportunidades de adquirir	Estrategia 2	Se desarrollará talleres de elaboración de cocteles, postres artesanales a base de café o cacao y otros en donde los pobladores del distrito participen activamente demostrando sus cualidades culinarias y artísticas ante los turistas provenientes de otros lugares.
--	--------------	---

Observaciones:

El proyecto se enfoca a promocionar principalmente la ciudad de estudio Quillabamba, los atractivos con los que cuenta y las potenciales modalidades de turismo que se pueden ofrecer a los turistas locales.

3.2. Propuesta para Incrementar la Afluencia del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba

3.2.1. Fundamentación

La ciudad de estudio, Quillabamba, es catalogada como “Ciudad de primer rango”, por ende es la cabeza jerárquica del espacio, además de ser centro político y administrativo de la provincia, además de ser acopiador principal de café, cacao, té, frutas, madera, etc., además de contar con servicios especializados de Salud y Educación.

Mejorar y diversificar la oferta de servicios turísticos, así como implementar nuevas alternativas de turismo contribuirán a mejorar la calidad de vida de la población además de conservar y desarrollar los fundamentos naturales y culturales con los que cuenta el área de estudio.

3.2.2. Objetivos

- 1.- Promover el turismo en la ciudad de Quillabamba.
- 2.- Diversificar la oferta de atractivos turísticos de Cusco.

3.- Generar puestos de trabajo.

4.- Concienciar a los pobladores sobre las bondades del turismo.

3.2.3. Responsables

1.-Tesisistas.

2.- Pobladores de la ciudad de estudio.

3.2.4. Inversión

Una inversión estimada de S/.260.00 nuevos soles por pasajero.

3.2.5. Tiempo

Tres días y dos noches.

3.2.6. Programas

3.2.6.1.Primer programa para incrementar la afluencia del turismo interno en la ciudad de Quillabamba

Este programa se basa en la propuesta de Tours para mejorar la oferta turística, aprovechando los recursos naturales y culturales, y aumentando el interés de los turistas por visitar Quillabamba. La iniciativa busca potenciar las atracciones locales, promover actividades sostenibles y fomentar la participación comunitaria, asegurando una experiencia auténtica y enriquecedora para los visitantes.

- **Nombre del Tour :** “Escápate Del Frio, La Selva Cusqueña Te Espera”
- **Descripción:** Nuestro tour tendrá una duración de tres días y dos noches partiendo la noche del jueves y retornando la mañana del domingo, la programación es la siguiente:

Primera noche:

El encuentro iniciara a las 20:00 p.m. en la Plaza Túpac Amaru, donde daremos la bienvenida a nuestros pasajeros seguidos de la presentación de nuestro guía además de los dos conductores todos debidamente uniformados e identificados.

Emprenderemos nuestro viaje en un recorrido de 06 a 07 horas a través del “valle sagrado de los Incas (Urubamba-Olantaytambo)”, ascendiendo a hacia el abra Málaga con una altitud de 4,316 msnm; arribando a la ciudad de Quillabamba entre las 02:00 a 03:00 de la madrugada. Una vez llegamos a la ciudad, nos chequearemos en el hotel “Señor de Torrechayoc”.

Primer dia

A las 08: 30 am será nuestro encuentro en la recepción para dirigirnos a la quinta restaurant “Don Cesar” ubicado a media cuadra del hotel, para disfrutar de un delicioso desayuno típico de la selva.

A las 10:00 am nos dirigiremos al balneario de Sambaray donde disfrutaremos de las ricas aguas de la piscina olímpica y de la regular, tendremos acceso a las losas deportivas para practicar algunos deportes como el futbol o vóley.

A las 13:30 pm volveremos al hotel para cambiarnos y estar listos para el delicioso almuerzo en el mismo lugar donde consumimos el desayuno.

A las 16:00 pm visitaremos el museo de sitio de Quillabamba; el resto de la tarde será libre para poder descansar.

Segundo dia

A las 07:00 am nos encontraremos para disfrutar de delicioso desayuno.

A las 08:30 am salimos rumbo a la hacienda de Potrero para apreciar el proceso de elaboración del “cañazo”, que no es sino el destilado de la caña de azúcar; los pasajeros que deseen podrán comprar este licor en la misma hacienda.

A las 10:30 am nos dirigiremos a la hacienda de la señora Francisca Condori (DNI: 42742617) para observar y participar de la actividad denominada “palla o recolección” del café, la hoja de coca y de la naranja; los pasajeros que deseen también podrán comprar los productos antes mencionados.

A las 14:00 pm volveremos a la ciudad de Quillabamba para disfrutar de nuestro delicioso almuerzo típico del lugar.

A las 16:00 pm teniendo en cuenta que la ciudad no es muy grande, haremos una visita guiada a la ciudad empezando por la plaza de armas de la ciudad, el mercado modelo donde los pasajeros observaran el expendio de productos como el café, diferentes frutas, la “uncucha” y demás productos propios de la zona, los diferentes parques y plazas finalizando en la alameda para tomarnos las fotos respectivas.

A las 20:00 pm tendremos nuestra cena show en la quinta restaurant “Don Cesar” donde disfrutaremos de una rica cena consistente en una chuleta de cerdo a lo pobre con ingredientes típicos de la selva acompañado de su jarra de chicha morada o su limonada frozen, además de disfrutar de la presentación de artistas oriundos de la zona.

Tercer día

A las 08:30 am realizaremos el check out del hotel para volver a la ciudad del cusco llegando a las 14:30 hrs aproximadamente y finalizando el tour en la plaza Túpac Amaru.

El tour incluye:

- ✓ Bus debidamente equipado ida y vuelta (Cusco-Quillabamba-Cusco) y traslado a los diferentes puntos de visita.
- ✓ Dos noches de alojamiento en el Hotel “Señor de Torrechayoc” (habitaciones triples, dobles, matrimoniales y simples con baño privado, tv cable y wifi incluido).

- ✓ Desayuno y almuerzo.
- ✓ En el caso de la cena, solo está incluido la última noche (cena show en la quinta restaurant “Don Cesar”).
- ✓ Guía de turismo.
- ✓ Una botella de agua (con el logotipo de la agencia) en la ida y la vuelta.
- ✓ Mantas en cada asiento para cada pasajero.

3.2.6.2. Segundo programa para incrementar la afluencia del turismo interno en la ciudad de Quillabamba

- **Nombre del Tour :** “Conociendo Quillabamba”
- **Descripción:** Esta segunda opción consta de dos días distribuidos de la siguiente manera:

Primer día:

- Salimos desde la ciudad del Cusco a las 7:00 am
- Partimos hacia Quillabamba (tiempo estimado de viaje 4 hrs con 35 minutos)
- Traslado al Eco Lodge – Don Félix
- Disfrutaremos de un delicioso almuerzo con una vista maravillosa del paisaje
- Realizaremos un paseo por la Plaza de Armas y mercado central para conocer la variedad de alimentos de la región
- Tarde libre para disfrutar de la piscina
- Noche en el Eco Lodge

Segundo día:

- Desayuno en el Eco Lodge
- Tour a las cataratas de Mandor en Quillabamba, caminaremos alrededor de 4 kilómetros, opcional de llegar con movilidad hasta cierto punto y sólo se caminará unos 10 minutos.
- Retornaremos de nuestra caminata para disfrutar de nuestro delicioso almuerzo en el Eco Lodge Don Félix
- Tarde libre y regreso a Cusco.

En nuestro paquete incluye:

- Recojo desde la Plaza Regocijo

- Traslado, sólo para el grupo desde Cusco a Quillabamba
- 2 Almuerzos en el Eco Lodge
- 1 noche de alojamiento
- 1 desayuno en el Eco Lodge
- 1 snack en la ruta de camino hacia Quillabamba
- Retorno a Cusco.

CONCLUSIONES

La implementación de un programa y plan promocional de las actividades turísticas en la ciudad de Quillabamba apoyado en un adecuada gestión turística municipal, incrementará la afluencia del turismo interno, a su vez la participación del lugar en el sector turístico dinamizará la economía de la ciudad beneficiando a su población en general.

PRIMERO:

El diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba demuestra que posee potencial turístico que coadyuvará al incremento del turismo interno, pues existe una disponibilidad por parte de los pobladores en capacitarse e invertir en este sector. Además, se observa que los turistas nacionales están dispuestos a tomar servicios turísticos en caso estos innoven y mejoren su calidad, pues consideran que la ciudad de Quillabamba es un destino potencial del que disfrutan visitar.

SEGUNDO:

La Oferta Turística evaluada demuestra que la ciudad posee una serie de atractivos naturales y culturales que no están siendo explotados a pesar del gran potencial que presenta, demostrando una actividad turística limitada y que de aprovecharse la demanda del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba se verá incrementada.

TERCERO:

Los funcionarios de la municipalidad revelan un panorama diverso en la gestión turística de Quillabamba, con esfuerzos en múltiples áreas para impulsar el desarrollo sostenible. Se destaca la importancia atribuida a la concientización ambiental, la planificación estratégica y la colaboración con el sector privado para innovar en productos turísticos. Sin embargo, existen desafíos notables, como la falta de conocimiento en ciertos aspectos, la limitada promoción a nivel nacional y la necesidad de mayor inversión en infraestructura. La participación ciudadana y la implementación de estrategias específicas para el ecoturismo emergen como áreas de enfoque. En

conjunto, se sugiere un interés genuino en mejorar el turismo en Quillabamba, pero se identifican áreas críticas que requieren atención para optimizar el impacto positivo en la comunidad y en el entorno.

CUARTO:

Respecto a Gestión Turística Municipal se revela una preocupante falta de priorización financiera para el desarrollo turístico por parte del gobierno local. El presupuesto asignado al sector turístico es significativamente bajo, totalizando solo 187,446 soles, lo que evidencia una falta de compromiso financiero. Además, la gestión del presupuesto muestra una carencia de planificación adecuada, con una variación entre el Presupuesto Inicial de Asignación (PIA) y el Presupuesto Modificado (PIM). La ejecución real del presupuesto fue limitada a 129,512 soles, representando solo un 69.1% del presupuesto designado. La principal fuente de financiamiento es el FONCOMUN que se utiliza de manera adecuada pero en menor magnitud. La limitada participación de la municipalidad en actividades y proyectos turísticos se refleja en el gasto de tan solo 10,966 soles para el proyecto “Mejoramiento del Servicio Turístico en Hotelería del Distrito de Santa Ana, Provincia de La Convención, Cusco”. Estas deficiencias señalan la necesidad de revisar y mejorar la asignación y gestión presupuestaria para maximizar el impacto en el desarrollo turístico local, así como una mayor diversificación de fuentes de financiamiento y una participación más activa en iniciativas turísticas.

QUINTO:

Las propuestas de actividades a realizar planteadas en el presente trabajo para el desarrollar la Actividad Turística en la ciudad de Quillabamba, implican una serie de estrategias para la promoción y posicionamiento de la zona, ello acompañado de una serie de capacitaciones respecto a las buenas prácticas del manejo de servicios turísticos lo que aseguraría la calidad de los mismos,

a partir de estas propuestas se incrementarán la afluencia del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. – Al Gerente de Desarrollo Económico se recomienda liderar la implementación de un programa y plan promocional sólido, respaldado por una gestión turística efectiva. La implicación directa en esta iniciativa será crucial para dinamizar la economía local y beneficiar a la población en general. La coordinación estrecha con actores locales y la promoción de la identidad cultural serán clave para el éxito de este proyecto. Además, se recomienda un programa de capacitación especializada relacionadas a planificación presupuestal.

SEGUNDA.-. Al Jefe de la Unidad de Turismo, priorizar y promover el aumento del el presupuesto asignado al sector turístico. Es esencial mejorar la planificación y ejecución presupuestaria para maximizar el impacto en el desarrollo turístico local; además de comprometerse activamente en iniciativas turísticas para impulsar la economía local.

TERCERA. – A los funcionarios municipales de la unidad de Turismo continuar los esfuerzos en concientización ambiental, planificación estratégica y colaboración con el sector privado. Identificar y abordar las áreas de desconocimiento, mejorar la promoción a nivel nacional y enfocarse en la inversión en infraestructura son aspectos clave. La participación ciudadana y estrategias específicas para el ecoturismo deben ser prioridades para optimizar el impacto positivo en la comunidad y el entorno.

CUARTO. - A los pobladores de Quillabamba aprovechar el potencial turístico identificado. La disposición a capacitarse e invertir en el sector turístico es una oportunidad valiosa. La participación activa de la comunidad en la mejora de la calidad de los servicios turísticos contribuirá significativamente al incremento del turismo interno y al desarrollo sostenible de Quillabamba.

QUINTA. - A los Organizadores de Actividades Turísticas se recomienda implementar estrategias efectivas de promoción y posicionamiento de la zona. Las capacitaciones sobre buenas

prácticas en el manejo de servicios turísticos son cruciales para asegurar altos estándares de calidad. La participación activa de la comunidad en estas actividades garantizará un impacto positivo y el aumento del turismo interno en Quillabamba.

REFERENCIAS

- Abanto, F., & Callañaupa, A. (2021). *Gestión Turística Municipal en el distrito de Cusco, 2020*. Universidad César Vallejo.
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73967/Abanto_VFE-Calla%
 c3%b1aupaca_CAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73967/Abanto_VFE-Calla%c3%b1aupaca_CAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aguilar, I., & Izquierdo, J. (2018). *Promoción turística del distrito de Huayopata, la convención para diversificar la oferta turística en el Cusco*. Universidad Andina del Cusco.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UACI_e6242968a522f2351304588e37a32f33
- Ambur, A., Hanco, L., Quinto, G., & Condori, J. (2010). *Atractivos turísticos, costumbres, flora, fauna y gastronomía*. La Convención: El estudiante.
<https://es.scribd.com/document/391181791/Provincia-de-La-Convencion-y-susatractivos-Turisticos>
- Arbulú, I., Razumova, M., Rey, J., & Sastre, F. (2021). Can domestic tourism relieve the COVID-19 tourist industry crisis? The case of Spain. *Journal of Destination Marketing & Management* Volume 20, 100568.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X21000160>
- Arcarons, I., & Capella, I. (2010). *estión pública del turismo*. España: Editorial UOC.
- Boullon, R. (1990). *Planificación del espacio turístico*. segunda edición. Mexico: Edit.Trillas S.A.
- Castellucci, D. (2009). La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros. *Aportes y Transferencias*, vol. 13, núm. 2, pp. 29-44.
<https://www.redalyc.org/pdf/276/27621943003.pdf>

- Ceron, H. (2018). El turismo doméstico como base de la recuperación post Covid-19 de la actividad turística en México”. *Revista Latinoamericana de Investigación Social*, vol. 3, no. 3. <http://20.225.127.54/index.php/relais/article/view/2821>
- Choo, H. (2015). Domestic tourism. *Encyclopedia of Tourism* pp 1–2. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01669-6_255-1
- Cortés, I. (2008). Which type of tourism matters to the regional economic growth? The cases of Spain and Italy. *International Journal Of Tourism Research*, 10(2). , 127-139.
- Dávila, J., Morocho, K., & Noblecilla, M. (2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. *Digital Publisher CEIT*, 6(3), 57-75. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.542>
- Diaz, R. (2019). *Propuesta de desarrollo de turismo interno en el distrito de San Mateo de Huanchor a través del turismo rural comunitario, 2019*. Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5160>
- Duran, D. (2020). *Diagnóstico de la actividad turística en las Sukankas del Sector Saywa distrito de Urubamba Cusco -2020*. Universidad Andina del Cusco. https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3813/Danae_Tesis_bac_hiller_2020.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Esparza, J. (2014). *Introducción a la planeación estratégica*. <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/mesp112/1.1%20Aspectos%20teoricos.pdf>
- Esubalew, B., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist. *Heliyon*. 6. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(20\)31682-0.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(20)31682-0.pdf)

- Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: Métodos o técnicas de indagación empírica. *Revista Didasc@lia: D&E. Publicación del CEPUT- Las Tunas, Cuba*.
- Fernández, M. (2016). *Muestreo, Recogida de información y Análisis de datos*. Universidad de Málaga . Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/12203/Tema%203.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Gobierno del Estado de México. (2000). *Planeación Estratégica*. GEM.
- González, J. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo. *Una visión Alternativa*. pp 111-117. <https://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/58/56>
- Guerrero, G., & Ramos, M. (2014). *ntroducción al turismo*. México: Larousse - Grupo.
- Hernández, E. A. (2010). *Proyecto Turístico; Formulación y Evaluación*. México.: Edit. Trillas.
- Hernandez-Sampieri, R., Mendoza, F. C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Hospina, A. (2019). Consulta Técnica sobre derechos indígenas ,derecho ambiental y desarrollo sostenible. *PNUD*, <https://www.pe.undp.org/content/peru/es/home/presscenter/articles/2019/los-pueblos-indigenas-en-el-peru.html>.
- Hughes, D. (1986). *Mercadotecnia .Primera Edición* .
- Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2017). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo . *agua*, 17-35.
- INEI. (2018). *Cusco. Resultados definitivos. Población Económicamente Activa*. Lima: Instituto nacional de estadística e informática.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1613/08TOMO_01.pdf

INEI. (2022). *Perú: Proyecciones de Población Total según Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2022*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3624028/Per%C3%BA%3A%20Proyecciones%20de%20Poblaci%C3%B3n%20Total%20seg%C3%BA%20Departamento%2C%20Provincia%20y%20Distrito%2C%202018-2022.pdf?v=1663081335>

Jacobsen, D., Carson, D., & Sharma, P. (2003). A Guide to Assessing the Economic Value of Tourism in Regions. *Occasional Paper Number 7*.

Jiménez, B., & Jiménez, B. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Bogotá: CO: Ecoe Ediciones.

Konrad, R. (1990). *Diccionario de Mercadeo*. Mexico: Limusa.

Larrea, P. (1991). *Calidad de Servicios de marketing y la estrategia*. Madrid-España: Editorial APD.

López, F. (2004). *La gestión pública del turismo en Cataluña. Organización y política turística de la administración Autonómica*.

Luque, E., Moreno, L., & Espinoza, M. (2013). La promoción del turismo doméstico: Caso San Felipe, B.C. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*, 6(2), 119-130. .

Marchena, M. (1997). *Manual de Turismo Rural*. España.

Martinez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *National Distance Education University* .

Mccintosh, R. (1990). *Gupta Turismo, planeación, administración, perspectivas*. (Vol. Tercera edición). Mexico: Edit. Limusa S.A.

- MEF. (2019). Guía Metodológica para la identificación, formulación y evaluación social. *MEF*.
- MEF. (2022). *Portal de Transparencia del Ministerio de Economía (MEF) – Consulta Amigable*.
<https://apps5.mineco.gob.pe/transparencia/Navegador/default.aspx?y=2022&ap=ActProy>
- Microsoft Corporation. (16 de Diciembre de 2018). *Biblioteca de Consulta Microsoft*. Encarta.
- MINCETUR. (2004). D.S. N° 026-2004-Mincetur, reglamento de agencias de Viajes y Turismo.
reglamento de agencias de Viajes y Turismo. Peru.
- MINCETUR. (2013). *Perú: Turismo Interno*.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31531/22170_Peru_Turismo_Interno.pdf
 20180706-19116-1d902ep.pdf
- MINCETUR. (14 de Junio de 2017). *Estadística de Turismo*. <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/tripticos/2018/Cusco.pdf>
- MINCETUR. (2017). Manual para la elaboración y actualización de recursos turísticos. *mincetur*.
- MINCETUR. (16 de Diciembre de 2018).
<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3243>
- MINCETUR. (28 de Enero de 2020). *Directorio Nacional de prestadores de servicios turísticos calificados*.
<https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/directoriodeserviciosturisticos/DirPrestadores/DirBusqueda>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2021). *Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. Recuperado el 03 de 01 de 2023, de mincetur: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

- Monterrubio, C. (2011). *Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V. .
- Moreno, E. (2018). *El turismo interno y su incidencia en el desarrollo de negocios locales caso bodegas en Lima*. Universidad Alas Peruanas. https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/3164/1/Tesis_Turismo_Incidencia_Desarrollo.pdf
- Moutinho, L., & Ballantyne, R. (2011). Strategic Management in Tourism. 2da Edic. . *Consumer Behaviour in Tourism* (pp. 83), Moutinho. Chapter 5. .
- Municipalidad Provincial de La Convención. (2015). *Plan base de ordenamiento territorial de la Provincia de La Convención*. https://www.ima.org.pe/estudios/ot-convencion/PLAN_BASE_OT_LA_CONVENCION_FINAL.pdf
- Municipalidad Provincial de Santa Ana. (2021). *Plan de Desarrollo Municipal Distrital Desconcertado*. Cusco. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1938434/Plan%20de%20Desarrollo%20Concertado%20-%20PDC%20-%202012%20-%202021.pdf?v=1623339457>
- Muñoz, F. (2000). *Marketing Turístico*. Granada.
- Niño, S., & Contreras, M. (2020). “Actividad turística en el parque natural Chicaque como factor de desarrollo sostenible en las veredas Chicaque y Cascajal Cundinamarca, Colombia”. *Turismo y Sociedad*, xxvi, pp. 173-203. doi:<https://doi.org/10.18601/01207555.n26.08>
- OMT. (2001). *Organización Mundial de Turismo. Citado en Secretaria de Turismo. Programa Nacional de Turismo 2001 – 2006*. Mexico: Organización Mundial de Turismo.

- OMT. (14 de Setiembre de 2020). www.unwto.org. <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-destaca-el-potencial-del-turismo-interno-para-ayudar-a-impulsar-la-recuperacion-economica-de-los-destinos-en-todo-el-mundo>
- OMT. (1 de 12 de 2022). <https://www.unwto.org/>. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Oreja, J., & Montero, I. (1997). *Las estrategias de gestión del entorno en la conformación de la imagen de los destinos turísticos maduros. El caso de Puerto de la Cruz (Tenerife)*. Milano. Italia: Capitale naturale e ambiente: Franco Angeli.
- Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Tourism Definitions*. OMT: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Orús, A. (2023). *El turismo en el mundo - Datos estadísticos*. <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#editorsPicks>
- Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera*, vol. 8, núm. 1, enero-junio, pp. 291-31. <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Palafox, M. (2005). *Turismo: teoría y praxis*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V. .
- Palma, Z. (2021). *Gestión Turística Municipal para el fomento de la Actividad Turística en el Distrito de Santa Rosa – Región Lambayeque, año 2019*. Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8342/Palma%20Parra%2C%20Zahin%20Josue%20Carlos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Mercadotecnia*. Pearson Education.

- Pineda, G. (2022). *Cusco: El principal destino turístico en el Perú*. Cusco.
<https://www.camaracusco.org/cusco-el-principal-destino-turistico-en-elperu/#:~:text=Desempe%C3%B1o%20tur%C3%ADstico%20Cusco&text=Seg%C3%BAAn%20Mincetur%2C%20Cusco%20es%20la,en%20torno%20al%20a%C3%B1o%202021>.
- Rice, M. (2021). *Destino Machu Picchu. La política del turismo en el Perú del siglo XX*.
<https://fondoeditorial.up.edu.pe/uncategorized/como-machu-picchu-se-convirtio-en-el-gran-simbolo-del-peru/>
- Rivas, G. (2006). *Planificación turística*. España: Septem Ediciones.
- San Martín, G. (1997). *Sociología del Turismo*. España.
- Sánchez, A. (2021). *Necesidades y satisfactores humanos a través de Max Neef*. Universidad Latina de América. <https://www.unla.mx/blogunla/necesidades-y-satisfactores-humanos-a-traves-de-max-neef>
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. OMT Organización Mundial del Turismo.
<https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/Economia-Turistica.pdf>
- Sancho, A. (2014). *Introducción al Turismo*. <https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/Economia-Turistica.pdf>
- Scribano, A., & Sena, A. (2009). Las segundas partes sí pueden ser mejores: algunas reflexiones sobre el uso de datos secundarios en la investigación cualitativa. *Sociologías*, vol. 11, núm. 22, julio-diciembre, pp. 100-118. <https://www.redalyc.org/pdf/868/86819548006.pdf>
- Secretaría de Turismo de la Nación. (2009). *Directrices de Gestión Turística de Municipios. Manual de aplicación*. <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/e00003.pdf>

- Secretaría General de Turismo. (2008). *Modelos Turística Local. Principios y prácticas*. ROS Development & Planning S.L. <http://femp.femp.es/files/566-679-archivo/Manual%20Modelos%20de%20Gestion%20I.pdf>
- Smith, S. (1992). *Geografía recreativa*. Mexico: Edit. Trillas.
- Sosteniblepedia.org. (2 de Julio de 2019). www.sosteniblepedia.org. www.sosteniblepedia.org:https://www.sosteniblepedia.org/index.php?title=Estrategia_Mundial_para_la_Conservaci%C3%B3n
- Torrez, D. (2013). *Antología Economía Turística*. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. . <https://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/Economia-Turistica.pdf>
- UNSAAC. INADES. (2010). *Áreas naturales. De una tierra al mundo. Recopilación de la comisión mundial sobre el medio ambiente y desarrollo*. Cusco -Peru: Edit.AlphaEIRL.
- .

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL:	OBJETIVO GENERAL:	HIPOTESIS GENERAL:	VARIABLES:	INDICADORES:
¿Cómo es la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022?	Analizar la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno, 2022.	El desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba incrementará la afluencia del turismo interno por medio de la promoción de los recursos turísticos, el incremento de la demanda y la capacitación e inversión de la oferta local, 2022.	V1: Actividad Turística Dimensiones - Turismo natural - Turismo cultural	- Recursos Turísticos. - Categorización de recursos - Jerarquización de recursos - Planta turística
PROBLEMA ESPECIFICO:	OBJETIVO ESPECIFICO:	HIPOTESIS ESPECIFICA:		INDICADORES:
1.- ¿Cuál es el diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba que coadyuvaría al incremento del turismo interno, 2022?	Describir el diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba para coadyuvar el incremento del turismo interno, 2022.	El diagnóstico situacional de la ciudad de Quillabamba que coadyuva al incremento del turismo interno se basa en las características sociodemográficas de los turistas, los aspectos del viaje y las características de la ciudad de estudio, 2022.	V.2: Turismo Interno. Dimensiones: - Oferta turística - Demanda turística	- Genero - Edad - Ocupación - Nivel de educación - Conocimiento de la actividad turística - Conocimiento sobre oferta turística - Inversión en servicios turísticos - Desarrollo de oferta complementaria - Incremento de restaurantes y hospedajes - Capacitaciones - Edad del turista - Género del turista - Ocupación del turista - Estado civil del turista - Aspectos del viaje - Tipo de turismo - Modalidad de viaje - Características de la ciudad
2.- ¿Cómo la Oferta Turística incrementaría a la Demanda Turística Interna en la ciudad de Quillabamba, 2022?	Evaluar la Oferta Turística para incrementar la demanda del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba, 2022.	La promoción de la Oferta Turística dependerá de las características socioeconómicas de pobladores, las inversiones realizadas y las capacitaciones brindadas, ayudando a incrementar la Demanda del Turismo Interno en la ciudad de Quillabamba, 2022.		

3.- ¿Cuál es la percepción de los funcionarios municipales respecto a la gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba, 2022?	3.- Conocer la percepción de los funcionarios municipales respecto a la gestión turística municipal en la ciudad de Quillabamba, 2022.	3.- La percepción de los funcionarios municipales en Quillabamba sobre la gestión turística municipal está referida la eficacia de las estrategias implementadas, la asignación de recursos públicos y la promoción de la actividad turística, 2022.	V.3: Gestión turística Municipal. Dimensiones: - Planificación turística - Promoción turística	- Demanda de servicios en Quillabamba - Tiempo de permanencia - Percepción de servicios ofrecidos
4.- ¿Cómo es la gestión turística municipal para la promoción de la actividad turística interno en la ciudad de Quillabamba, 2022?	4.- Describir la gestión turística municipal para la promoción de la actividad turística interno en la ciudad de Quillabamba, 2022.	4.- La gestión turística municipal se basa en la planificación turística y aplica estrategias de promoción para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba, 2022.		INDICADORES
5.- ¿Que propuestas ayudarán al desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del Turismo Interno, 2022?	5.- Plantear propuestas para el desarrollo de la Actividad Turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del Turismo Interno, 2022.	5.- Las Propuestas para el desarrollo de la Actividad Turística en la ciudad de Quillabamba para incrementar la Afluencia del Turismo Interno, implica el incremento del flujo turístico, el incremento de la oferta, la mejora de la calidad de servicios y el incremento de la PEA en la ciudad de Quillabamba, 2022.		- Asignación de recursos/Financiamiento - Ejecución presupuestal - Actividades y proyectos turísticos de inversión - Estrategias de promoción del turismo sostenible - Planes estratégicos - Estrategias de promoción turística - Participación de la comunidad local

Anexo N° 2: Instrumento aplicado a turista que visitan la ciudad de Quillabamba



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos.

Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

M	F
---	---

Sexo:

Edad del encuestado:años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado () Otro ()

Estado civil: Casado () Soltero () Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- B. Turismo Natural
- C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- B. Por cuenta propia

III. Características de la ciudad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la ciudad de estudio, Quillabamba?

- A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la ciudad de estudio, Quillabamba?

- A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la ciudad de estudio, Quillabamba?

- A. 2 DIAS
- B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la ciudad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 3: Instrumento aplicado los Pobladores de la ciudad de Quillabamba



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos.

Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la ciudad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

M	F
---	---

Sexo:

Edad del encuestado:años Ocupación: Profesional () Técnico () Relacionado al turismo () Agricultor () Ama de casa () Estudiante () Otro ()

Nivel de educación:

Universitario () Técnico () Secundaria () Primaria () Ninguno () Total ()

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la actividad turística?

- A. SI
- B. NO

2. ¿Trabaja usted en la actividad turística?

- A. SI
- B. NO

3. ¿Tiene algún conocimiento sobre oferta turística?

- A. SI
- B. NO

4. ¿Estaría dispuesto a invertir en prestaciones de servicios turísticos como hoteles y restaurantes (oferta complementaria)?

- A. SI
- B. NO

5. ¿Estaría dispuesto a invertir en prestaciones de servicios turísticos como hoteles y restaurantes (oferta complementaria)?

- A. 2 DIAS
- B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Le gustaría recibir algún tipo de capacitación para que pueda invertir en hoteles y restaurantes, así como en la adecuada prestación de servicios?

- A. SI
- B. NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

M	☒
---	-------------------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 21 años Ocupación: Profesional () Técnico () Relacionado al turismo ()
Agricultor () Ama de casa () Estudiante ☒ Otro ()

Nivel de educación:

Universitario () Técnico () Secundaria ☒ Primaria () Ninguno () Total ()

1. ¿Tiene algún conocimiento sobre la actividad turística?

A. SI
☒ NO

2. ¿Trabaja usted en la actividad turística?

A. SI
☒ NO

3. ¿Tiene algún conocimiento sobre oferta turística?

A. SI
☒ NO

4. ¿Estaría dispuesto a invertir en prestaciones de servicios turísticos como hoteles y restaurantes (oferta complementaria)?

A. SI
☒ NO

5. ¿Estaría dispuesto a invertir en prestaciones de servicios turísticos como hoteles y restaurantes (oferta complementaria)?

A. 2 DIAS
☒ MAS DE 2 DIAS

6. ¿Le gustaría recibir algún tipo de capacitación para que pueda invertir en hoteles y restaurantes, así como en la adecuada prestación de servicios?

A. SI
☒ NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒	☐	☐	☐
-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 44 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado () Soltero (X) Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- ☒ A. Turismo Cultural
- ☐ B. Turismo Natural
- ☐ C. Turismo Natural – Cultural
- ☐ D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- ☒ A. Por medio de agencia
- ☐ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- ☐ B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- ☐ B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☐ A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☐ A. Bueno
- ☒ B. Regular
- ☐ C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABADEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

M	☒
---	-------------------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 33 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado () Soltero ☒ Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- ☒ B. Turismo Natural
- C. Turismo Natural - Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- ☒ A. Por medio de agencia
- B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- ☒ B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos.

Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒ M	☐ F
---------------------------------------	----------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 39 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado () Soltero (X) Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- ☒ B. Turismo Natural
- C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. 2 DIAS
- B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- B. Regular
- ☒ C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒ M	☐ F
---------------------------------------	----------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 45 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado () Soltero () Divorciado ☒ Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- B. Turismo Natural
- ☒ C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- ☒ B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos.

Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

M	☒
---	-------------------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 32 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()

Estado civil: Casado () Soltero ☒ Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- ☒ B. Turismo Natural
- C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- ☒ A. Por medio de agencia
- B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. Bueno
- B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABADEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos.

Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒ M	☐ F
---------------------------------------	----------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 28 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()

Estado civil: Casado () Soltero ☒ Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- ☒ B. Turismo Natural
- C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. SI
- ☒ B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. SI
- ☒ B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. 2 DIAS
- B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- ☒ B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, mas los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒ M	☐ F
---------------------------------------	----------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 42 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado (X) Soltero () Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- ☒ B. Turismo Natural
- C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. 2 DIAS
- B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. Bueno
- B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los ítems y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos.

Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

M	☒
---	-------------------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 35...años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()

Estado civil: Casado ☒ Soltero () Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- B. Turismo Natural
- ☒ C. Turismo Natural – Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- ☒ B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lee detenidamente cada uno de los ítems y responde con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒ M	☐ F
------------------------------------	-------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 39 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado () Soltero (X) Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- ☐ A. Turismo Cultural
- ☒ B. Turismo Natural
- ☐ C. Turismo Natural – Cultural
- ☐ D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- ☐ A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- ☐ B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- ☐ B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☐ A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☐ A. Bueno
- ☒ B. Regular
- ☐ C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

"ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA
INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO"

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada uno de los items y responda con la mayor sinceridad posible, desde ya agradecemos por su colaboración y por ese valioso tiempo que nos dedica para sacar adelante esta tarea que tiene fines académicos. Los reactivos del cuestionario tienen por objetivo Proponer actividades turísticas en la localidad de Quillabamba para incrementar la afluencia del turismo interno. No existe respuesta correcta o incorrecta. Sólo escriba el nombre y apellidos, más los datos generales que se mencionan. Marque con un aspa (X) la respuesta que Ud. considere apropiado.

I. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS:

☒ M	☐ F
---------------------------------------	----------------------------

Sexo:

Edad del encuestado: 27 años Ocupación: Profesional () Independiente () Estudiante () Retirado ()
Otro ()
Estado civil: Casado () Soltero (X) Divorciado () Viudo ()

II. Aspectos del viaje

1. ¿Qué tipo de Turismo le gustaría realizar?

- A. Turismo Cultural
- B. Turismo Natural
- ☒ C. Turismo Natural - Cultural
- D. Otros

2. ¿Mediante que modalidad realizaría su viaje?

- A. Por medio de agencia
- ☒ B. Por cuenta propia

III. Características de la Localidad de Estudio, Quillabamba:

3. ¿Le gustaría que se implementen e incrementen establecimientos de Hospedajes y Restaurantes, así como la calidad de servicios en los mismos, en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

4. ¿Demandaría Ud. Los servicios ofrecidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- ☒ A. SI
- B. NO

5. ¿Cuánto tiempo le gustaría permanecer en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. 2 DIAS
- ☒ B. MAS DE 2 DIAS

6. ¿Qué le pareció los Servicios recibidos en la localidad de estudio, Quillabamba?

- A. Bueno
- ☒ B. Regular
- C. Malo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Formato de Entrevista Abierta:

Institución: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Investigador: Irvin Chuctaya Loayza – Alex Ataucuri Candia

Propósito de la investigación:

Recopilar información de los principales involucrados en la Actividad Turística por medio de su opinión personal y experiencias en su día a día

Información general

Nombre: Felipe Peña Cusi

Edad: 48

Oficio o Profesión: Transportista.

¿Qué opina sobre la Actividad Turística?

Muy importante, porque es el primer ingreso económico para mi familia

¿Está usted de acuerdo con la afluencia de turistas en su localidad?

Si, estoy de acuerdo porque genera mas trabajo

¿Cree usted que la Actividad Turística en la localidad de Quillabamba mejoraría el Nivel Económico de sus pobladores?

Si, Porque habría mas oportunidad de trabajo

¿En su rubro, Qué cree usted que se debería mejorar para generar interés en el turista?

Mejores vías, mantenimiento de carreteras, ofrecer mejor servicio, ofrecer seguridad en el viaje y en la misma ciudad.

¿Por qué cree usted que los Turistas visitarían la localidad de Quillabamba?

Por las diferentes atractivos turísticos y por el las diferentes actividades como aventura y festivales.

¿Sus autoridades hacen algo por atraer a los visitantes?

- Promueven actividades donde exponen productos de la Zona. y promueven el consumo.

- Pero en el tema de turismo no es muy difundido, mas se enfocan en visitas en la ciudad.

Formato de Entrevista Abierta:

Institución: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Investigador: Irvin Chuctaya Loayza – Alex Ataucuri Candia

Propósito de la investigación:

Recopilar información de los principales involucrados en la Actividad Turística por medio de su opinión personal y experiencias en su día a día

Información general

Nombre: Jose Luis Lara Quispe.

Edad: 35

Oficio o Profesión: Guía.

¿Qué opina sobre la Actividad Turística?

Es una actividad que genera oportunidades de trabajo y se beneficia de manera directa e indirecta a la población.

¿Está usted de acuerdo con la afluencia de turistas en su localidad?

Por supuesto, porque genera un crecimiento económico y da oportunidades que más personas conocen nuestra tierra.

¿Cree usted que la Actividad Turística en la localidad de Quillabamba mejoraría el Nivel Económico de sus pobladores?

Si, porque todos tendríamos la oportunidad de ofrecer mejores productos o servicios.

¿En su rubro, Qué cree usted que se debería mejorar para generar interés en el turista?

Promover los diferentes atractivos, capacitar a los diferentes proveedores como restaurantes y hospedajes sobre calidad de servicio.

¿Por qué cree usted que los Turistas visitarían la localidad de Quillabamba?

Por bella paisajística, por sus diferentes atractivos, festividades, por su clima. y porque es un destino accesible.

¿Sus autoridades hacen algo por atraer a los visitantes?

Falta poner mayor énfasis para promover más visitas y hacer planes de contingencia por épocas en las cuales la ciudad disminuye sus visitas, como en la época de lluvias.

Formato de Entrevista Abierta:

Institución: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Investigador: Irvin Chuctaya Loayza – Alex Ataucuri Candia

Propósito de la investigación:

Recopilar información de los principales involucrados en la Actividad Turística por medio de su opinión personal y experiencias en su día a día

Información general

Nombre: Maria Elizabeth Llancay

Edad: 35

Oficio o Profesión: Administradora (Restaurant Valeri)

¿Qué opina sobre la Actividad Turística?

La actividad turística es importante para nosotros los empresarios porque genera trabajo a los lugareños, a los pequeños y medianos productores y activa la economía.

¿Está usted de acuerdo con la afluencia de turistas en su localidad?

Sí por que esos días vendo mas menus y así me recomiendan a sus amistades.

¿Cree usted que la Actividad Turística en la localidad de Quillabamba mejoraría el Nivel Económico de sus pobladores?

Claro, que sí, ya que ellos viven del día a día y teniendo un ingreso fijo para proveer recursos económicos fijos se debe contar con un registro de cuantos turistas promedio concurren al mes.

¿En su rubro, Qué cree usted que se debería mejorar para generar interés en el turista?

Contando con una afluencia media de turistas a mi restaurant, se podría mejorar el ambiente, promover una atención de mejor calidad y ofrecer diversidad de platos de la localidad.

¿Por qué cree usted que los Turistas visitarían la localidad de Quillabamba?

por su clima, sus atractivos turísticos, la flora, la fauna de Quillabamba.

¿Sus autoridades hacen algo por atraer a los visitantes?

- Algunas veces se promueven ferias gastronómicas con productos vegetales y animales propios de la zona
- El consejo provincial a través de sus gerencias de desarrollo hacen la Noche del Café, el festival del cacao
- promueven competencias de productores

Formato de Entrevista Abierta:

Institución: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Investigador: Irvin Chuctaya Loayza – Alex Ataucuri Candia

Propósito de la investigación:

Recopilar información de los principales involucrados en la Actividad Turística por medio de su opinión personal y experiencias en su día a día

Información general

Nombre: Maira Valeria Quispe

Edad: 32

Oficio o Profesión: Agente de Viajes

¿Qué opina sobre la Actividad Turística?

Es una actividad socioeconómica que genera ingresos y prosperidad en los destinos.

¿Está usted de acuerdo con la afluencia de turistas en su localidad?

Por supuesto, ya que permite aumentar nuestros ingresos.

¿Cree usted que la Actividad Turística en la localidad de Quillabamba mejoraría el Nivel Económico de sus pobladores?

Claro que sí, porque generaría más puestos de trabajo.

¿En su rubro, Qué cree usted que se debería mejorar para generar interés en el turista?

Lo que se debe mejorar es la infraestructura, la planta turística ya que hay lugares y sitios naturales a los cuales no se puede acceder fácilmente.

¿Por qué cree usted que los Turistas visitarían la localidad de Quillabamba?

Por el clima tropical que nos brinda esta maravillosa ciudad y por sus bellos atractivos que tenemos.

¿Sus autoridades hacen algo por atraer a los visitantes?

No como debería ser, las autoridades no le prestan mucha atención a la actividad turística.

Formato de Entrevista Abierta:

Institución: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Investigador: Irvin Chuctaya Loayza – Alex Ataucuri Candia

Propósito de la investigación:

Recopilar información de los principales involucrados en la Actividad Turística por medio de su opinión personal y experiencias en su día a día

Información general

Nombre: Francisco Ceiso

Edad: 64

Oficio o Profesión: Comerciante (Venta de Ropa)

¿Qué opina sobre la Actividad Turística?

Para mí es importante por que me genera más Ventas

¿Está usted de acuerdo con la afluencia de turistas en su localidad?

Sí, estoy de acuerdo

¿Cree usted que la Actividad Turística en la localidad de Quillabamba mejoraría el Nivel Económico de sus pobladores?

Sí genera más puestos de trabajo

¿En su rubro, Qué cree usted que se debería mejorar para generar interés en el turista?

Mejorar las ambientas de los puestos de Venta de Ropa, para ir a el comercio ambulatorio

¿Por qué cree usted que los Turistas visitarían la localidad de Quillabamba?

Por su clima cálido, sus piscinas, su auboray i por que la gente son mas amables

¿Sus autoridades hacen algo por atraer a los visitantes?

No mucho

Entrevistas a los funcionarios municipales

ENTREVISTAS RELACIONADAS A LA GESTIÓN TURÍSTICA

Saludos a los representantes de la Municipalidad de Quillabamba. Agradecemos su participación en esta entrevista focalizada en la gestión turística local con el fin de llevar a cabo la investigación "ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO". Buscamos comprender mejor las estrategias implementadas en turismo sostenible, planificación y organización, promoción turística y desarrollo comunitario. Sus valiosas perspectivas contribuirán a identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la gestión turística en Quillabamba. Apreciamos su colaboración en este proceso.

1. **¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?**
Se enfoca diversificando las actividades turísticas, eventos gastronómicos, muestra de platos típicos y así promover la visita de más personas.
2. **¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?**
Se asignan recursos, presupuestos a cada proyecto turístico. la responsabilidad se distribuye entre los departamentos para garantizar eficiencia.
3. **¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?**
Promueven digital participación de ferias turísticas-agropecuarias y reuniones con empresas privadas.
4. **¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?**
Se realizan pequeños eventos semanales promocionando los productos y derivados agrícolas como café, cacao, miel, etc. Damos eventos en convenio con otros municipios.
5. **¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?**
Se establece un sistema de retroalimentación proactivo, utilizando redes sociales y encuestas para recopilar comentarios. Se organizan reuniones para atender inquietudes.
6. **¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?**
Mantenimiento y mantenimiento de carreteras, puentes y vías de acceso a la Provincia de La Convención de la mano con el gobierno Regional.
7. **¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?**
Capacitación constante de personal de seguridad, serenoazgo con el apoyo de la PNP.
8. **¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?**
Establecimiento de un sistema de certificación para reconocer y premiar a empresas turísticas que adopten prácticas sostenibles, así mejora la imagen del distrito como destino.
9. **¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?**
Evaluación continua y transparente del impacto, con medidas correctivas inmediatas para proteger los recursos.

ENTREVISTAS RELACIONADAS A LA GESTION TURÍSTICA

Saludos a los representantes de la Municipalidad de Quillabamba. Agradecemos su participación en esta entrevista focalizada en la gestión turística local con el fin de llevar a cabo la investigación "ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO". Buscamos comprender mejor las estrategias implementadas en turismo sostenible, planificación y organización, promoción turística y desarrollo comunitario. Sus valiosas perspectivas contribuirán a identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la gestión turística en Quillabamba. Apreciamos su colaboración en este proceso.

1. ¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?
La diversificación y reactivación económica como fuente de nuevos ingresos
2. ¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?
En función a la zona y los unidades que se visitan.
3. ¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?
Difusión de publicidad por redes sociales como Instagram y Facebook
4. ¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?
Haciendo turismo vivencial enfocándose en la cultura de la zona
5. ¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?
Haciéndoles ver un ecoturismo, respetando la zona, los hábitos y creencias
6. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?

7. ¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?

8. ¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?

9. ¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?
En base a la cantidad de turistas que visitan las zonas y haciendo control de estos.

ENTREVISTAS RELACIONADAS A LA GESTION TURÍSTICA

Saludos a los representantes de la Municipalidad de Quillabamba. Agradecemos su participación en esta entrevista focalizada en la gestión turística local con el fin de llevar a cabo la investigación "ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO". Buscamos comprender mejor las estrategias implementadas en turismo sostenible, planificación y organización, promoción turística y desarrollo comunitario. Sus valiosas perspectivas contribuirán a identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la gestión turística en Quillabamba. Apreciamos su colaboración en este proceso.

1. ¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?
El enfoque que le dan desde el muy cerrado y le dan para incorporar al turismo.
2. ¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?
Solo asignan a los proyectos de inversión por canon y no así con recursos propios.
3. ¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?
La única estrategia que le dan la municipalidad es a través de la radio y televisión.
4. ¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?
Las iniciativas son las organizaciones en grupo para transporte y preparación de alimentos.
5. ¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?
A través de proyectos de inversión y algunos apoyos solo con el canon de Almacén.
6. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?
No prioriza ningún proyecto de infraestructura solo tránsito y miradores turísticos.
7. ¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?
La implementación es muy limitada e incluso las actividades son improvisadas.
8. ¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?
Ninguna medida específica que yo conozca.
9. ¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?
A través de metodologías, de FODA, DRP y una línea de base.

ENTREVISTAS RELACIONADAS A LA GESTION TURÍSTICA

Saludos a los representantes de la Municipalidad de Quillabamba. Agradecemos su participación en esta entrevista focalizada en la gestión turística local con el fin de llevar a cabo la investigación "ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO". Buscamos comprender mejor las estrategias implementadas en turismo sostenible, planificación y organización, promoción turística y desarrollo comunitario. Sus valiosas perspectivas contribuirán a identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la gestión turística en Quillabamba. Apreciamos su colaboración en este proceso.

1. ¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?

2. ¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?

3. ¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?
Implementar con un local informativa para así promover los lugares turísticos.
4. ¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?
A través de su gastronomía
5. ¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?

6. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?
- Centros de recreación, parques y jardines, lugares de descanso
7. ¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?
- Tomar medidas de seguridad como mayor recorrido de Seguridad ciudadana
8. ¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?
- Promoviendo sus lugares turísticos a través de videos por redes sociales.
- Organizando pasantías a nivel nacional para así promocionar los lugares turísticos de Quillabamba.
9. ¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?
A través de la División de Medio Ambiente capacitando al personal de limpieza y concientizar a los visitantes sobre el impacto ambiental.

ENTREVISTAS RELACIONADAS A LA GESTION TURÍSTICA

Saludos a los representantes de la Municipalidad de Quillabamba. Agradecemos su participación en esta entrevista focalizada en la gestión turística local con el fin de llevar a cabo la investigación "ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO". Buscamos comprender mejor las estrategias implementadas en turismo sostenible, planificación y organización, promoción turística y desarrollo comunitario. Sus valiosas perspectivas contribuirán a identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la gestión turística en Quillabamba. Apreciamos su colaboración en este proceso.

1. ¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?
Proyecciones de gestión, anual y mensual para llegar a las metas propuestas
2. ¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?
Mediante participación ciudadana y mediante reuniones con actores diversos para implementar proyecciones y acciones prioritarias en el PIA
3. ¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?
La difusión masiva, concurrencia de eventos que también promueven los productos turísticos, asistencia a diferentes instituciones culturales
4. ¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?
La participación en ferias, agentes económicos de dinamismo económico donde la población participa activamente
5. ¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?
a través de planes descentralizados a nivel provincial y multisectorial
6. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?
habilitación y mantenimiento de carreteras, para la accesibilidad y mantenimiento sobre diferentes áreas de esparcimiento
7. ¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?
Personal capacitado en la seguridad, control sobre comercialización de ambulantes
8. ¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?
La municipalidad ha desarrollado campañas de promoción específicas para resaltar las oportunidades de Ecoturismo
9. ¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?

ENTREVISTAS RELACIONADAS A LA GESTION TURÍSTICA

Saludos a los representantes de la Municipalidad de Quillabamba. Agradecemos su participación en esta entrevista focalizada en la gestión turística local con el fin de llevar a cabo la investigación "ACTIVIDAD TURISTICA EN LA LOCALIDAD DE QUILLABAMBA PARA INCREMENTAR LA AFLUENCIA DEL TURISMO INTERNO". Buscamos comprender mejor las estrategias implementadas en turismo sostenible, planificación y organización, promoción turística y desarrollo comunitario. Sus valiosas perspectivas contribuirán a identificar oportunidades y desafíos para fortalecer la gestión turística en Quillabamba. Apreciamos su colaboración en este proceso.

1. ¿Cuál es el enfoque estratégico de la municipalidad en la planificación y organización de actividades turísticas en Quillabamba?
Se centra en la colaboración estrecha con el sector privado, fomentar la creación de alianzas para desarrollar productos turísticos innovadores
2. ¿Cómo se coordina la asignación de recursos y responsabilidades para asegurar una gestión eficiente del turismo?
Se plantea la creación de un comité interdepartamental específico para el turismo para la asignación de presupuestos de manera estratégica.
3. ¿Cuáles son las estrategias clave que la municipalidad utiliza para promover Quillabamba como destino turístico?
Participación activa en ferias turísticas regionales e internacionales para aumentar la visibilidad de Quillabamba.
4. ¿Qué iniciativas se han implementado para asegurar que la comunidad local participe activamente en el desarrollo turístico de Quillabamba?
Reuniones, conversatorios donde se plantea la problemática y así llegar a acuerdos que beneficien a residentes y turistas.
5. ¿Cómo se gestiona y responde a los comentarios y preocupaciones de la comunidad en relación con el turismo?
Solo utilizan medios de radio y televisión con alcance local mas por el contacto debería ser nacional.
6. ¿Cuáles son los proyectos de infraestructura que la municipalidad ha priorizado para apoyar el desarrollo turístico sostenible?
Mantenimiento de vías de acceso a través de proyectos y obras
7. ¿Cuáles son las medidas implementadas para garantizar la seguridad tanto de los turistas como de la comunidad local?
Capacitaciones a personal de manera constante
8. ¿Cuáles son las medidas específicas que la municipalidad ha implementado para promover el turismo sostenible en Quillabamba?
La municipalidad ofrece incentivos a los residentes que adopten prácticas sostenibles
9. ¿Cómo se evalúa y controla el impacto ambiental de las actividades turísticas en la zona?
No tengo conocimiento.

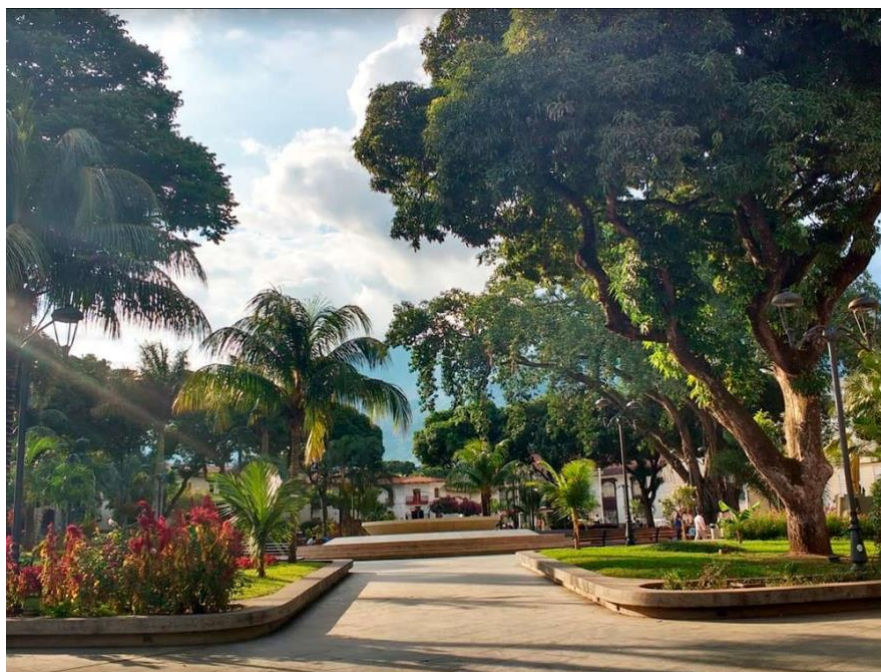
Fotografías



Fotografía 01: Ciudad de Quillabamba



Fotografía 02: Estadio de la Ciudad de Quillabamba



Fotografía 03: Plaza de la Ciudad de Quillabamba



Fotografía 04: Municipalidad Provincial de Santa Ana