

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES RENOVABLES

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN RECURSOS
NATURALES RENOVABLES**



**ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN PROSPECTIVA PARA EL TURISMO
COMUNITARIO EN EL DISTRITO HERMILIO VALDIZÁN**

Tesis

Para optar el título de:

INGENIERO EN RECURSOS NATURALES RENOVABLES

PRESENTADO POR:

JERALDI LIZZETH RUBINA RADA

Tingo María - Perú

2024



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°105-2024-FRNR-UNAS

Los que suscriben, Miembros del Jurado de Tesis, reunidos con fecha 02 de octubre de 2024, a horas 07:00 p.m. de la Escuela Profesional de Ingeniería en Recursos Naturales Renovables de la Facultad de Recursos Naturales Renovables para calificar la tesis titulada:

**“ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN PROSPECTIVA PARA EL TURISMO
COMUNITARIO EN EL DISTRITO HERMILIO VALDIZÁN”**

Presentado por el Bachiller: **RUBINA RADA, JERALDI LIZZETH**, después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las interrogantes formuladas por el Jurado, se declara **APROBADO** con el calificativo de **“MUY BUENA”**.

En consecuencia, el sustentante queda apto para optar el Título Profesional de **INGENIERO EN RECURSOS NATURALES RENOVABLES** que será aprobado por el Consejo de Facultad, Tramitándolo al Consejo Universitario para el otorgamiento del Título Correspondiente.

Tingo María, 22 de octubre de 2024

Dra. LEVI RUIZ YANE
PRESIDENTE

Dr. LADISLAO RUIZ RENGIFO
MIEMBRO

Ing. MSc. WARREN RIOS GARCIA
MIEMBRO



Dr. PERCI PETER COAGUILA RODRIGUEZ
ASESOR

Ing. MSc. MARCO ANTONIO DUEÑAS TUESTA
ASESOR



“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

CERTIFICADO DE SIMILITUD T.I. N° 311 - 2024 - CS-RIDUNAS

El Director de la Dirección de Gestión de Investigación de la Universidad Nacional Agraria de la Selva, quien suscribe,

CERTIFICA QUE:

El Trabajo de Investigación; aprobó el proceso de revisión a través del software TURNITIN, evidenciándose en el informe de originalidad un índice de similitud no mayor del 25% (Art. 3° - Resolución N° 466-2019-CU-R-UNAS).

Programa de Estudio:

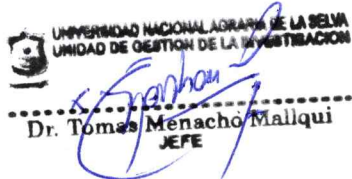
Ingeniería en Recursos Naturales Renovables

Tipo de documento:

Tesis	X	Trabajo de Suficiencia Profesional	
-------	---	------------------------------------	--

TÍTULO	AUTOR	PORCENTAJE DE SIMILITUD
ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN PROSPECTIVA PARA EL TURISMO COMUNITARIO EN EL DISTRITO HERMILIO VALDIZÁN	JERALDI LIZZETH RUBINA RADA	18 % Dieciocho

Tingo María, 04 de noviembre de 2024


Dr. Tomas Menacho Mallqui
JEFE

C.C. Archivo

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES RENOVABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN RECURSOS
NATURALES RENOVABLES



ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN PROSPECTIVA PARA EL TURISMO
COMUNITARIO EN EL DISTRITO HERMILIO VALDIZÁN

Programa de investigación	: Valorización de la biodiversidad, recursos naturales y biotecnología.
Línea de investigación	: Manejo, conservación y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, recursos naturales, bienes y servicios ecosistémicos.
Eje temático	: Turismo Sostenible
Autor	: Rubina Rada, Jeraldi Lizzeth
Asesor(es)	: Dr. Coaguila Rodríguez, Perci Peter : M. Sc. Dueñas Tuesta, Marco Antonio
Lugar de ejecución	: Distritos de Hermilio Valdizán y Rupa Rupa
Duración del trabajo	: Fecha de inicio : 01/06/2022 : Término : 30/11/2022
Financiamiento	: Monto S/ 2.698,30
FEDU	: No
Propio	: si
Otros	: No

Setiembre, 2024

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
OFICINA DE INVESTIGACION**



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA DE LA SELVA

**REGISTRO DE TESIS PARA LA OBTENCION DEL
TITULO UNIVERSITARIO, INVESTIGACIÓN DOCENTE
Y TESISTA**

(Resol. N° 113-2019-CU-R-UNAS)

I. Datos Generales de Pregrado

Universidad	:	Universidad Nacional Agraria de la Selva.
Facultad	:	Facultad Recursos Naturales Renovables
Título de tesis	:	Análisis de la Percepción Prospectiva para el Turismo Comunitario en el distrito de Hermilio Valdizan.
Autor	:	Rubina Rada Jeraldi Lizzeth
Asesor de tesis	:	Dr. Perci Peter Coaguila Rodriguez M.Sc. Marco Antonio Dueñas Tuesta
Escuela Profesional	:	Ingeniería en Recursos Naturales Renovables
Programa de investigación	:	Valoración de la biodiversidad, recursos naturales y biotecnología.
Línea(s) de investigación	:	Manejo, conservación y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, recursos naturales, bienes y servicios ecosistémicos.
Eje Temático	:	Turismo sostenible
Lugar de ejecución	:	Distritos de Hermilio Valdizán y Rupa Rupa
Duración	:	Inicio : Setiembre 2022 Término : Abril 2024
Financiamiento	:	FEDU : S/0.00 Propio : S/2698.30 soles Otros : S/.0.00

Tingo María, Perú, noviembre 2024.

Bach. Jeraldi Lizzeth Rubina Rad

Tesista

Dr. Perci Peter Coaguila Rodriguez

Asesor

Ing. M.Sc. Marco Antonio Dueñas Tuesta

Asesor

DEDICATORIA

Agradezco a Dios todopoderoso, por la magnificencia de su bondad y amor infinito que me guía y protege todos los días de mi vida, para poder lograr y alcanzar mis metas y objetivos trazados.

A mi amado padre Josafat Rubina Torres, que está guiándome desde el cielo, y sé que desde allá arriba se siente muy orgulloso de mi por mis logros cumplidos. A mi amada madre Lizzeth Rada Flores, por todo su cariño y amor incondicional, por sus sabios consejos y esfuerzo invaluable para hacer realidad mis objetivos trazados.

A Frank Arturo Hipolito Vasquez, mi compañero de vida por su gran amor, apoyo y soporte incondicional y a Amy Lucina Hipolito Rubina, mi hija por ser mi inspiración y fuerza de voluntad para seguir creciendo profesionalmente.

A Enith Delvith Rubina Rada y Jeslyn Josafat Rubina Rada, mis queridos hermanos por todo su apoyo y cariño fraternal en todo momento de mi vida profesional.

AGRADECIMIENTOS

A mi alma mater la Universidad Nacional Agraria de la Selva – Tingo María; en especial consideración un agradecimiento a todos los docentes que conforman la escuela profesional de Ingeniería en Recursos Naturales Renovables por transmitirme sus conocimientos, enseñanzas y sabios consejos, por la contribución en mi formación profesional.

A mis asesores Dr. Perci Peter Coaguila Rodriguez y M.Sc. Marco Antonio Dueñas Tuesta, por su apoyo incondicional y su orientación profesional en todo el proceso del desarrollo de la presente investigación.

A la presidenta del jurado Dra. Yane Levi Ruiz por sus recomendaciones y orientación profesional en la culminación de este trabajo de tesis profesional.

A los miembros del jurado Dr. Ladislao Ruiz Rengifo y M. Sc. Warren Ríos García por sus sugerencias para la mejora del proyecto de tesis y posteriormente de la presentación del informe de tesis.

A toda la familia Hipolito Vasquez en especial a mis suegros Rosa Esther Vasquez Aguilar y Reinaldo Hipolito Sanchez y a mi abuelo Jaime Vasquez Teran por todo el apoyo incondicional y soporte que me dan día a día para salir adelante con mi familia y así cumplir mis objetivos y metas trazados.

ÍNDICE

	Página
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Objetivo general.....	2
1.2. Objetivos específicos	2
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	3
2.1. Estado del arte.....	3
2.2. Los recursos turísticos	5
2.2.1. Evaluación de los recursos turísticos	5
2.3. La actividad turística como desarrollo económico	6
2.4. El turismo alternativo o sostenible	6
2.4.1. Turismo rural comunitario	6
2.4.2. Oportunidades del turismo rural comunitario.....	7
2.4.3. Demanda de turismo rural comunitario	8
2.5. Percepción del turismo	8
III. MATERIALES Y MÉTODOS	10
3.1. Lugar de ejecución.....	10
3.1.1. Ubicación política y geográfica	10
3.1.2. Ubicación ecológica.....	11
3.1.3. Características generales de la zona.....	11
3.2. Materiales y métodos	11
3.2.1. Materiales y equipos	11
3.2.2. Generalidades de la investigación.....	12
3.2.3. Metodología.....	13
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	17
4.1. Descripción de los lugares turísticos considerados para desarrollar turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán	17
4.2. Descripción de la preferencia de los visitantes al distrito Hermilio Valdizán sobre el desarrollo del turismo comunitario	22
4.2.1. Sexo	22
4.2.2. Edad	23
4.2.3. Procedencia.....	24

4.2.4. Grado de instrucción	25
4.2.5. Ingreso mensual	26
4.2.6. ¿Por qué medio se enteró de la promoción del turismo en Hermilio valdizán?.....	27
4.2.7. ¿De qué cantidad se compone el grupo de su viaje?.....	28
4.2.8. ¿Cuánto tiempo dura sus vacaciones que incluye el viaje?	30
4.2.9. ¿Para viajar procedió a endeudarse?.....	30
4.2.10. ¿Cuál es la disponibilidad a pagar para visitar atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?	31
4.2.11. ¿Qué atractivos turísticos son preferidos por usted?	32
4.2.12. ¿Cuál es el equipamiento básico solicitado en sus viajes turísticos?.....	33
4.2.13. ¿Qué actividades de entretenimiento le gusta realizar en sus viajes turísticos?.....	33
4.2.14. ¿Cuál es el grado de conocimiento sobre los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?	34
4.2.15. ¿Tiene interés de conocer y recorrer los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?.....	34
4.2.16. ¿Usted sugiere crear rutas y circuitos para la tercera edad en los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?	35
4.2.17. ¿Cuál es la percepción de entretención en el distrito Hermilio Valdizán?	36
4.2.18. ¿Percibió publicidad de los recursos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?.....	37
4.2.19. ¿Encuentran información en la web de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?	38
4.2.20. ¿Usted conoce el turismo comunitario?.....	38
4.2.21. ¿Cuánto le gustaría conocer el turismo comunitario?.....	39
4.2.22. ¿Por qué visitaría los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?.....	40
4.2.23. ¿Piensa usted que los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán son atractivos para extranjeros y nacionales?	41

4.3. Opinión de los promotores de turismo sobre ventajas y barreras en la promoción de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.....	42
4.4. Interés de los promotores de turismo comunitario para promover los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán	50
V. CONCLUSIONES	53
VI. PROPUESTAS A FUTURO.....	54
VII. REFERENCIAS.....	55
ANEXO.....	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Página
1. Muestra proporcional de los lugares visitados en el distrito Hermilio Valdizán.....	13
2. Lugares considerados para desarrollar turismo comunitario.....	13
3. Agencias turísticas en Tingo María.....	15
4. Lugares turísticos considerados para desarrollar turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán.....	18
5. Matriz de datos de las personas encuestadas.....	66
6. ¿Cuál es la oferta turística en el distrito de Hermilio Valdizán?.....	78
7. ¿Cuáles son los lugares más visitados?.....	78
8. ¿Cuáles son los lugares menos visitados?.....	78
9. ¿A qué le atribuye la preferencia de visitar los lugares mencionados?.....	78
10. ¿Hay lugares que considera Ud., que presentan un potencial para hacer turismo?.....	79
11. ¿Qué falta para que esos lugares sean visitados más recurrentemente?.....	79
12. ¿Cuál es la percepción de los recursos turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán?.....	79
13. ¿Los lugares son considerados como potenciales turísticos?.....	80
14. ¿Qué le faltaría para ser un atractivo turístico?.....	80
15. ¿Cómo se encuentran en calidad los servicios turísticos en Hermilio Valdizán (hoteles alojamiento restaurantes)?.....	80
16. ¿Cuán importante es contar con los servicios turísticos?.....	81
17. ¿Qué salida rápida se le puede dar si no se cuenta con servicios turísticos?.....	81
18. ¿Cuál es el punto de vista (opinión) de querer fomentar el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?.....	81
19. ¿Qué le faltaría añadir o quitar para que sea potencia turística?.....	82
20. ¿Qué tanto harían las autoridades del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?.....	82
21. ¿Qué tanto harían las asociaciones de agricultores e instituciones del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?.....	82
22. ¿Cómo se adecuaron las empresas turísticas al tema sanitario?.....	83

23.	¿Cuáles son las barreras que perciben al promocionar un atractivo turístico?	83
24.	¿Hay compromiso de las empresas en promocionar un atractivo turístico?	83
25.	¿Hay compromiso de las personas en promocionar un atractivo turístico?	84
26.	¿Hay compromiso de las instituciones del Estado en promocionar un atractivo turístico?	84
27.	¿Hay barreras sanitarias en promocionar un atractivo turístico?	84
28.	¿Cuál es la situación legal de las empresas promotoras de la actividad turística?	84
29.	¿Qué limitantes enfrentó para lograr formalizar legalmente su empresa?	85
30.	¿De parte del municipio, se fomenta la formalización legal de las empresas vinculadas al turismo?	85
31.	¿Qué limitantes encuentra al querer hacer publicidad de un recurso turístico?	85
32.	¿Quiénes deberían ayudar en hacer publicidad?	86
33.	¿Qué instituciones deberían ayudar en hacer publicidad?.....	86
34.	¿Tendrá alguna posibilidad de que usted como empresa promueva el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?.....	86
35.	¿Qué tiempo le tomaría para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?	87
36.	¿Qué condiciones tendría que cumplir la empresa y/o la municipalidad con su empresa para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?.....	87
37.	¿A qué se debería el rechazo de promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
1. Ubicación del área de estudio.....	10
2. Guía de la propuesta del turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizan.....	19
3. Finca integral Río Azul en el distrito Hermilio Valdizán.	20
4. Centro Ecoturístico y Orquideario La Divisoria en el distrito Hermilio Valdizán.....	20
5. Planta procesadora de té en el distrito Hermilio Valdizán.	21
6. Planta procesadora de café en el distrito Hermilio Valdizán.	21
7. Finca Agroturística Paraíso en el distrito Hermilio Valdizán.	22
8. Sexo de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.....	22
9. Edad de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.....	23
10. Lugar de procedencia de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.	25
11. Grado de instrucción de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.	26
12. Ingreso mensual del encuestado en el distrito Hermilio Valdizán respecto al desarrollo del turismo comunitario.....	27
13. Medio por la cual se enteró el encuestado en el distrito Hermilio Valdizán respecto al desarrollo del turismo comunitario.	28
14. Cantidad de personas por viaje de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.....	29
15. Tiempo que dura las vacaciones de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.....	30
16. Préstamo de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.....	31
17. Disponibilidad a pagar por parte de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.....	32

18.	Atractivos turísticos preferidos por parte de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.	32
19.	Equipamiento básico que necesitan los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán para desarrollar el turismo comunitario.	33
20.	Actividades que les gustan realizar a los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.	33
21.	Conocimiento de los atractivos turísticos por los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.	34
22.	Interés de los encuestados por conocer y recorrer los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán.	35
23.	Interés por parte de los encuestados de que se crean rutas y circuitos para la tercera edad de los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán.	36
24.	Percepción de entretenición por los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.....	36
25.	Observó publicidad los encuestados de los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.	37
26.	Encontraron información en la web los encuestados sobre los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.....	38
27.	Conocimiento de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán sobre el turismo comunitario.	39
28.	Desearían conocer los encuestados cada atractivo turístico comunitario en el distrito Hermilio Valdizán.	40
29.	Fines de las visitas por parte de los encuestados a los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.	41
30.	Percepción de los encuestados sobre de los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán por extranjeros y nacionales.	42
31.	Recolección de datos mediante la técnica de la encuesta.....	88
32.	Recolección de datos mediante la técnica de la entrevista.	88

RESUMEN

En el estudio considero como objetivo evaluar la percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán, para lo cual se realizó actividades de encuestar a los visitantes de los lugares turísticos del distrito Hermilio Valdizán y también se entrevistó a los promotores de turismo del distrito Rupa Rupa, ambos del departamento de Huánuco, utilizando a 213 visitantes como muestra, siendo encontrados los fines de semana, adicionalmente se entrevistó a los promotores de turismo de las agencias turísticas en Tingo María. En los resultados se encontró cinco lugares turísticos para desarrollar el turismo comunitario. La mayoría de los visitantes son hombres jóvenes con educación superior que provienen de los departamentos del país, disponen a pagar más de 50 soles y tienen conocimiento limitado del turismo comunitario, mostrando interés por conocer los atractivos, pero, perciben una falta de publicidad e información de estos recursos. Los promotores de turismo se perciben barreras como la falta de interés y apoyo institucional, calidad deficiente del servicio turístico, falta promocionar, invertir y desarrollar infraestructura que mejoraría la situación; el turismo comunitario tiene potencial, pero requiere colaboración entre autoridades y la comunidad. Las empresas podrían promover el turismo comunitario si se garantizan infraestructura, apoyo logístico y gestión adecuada, pero, la falta de implementación efectiva es una barrera significativa. Se concluye que, las empresas perciben que hay posibilidades de que se promueva el turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán, pero se necesita el compromiso de las autoridades y la población del distrito.

Palabras clave: Aventura, deporte, disponibilidad a pagar, promotor de turismo, visitantes.

ABSTRACT

In the study, the objective was to evaluate the prospective perception of community-based tourism in the Hermilio Valdizán district. To achieve this, activities included surveying visitors to the tourist sites in the Hermilio Valdizán district and interviewing tourism promoters in the Rupa Rupa district, both located in the Huánuco department. A sample of 213 visitors, found on weekends, was used, and additionally, tourism promoters from travel agencies in Tingo María were interviewed. The results identified five tourist sites suitable for developing community-based tourism. Most visitors were young men with higher education from various departments across the country, willing to pay more than 50 soles, and with limited knowledge of community-based tourism. They showed interest in learning about attractions but perceived a lack of publicity and information about these resources. Tourism promoters identified barriers such as the lack of interest and institutional support, poor quality of tourism services, and the need to promote, invest in, and develop infrastructure that would improve the situation. Community-based tourism has potential but requires collaboration between authorities and the community. Companies could promote community-based tourism if infrastructure, logistical support, and proper management are guaranteed; however, the lack of effective implementation is a significant barrier. The conclusion is that companies perceive there are opportunities to promote community-based tourism in the Hermilio Valdizán district, but the commitment of the district's authorities and population is needed.

Keywords: Adventure, sports, willingness to pay, tourism promoter, visitors.

I. INTRODUCCIÓN

La actividad turística es económicamente rentable a nivel mundial y en particular en el Perú que tuvo un crecimiento importante en los últimos años. Además, por su dinámica y complejidad posee un elevado grado de poder de transformación del territorio y su incorporación en el ordenamiento territorial es un eficaz instrumento para la preservación del ambiente y del patrimonio cultural.

Sin embargo, una de las principales problemáticas a las cuales se enfrenta en la actualidad el sector turístico en la provincia de Leoncio Prado y en particular el distrito de Hermilio Valdizán, es la falta de conocimiento preciso sobre los recursos turísticos naturales que este posee, pues como se sabe el inventario de recursos turísticos es la base de cualquier plan de desarrollo ya que constituyen un importante instrumento de gestión tanto para los sectores gubernamentales como privados.

En la actualidad, en muchos países como en España, los visitantes optan por dar prioridad a los criterios éticos y medioambientales al momento de adquirir un producto o transporte turístico donde no encuentren muchas acumulaciones de personas, además de considerar mayor inclinación hacia hoteles ecológico (Rivera y Pastor, 2020), se vienen haciendo cambios en el modelo turístico español para mantener el ingreso monetario por parte de la actividad turística, siendo una oportunidad el implementar la gestión turística cultural (Arold, 2021).

En el Perú, la inclinación a realizar actividades turísticas sostenibles también ostentó cambios en los visitantes como en las empresas turísticas por la situación sanitaria como lo reportan para la provincia de Jaén (Cárdenas, 2021). Además, Anco (2020) demostró que a pesar que un determinado distrito posea muchos atractivos turísticos, se necesitan realizar diversas actividades con la finalidad de ponerle valor a los lugares turísticos. Frente a lo expresado, se vienen buscando alternativas de turismo como el turismo rural comunitario debido a que se pueden cumplir protocolos de distanciamiento social y estar mucho más vinculado con la naturaleza, debido a que hay vacíos de conocimientos sobre la acogida que tendrían por parte de la población y las empresas tours turísticas, con lo cual urge solucionar interrogantes como ¿Cuál es el análisis de la percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

En ese contexto el turismo rural comunitario es una alternativa dentro de la industria del turismo que ha demostrado con afectividad que los emprendimientos pioneros de este tipo

de turismo pueden ser una herramienta importante para incrementar el nivel de ingreso de las comunidades rurales con potencial turístico, que mediante una organización adecuada, les permite aprovechar el entorno y específicamente los recursos turísticos con que cuentan, lo cual vendría a ser reflejado con el impacto favorable en la mejora de la calidad de vida, respeto a la cultura local y al medio ambiente.

Como hipótesis se tiene que, el análisis de la percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán en el 2022 es favorable por parte de las personas consideradas por grupos socioeconómicos y promotores de turismo en la provincia de Leoncio Prado.

1.1. Objetivo general

Analizar la percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán.

1.2. Objetivos específicos

- Describir los lugares turísticos considerados para desarrollar turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán.
- Describir la preferencia de los visitantes al distrito Hermilio Valdizán sobre el desarrollo del turismo comunitario.
- Explicar la opinión de los promotores de turismo sobre ventajas y barreras en la promoción de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.
- Identificar el interés de los promotores de turismo comunitario para promover los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Estado del arte

En Chile, Zamora et al. (2009) exploraron prospectar la percepción de los habitantes de la ciudad de Santiago, sobre la oferta turística de la Región del Maule. La Región del Maule es escasamente conocida por los santiaguinos, y que en opinión de tour operadores, los medios de promoción utilizados por los empresarios, autoridades municipales y gubernamentales no fueron eficaces en informar a la población. La gran mayoría de los operadores turísticos desconocen la oferta turística de la Región. Además, aquéllos que sí conocen, ven que la calidad de servicios y la infraestructura es inadecuada.

Liévano et al. (2018) analizaron el grado de participación activa de los pobladores en cuatro comunidades pertenecientes al corredor Bijí Yokot'an, donde la población Maya Chontal forma parte de la propia oferta turística. Encontrando que en dichas comunidades no se promueve la práctica del turismo sostenible, inclusive hubo artesanos quienes permanecen como espectadores del producto turístico desarrollado en sus comunidades, resaltando la ausencia de una oferta turística planificada, así como la falta de toma de conciencia y participación en la mayoría de los habitantes en la zona.

Mamani (2016) conoció los impactos socioeconómicos que generan del Turismo rural comunitario de la comunidad de Karina – Chucuito. Reporta que, los impactos socioeconómicos que generan en el turismo rural, referente a la organización del turismo; los comuneros de Karina tienen conocimientos básicos respecto al desarrollo del turismo rural, gracias a charlas o cursos de capacitación emprendidas por la municipalidad y otras ONGs. Los pobladores ya tienen ideas básicas en el trato a los visitantes.

En República Dominicana, Cañero (2018) analizaron la percepción de las comunidades rurales de Puerto Plata hacia el turismo comunitario. Reportó que, el turismo genera importantes beneficios en los lugares donde se desarrolla, pero se tiene que tener muy en cuenta los aspectos negativos para el desarrollo de la actividad de manera sostenible. El apego de la comunidad por parte de los residentes se asocia positivamente con los impactos ambientales percibidos, así como con los culturales y sociales. Además, este tipo de turismo influye en el desarrollo del turismo sostenible.

Quispe y Espinoza (2014) determinaron en qué medida el Turismo Rural Comunitario impacta socioculturalmente en la comunidad campesina de Patabamba distrito de Coya - Taray. Consideran que existe más impactos positivos que negativos en la comunidad

estudiada, que beneficia económicamente al poblador. En cuanto a los aspectos socioculturales con los que cuenta la comunidad han ido perdiéndose con el tiempo y solo conservado algunas fiestas y tradiciones. La actividad turística en la comunidad está un poco desarrollada ya que no cuentan con planes que impulsen dicha actividad.

Orgaz y Cañero (2015) analizaron los impactos socioeconómicos, culturales y medioambientales percibidos por el ecoturismo por parte de los residentes de comunidades rurales de República Dominicana. Destacaron que actualmente no se perciben impactos negativos, pero si hay una serie de elementos (pérdida de identidad, incremento de la prostitución, deterioro de los recursos culturales, y alteración del hábitat de la flora y fauna) que hay que ir considerando, con la finalidad de que no se conviertan en un impacto a corto plazo para la comunidad rural.

En Nicaragua, López-Guzmán y Sánchez (2009) estudiaron la percepción que tienen los residentes para desarrollar un destino turístico, a través de la propia comunidad local. La metodología utilizada se basa en un trabajo de campo realizado en dicha zona durante los meses de septiembre a noviembre de 2008. Destacaron la percepción por parte de la comunidad local de que el desarrollo turístico puede generar riqueza y crear puestos de trabajo, aunque para ello es necesaria una capacitación técnica previa por parte de diferentes organizaciones públicas y privadas, destacando las ONGs.

Albarracín (2011) caracterizó la demanda turística del Proyecto de Turismo Comunitario Kushiwayra a través del análisis de variables cualitativas y objetivas, así como el análisis de las expectativas y la percepción del turista; determinó que las variables a mejorar están referidas al: nivel de satisfacción de turistas, planes de promoción, oferta de elementos diferenciadores, entre otros.

Echevarria et al. (2019) estudiaron "El turismo como instrumento de desarrollo económico del distrito de Aguaytía. 2018" en donde exploraron la relación entre el turismo y el desarrollo económico en el distrito de Aguaytía. La investigación incluyó una revisión bibliográfica exhaustiva, visitas de campo y encuestas a ciudadanos mayores de 20 años, utilizando un muestreo probabilístico basado en una población de 26 270 personas, resultando en una muestra de 379. En este estudio se identificó una demanda turística predominante a nivel local, impulsada por el clima cálido, con menor presencia de turistas nacionales e internacionales, quienes visitan principalmente sitios como el balneario Velo de la Novia y la Ducha del Diablo. Utilizando el método Chi Cuadrado, se contrastaron datos observados con los esperados, demostrando que el impulso al sector turístico efectivamente contribuye al

desarrollo económico del distrito. La investigación es de tipo aplicada, con un enfoque descriptivo explicativo.

Tuesta (2023) realizó un estudio donde enfocó la creación de un inventario de recursos turísticos naturales y agrícolas en el distrito de Hermilio Valdizán, Perú, con la finalidad de impulsar el desarrollo del turismo comunitario en la región. Evaluó la aceptación de la comunidad hacia esta actividad y diseñó un plan estratégico para su implementación. El inventario identificó cinco recursos con alto potencial para el turismo comunitario: el Orquideario La Divisoria, la Planta procesadora de café de Hermilio Valdizán, la Finca Paraíso, la Planta procesadora de té, y la Finca integral Río Azul. Las entrevistas revelaron que el 72% de la población acepta el turismo comunitario, y un 61% está dispuesto a participar en actividades relacionadas. El plan estratégico propuesto incluye un plazo de tres años para su ejecución, seguimiento y evaluación, bajo la supervisión de la Municipalidad distrital y la colaboración de empresas privadas locales.

2.2. Los recursos turísticos

Para Ley General de Turismo N° 29408, los recursos turísticos “son las expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico”. A lo expresado, añaden que son bienes o elementos naturales, culturales y humanos, materiales o inmateriales, muebles o inmuebles, existentes en un territorio y que, por sus características especiales, tienen un potencial turístico que podría captar el interés de los visitantes (MINCETUR, 2018).

2.2.1. Evaluación de los recursos turísticos

Para Vilela (2018), es un proceso que permite definir la importancia actual y futura de un recurso turístico.

El mismo autor añade que, los factores internos son aquellos que hacen referencia a las cualidades y valores específicos que posee cada recurso como el grado de utilización del recurso y características intrínsecas. Los factores externos de una manera sensible, ejercen o pueden ejercer influencia en el flujo turístico con destino al recurso, determinando la posición de éste con respecto a la demanda como: accesibilidad, proximidad a centros emisores, especificidad del recurso e Importancia del recurso.

Para la evaluación final de un recurso, utiliza valores de una categoría, por lo general se utiliza puntos de 0 a 3 que representa la intensidad del factor considerado. El objetivo es determinar el valor de diversas zonas con el fin de establecer un orden en base a la

prioridad en las labores de planificación y desarrollo del turismo, bajo la óptica del mejor aprovechamiento de unos medios humanos y económicos limitados (Zorraquin, 2007).

2.3. La actividad turística como desarrollo económico

Blanco et al. (2015) consideran al turismo como instrumento de desarrollo económico contemplado en la economía ambiental, la economía social, la economía ecológica y la ecología política. Cada una de estas posturas teóricas concibe el desarrollo desde una perspectiva particular y al ser adoptada por los estados, la planificación de la actividad turística se ajusta a la estrategia global de desarrollo elegida por cada gobernante.

El desarrollo está basado en un crecimiento económico con cierto grado de conservación de recursos naturales, cuidado ambiental y distribución de la renta, teniendo un enfoque de evitar o disminuir en lo posible, los diversos costos económicos que suponen la escasez de recursos y la degradación del medio ambiente (Pierri, 2001).

La actividad turística se encuentra relacionada con diversos objetivos generales que enmarca la economía como país y entre sus metas se encuentra la atracción de un máximo número de visitantes, prolongación de su permanencia y garantizar su regreso, a fin de lograr un consumo importante de bienes y servicios que se vincularán con el sector público y beneficios empresariales bajo razonables controles estatales (Morant, 1996).

2.4. El turismo alternativo o sostenible

Turismo que tiene por finalidad buscar atender a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y, al mismo tiempo, proteger y fomentar las oportunidades con una visión al futuro. Instituciones como la OMT forja esta forma de turismo como vía a la gestión de los recursos turísticos de forma que satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando paralelamente la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1993).

Rodríguez (2008) El turismo rural para la OMT está basado en un punto de vista de desarrollo territorial, que involucra dos sectores: el agrícola y el turismo, que se complementan a partir de sus recursos y sus potencialidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambas actividades, en la búsqueda de mejorar la calidad de vida para los actores involucrados directa o indirectamente.

2.4.1. Turismo rural comunitario

Modo de turismo originado en Europa debido a la crisis en la agricultura (inicios del año 60), esto generó la emigración masiva de los agricultores a las ciudades y ocasionando que los agricultores de los lugares rurales despoblados busquen un complemento

en su renta. En el año 80, la concertación de políticas agrícolas comunes de la Unión Europea, a través de los Programas Leader de desarrollo rural, buscaron dar una alternativa productiva a las familias campesinas. El 90% de los recursos de la política de subsidios se aplicó a proyectos de turismo rural: ejecutaron buenos aportes a recuperar la calidad de vida rural europea y revalorizarla (Rodríguez, 2008).

El turismo rural comunitario origina beneficios a las comunidades que lo ejecutan, siendo los beneficios económicos, sociales, ambientales e incluso culturales. Su fin primordial del turismo rural comunitario es crear oportunidades para el desarrollo y la mejora de calidad de vida en las comunidades de todos los países (Roe *et al.*, 2001). La institución del país MINCETUR (2008), considera que este tipo de turismo beneficia de la siguiente manera:

- Económicamente por que permite generar ingresos adicionales y complementarios.
- Ambientalmente por promover la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales.
- Socialmente porque nutre y promueve la permanencia de la asociatividad vinculada a formas de organización social ancestrales.
- Culturales y educativos porque conserva y recupera la gastronomía, artesanía, folclor, costumbres, actividades tradicionales, etc., fortalece la identidad local, regional y nacional pues permite visualizar el valor, expresado en el respeto y la admiración de los visitantes, de la cultura local.

Para Casas *et al.* (2011), el turismo comunitario no solo mejora las condiciones materiales de vida en las comunidades nativas, sino que también juega un papel crucial en la revitalización cultural y económica de zonas marginadas. Al utilizar sus propios recursos turísticos y al ser los protagonistas de esta actividad, las comunidades locales aseguran la sostenibilidad a largo plazo, manteniendo sus tradiciones y creando nuevas oportunidades para sus habitantes.

2.4.2. Oportunidades del turismo rural comunitario

Se constituye como una alternativa diferenciada del Turismo Convencional pues el Turismo Rural Comunitario en el Perú atrae a turistas que practican una conducta responsable en sus viajes, pero en un inicio deberá estar complementando la oferta convencional que le permita la supervivencia en el mercado y el posicionamiento gradual y paulatino (MINCETUR, 2008).

2.4.3. Demanda de turismo rural comunitario

Hoy en día, la actividad turística a nivel mundial se caracteriza por las nuevas tendencias de consumo (búsqueda de experiencias, contacto con la naturaleza, cultura y aprendizaje, etc.), por lo cual es muy importante tener claro los intereses, las actitudes y las preferencias de los turistas, que cada vez se vuelven más exigentes y especializados. Estos cambios han originado una creciente valoración por lo auténtico, por la búsqueda de lo natural y lo sostenible, en donde el entorno no urbano se vuelve el principal protagonista (Atauchi y Espinoza, 2011).

2.5. Percepción del turismo

En el contexto del turismo comunitario, las percepciones de los residentes hacia la actividad turística son un factor crucial que puede influir en su desarrollo y sostenibilidad. Estudios previos, como el de Martínez-García *et al.* (2017), han mostrado que estas percepciones están significativamente influenciadas por factores sociodemográficos como la edad, el sexo, el nivel económico, la ocupación y el nivel educativo de los residentes.

En términos de edad, se ha observado que los habitantes más jóvenes tienden a tener una actitud más positiva hacia el turismo. Esto podría deberse a que los jóvenes son más receptivos al cambio, ven el turismo como una oportunidad de desarrollo económico y social, y son más propensos a participar en actividades innovadoras. La juventud también suele estar más conectada con el turismo digital y las nuevas tendencias, lo que puede generar un interés positivo hacia el sector turístico. Según Martínez-García *et al.* (2017), este fenómeno es común en muchos destinos, donde los jóvenes ven el turismo no solo como una fuente de empleo, sino también como un vehículo para el intercambio cultural y la modernización de la comunidad.

Por otro lado, las percepciones de sexo también juegan un papel importante. Se ha demostrado que las mujeres, en comparación con los hombres, tienden a percibir los impactos negativos del turismo de manera más significativa. Esto puede estar relacionado con su rol en el hogar y la comunidad, ya que las mujeres a menudo son las primeras en notar cambios en la calidad de vida, como el aumento de los precios de productos básicos o la sobrecarga en los servicios públicos debido al turismo. Además, las mujeres también pueden percibir los impactos negativos en aspectos sociales y culturales, como la alteración de las tradiciones locales o la aparición de comportamientos antisociales relacionados con el turismo masivo. Sin embargo, esta percepción no implica necesariamente una actitud negativa hacia el turismo en su totalidad, sino una mayor sensibilidad hacia sus posibles inconvenientes (Martínez-García *et al.*, 2017).

El nivel económico de los residentes también influye en sus actitudes hacia el turismo. Las personas con mayores ingresos tienden a tener percepciones más favorables del turismo, posiblemente porque son menos vulnerables a los posibles efectos negativos, como el aumento del costo de vida o la competencia por recursos locales. Además, aquellos con un nivel de vida más alto suelen estar más vinculados a los beneficios económicos del turismo, ya sea a través de la propiedad de negocios relacionados con el sector o por su acceso a mejores oportunidades de empleo. En este sentido, la percepción positiva se relaciona con la capacidad de aprovechar las oportunidades económicas que el turismo ofrece.

Sin embargo, a pesar de la importancia de estas variables, Martínez-García *et al.* (2017) advierten que los resultados de los estudios sobre las percepciones del turismo varían considerablemente según el destino. Esto sugiere que el contexto local es un factor determinante en cómo los residentes perciben la actividad turística. En algunos casos, los beneficios económicos del turismo pueden ser más evidentes, mientras que en otros, los impactos sociales y culturales negativos pueden ser más pronunciados. Por lo tanto, es fundamental adoptar un enfoque contextualizado al estudiar las percepciones hacia el turismo en diferentes regiones.

Por otro lado, otros estudios sobre la actitud del residente hacia la actividad turística han decidido centrarse en el estudio de ocho variables. Éstas, dependiendo de diversos factores a nivel interno del individuo, generarán una perspectiva determinada hacia los impactos del turismo de masas en su lugar de residencia. Las variables son las siguientes (Almeida et al., 2014):

- La dependencia económica del turismo de la comunidad que reside en el destino.
- El nivel de consolidación del destino turístico.
- Nivel de unión a la comunidad local.
- La distancia entre la vivienda del residente y el área turística.
- El nivel de conocimiento acerca del turismo.
- El tipo de turista que recibe el destino.
- El contacto que mantienen los turistas y los residentes.
- Percepción de la utilidad de las actividades turísticas.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Lugar de ejecución

3.1.1. Ubicación política y geográfica

Las actividades realizadas durante la ejecución de la tesis se llevaron a cabo en dos fases, la primera estuvo constituido en encuestar a los visitantes de los lugares turísticos con fines de proponer en la actividad de turismo comunitario, dicha actividad se ubica en:

Región : Huánuco
Provincia : Leoncio prado
Distrito : Hermilio Valdizán
Coordenadas : Longitud : $075^{\circ}50'08''$
Latitud : $S9^{\circ}12'20''$

Debido a que en el distrito de Hermilio Valdizán no hay promotores turísticos, la segunda fase consistió en realizar entrevistas a los propietarios y/o promotores de las distintas Agencias turísticas que se encuentran en la ciudad de Tingo María del distrito Rupa Rupa, provincia de Leoncio Prado de la región Huánuco.

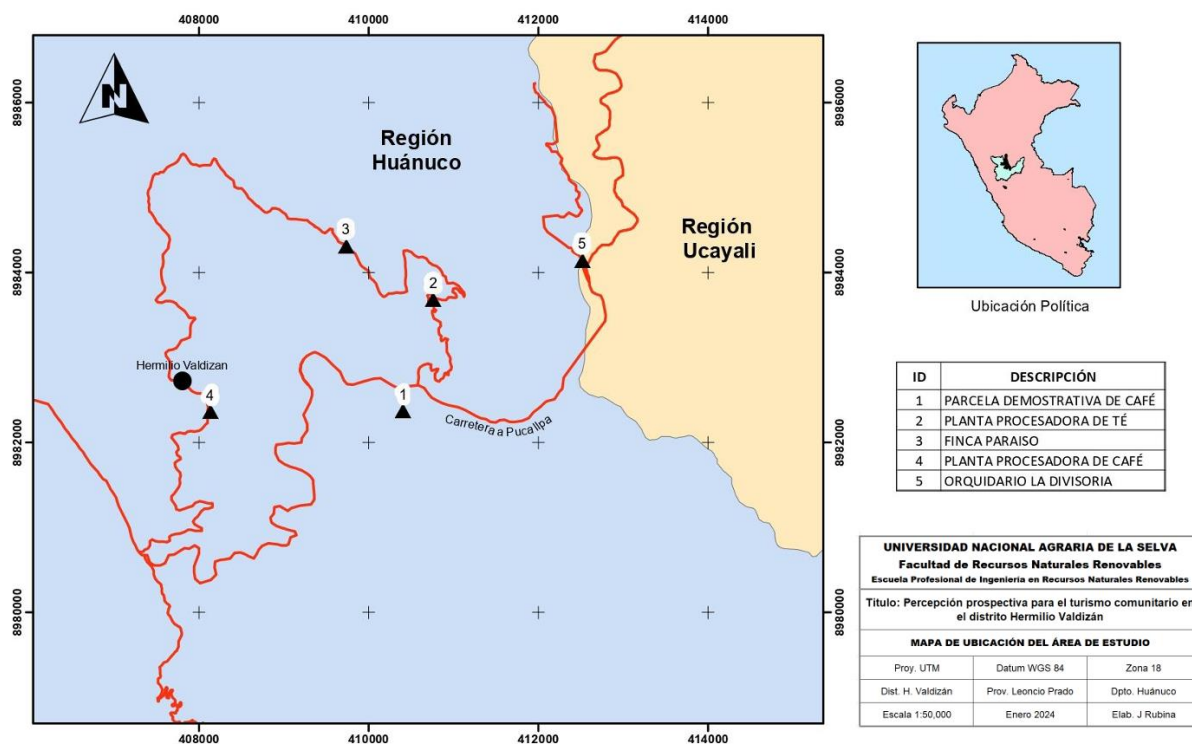


Figura 1. Ubicación del área de estudio.

3.1.2. Ubicación ecológica

De acuerdo a la clasificación de zonas de vida o formaciones vegetales del mundo y el diagrama bioclimático de la zona de estudio, se encuentra dentro de la zona ecológica: bosque muy húmedo pre montano tropical (bmh-PT) según escala de Holdridge, (1967).

3.1.3. Características generales de la zona

El clima característico es tropical de selva según la clasificación climática de Köppen (Mcknight, 2000). La temperatura media es de 24,0 °C, y las precipitaciones sobrepasan los 4179 mm/año.

Los datos meteorológicos del año 2023 en el distrito de Hermilio Valdizán, proporcionados por el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú a través de la estación La Divisoria, reflejan un patrón climático característico de las regiones montañosas de la Amazonía peruana. La precipitación acumulada de 3 372,10 mm sugiere una pluviosidad significativa, particularmente concentrada entre noviembre y abril, meses que corresponden a la temporada de lluvias, este comportamiento estacional es crucial para la recarga hídrica de los ecosistemas locales, afectando tanto la agricultura como los recursos hídricos (SENAMHI, 2023).

El análisis de la temperatura promedio anual de 18,52 °C, con mínimas variaciones entre el mes más frío (julio) y el más cálido (agosto), evidencia la relativa estabilidad térmica de la zona, sin embargo, la ligera elevación de la temperatura en agosto, en plena estación seca, podría estar relacionada con la disminución de la cobertura nubosa y el incremento de la radiación solar directa. Por otro lado, la alta humedad relativa promedio anual del 91,17% resalta la influencia de la selva circundante y la presencia constante de neblina, factores que contribuyen a un microclima húmedo y a la persistencia de condiciones favorables para la biodiversidad local (SENAMHI, 2023).

La fisiografía que presenta el área de estudio presenta en su mayoría zonas onduladas y colinas altas caracterizadas por pendientes irregulares moderadas, quebradas escabrosas presentan cimas sub redondeadas y laderas largas con pendientes entre los 50% y 70%, con ligeras y moderadas disecciones, por sus características escarpadas, sus suelos son aptos para cultivos permanentes y de protección.

3.2. Materiales y métodos

3.2.1. Materiales y equipos

Se utilizaron distintos materiales de oficina, mapa cartográfico, una computadora portátil, cámara fotográfica, impresora, textos digitales como el “Manual para la

elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos” y las fichas de las entrevistas.

3.2.2. Generalidades de la investigación

Enfoque de la investigación. El estudio realizado en Hermilio Valdizán demuestra la eficacia de un enfoque mixto (Hernández et al., 2014) en investigaciones de turismo comunitario. La combinación de visitas descriptivas, encuestas a visitantes y entrevistas a promotores permite una triangulación robusta de datos, enriqueciendo la comprensión del potencial turístico. Al integrar métodos cuantitativos y cualitativos, se logró capturar tanto las preferencias de los turistas como las percepciones de los promotores, ofreciendo una visión integral, este enfoque mixto no solo valida los resultados, sino que también facilitó la identificación de ventajas y barreras, informando de manera más completa la toma de decisiones estratégicas para el desarrollo del turismo en la zona en estudio.

Tipo de investigación. Según el libro de Ñaupas *et al.* (2014), corresponde al tipo básica, debido a que con los resultados que se obtuvieron se generó información sobre turismo comunitario que servirá como cimiento para investigaciones futuras que pudiera desarrollarse en el mismo ámbito de estudio con fines de hacer realidad esta actividad ansiados por muchos pobladores.

Nivel de investigación. El estudio, al aplicar encuestas y utilizar la estadística descriptiva, permitió una comprensión clara y precisa de las preferencias turísticas en Hermilio Valdizán. Este enfoque descriptivo (Hernández *et al.*, 2014), basado en la distribución de frecuencias, ofreció una representación detallada de los datos recolectados, facilitando la identificación de patrones y tendencias clave en el desarrollo del turismo comunitario.

Diseño de investigación. El diseño del estudio fue de tipo no experimental, de tipo “transversal” porque se recopilaron las opiniones de los turistas sin someter a manipulación la variable independiente; dicho de otra manera, se observó el fenómeno de manera natural (Hernández *et al.*, 2014).

Población. La población de estudio estará compuesta por los visitantes al orquidiario y a la planta procesadora de café, que en total suman 470 visitantes por año (**Tabla 1**).

Muestra. Se determinó el tamaño de la muestra (**Tabla 1**) para la población en estudio, se procedió a acceder a una calculadora digital de la página <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>, similar a lo proseguido por Aguilar-Barojas (2005) en donde los componentes rellenos fueron las siguientes:

- Nivel de confianza : 95,0%
- Margen de error : 5,0%
- Tamaño de la población : 470 visitantes anuales
- Tamaño de la muestra : 213 visitantes

Tabla 1. Muestra proporcional de los lugares visitados en el distrito Hermilio Valdizán.

Lugar turístico	Visitantes anual	Fuente	Muestra
Planta procesadora de café	380	Sr Cleden Chacon Estacio	172
Orquidiario La Divisoria	90	Ing. Franklin Dionisio Montalvo	41
Total	470	Sr Cleden Chacon Estacio	213

Muestreo. El muestreo aplicado fue por conveniencia debido a que se tuvo que acceder solamente a las personas que eran visitantes, pero siempre teniendo el cuidado de cubrir el amplio espectro. Se aplicó las encuestas los días sábados y domingos durante todo el día.

3.2.3. Metodología

3.2.3.1. Descripción de los lugares turísticos considerados para desarrollar turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán

Las salidas al reconocimiento de campo se organizaron en coordinación con el director de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo – (DIRCETUR) Zonal Leoncio Prado, como institución aliada y articuladora a la tesis con el municipio de Hermilio Valdizán para la información de la actividad realizada en cada zona turística natural y para el apoyo y soporte correspondiente.

Tabla 2. Lugares considerados para desarrollar turismo comunitario.

Localidad	Lugar	Emprendedor
Hermilio Valdizán	Planta procesadora de café	MDHV/ DEVIDA
Santa Rosa de Tealera	Orquidiario La Divisoria	DICA SAC
Río Azul	Parcela demostrativa de café	Nelly Huarauya Aguirre
Hermilio Valdizán	Planta procesadora de té	Cooperativa Jardines de té LTDA. Uniagro SAC
Hermilio Valdizán	Finca Paraíso	Cesar Delgadillo Murillo

Para realizar el registro de los recursos turísticos considerados como componentes del turismo comunitario, se utilizó las diversas fichas presentadas en el manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos (MINCETUR, 2018).

Sumado las características indicadas, se realizó tomas fotográficas de cada lugar y/o las actividades que se llevan a cabo con la finalidad de contar con material real del potencial que presentan cada uno de los recursos.

3.2.3.2. Preferencia de los visitantes al distrito Hermilio Valdizán sobre el desarrollo del turismo comunitario

Una vez registrado las particularidades de los recursos turísticos para desarrollar el turismo comunitario, se procedió elaborar una guía informativa con todos los recursos una base de imágenes fotográficas, la misma que sirvió como información que se utilizó en los turistas al distrito Hermilio Valdizán.

La aplicación de las encuestas (instrumento documental que se encuentra en los anexos) se ejecutó a los visitantes al Orquidiario y a la Planta procesadora de café debido a que es un atractivo que presenta acogida en el distrito Hermilio Valdizán, su aplicación de las encuestas fueron los días sábados y domingos por un periodo alrededor de dos meses (setiembre y octubre) cuyo requisito fue hasta que se alcance el tamaño de la muestra que es 213 visitantes que provengan de la población local, nacional o internacional, y las preguntas abarcaron recopilación de datos concernientes a: Conductas vacacionales, preferencias vacacionales y percepción sobre las ofertas turísticas.

La técnica de recolección de datos considerada en el estudio fue la encuesta, el cual constó de tres componentes diferenciables, el primer punto consistió en identificar a los turistas que estuvieron saliendo de visitar los lugares turísticos el distrito en mención, luego se le presentó e hizo la consulta de que si tuviera un tiempo para dedicarle algunas preguntas sobre la tesis; posteriormente, en caso de aceptar, se procedió a enseñar los atractivos turísticos del distrito Hermilio Valdizán con fines de considerar para realizar un turismo comunitario, luego la tercera etapa estuvo comprendida en aplicar el cuestionario con las preguntas contenidas en el anexo a los visitantes.

3.2.3.3. Opinión de los promotores de turismo sobre ventajas y barreras en la promoción de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán

La técnica aplicada a los ejecutivos representantes de las empresas promotoras de turismo que operan tanto en la provincia de Leoncio Prado (**Tabla 2**)

fue la entrevista, actividad que se ejecutó con fines de recoger su opinión respecto a la oferta turística que se tiene entendido promocionar y tener conocimiento sobre sus puntos de vistas (percepciones) de los atractivos concernientes al turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán. Entre los entrevistados se consideraron a:

- Propietarios
- Gerente general
- Gerente de Marketing
- Gerente de ventas
- Encargado de turismo receptivo

Para desarrollar lo mencionado, se ha tenido que elaborar el modelo o ficha con las preguntas abiertas (anexos) para que se cubra los dos últimos objetivos específicos considerados en el estudio.

Tabla 3. Agencias turísticas en Tingo María.

Nombre de la Empresa	Teléfono o Celular	Dirección
Ecology Perú	Tel: Cel: 993145850 Correo:	Jr. Jose Prato 369, Av. Alameda Perú 558, 10131
Mecsa Osha Tours	Tel: 062-331143 Cel: 917959147 Correo: gerencia@toursmeCSaocha.com	Raymondi 428, Tingo María 10131
Tingo María Nunash Tours	Tel: 062-630704 Cel: 962850037 <u>Correo: info@tingomarianunashtours.com.pe</u>	Av. Alameda Perú N°553
Tincco Tours	Tel: 062-630354 Cel: 990556274 Correo: ctinccotours@gmail.com	Asociación de Vivienda Villa Piña Mz-F, Lt-7-Tingo María
Tingo Travel	Tel: Cel: 991262938 Correo: scottt031096@gmail.com	Av. Alameda Perú 413-Tingo María
Turismo en Ruedas	Tel: 062-631155 Cel: 962827576 <u>Correo: informes@turismoenruedas.com</u>	Av. Ucayali N°470-Tingo María

Los datos fueron tabulados empleando el método de la investigación cualitativa como es el caso de la triangulación, en donde se utilizaron varias estrategias, por ejemplo, el uso de varios métodos (entrevistas individuales, entrevistas grupales como es el caso de juntar a más de un propietario de alguna empresa turística o la revisión de textos y/o guías elaboradas por el MINCETUR).

3.2.3.4. Interés de los promotores de turismo comunitario para promover los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán

Se incluyeron interrogantes en la entrevista (anexo) donde los propietarios de las empresas turísticas indicaron si hay o no interés en promover los atractivos turísticos del distrito en estudio. Cabe resaltar que, se le solicitó autorización a los entrevistados a que se les pueda grabar todo el periodo que perdure la entrevista con la finalidad de que con un tiempo más prolongado y en un ambiente adecuado se pueda transcribir lo contestado mediante programas online gratuitos.

Una vez obtenido los datos, se procedió a tabularlos, analizarlos e interpretarlos; dado el enfoque mixto del estudio, los datos cuantitativos fueron sometidos a una estadística descriptiva en donde se elaboraron tablas de frecuencias absolutas y relativas, mientras que los datos cualitativos se tuvieron que escribir todo lo respondido, luego se juntó de acuerdo a cada interrogante que se ha planteado para que finalmente quede plasmado como resultado en el informe final de tesis.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción de los lugares turísticos considerados para desarrollar turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán

La descripción de los cinco lugares identificados para el desarrollo del turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán (**Tabla 4**), es coherente con lo expuesto en el estudio de Tuesta (2023), quien también enfocó su análisis en estos mismos sitios. La elección de estos lugares se basa en su potencial turístico y agrícola, aunque la falta de infraestructura adecuada ha limitado la consideración de otros destinos que podrían haber sido incluidos. Este obstáculo es similar al identificado por Cañero (2018) en su estudio sobre las comunidades rurales de Puerto Plata, donde también se encontraron barreras significativas para el desarrollo sostenible del turismo comunitario. La falta de infraestructura adecuada no solo reduce el número de sitios potenciales, sino que también afecta la capacidad de atraer y retener turistas, lo que es crucial para el éxito a largo plazo del turismo comunitario. En ambos estudios, se evidencia la importancia de una infraestructura sólida y bien desarrollada para apoyar la actividad turística. Además, la percepción de la comunidad local juega un papel crucial, ya que la falta de recursos o planificación puede generar desconfianza o apatía hacia el turismo. Estos aspectos negativos deben ser abordados para asegurar que el turismo comunitario se convierta en una fuente sostenible de desarrollo económico y social para las comunidades involucradas. Por lo tanto, se requiere un enfoque integral que incluya tanto la mejora de la infraestructura como la educación y la participación activa de la comunidad para maximizar los beneficios del turismo comunitario.

La limitada oferta turística para que se desarrolle el turismo comunitario se debe a factores como al interés de los pobladores ya sea porque se dedican de lleno a la agricultura y no cuentan con tiempo ni conocimiento por este tipo de turismo, esto lo reportaron también Liévano et al. (2018) al obtener respuestas como que no se cuenta con una unión de parte de los pobladores, falta de personas con conocimiento de turismo comunitario que fue mayor o igual a los 79% de los encuestados y otros alegan que el gobierno es el indicado para que se fomente dicha actividad.

La actividad turística limitada en la zona en estudio no solo se debe al recurso disponible, sino que hay limitadas acciones por parte de las autoridades y pobladores, esto no es ajeno a otros lugares, ya que Quispe y Espinoza (2014) reportan similar falencia aclarando que la zona donde ejecutaron su estudio no tenían planes impulsoras del turismo comunitario.

Tabla 4. Lugares turísticos considerados para desarrollar turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán.

N°	Lugar turístico	Descripción
1	Finca integral Río Azul	Finca familiar en el caserío Río Azul, de 10 ha, donde se conjugan la conservación de la biodiversidad, la producción sostenible de café y vegetales orgánicos, con un enfoque en la sostenibilidad ecológica y económica, ofreciendo experiencias inmersivas en la naturaleza, desde el cultivo hasta la degustación de café, con alojamiento rústico, gastronomía local y paseos campestres.
2	Centro Ecoturístico y Orquideario La Divisoria	Finca en el caserío Santa Rosa de Tealera, ubicada en la divisoria entre Huánuco y Ucayali, dedicada a la conservación y producción de orquídeas in vitro con alrededor de 700 ejemplares, que ofrece espacios para acampar y la oportunidad de observar la fauna local, con tarifas accesibles y visitas guiadas para aprender sobre la importancia ecológica de las orquídeas.
3	Planta procesadora de té	Ubicada en el caserío Río Azul, a 1,382 msnm, que ofrece a los visitantes una inmersiva experiencia en la producción del té, desde el cultivo y cosecha manual de las hojas hasta el procesamiento industrial y la degustación de té verde y negro, con la oportunidad de aprender sobre técnicas de producción y disfrutar del entorno natural circundante.
4	Planta procesadora de café Hermilio Valdizán	Ubicada junto a la Municipalidad Distrital de Hermilio Valdizán a 1 342 msnm, ofrece una experiencia integral en la producción de café, desde la selección y procesamiento hasta la degustación, destacándose por su certificación HACCP y su papel crucial en el desarrollo turístico local mediante la conexión con la cultura y gastronomía regional.
5	Finca Agroturística Paraíso	Situada en José María Ugarteche a 1 421 msnm, ofrece una experiencia única en la combinación de conservación de biodiversidad, cultivo sostenible de café y apicultura, con productos innovadores como café orgánico y panetones, además de brindar alojamiento rústico, actividades al aire libre y un entorno natural enriquecido por cascadas y quebradas.

Finca familiar donde se conjugan la conservación de la biodiversidad, la producción sostenible de café y vegetales orgánicos. Ofrece alojamiento rústico, gastronomía local y paseos campestres.

Finca integral Río Azul



Centro Ecoturístico y Orquideario La Divisoria

Finca dedicada a la conservación y producción de orquídeas in vitro con alrededor de 700 ejemplares, que ofrece espacios para acampar y la oportunidad de observar la fauna local. Ofrece visitas guiadas.

**GUÍA:
TURISMO COMUNITARIO
EN EL DISTRITO
HERMILIO VALDIZÁN**

Planta procesadora de té

Ofrece la experiencia en la producción del té, desde el cultivo y cosecha manual de las hojas hasta el procesamiento industrial y la degustación de té verde y negro.



Planta procesadora de café

Ofrece una experiencia integral en la producción de café, desde la selección y procesamiento hasta la degustación, destacándose por su certificación HACCP.

Ofrece una experiencia en la combinación de conservación de biodiversidad, cultivo sostenible de café y apicultura, con productos innovadores como café orgánico y panetones, brinda alojamiento rústico y actividades al aire libre.

Finca Agroturística Paraíso



Figura 2. Guía de la propuesta del turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizan.



Figura 3. Finca integral Río Azul en el distrito Hermilio Valdizán.

Los lugares vinculados para el desarrollo del turismo comunitario ofrecen el intercambio de experiencias vinculados a uno de sus productos bandera como es el caso del café (**Figura 3**) y a esto le acompaña la difusión de su riqueza de plantas ornamentales como son las orquídeas que se adaptaron al excelente altitud y clima que presentan (**Figura 4**).



Figura 4. Centro Ecoturístico y Orquideario La Divisoria en el distrito Hermilio Valdizán.



Figura 5. Planta procesadora de té en el distrito Hermilio Valdizán.

Otro de los lugares con abundante potencial es la planta procesadora de té (**Figura 5**) y la planta procesadora de café (**Figura 6**), donde cada agricultor ve el resultado de su trabajo con valor agregado y se encuentran a disposición inmediata de la población demandante que visitan estos dos lugares.



Figura 6. Planta procesadora de café en el distrito Hermilio Valdizán.



Figura 7. Finca Agro-turística Paraíso en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2. Descripción de la preferencia de los visitantes al distrito Hermilio Valdizán sobre el desarrollo del turismo comunitario

4.2.1. Sexo

Del grupo de encuestados se determinó que la mayoría fueron representados por personas de sexo masculino (**Figura 8**), esto es similar al reporte de Zamora et al. (2009), quienes a nivel local encontraron que hubo menor cantidad de visitantes de sexo femenino, mientras que al analizar a los extranjeros se encontró equidad de sexo debido por lo general que, al viajar de un país hacia el otro lo realizan en grupos familiares donde tanto el varón y la mujer viajan juntos.

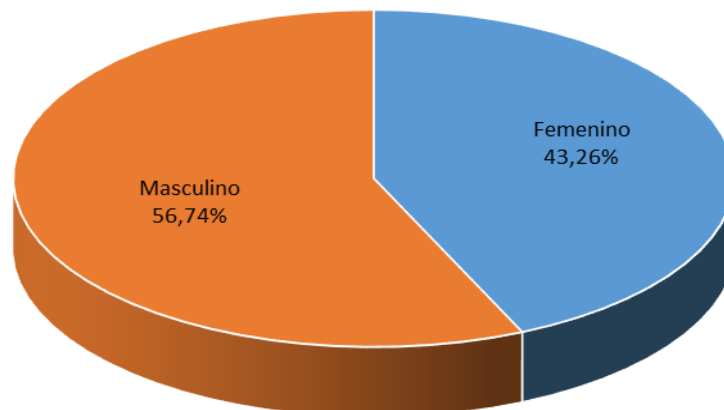


Figura 8. Sexo de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

4.2.2. Edad

En el análisis del grupo de encuestados, se observaron diferencias notables en la distribución de edades entre los sexos, así como en la representación de las personas de mayor edad. Cerca de una cuarta parte de las encuestadas de sexo femenino se encontraban dentro del rango de edad entre los mayores a 25 hasta los 30 años, esto indica una concentración significativa de mujeres jóvenes adultas dentro de este grupo, sugiriendo que este rango de edad es representativo de una porción importante de la población femenina encuestada. De manera similar, aproximadamente una cuarta parte de los encuestados de sexo masculino se sitúan en el rango de mayores de 35 hasta 40 años; este hallazgo destaca una mayor representación de hombres en la etapa de la mediana edad, lo que podría influir en los resultados si la edad afecta las respuestas o percepciones de los encuestados. Las personas con más de 50 años representan solo el 5,79% del total de encuestados; este pequeño porcentaje sugiere que las personas mayores están subrepresentadas en el grupo encuestado, lo que podría limitar la generalización de los resultados para este segmento de la población (**Figura 9**).

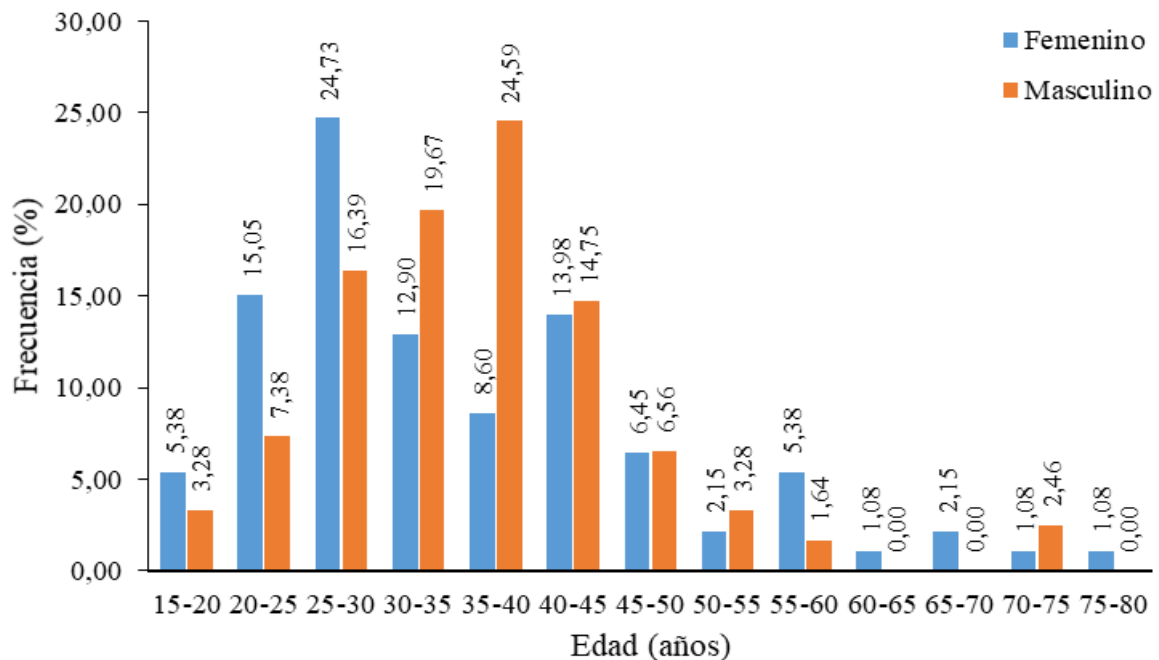


Figura 9. Edad de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

El perfil demográfico de los encuestados revela que la mayor parte del grupo se concentra en edades jóvenes y medianas, con un número significativamente menor

de personas mayores de 50 años; estas diferencias en la distribución de edades entre hombres y mujeres, así como la baja representación de los mayores de 50 años, podrían tener implicaciones importantes en el análisis de los resultados, especialmente si las opiniones o comportamientos varían con la edad, reportes diferentes lo reportaron Zamora et al. (2009), al encontrar que los visitantes se agruparon en dos grupos muy representativos como es los adultos mayores y adultos jóvenes pero cuya característica en común es que se mantenían activos en el mercado laboral

4.2.3. Procedencia

El análisis de los datos de origen de los pobladores encuestados revela una fuerte concentración geográfica, con una predominancia de ciertas regiones del país, así como una presencia limitada de encuestados provenientes del extranjero. Respecto a la procedencia Principal, la mayoría de los encuestados, representando un 78,10%, provienen de los departamentos de Lima, Huánuco, San Martín y Ucayali; esta alta concentración sugiere que las opiniones y percepciones capturadas en la encuesta están principalmente influenciadas por las realidades y contextos de estas cuatro regiones. En el caso de otros departamentos, el 21,43% restante de los encuestados proviene de otros departamentos fuera de Lima, Huánuco, San Martín y Ucayali; esta diversidad geográfica, aunque más reducida, aún ofrece perspectivas adicionales que pueden complementar los hallazgos principales. Del enfoque en Huánuco, dentro de este grupo, un poco más de la cuarta parte de los encuestados (aproximadamente el 25%) proceden específicamente de la región de Huánuco; esto indica que Huánuco es uno de los departamentos más representados en la encuesta, lo que podría reflejar una fuerte presencia de la población de esta región en el conjunto de datos (**Figura 10**).

Solo un 0,48% de los encuestados proviene del extranjero, este porcentaje relativamente bajo indica una mínima participación de personas no residentes en el país, lo que sugiere que la encuesta está mayoritariamente orientada a capturar las opiniones de la población local, resultado que no es similar al reporte de Zamora et al. (2009) en donde resaltan la participación de más personas extranjeras, esto ocurre debido a que el distrito en estudio no se encuentra muy difundida con la cual se limita a que las personas que hacen turismo sean del distrito, región o del país, siendo una señal de la elevada necesidad de fomentar el turismo.

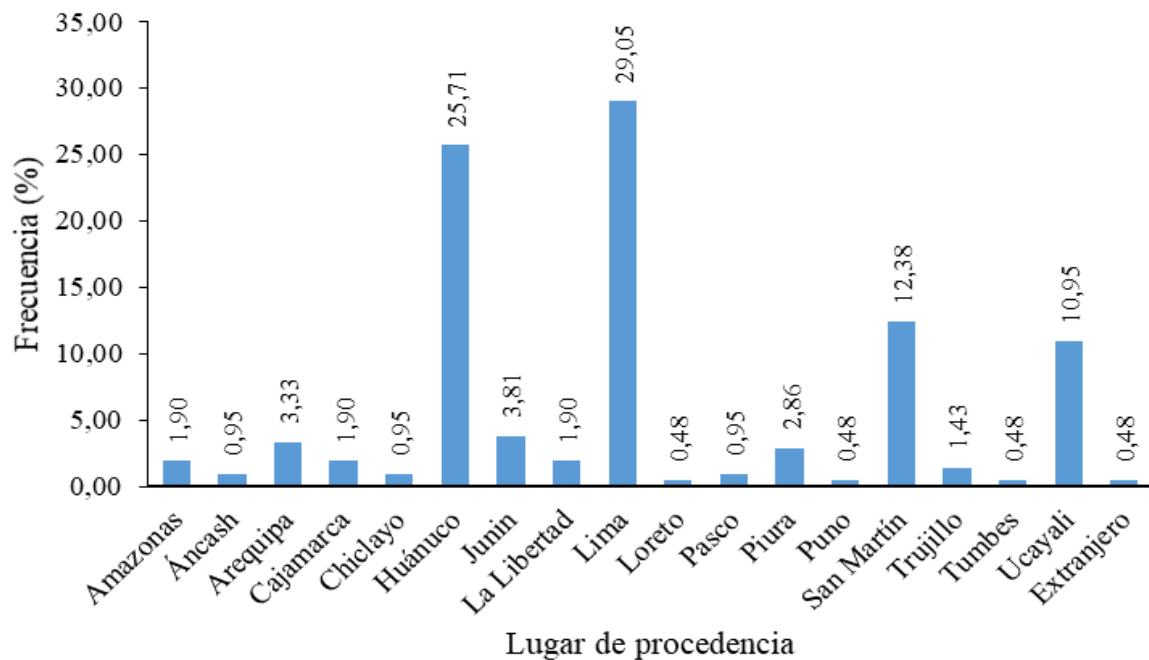


Figura 10. Lugar de procedencia de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

4.2.4. Grado de instrucción

El análisis de los niveles educativos de los encuestados muestra una alta prevalencia de personas con educación superior, seguido de aquellos con educación secundaria completa y otros niveles educativos menos representados. Del grado de instrucción superior, el 67,74% de los encuestados posee un grado de instrucción superior; esto indica que más de dos tercios de la población encuestada ha alcanzado un nivel educativo avanzado, lo que puede influir en sus perspectivas y respuestas, especialmente en temas relacionados con conocimiento especializado o habilidades técnicas. Del grado de instrucción secundaria completa, el 16,13% de los encuestados ha completado la educación secundaria; este grupo representa una porción significativa de la población, lo que sugiere que una parte considerable de los encuestados tiene una base educativa general, pero no ha avanzado a niveles superiores de educación formal. Además, hubo personas sin educación formal siendo un 1,84% de los encuestados que no ha recibido educación formal, aunque este grupo es muy pequeño, su presencia es importante, ya que refleja una realidad marginal en cuanto a acceso a la educación y puede influir en la forma en que estos encuestados perciben o responden a la encuesta (**Figura 11**).

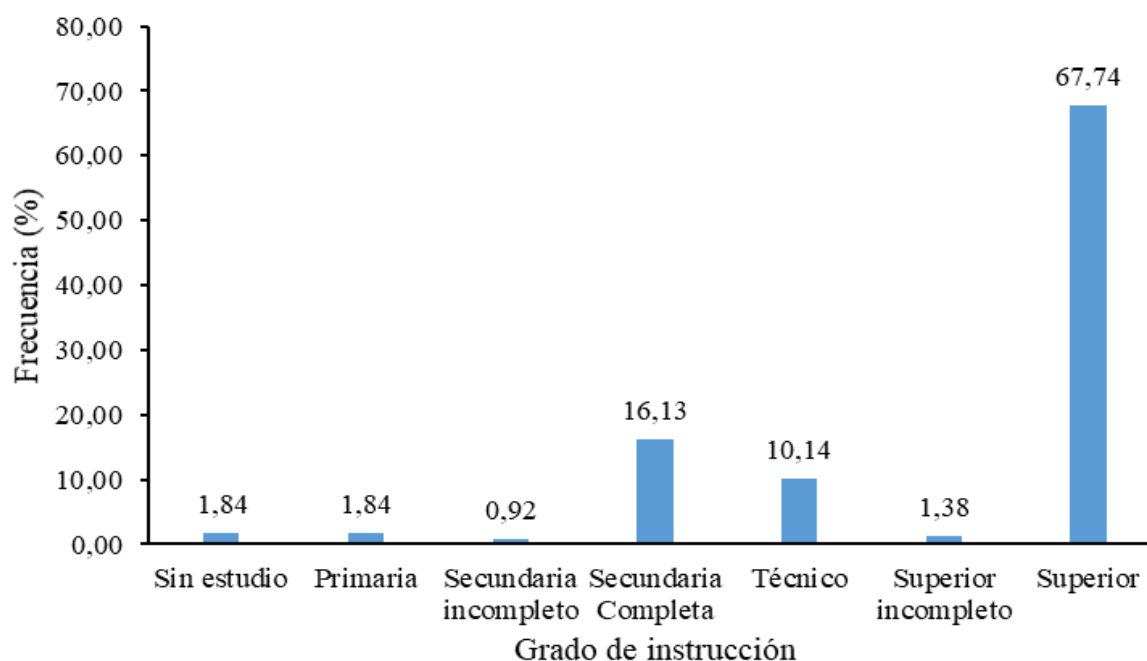


Figura 11. Grado de instrucción de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

4.2.5. Ingreso mensual

El análisis de los ingresos mensuales de los encuestados revela una distribución desigual, con una proporción considerable que gana por encima del sueldo mínimo, y un segmento significativo que duplica ese valor. Solo el 13,22% de los encuestados gana en el rango del sueldo mínimo, este pequeño porcentaje sugiere que una minoría de la población encuestada tiene ingresos en el nivel más bajo permitido por la normativa laboral, lo que puede implicar limitaciones en el acceso a bienes y servicios esenciales. El 31,61% de los encuestados tiene ingresos mensuales que duplican el valor del sueldo mínimo, lo que indica que casi un tercio de la población encuestada goza de una situación económica relativamente más favorable. Este grupo, que percibe más de dos sueldos mínimos, representa un segmento económicamente más acomodado dentro de la muestra. Los restantes encuestados (que no forman parte de los anteriores grupos) poseen ingresos mensuales superiores a los 2050 soles, es decir, ganan más de dos sueldos mínimos; este grupo incluye a aquellos con salarios significativamente altos, lo que indica que una proporción importante de la muestra tiene una mayor capacidad adquisitiva (**Figura 12**).

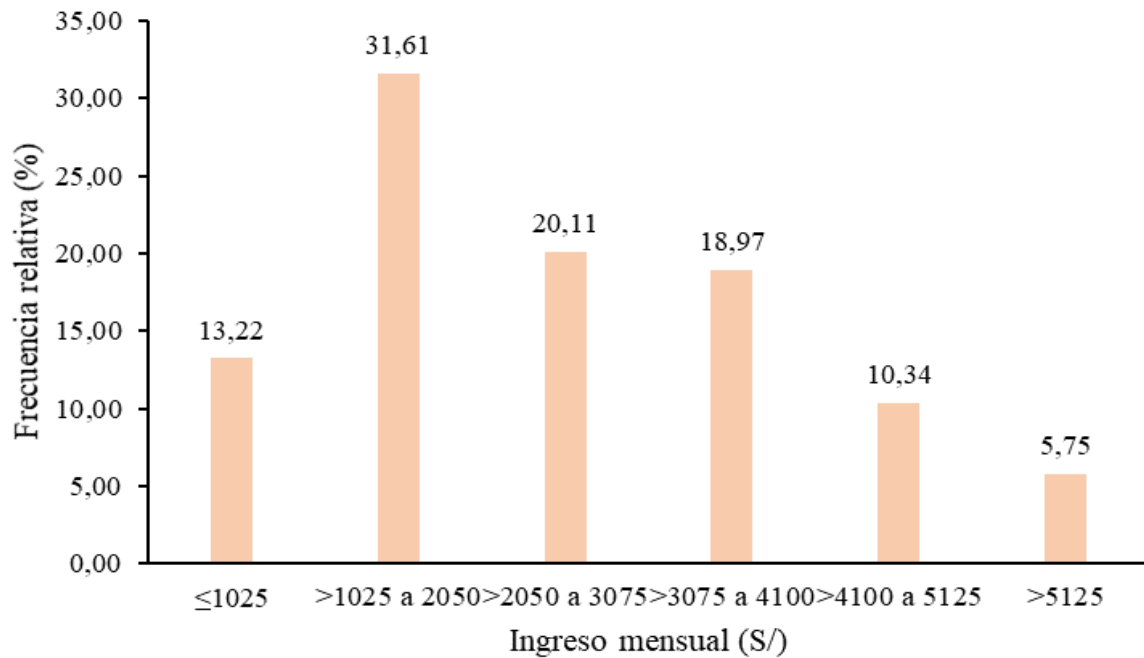


Figura 12. Ingreso mensual del encuestado en el distrito Hermilio Valdizán respecto al desarrollo del turismo comunitario.

La mayoría de los encuestados reportan ingresos superiores al sueldo mínimo, con un tercio de ellos duplicando este valor, lo que refleja una tendencia hacia una mayor estabilidad económica dentro del grupo. Sin embargo, un pequeño porcentaje de la población encuestada vive con el ingreso mínimo, lo que puede ser indicativo de disparidades económicas dentro de la muestra. Estos datos sugieren que la encuesta abarca a personas de diversos niveles de ingresos, con una inclinación hacia aquellos con ingresos más altos.

4.2.6. ¿Por qué medio se enteró de la promoción del turismo en Hermilio valdizán?

El análisis de los medios a través de los cuales los encuestados se enteraron de la promoción del turismo en Hermilio Valdizán revela una diversidad de canales, con una predominancia de fuentes distintas a las páginas web y agencias de viajes. El 36,36% se enteró de la promoción turística de dicho distrito por la páginas web, este dato sugiere que internet y los recursos digitales desempeñan un papel importante en difundir la información turística, siendo uno de los canales más efectivos para atraer la atención de los interesados, caso similar a los reportado por Mamani (2016), en donde los visitantes se enteraron por internet y Youtube. Solo el 6,06% de los encuestados descubrieron la promoción por las agencias de viajes, esto indica que las agencias no son una fuente principal de información en

este caso, lo que podría reflejar una menor dependencia de estos intermediarios tradicionales o una falta de promoción específica en estos puntos de contacto (**Figura 13**).

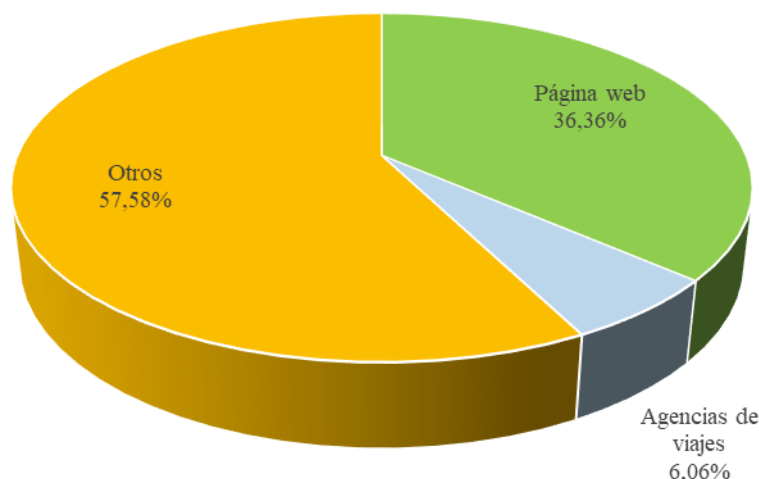


Figura 13. Medio por la cual se enteró el encuestado en el distrito Hermilio Valdizán respecto al desarrollo del turismo comunitario.

El 57,58% de los encuestados conoció la promoción turística por otros medios (**Figura 13**), este amplio porcentaje sugiere que hay una gran variedad de canales alternativos que están desempeñando un papel crucial en la difusión de la información turística, como podría ser el boca a boca, redes sociales, medios locales, publicidad en medios impresos, radio, televisión u otros, considerar los medios de difusión para fomentar el turismo es de suma importancia ya que Zamora et al. (2009), también observó relevancia en difundir lugares donde se realizan el turismo comunitario sobresaliendo la página web, las revistas y también los catálogos que generalmente se encuentran distribuidos en los hoteles, que en el presente caso sería una opción fortalecedora teniendo en consideración a los hoteles que se encuentran en la ciudad de Tingo María debido a que se tiene buena acogida de turistas.

4.2.7. ¿De qué cantidad se compone el grupo de su viaje?

El análisis de la cantidad de personas por viaje entre los encuestados revela que la mayoría prefiere viajar en grupos pequeños, aunque también se observa una significativa proporción que opta por grupos medianos, y una minoría que viaja en grupos más grandes. La mayor frecuencia de viajes se realiza en grupos de hasta cinco personas, representando el 7,85% de los encuestados, esto sugiere que los viajes en pequeños grupos familiares o de amigos son los más comunes, probablemente debido a la facilidad de organización y manejo de este tamaño de grupo. Un 19,91% de los encuestados viaja en

grupos de 6 a 10 personas, este grupo, considerablemente más grande que el primero, indica que una parte significativa de la población encuestada prefiere viajar en grupos medianos, lo que puede estar relacionado con excursiones organizadas o viajes de grupos extendidos. Un 3,24% de los encuestados viaja en grupos grandes de más de 10 personas, aunque es el porcentaje más bajo, refleja que hay una pequeña proporción de viajeros que participan en grandes excursiones o viajes en grupo, como pueden ser viajes corporativos, escolares, o familiares amplios (**Figura 14**).

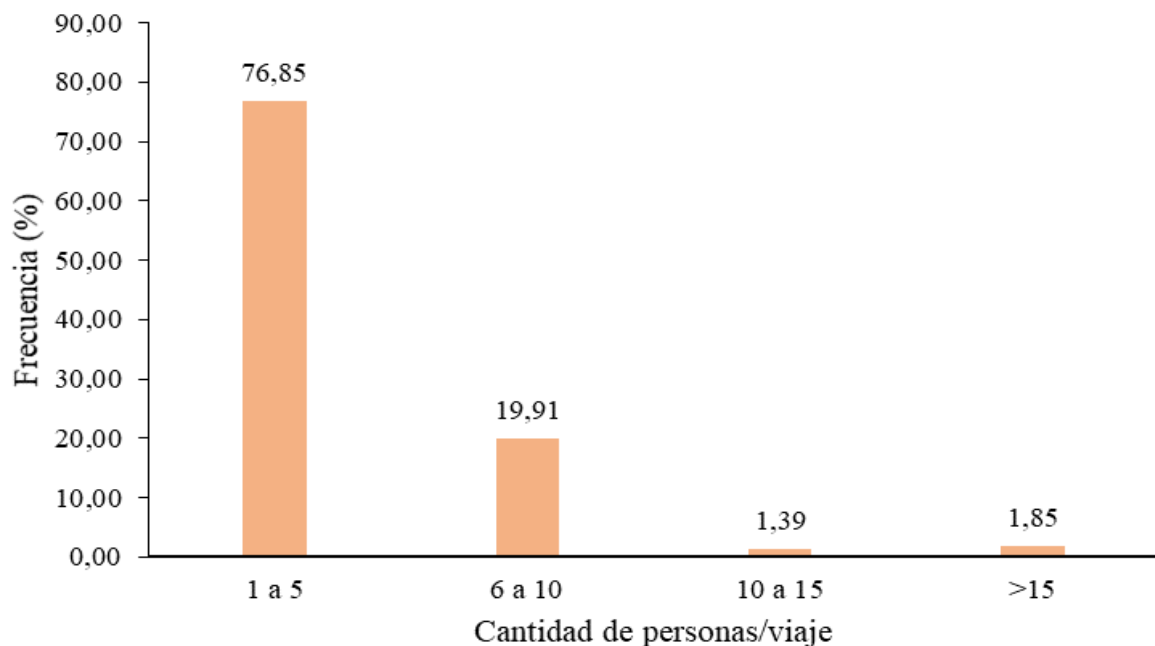


Figura 14. Cantidad de personas por viaje de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

La mayoría de los encuestados viaja en grupos relativamente pequeños, con una prevalencia de grupos de hasta cinco personas, sin embargo, casi una quinta parte prefiere grupos de tamaño mediano (6 a 10 personas), mientras que solo una pequeña fracción viaja en grupos grandes de más de 10 personas (**Figura 14**). Estos patrones de viaje pueden influir en las decisiones de planificación y promoción turística, ya que muestran la importancia de considerar el tamaño de los grupos al diseñar ofertas y servicios turísticos, este comportamiento fue similar a lo reportado por Zamora et al. (2009), quienes reportaron que hubo un 14% que viajaban con amistades lo que incrementaba la cantidad de personas en las visitas realizadas, mientras que mayoría de los visitantes (59 %) realizaban dicha actividad con la familia, siendo esta razón por la cantidad baja de personas que los acompañaban fueran

menor o igual a 5, esto se vio reflejada debido a que los visitantes en su mayoría fueron de la zona, de la provincia o hasta de la región, pero fue inferior los visitantes de otras regiones, más aun los turisitas de otros países.

4.2.8. ¿Cuánto tiempo dura sus vacaciones que incluye el viaje?

Este análisis sugiere que la gran mayoría de los encuestados tiene vacaciones que no superan los cinco días, con una ligera variación en las respuestas, lo que podría indicar diferencias en la percepción o en la forma en que se contabilizan los días de vacaciones (**Figura 15**).

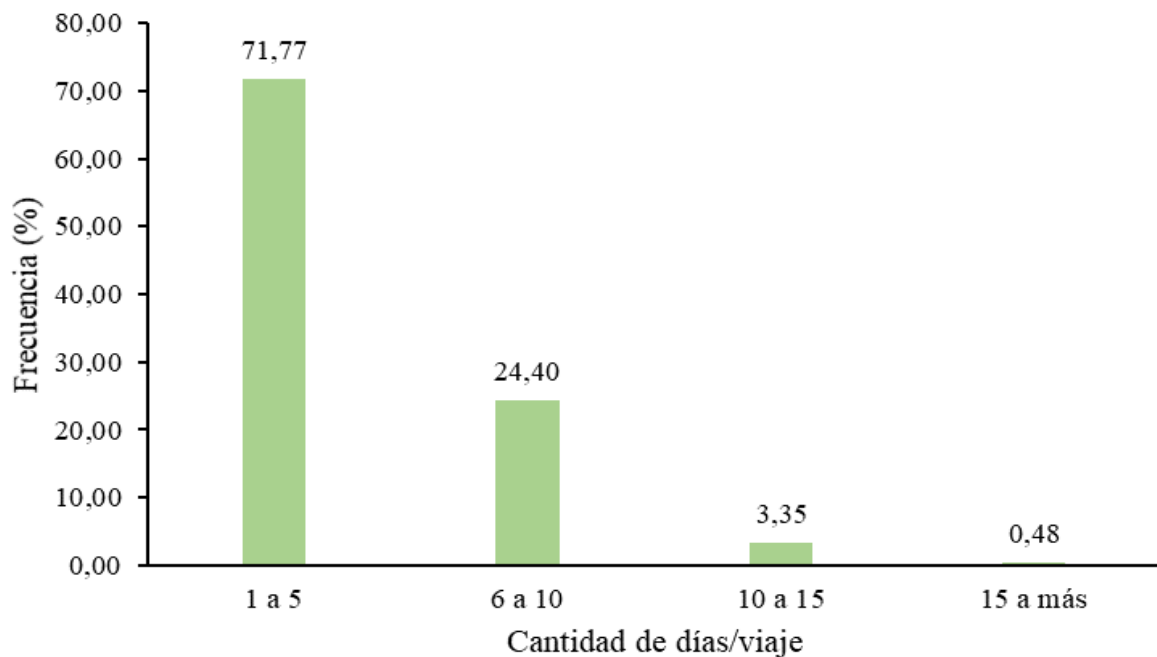


Figura 15. Tiempo que dura las vacaciones de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

La mayor cantidad de visitantes realizaban vacaciones menores o iguales a los cinco días, reportes diferentes a lo encontrado por Zamora et al. (2009) que la mayor cantidad de personas realizaban vacaciones en periodos superiores a siete días, los mismos que eran buen indicador para realizar actividades de un turismo comunitario, esto se lograría aumentando los lugares turísticos para que no sea muy monótono las actividades que pudieran realizar los visitantes.

4.2.9. ¿Para viajar procedió a endeudarse?

Cerca de la totalidad de los encuestados señalan que no obtuvieron deuda alguna para realizar el viaje (**Figura 16**).

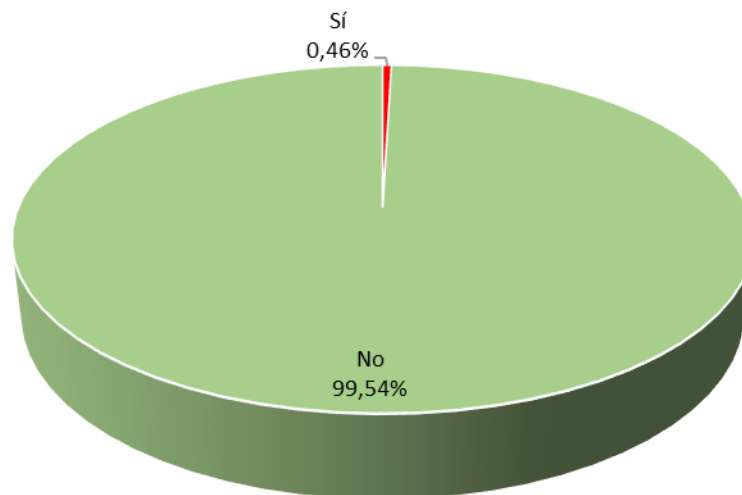


Figura 16. Préstamo de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

La mayoría de las personas no suelen endeudarse, siendo esto inferior a lo que encontraron Zamora et al. (2009) donde al realizar dicha interrogante, registraron un 18% que tuvieron que acceder a deuda para poder realizar su viaje.

4.2.10. ¿Cuál es la disponibilidad a pagar para visitar atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

La disponibilidad a pagar por parte de los visitantes para acceder a los atractivos comunitarios en el distrito de Hermilio Valdizán se distribuye de la siguiente manera: 12,06% de los encuestados señala que estarían dispuestos a pagar hasta 10 soles, el 11,56% indica que pagarían más de 10 soles y hasta 50 soles, y la mayoría (76,38%), manifiesta que estarían dispuestos a pagar más de 50 soles. Estos datos sugieren que un número significativo de visitantes valora altamente los atractivos comunitarios y está dispuesto a hacer un desembolso considerable para disfrutarlos (**Figura 17**).

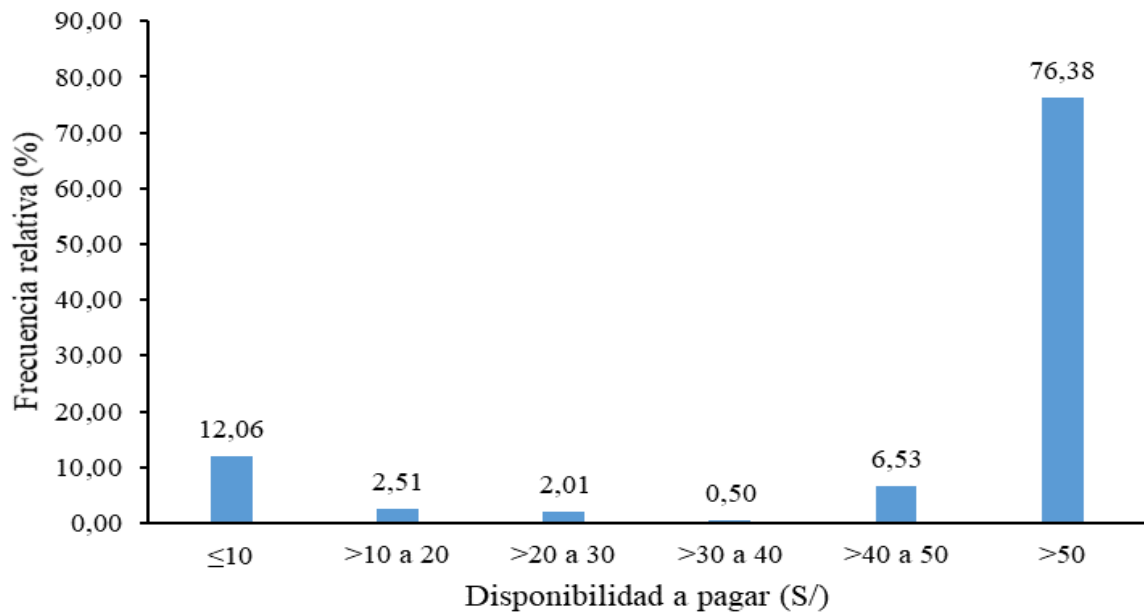


Figura 17. Disponibilidad a pagar por parte de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.11. ¿Qué atractivos turísticos son preferidos por usted?

Estos datos indican que las cataratas son el atractivo más popular entre los visitantes, mientras que la flora y fauna silvestre también tienen una buena aceptación, con un grupo menor pero significativo que valora la totalidad de la oferta natural (**Figura 18**).

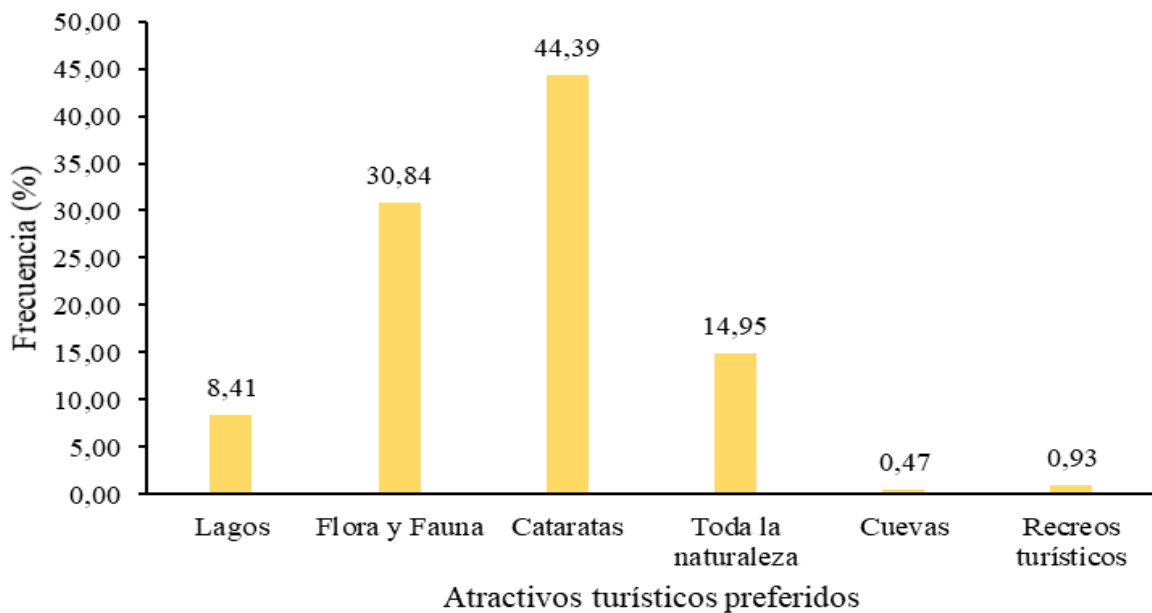


Figura 18. Atractivos turísticos preferidos por parte de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.12. ¿Cuál es el equipamiento básico solicitado en sus viajes turísticos?

Entre los equipamientos básicos que dan prioridad los visitantes se encuentran el hotel donde garantizarían su alojamiento y cerca de la cuarta parte desea que sea prioritario la presencia del binomio hotel-restaurante (**Figura 19**).

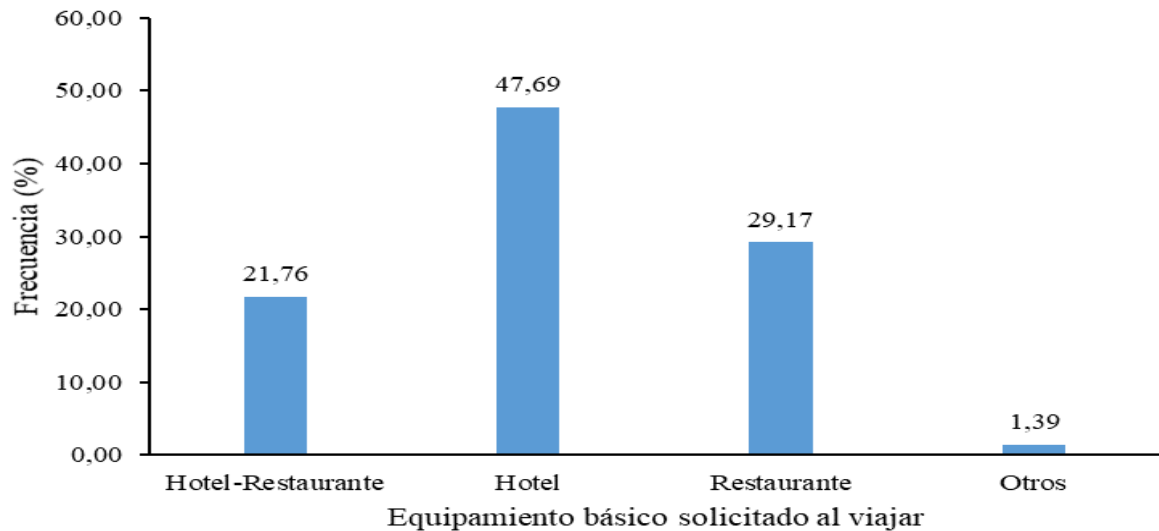


Figura 19. Equipamiento básico que necesitan los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán para desarrollar el turismo comunitario.

4.2.13. ¿Qué actividades de entretenimiento le gusta realizar en sus viajes turísticos?

Entre las actividades que les agrada realizar sobresale la práctica de algún deporte de aventura, el 38,60% tiene preferencia de realizar viajes por costumbre, mientras que grupos menores al 10% están representados por acciones de caminatas, educación, aventura o diversas actividades en conjunto (**Figura 20**).

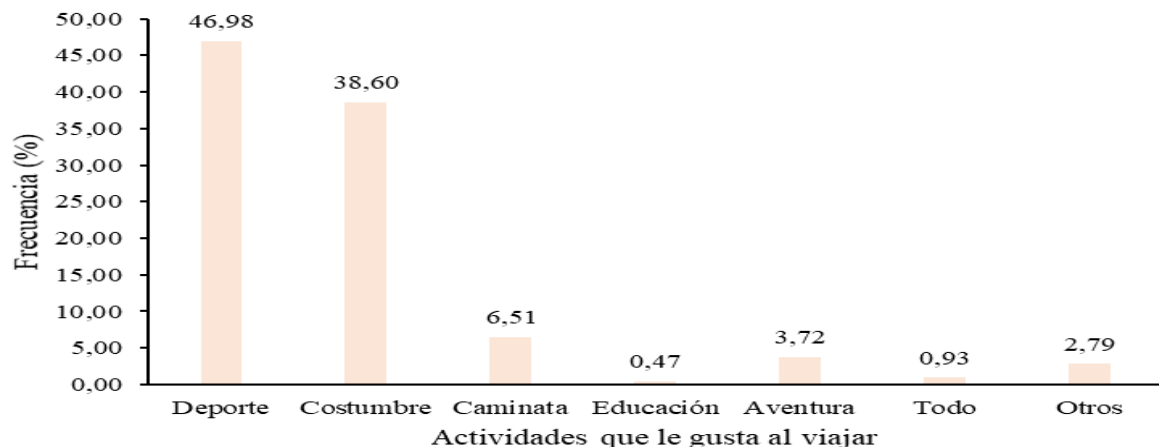


Figura 20. Actividades que les gustan realizar a los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán respecto el desarrollo del turismo comunitario.

4.2.14. ¿Cuál es el grado de conocimiento sobre los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

El conocimiento de los atractivos turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán, según el reporte de los encuestados, se distribuye de la siguiente manera: el 56,88% de los encuestados tiene un conocimiento nulo de los atractivos turísticos, esto indica que más de la mitad de los participantes no está familiarizada con los lugares de interés en la región; el 34,86% de los encuestados tiene un conocimiento poco desarrollado sobre los atractivos turísticos, este grupo tiene alguna información, pero aún no está completamente informado sobre las opciones disponibles; solo un 8,26% de los encuestados tiene un conocimiento mucho sobre los atractivos turísticos, este pequeño grupo está bien informado y probablemente ha visitado o investigado en detalle los atractivos de la zona (**Figura 21**).

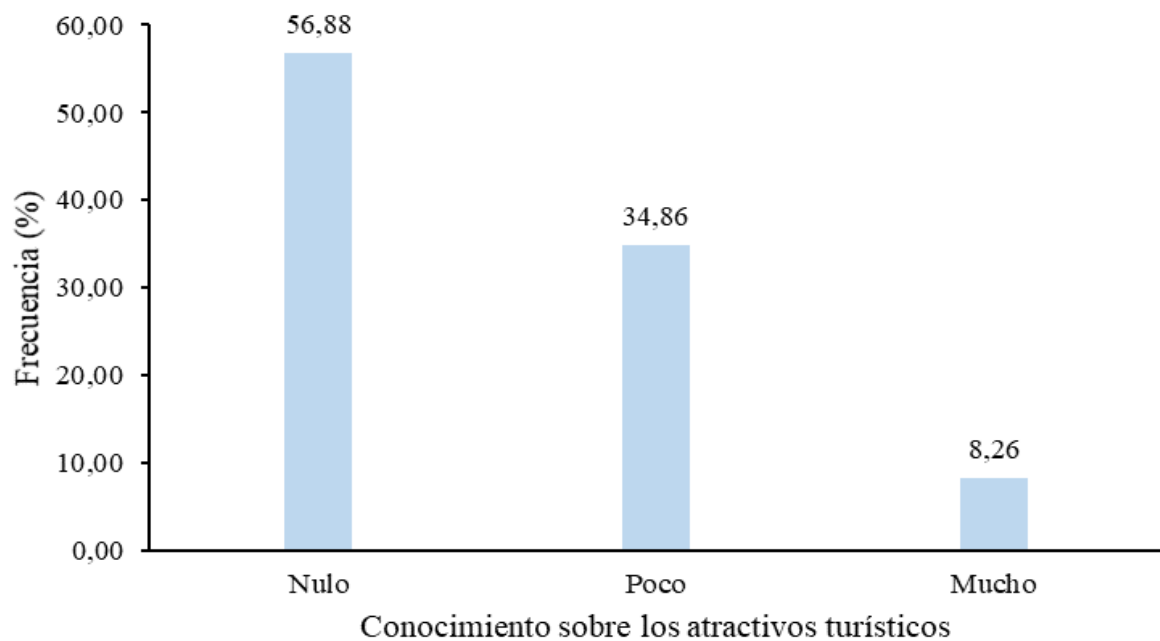


Figura 21. Conocimiento de los atractivos turísticos por los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.15. ¿Tiene interés de conocer y recorrer los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

A la mayoría de los encuestados le gustaría conocer y recorrer los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán (**Figura 22**).

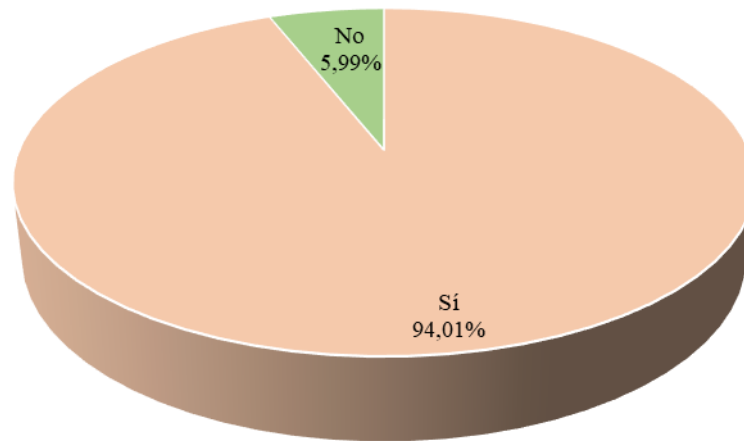


Figura 22. Interés de los encuestados por conocer y recorrer los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán.

La creciente necesidad de conocer los lugares turísticos es una ventaja significativa para el distrito de Hermilio Valdizán, ya que refleja un interés latente que puede ser capitalizado para el desarrollo económico a través del turismo comunitario. Según el estudio de Tuesta (2023), se destaca que un 62,22% de los pobladores encuestados muestran una alta disposición a participar en actividades colectivas orientadas a la gestión de servicios turísticos en la zona. Esto es un indicio de que la comunidad no solo reconoce el potencial del turismo como motor de desarrollo, sino que también está dispuesta a involucrarse activamente en su implementación. Además, el estudio revela que un 72,04% de los habitantes están ansiosos por ver implementado el turismo comunitario, con la esperanza de que esta actividad contribuya a mejorar las condiciones económicas del distrito. Esta alta expectativa sugiere que, con un adecuado plan estratégico y apoyo institucional, el turismo comunitario no solo podría revitalizar la economía local, sino también fortalecer el tejido social al fomentar la cooperación y el orgullo comunitario. La disposición de la población a participar y la expectativa general hacia el turismo comunitario son factores clave que deben ser considerados para el éxito de cualquier iniciativa turística en Hermilio Valdizán.

4.2.16. ¿Usted sugiere crear rutas y circuitos para la tercera edad en los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

A la mayoría de los encuestados le gustaría que se creen rutas y circuitos para personas de la tercera edad en los respectivos atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán (**Figura 23**).

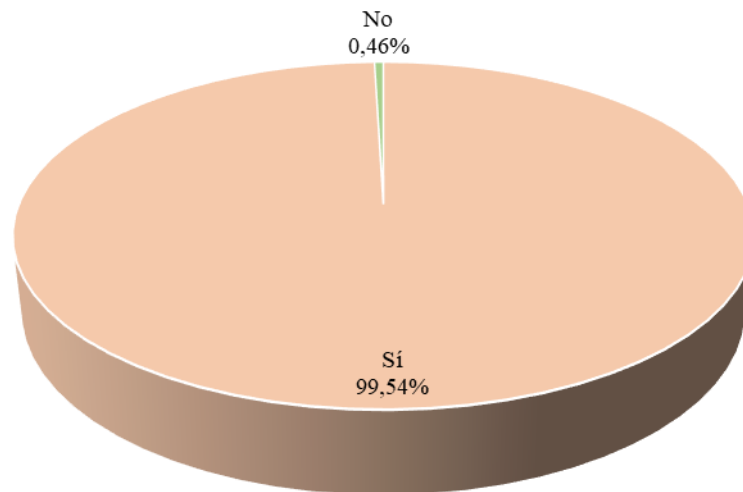


Figura 23. Interés por parte de los encuestados de que se creen rutas y circuitos para la tercera edad de los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.17. ¿Cuál es la percepción de entretención en el distrito Hermilio Valdizán?

La percepción de entretenimiento en el distrito de Hermilio Valdizán, según el reporte de los encuestados, se distribuye de la siguiente manera: el 31,31% de los encuestados considera que la oferta de entretenimiento es poca, este grupo siente que las opciones disponibles para actividades recreativas son limitadas o insatisfactorias; el 55,14% de los encuestados percibe que hay mucho entretenimiento en el distrito, este grupo considera que existe una amplia variedad de actividades y opciones recreativas que cumplen con sus expectativas y necesidades; además, el 13,55% de los encuestados tiene una percepción nula en cuanto al entretenimiento, esto sugiere que este grupo no encuentra ninguna opción de entretenimiento relevante o adecuada en la zona de estudio (**Figura 24**).

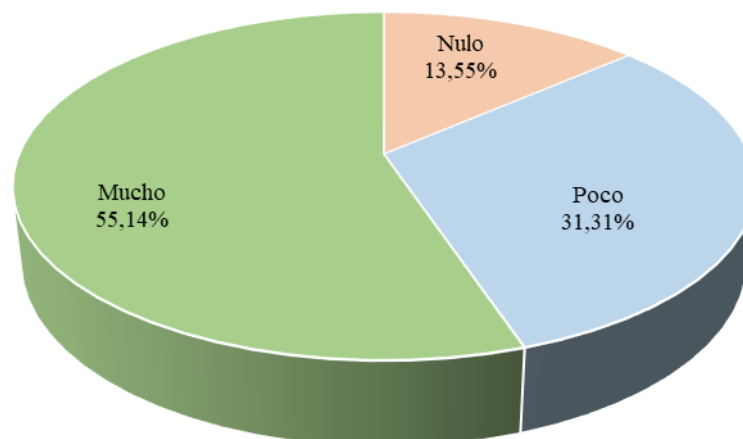


Figura 24. Percepción de entretención por los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán.

En resumen, la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva sobre la oferta de entretenimiento en Hermilio Valdizán, con una notable mayoría que siente que hay muchas opciones disponibles. Sin embargo, un porcentaje significativo aún percibe la oferta como limitada o inexistente, lo que podría indicar áreas para mejorar la oferta o la visibilidad de las opciones recreativas (**Figura 24**), al respecto, Zamora et al. (2009) encontraron que un grupo que representó a la mayoría de los operadores turísticos tenían desconocimiento la oferta turística de la Región de Maule, siendo esto una limitante para que crezca el turismo, existiendo carencia de información sobre los recursos turísticos que puede ofertar un determinado distrito lo que limita su masificación, no siendo ajeno a dicha realidad el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.18. ¿Percibió publicidad de los recursos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

El reporte sobre la observación de publicidad de los atractivos turísticos comunitarios en el distrito de Hermilio Valdizán revela lo siguiente: el 24,19% de los encuestados considera que la publicidad sobre los atractivos turísticos es poca, este grupo percibe que hay alguna promoción, pero que es insuficiente para captar un interés significativo o para informar adecuadamente sobre los atractivos disponibles; el 7,91% de los encuestados reporta que la publicidad es mucha, este pequeño grupo encuentra que la promoción es adecuada y efectiva para dar a conocer los atractivos turísticos en la región; el 67,91% de los encuestados percibe la publicidad como nula, esto indica que una gran mayoría de los participantes no ha observado ninguna publicidad relevante o efectiva sobre los atractivos turísticos comunitarios en el distrito (**Figura 25**).

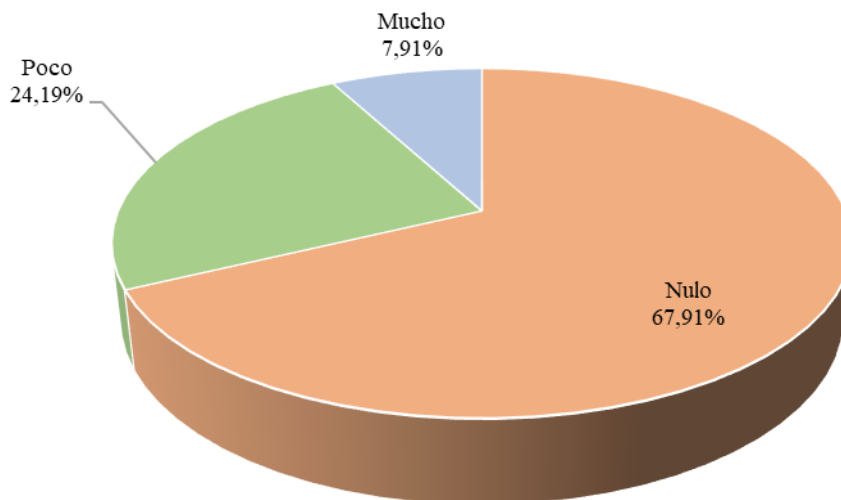


Figura 25. Observó publicidad los encuestados de los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.

La gran mayoría de los encuestados siente que la publicidad sobre los atractivos turísticos en Hermilio Valdizán es prácticamente inexistente. Esto sugiere una necesidad urgente de mejorar y aumentar las estrategias de promoción para aumentar la visibilidad y atraer a más visitantes (**Figura 25**).

4.2.19. ¿Encuentran información en la web de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

El reporte sobre la disponibilidad de información en la web sobre los atractivos turísticos comunitarios en el distrito de Hermilio Valdizán muestra los siguientes resultados: el 18,98% de los encuestados encontró poca información en la web sobre los atractivos turísticos, este grupo ha hallado alguna información, pero considera que es insuficiente para una comprensión completa o detallada de los atractivos disponibles; un 9,26% de los encuestados encontró mucha información en la web, este pequeño grupo considera que la información disponible es adecuada y suficiente para conocer y explorar los atractivos turísticos de la región. El 71,76% de los encuestados encontró nada de información en la web sobre los atractivos turísticos, la gran mayoría de los participantes no ha podido encontrar ninguna información relevante o útil en línea sobre los recursos turísticos comunitarios en el distrito (**Figura 26**).

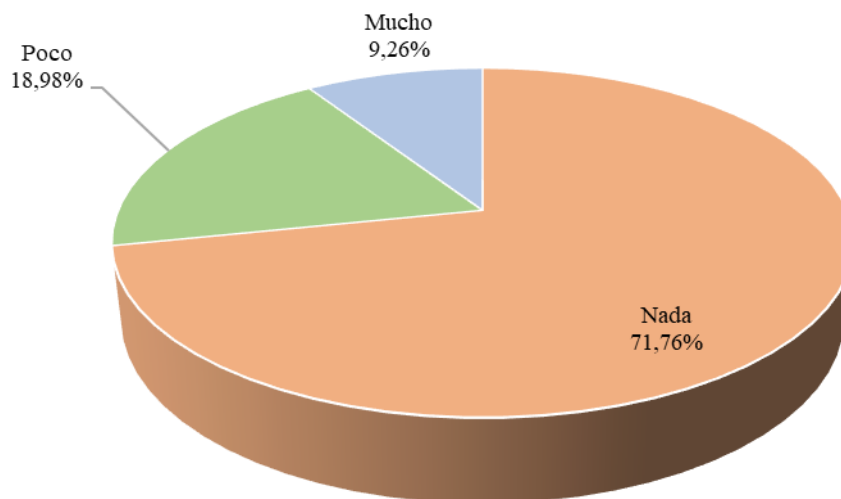


Figura 26. Encontraron información en la web los encuestados sobre los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.20. ¿Usted conoce el turismo comunitario?

El reporte sobre el conocimiento de los encuestados en el distrito de Hermilio Valdizán acerca del turismo comunitario muestra las siguientes estadísticas: un

16,82% de los encuestados tiene un conocimiento poco sobre el turismo comunitario, este grupo posee una comprensión limitada o superficial del concepto y las prácticas asociadas al turismo comunitario; el 21,03% de los encuestados tiene un conocimiento sí sobre el turismo comunitario, este grupo tiene un conocimiento suficiente y adecuado sobre las iniciativas y beneficios del turismo comunitario en la región; el 62,15% de los encuestados no tiene conocimiento no sobre el turismo comunitario, la mayoría significativa de los participantes no está familiarizada con el concepto ni con las oportunidades relacionadas con el turismo comunitario en el distrito (**Figura 27**).

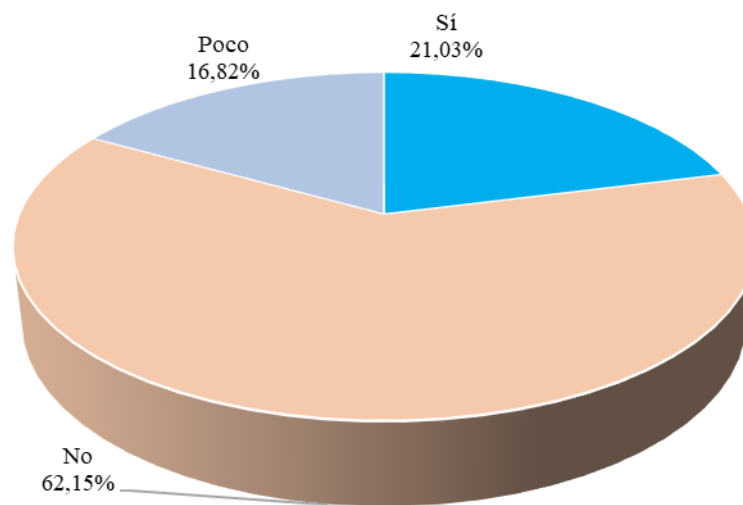


Figura 27. Conocimiento de los encuestados en el distrito Hermilio Valdizán sobre el turismo comunitario.

La mayoría de los encuestados no tiene conocimiento sobre el turismo comunitario, mientras que una menor proporción tiene una comprensión básica o adecuada del tema. Esto indica una brecha considerable en la educación y la divulgación sobre el turismo comunitario en Hermilio Valdizán, sugiriendo la necesidad de aumentar los esfuerzos de sensibilización y educación para mejorar el conocimiento y la participación en estas iniciativas.

4.2.21. ¿Cuánto le gustaría conocer el turismo comunitario?

El reporte sobre el deseo de los encuestados de conocer cada atractivo turístico comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán muestra los siguientes resultados: un 16,75% de los encuestados expresa que su interés en conocer los atractivos turísticos comunitarios es poco, este grupo tiene un interés limitado o bajo en explorar los diferentes atractivos turísticos disponibles en el distrito; el 78,95% de los encuestados manifiesta un

mucho deseo de conocer cada atractivo turístico comunitario, esta amplia mayoría muestra un fuerte interés y entusiasmo por explorar y experimentar los diversos atractivos turísticos en la región; un 4,31% de los encuestados indica que no tiene interés en conocer los atractivos turísticos comunitarios, es decir, su interés es nada, este pequeño grupo no está interesado en visitar o explorar los recursos turísticos del distrito (**Figura 28**).

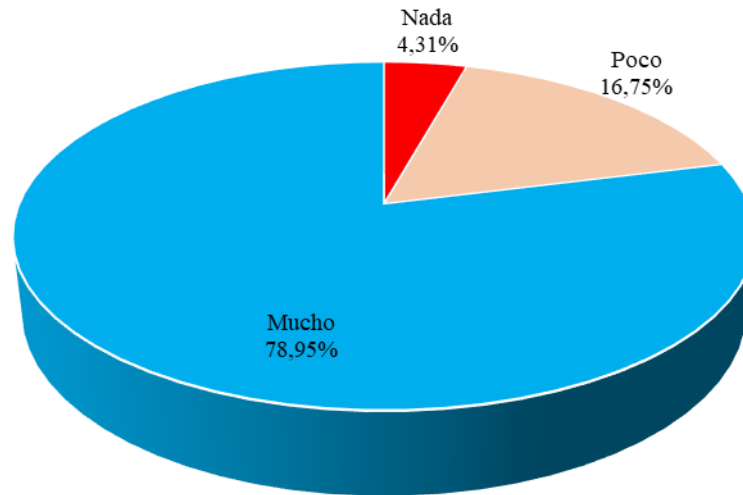


Figura 28. Desearían conocer los encuestados cada atractivo turístico comunitario en el distrito Hermilio Valdizán.

4.2.22. ¿Por qué visitaría los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

El reporte sobre los fines de las visitas por parte de los encuestados a los atractivos turísticos comunitarios en el distrito de Hermilio Valdizán revela lo siguiente: el 30,33% de los encuestados visita los atractivos turísticos comunitarios principalmente para conocer, este grupo busca explorar y descubrir nuevos lugares, informarse sobre los atractivos y obtener un conocimiento general de la región; un 19,91% de los encuestados tiene interés en los atractivos turísticos por su cultura. Este grupo está atraído por el valor cultural de los sitios, buscando entender y apreciar la herencia y tradiciones locales presentes en los atractivos turísticos; el 18,96% de los encuestados visita los atractivos con el propósito de vivir experiencias, este segmento está motivado por la búsqueda de experiencias únicas e inmersivas que les permitan disfrutar y participar activamente en las actividades ofrecidas (**Figura 29**).

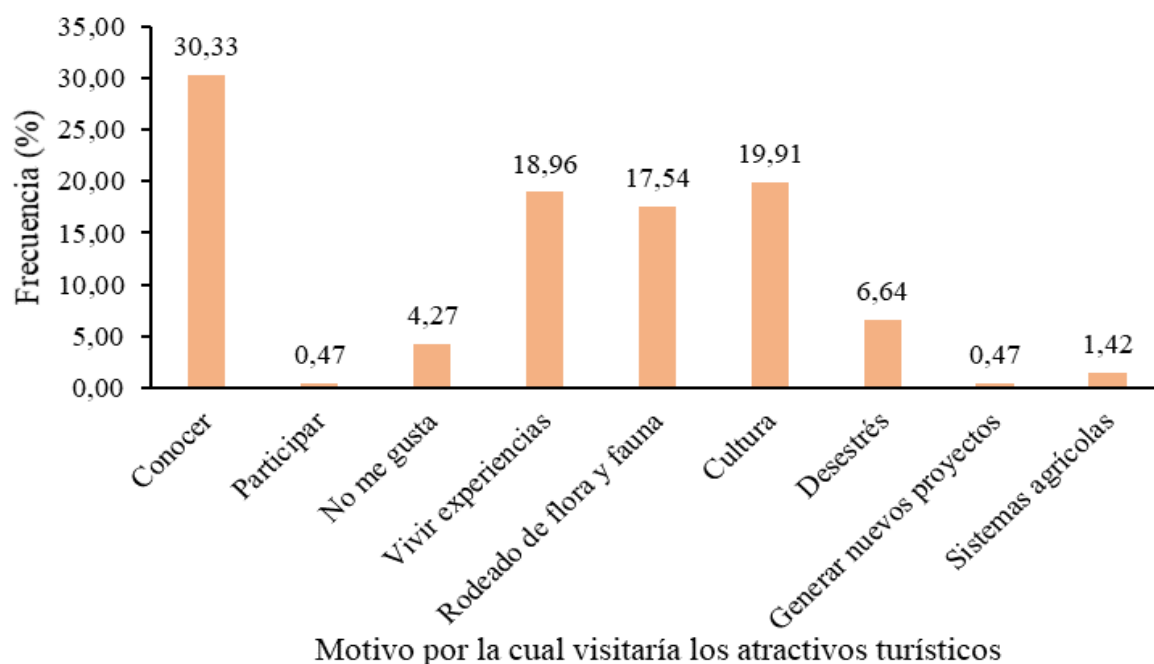


Figura 29. Fines de las visitas por parte de los encuestados a los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.

Los fines de las visitas a los atractivos turísticos comunitarios en Hermilio Valdizán varían, con un enfoque predominante en el conocimiento general de los lugares. Vivir experiencias únicas y explorar la cultura local también son motivaciones importantes, pero con menor representación en comparación con el deseo de conocer.

4.2.23. ¿Piensa usted que los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán son atractivos para extranjeros y nacionales?

La percepción general es extremadamente positiva respecto al atractivo de los recursos comunitarios en Hermilio Valdizán para visitantes nacionales e internacionales. La gran mayoría de los encuestados cree que estos atractivos tienen un alto potencial para captar el interés de ambos grupos, destacando su valor y atractivo en el contexto turístico (**Figura 30**), esto se ve reflejado en el reporte de Echevarria et al. (2019) llevado a cabo en un lugar aledaño al distrito en estudio como es el caso del distrito de Aguaytía que como conclusión llegaron a considerar a la actividad turística como el impulsor de su economía, aclarando también que hay una gran cantidad de recurso hídrico que faltan difundirlos y esto es muy tomado en cuenta por los visitantes a lo que se acompaña de la diversidad de flora y fauna silvestres vinculadas a las fincas agrícolas debido a la ubicación del distrito en estudio.

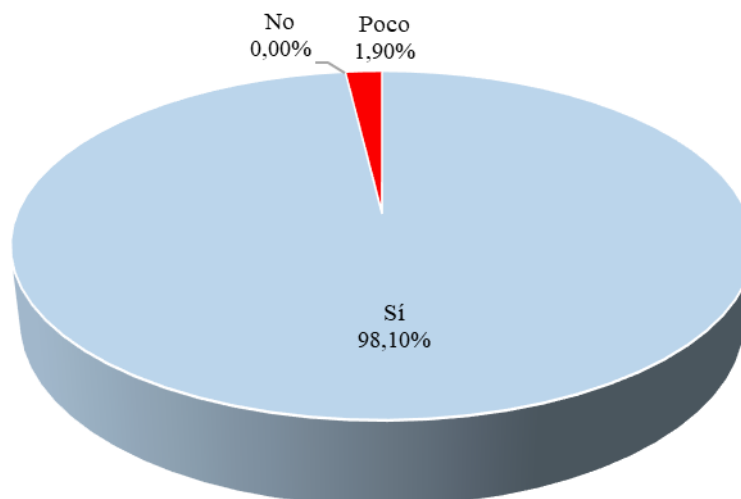


Figura 30. Percepción de los encuestados sobre de los atractivos turísticos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán por extranjeros y nacionales.

El 98,10% de los encuestados opina que los atractivos comunitarios en el distrito son sí atractivos tanto para extranjeros como para nacionales. Esta abrumadora mayoría cree firmemente que los atractivos tienen un gran potencial y atractivo para ambos grupos de visitantes.

4.3. piñión de los promotores de turismo sobre ventajas y barreras en la promoción de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán

¿Cuál es la oferta turística en el distrito de Hermilio Valdizán?

La oferta turística en el distrito de Hermilio Valdizán, según las respuestas de los entrevistados, incluye principalmente la “Catarata Neptuno”, destacada como uno de los atractivos naturales más mencionados. Otros puntos de interés mencionados son el “Orquidiario” y las “plantas procesadoras de té y café”, que resaltan la relevancia de la flora local y las actividades productivas como parte del atractivo turístico. También se mencionó el “Mirador del Abra de Boquerón del Padre Abad”, conocido por sus vistas panorámicas. Sin embargo, es notable que algunos entrevistados indicaron no conocer la oferta turística del distrito, lo que sugiere una necesidad de mayor difusión de estos atractivos. Esto en cierta medida concuerda con lo reportado por Tuesta (2023) al realizar la consulta a pobladores de la misma zona en estudio en donde un 41,94% respondieron que dicho distrito cuenta con diversos lugares turísticos, mientras que hay un grupo mayoritario conformados por las respuestas de no saber o que dicho distrito no cuenta con alguna oferta turística, esto es resultado de diversos factores como la limitada difusión de estos lugares.

¿Cuáles son los lugares más visitados en el distrito de Hermilio Valdizán?

Los lugares más visitados en el distrito de Hermilio Valdizán, según las respuestas de los entrevistados, incluyen principalmente la “planta procesadora de té” y la “planta procesadora de café”, que son mencionadas en varias ocasiones como puntos de interés destacados. También se menciona la “Catarata Neptuno” y el “Mirador del Abra del Boquerón”, que son reconocidos por su atractivo natural y vistas panorámicas. Sin embargo, algunas respuestas indicaron que no conocen estos lugares o que no visitan ninguno, lo que sugiere que no todos los entrevistados están familiarizados con los sitios turísticos más populares del distrito.

¿Cuáles son los lugares menos visitados en el distrito de Hermilio Valdizán?

Los lugares menos visitados en el distrito de Hermilio Valdizán, según las respuestas de los entrevistados, incluyen “La Finca del Paraíso” y la “Catarata Neptuno”. Sin embargo, la mayoría de las respuestas reflejan un desconocimiento general sobre los lugares menos visitados, ya que varios entrevistados indicaron que “no conocen” estos sitios. Esto sugiere una falta de información o promoción sobre estos destinos, lo que podría estar contribuyendo a su menor visibilidad y visita, lo cual concuerda con las encuestas aplicadas a los pobladores de la zona en donde un 79,57% ratificaron que no hay la promoción turística de dichos lugares a esto se suma el 9,68% que no sabe (Tuesta, 2023).

¿A qué le atribuye la preferencia de visitar los lugares mencionados?

Los propietarios de agencias de viaje atribuyen la preferencia por visitar los lugares en el distrito de Hermilio Valdizán principalmente a la “belleza escénica” de sus atractivos turísticos, una razón mencionada repetidamente. Otros factores destacados incluyen el “atractivo visual” de los lugares, que son ideales para bañistas y sesiones de fotos, así como el “turismo comunitario y familiar”. Además, el “aveturismo” y el “turismo visual” también son mencionados como motivos importantes para la preferencia de estos destinos, reforzando la idea de que el paisaje natural y la experiencia visual son los principales atractivos para los visitantes.

¿Hay lugares que considera Ud., que presentan un potencial para hacer turismo?

Los promotores de turismo consideran que varios lugares en el distrito de Hermilio Valdizán presentan un alto potencial para el turismo, destacando repetidamente la “Catarata Neptuno”, mencionada por su infraestructura adecuada y atractivo natural. Otros sitios con potencial incluyen la “planta procesadora de café” y el “Orquidiario de la Divisora”, ambos vinculados al turismo agrícola y botánico. Además, se señala la “ruta del café” y el

“agroturismo” como áreas prometedoras para el desarrollo turístico, subrayando el valor de las actividades relacionadas con la producción local y la interacción con la naturaleza; estos lugares turísticos fueron también plasmados en el estudio de Tuesta (2023), a excepción de la Catarata Neptuno, debido posiblemente a que algunos entrevistados consideran a este lugar en el caso de que para un futuro se le pueda adicionar ambientes adecuados para poder realizarse el turismo comunitario.

¿Qué falta para que esos lugares sean visitados más recurrentemente?

Los promotores de turismo coinciden en que para que los lugares en el distrito de Hermilio Valdizán sean visitados más recurrentemente es fundamental aumentar la “promoción turística”, mencionada varias veces como un factor clave. Se destaca la necesidad de “publicidad y promoción por parte de la municipalidad” y un “trabajo constante” en el distrito para mejorar la visibilidad de estos sitios. Además, señalan que es crucial que las “autoridades locales” se enfoquen en garantizar todas las condiciones necesarias para operar, incluyendo mejoras en la “accesibilidad” concordante con lo encontrado por Liévano et al. (2018) y la “implementación” de infraestructuras adecuadas como lo resaltan el reporte de Tuesta (2023), que encontró mayores respuestas por parte de la población local encuestada a las interrogantes de que se carece de alojamiento, la población no está del todo capacitado para que puedan guiar el recorrido turístico, entre otros.

¿Cuál es la percepción de los recursos turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán?

La percepción de los recursos turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán por parte de los promotores de turismo es mixta. Reconocen que la “flora y fauna es abundante”, lo que representa un recurso natural valioso. Sin embargo, existe una “ausencia de autoridades”, falta de inversión y proyectos turísticos, lo que limita el desarrollo del potencial de la región. Varios promotores coinciden en que, si se “mejoran las condiciones” y las “autoridades locales trabajan conjuntamente”, el distrito podría convertirse en un destino turístico con un gran potencial; entre los trabajos que deben realizar las autoridades del distrito y demás instituciones se debe considerar lo evidenciado por Mamani (2016), quien resalta que en la comunidad de Karina – Chucuito, Puno, resultó alentador que las charlas y cursos de capacitación impactaron de manera positiva sobre los conocimientos básicos referente al desarrollo del turismo rural, siendo también esto una de las bases necesarias para potenciar esta actividad en el distrito Hermilio Valdizán.

¿Los lugares son considerados como potenciales turísticos?

La mayoría de los promotores de turismo entrevistados consideran que los lugares en el distrito de Hermilio Valdizán tienen “potencial turístico”, destacando sitios como la “planta procesadora de café y té”. Varios coinciden en que estos lugares son efectivamente considerados como atractivos turísticos, aunque subrayan la importancia de “mejorar la promoción”, las “condiciones” y el “acceso” para aprovechar plenamente ese potencial. Sin embargo, algunas opiniones minoritarias expresan dudas, indicando que estos lugares no son vistos como destinos turísticos destacados en su estado actual, resaltando de que se debería tener que “implementar y promocionar los lugares turísticos socializando con los pobladores del distrito llevando acabo capacitaciones constantes de parte del municipio”, además de que las “instituciones públicas tendrán que realizar inversiones y que existan caminos de accesibilidad” en condiciones favorables para desarrollar el turismo comunitario.

¿Cómo se encuentran en calidad los servicios turísticos en Hermilio Valdizán (hoteles, alojamiento, restaurantes)?

Los promotores de turismo entrevistados coinciden mayoritariamente en que la calidad de los servicios turísticos en Hermilio Valdizán, como hoteles, alojamientos y restaurantes, es “deficiente” o “inexistente”. La mayoría señala que no hay instalaciones adecuadas, y solo un par de ellos mencionan la “Finca del Águila” como una excepción conocida. La percepción general es que el distrito carece de la infraestructura necesaria para atender a los turistas de manera satisfactoria, entre esos factores como las instalaciones donde se alojarían los visitantes fueron también señalados por Zamora et al. (2009), donde el 78 % de los encuestados consideran que se tiene que realizar acciones como el fomento de invertir en las infraestructuras hoteleras de calidad y que posean una presentación de buen gusto, en donde para el caso de los hoteles sean calificados como de tres a más estrellas, que posean estándares internacionales, de manera paralela, se tienen que contar con hospedajes más sencillos, pero que contengan las diversas comodidades básicas dando realce a que se encuentren en excelente condición higiénica, siendo este último aspecto más acorde a la realidad del distrito con la cual se estaría cumpliendo con una de los requerimientos primordiales para el desarrollo del turismo comunitario en el lugar de estudio.

¿Cuán importante es contar con los servicios turísticos?

Los promotores de turismo entrevistados coinciden en que contar con servicios turísticos en Hermilio Valdizán es de “vital importancia”. Destacan que estos servicios no solo son esenciales para la “comodidad de los turistas”, sino que también juegan un papel crucial en el “desarrollo económico de la zona”, ayudando a “posicionar el distrito en el mapa

turístico”. Además, señalan que la disponibilidad de servicios adecuados permite a los visitantes “disfrutar plenamente de los atractivos turísticos”, lo que a su vez “promueve el turismo” y contribuye al crecimiento sostenible de la región.

¿Qué salida rápida se le puede dar si no se cuenta con servicios turísticos?

Los promotores de turismo sugieren diversas soluciones rápidas ante la falta de servicios turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán. Una opción destacada es la organización de “tours full day”, donde los visitantes pueden disfrutar de los atractivos turísticos sin necesidad de pernoctar. También se propone ofrecer “alojamiento al paso” y establecer “puntos de descanso” para motoristas y viajeros. Además, algunos promotores sugieren “trabajar en coordinación con las autoridades locales” y realizar “fam trips” organizados por el alcalde para promocionar la zona. Sin embargo, se menciona que, en algunos casos, una solución rápida podría no ser viable, requiriendo una planificación más extensa.

¿Cuál es el punto de vista (opinión) de querer fomentar el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Los promotores de turismo entrevistados muestran una actitud positiva hacia la idea de fomentar el turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán. La mayoría coincide en que esta iniciativa podría “incrementar el turismo en la zona” y beneficiar directamente a los “pobladores locales”. Se destaca la importancia de que las “entidades públicas trabajen de la mano con las empresas de turismo” y en conjunto con las comunidades locales para asegurar el éxito de este enfoque. Además, se menciona que el desarrollo del turismo comunitario podría incluir “paquetes familiares” y opciones de “turismo receptivo” que atraigan tanto a turistas nacionales como extranjeros.

¿Qué le faltaría añadir o quitar para que sea potencia turística?

Para que el distrito de Hermilio Valdizán se convierta en una potencia turística, los promotores de turismo sugieren varias acciones clave. En primer lugar, es fundamental “añadir una persona responsable” para gestionar la promoción y la señalización de los atractivos turísticos tanto dentro como fuera de la zona. Además, se requiere una “buena inversión en proyectos turísticos” y una “mejora en la gestión del acceso”. La colaboración entre “comunidades locales y el desarrollo de un plan de desarrollo turístico” es esencial para avanzar. También se menciona la necesidad de “trabajar en la mejora y promoción” de la región, y algunos promotores sugieren la posibilidad de “cambiar la política pública” para apoyar estos esfuerzos.

¿Qué tanto harían las autoridades del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?

Las autoridades del distrito Hermilio Valdizán podrían desempeñar un papel significativo en el fomento del turismo comunitario al trabajar para convertir el distrito en un destino turístico potencial. Las acciones recomendadas incluyen la organización de fam trips y presstours, así como el impulso de la difusión y promoción del distrito. Además, se sugiere que las autoridades hagan un buen trabajo en la sensibilización, promoción y capacitación, fomenten un comité de desarrollo o gestión turístico, y brinden apoyo y gestión continua para fortalecer el impacto del turismo en la comunidad.

¿Qué tanto harían las asociaciones de agricultores e instituciones del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?

Las asociaciones de agricultores e instituciones del distrito Hermilio Valdizán podrían desempeñar un papel crucial en el fomento del turismo comunitario al colaborar estrechamente con la municipalidad del distrito y apoyar el crecimiento económico local. Se destaca la importancia de fomentar alianzas estratégicas y la organización de fam trips y presstours, además de involucrarse con empresas de turismo. La creación de un comité de desarrollo turístico también se considera fundamental para coordinar estos esfuerzos y maximizar el impacto del turismo comunitario en la región.

¿Cómo se adecuaron las empresas turísticas al tema sanitario?

Las empresas turísticas se adecuaron al tema sanitario principalmente cumpliendo con los protocolos de bioseguridad establecidos. Esto incluyó la implementación de medidas conforme a la normativa y al plan sanitario aprobado, asegurando que todas las operaciones se ajustaran a los requisitos de seguridad. Además, se mencionó la implementación de directrices específicas a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (Dircetur) para poder operar de manera segura y conforme a las normativas vigentes.

¿Cuáles son las barreras que perciben al promocionar un atractivo turístico?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados destacan varias barreras significativas al promocionar un atractivo turístico. Entre las principales barreras mencionadas se encuentran la falta de interés de la gente en probar algo nuevo y los problemas relacionados con la accesibilidad. También se señaló la falta de implementación de accesos adecuados y el desconocimiento de los pobladores, siendo este último un punto de vista que perjudica al desarrollo del turismo comunitario como lo reportaron Liévano et al.

(2018) al estudiar cuatro comunidades que pertenecen al corredor Bijí Yokot'an en el país mexicano al notar que las personas de dicho lugar aún no toman conciencia, así como no suelen tener participación alguna en esta actividad sostenible para el medio ambiente. Además, el desinterés y la falta de compromiso de las autoridades, así como la ausencia de apoyo total por parte de la municipalidad para la infraestructura necesaria, se identificaron como obstáculos importantes en la promoción de los atractivos turísticos.

¿Hay compromiso de las empresas en promocionar un atractivo turístico?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados muestran una percepción mixta sobre el compromiso de las empresas en promocionar un atractivo turístico. Mientras algunos señalaron que sí existe compromiso y trabajo arduo, otros indicaron que el compromiso puede ser inconsistente, manifestándose principalmente de manera individual o a través de agencias específicas que promocionan a Tingo María. También se mencionó que el compromiso de las empresas suele ser más evidente cuando el producto es de alta calidad. En general, aunque hay señales de compromiso, su grado y consistencia varían.

¿Hay compromiso de las personas en promocionar un atractivo turístico?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados sugieren que, en general, hay un compromiso significativo de las personas en promocionar un atractivo turístico. La mayoría de los entrevistados afirmó que sí existe compromiso, especialmente entre aquellos que están involucrados en el sector turístico. Se destacó que el 50% de los pobladores están de acuerdo y que muchos recomiendan y conocen los atractivos turísticos. Este compromiso se manifiesta en la disposición de los pobladores a apoyar y promover los recursos turísticos locales.

¿Hay compromiso de las instituciones del Estado en promocionar un atractivo turístico?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados indican una percepción generalmente negativa sobre el compromiso de las instituciones del Estado en promocionar un atractivo turístico. La mayoría señaló una falta de interés por parte de algunas instituciones públicas, con menciones específicas de que el Estado y la municipalidad no están involucrados en la promoción. Aunque algunos entrevistados reconocieron que las instituciones pueden cumplir con sus responsabilidades por intereses políticos o personales, en general, se percibe que el apoyo institucional es muy limitado o prácticamente inexistente.

¿Hay barreras sanitarias en promocionar un atractivo turístico?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados muestran una percepción dividida respecto a las barreras sanitarias en la promoción de un atractivo turístico.

Mientras que algunos indicaron que sí existen barreras sanitarias, otros mencionaron que no enfrentan tales obstáculos. La falta de consenso en las respuestas sugiere que las barreras sanitarias pueden variar en su impacto según la situación específica de cada atractivo turístico. Sin embargo, la mayoría de las respuestas enfatizan que, en general, las barreras sanitarias no son un impedimento significativo para la promoción turística.

¿Cuál es la situación legal de las empresas promotoras de la actividad turística?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados indican que la situación legal de las empresas promotoras de la actividad turística está marcada por una alta informalidad. La informalidad es vista como un problema significativo, con menciones específicas de que afecta a las empresas y se manifiesta en la existencia de aproximadamente 25 empresas sin la documentación adecuada. Esta informalidad también contribuye a una competitividad desleal y a la falta de apoyo en la regulación del sector. En general, la percepción es que la informalidad persiste y sigue siendo una preocupación constante.

¿Qué limitantes enfrentó para lograr formalizar legalmente su empresa?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados revelan que las principales limitantes para lograr la formalización legal de sus empresas incluyen la dificultad para obtener la documentación y autorizaciones necesarias, así como la burocracia asociada al proceso. También se destacó la falta de capacitaciones, la necesidad de un local propio y personal adecuado, y la exigencia de contar con un profesional en el área de turismo con al menos un año de experiencia. Algunos entrevistados mencionaron que, aunque no enfrentaron limitaciones específicas, el proceso de formalización estuvo marcado por una falta de apoyo y el requerimiento de numerosos documentos.

¿De parte del municipio, se fomenta la formalización legal de las empresas vinculadas al turismo?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados muestran una percepción mixta sobre el fomento de la formalización legal de las empresas vinculadas al turismo por parte del municipio. Aunque algunos indicaron que sí se fomenta la formalidad, también señalaron que este esfuerzo carece de apoyo suficiente y control sobre las empresas informales, permitiendo que muchas operen ilegalmente en áreas públicas como la plaza de armas. Otros mencionaron que, aunque se fomenta la formalidad, esto se hace principalmente con fines de lucro, y no todos los actores reciben el mismo nivel de incentivo o control.

¿Qué limitantes encuentra al querer hacer publicidad de un recurso turístico?

Las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados revelaron que las principales limitantes para hacer publicidad de un recurso turístico incluyen la poca visualización en redes sociales y el escaso impacto que estas generan. También se mencionó la falta de acceso adecuado e inventario como barreras significativas. Sin embargo, algunos entrevistados indicaron que no encontraron limitantes importantes, resaltando que asumir los costos y el tiempo necesario, así como traer recursos económicos, son aspectos manejables en la promoción turística.

¿Quiénes deberían ayudar en hacer publicidad?

En las respuestas de los seis promotores de turismo entrevistados, se destaca que las municipalidades son vistas como los actores principales que deberían apoyar en la publicidad de las zonas turísticas. Además, se mencionó la importancia de la colaboración entre las municipalidades y otras entidades como el área de turismo, los pobladores, los dirigentes, Prom Perú, instituciones públicas, Interpromotores, el gobierno regional, y las empresas de turismo. También se subrayó el papel de la comunidad en conjunto con las municipalidades para fortalecer la promoción turística.

¿Qué instituciones deberían ayudar en hacer publicidad?

En base a las respuestas proporcionadas por los seis promotores de turismo entrevistados, se identificó que la mayoría considera que la Dircetur es la institución clave que debería involucrarse en la publicidad de las zonas turísticas en Hermilio Valdizán. También se mencionaron otras entidades relevantes como DEVIDA, que fue destacada por varios entrevistados, y Prom Perú, a través de campañas como "Y tú qué planes?". Además, algunos promotores señalaron la importancia de la participación de la municipalidad y otras instituciones en el proceso de saneamiento físico-legal, inventario y socialización de las áreas turísticas.

4.4. Interés de los promotores de turismo comunitario para promover los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán

Las interrogantes consideradas abarcaron aspectos de promover los atractivos turísticos:

¿Tendrá alguna posibilidad de que usted como empresa promueva el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Las empresas ven la posibilidad de promover el turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán, especialmente destacando la planta procesadora de café y el

mirador El Abra como principales atractivos. Esta promoción se llevaría a cabo siempre y cuando se organicen actividades como fam trips y presstours, respondiendo también a las solicitudes específicas de los turistas. Además, se considera el agroturismo y el aviturismo como oportunidades viables, apoyadas por el interés y la participación de los pobladores del distrito, el compromiso de la población resulta ser importante ya que para Casas et al. (2011), el turismo comunitario no solo mejora las condiciones materiales de vida en las comunidades nativas, sino que también juega un papel crucial en la revitalización cultural y económica de zonas marginadas; al utilizar sus propios recursos turísticos y al ser los protagonistas de esta actividad, los pobladores locales van asegurar la sostenibilidad a largo plazo, manteniendo sus tradiciones y creando nuevas oportunidades para sus habitantes.

¿Qué tiempo le tomaría para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

El tiempo estimado para promover el turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán varía entre los promotores de turismo, con respuestas que oscilan desde 2 meses hasta 1 año. Sin embargo, muchos coinciden en que el tiempo necesario podría depender de la implementación de infraestructuras clave, como accesos a los lugares turísticos y áreas de parqueo. Además, la colaboración y el apoyo de las autoridades locales también se consideran factores determinantes que podrían influir en la rapidez con la que se logre este objetivo.

¿Qué condiciones tendría que cumplir la empresa y/o la municipalidad con su empresa para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Para promover el turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán, se considera esencial que la empresa y la municipalidad cumplan con varias condiciones clave, entre ellas, destaca la disposición para aprobar los proyectos de gestión previstos y proporcionar apoyo logístico. También es fundamental trabajar de la mano con la municipalidad, asegurando que las metas del plan presupuestario se incluyan y se cumplan en el desarrollo anual. Además, se requiere la formalidad de las empresas, junto con el respaldo y apoyo en la gestión, y la garantía de facilidades para el acceso y recursos saneados. Al respecto, Liévano et al. (2018) señalan que, la participación coordinada de múltiples actores en el desarrollo del turismo comunitario es esencial para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo, siendo considerados entre dos de ellos a la:

- Participación de las autoridades. El gobierno juega un papel fundamental como facilitador y regulador del turismo comunitario, su responsabilidad incluye la creación de políticas y normativas que promuevan el desarrollo turístico

sostenible, así como la asignación de recursos y la implementación de infraestructura básica, como caminos, agua potable, y electricidad. Además, el gobierno puede proporcionar capacitación y asistencia técnica a las comunidades locales, asegurando que estén preparadas para gestionar y aprovechar las oportunidades que el turismo trae consigo.

- Empresas del sector privado. Las empresas del sector privado, como hoteles, operadores turísticos, y compañías de transporte, son clave para el éxito del turismo comunitario. Su participación puede ir más allá de la búsqueda de beneficios económicos, involucrándose en proyectos de responsabilidad social corporativa que beneficien directamente a las comunidades. Estas empresas pueden colaborar con comunidades locales para ofrecer productos y servicios que complementen la oferta turística, lo que resulta en una experiencia más rica y diversa para los visitantes.

¿A qué se debería el rechazo de promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

El rechazo a promover el turismo comunitario en el distrito de Hermilio Valdizán se debería principalmente a la falta de gestión e implementación en el área. La repetición de estas razones por parte de los promotores indica que la carencia de acciones concretas y de desarrollo en la gestión turística es percibida como la principal barrera para impulsar este tipo de turismo en el distrito.

V. CONCLUSIONES

1. Los lugares turísticos en distrito de Hermilio Valdizán para el turismo comunitario incluyen la Finca Integral Río Azul, el Centro Ecoturístico y Orquideario La Divisoria, y las plantas procesadoras de té y café, que combinan conservación, producción sostenible y experiencias inmersivas. La Finca Agroturística Paraíso ofrece un entorno natural enriquecido con actividades agrícolas y apicultura.
2. La mayoría de los visitantes del distrito de Hermilio Valdizán, que en su mayoría son hombres jóvenes con educación superior, valoran el desarrollo del turismo comunitario. La mayor parte proviene de Lima, Huánuco, San Martín y Ucayali, y está dispuesta a pagar más de 50 soles por los atractivos locales. Aunque muchos tienen un conocimiento limitado sobre el turismo comunitario, muestran un gran interés por conocer los atractivos de la región. Sin embargo, perciben una falta significativa de publicidad e información en línea sobre estos recursos.
3. La oferta turística en Hermilio Valdizán incluye principalmente la Catarata Neptuno, la planta procesadora de té y café, y el Mirador del Abra del Boquerón. Sin embargo, se perciben barreras en la promoción debido a la falta de interés y apoyo institucional. La calidad de los servicios turísticos es deficiente, y para mejorar la situación se necesita mayor promoción, inversión y desarrollo de infraestructura. El turismo comunitario tiene potencial, pero requiere colaboración entre autoridades y la comunidad.
4. Las empresas podrían promover el turismo comunitario en Hermilio Valdizán si se garantizan condiciones de alojamiento, acceso para poder adquirir alimentos, rutas accesibles, apoyo logístico, y gestión adecuada. Sin embargo, la falta de implementación efectiva sigue siendo una barrera significativa.

VI. PROPUESTAS A FUTURO

1. Realizar estudios demográficos, atractivos culturales, gastronomía, artesanía y sobre las vías de acceso dentro del distrito de Hermilio Valdizán con fines de tener un conocimiento amplio y se fortalezcan más la toma de decisiones sobre las áreas propuestas para el desarrollo del turismo comunitario.
2. Realizar estudios descriptivos donde se recoge el conocimiento de los pobladores sobre el turismo comunitario debido a que al querer realizar una acción sobre este tema y no se toma en consideración este aspecto, no se podrá fortalecer programas y proyectos que fomenten esta actividad por parte de las autoridades local o regional.
3. Fomentar por parte de la municipalidad del distrito de Hermilio Valdizán la promoción del turismo comunitario mediante usos de internet y canales de Youtube, manteniendo vínculos interinstitucionales como la DIRCETUR.

VII. REFERENCIAS

1. Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco*, 11(1-2), 333-338. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
2. Albarracín, M.C. (2011). *Proyecto de turismo comunitario Kushiwayra: caracterización de la demanda turística* [Tesis de Pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio UCUNCA. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1675>
3. Almeida, F., Balbuena, A., y Cortés, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40.
4. Anco, K. L. (2020). *Potencial turístico y propuesta de desarrollo turístico sostenible post-covid-19 del distrito de Yura – Arequipa 2020* [Tesis de Posgrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio UNSMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7761/ANCO_LK.pdf?sequence=1&isAllowed=y
5. Arold, P. (2021). Apuntes para la gestión del turismo en España tras la crisis sanitaria la COVID-19. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 19(1), 189-194. <http://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/2902/1575>
6. Atauchí, J., y Espinoza, J.M. (2011). *Atractivos naturales y culturales de la comunidad de Chillpahua y su inserción a la actividad del turismo vivencial* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco]. Repositorio UNSAAC. <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/938>
7. Blanco, P., Vásquez, V., Reyes, J., y Guzmán, M. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de San Luis Potosí, México. Universidad de Murcia. *Cuadernos de Turismo*, 35, 17-42.
8. Cañero, P.M. (2018). *Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes* [Tesis Doctoral, Universidad de Córdoba]. Repositorio UCO. <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/16677/2018000001781.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

9. Cárdenas, A. (2021). Turismo sostenible en Jaén en tiempos de Covid- 19 [Tesis de Pregrado, Universidad de Jaén]. Repositorio UJAEN. <https://tauja.ujaen.es/handle/10953.1/16404>
10. Casas J., A., Soler, D. A., y Pastor, V. J. (2011). Desarrollo rural a través del turismo comunitario. Análisis del valle y cañón de Colca. *Gestión Turística*, 15, 1-20. <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223318904001.pdf>
11. Echevarria, I., Orihuela, K. J., y Sabrera, M. E. (2019). *El turismo como instrumento de desarrollo economico del distrito de Aguaytia. 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”]. Repositorio institucional UNHEVAL. <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/5474>
12. Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6 ed. McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
13. Holdridge, L. R. (1967). *Life zone ecology*. <https://app.ingemmet.gob.pe/biblioteca/pdf/Amb-56.pdf>
14. Liévano, K., Mazó, M.L., y Torres, F. (2018). Percepción y planificación del turismo sostenible en comunidades indígenas de México. *Retos, Revista de Ciencias Administrativas y Económicas*, 8(15), 117-133. DOI: <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.08>
15. López-Guzmán, T.J., y Sánchez, S.M. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 6(62), 81-97. <http://www.scielo.org.co/pdf/cudr/v6n62/v6n62a05.pdf>
16. Mamani, L. C. (2016). *Impacto socio económico del turismo rural comunitario de Karina – Chucuito* [Tesis de pregrado, Universidad: Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio UNAP. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1802/MA_MANI_ORCCO_LISBETH_CORINA.pdf?sequence=2&isAllowed=y
17. Martínez-García, E., Raya, J.M., y Majó, J. (2017). Differences in residents' attitudes towards tourism among mass tourism destinations. *International Journal of Tourism Research*, 19(5), 535-545.
18. Mcknight, T. (2000). *Climate zones and types. Physical Geography: A Landscape Appreciation*. Prentice Hall.
19. MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo). (2008). *Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú*. Documento de trabajo para la

- actualización. MINCETUR. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/2015/11/LINEAMIENTOS_DESARROLLO_TURISMO_RURAL_ARTE.pdf
20. MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo). (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Dirección General de Estrategia Turística. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual_para_la_Elaboracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf
 21. Morant, A. (1996). Oferta turística. En Pedreño, A. et al. (Coord.) *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Civitas.
 22. Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación: cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. 4 ed. Ediciones De La U.
 23. OMT. (1993). *Declaración de Djerba sobre turismo y cambio climático*. OMT, <https://viajealasostenibilidad.org/documentos/declaracion-de-djerba-sobre-cambio-climatica-turismo/>
 24. Orgaz, F., y Cañero, P. (2015). Ecoturismo en comunidades rurales: análisis de los impactos negativos para la población local. un estudio de caso. *Revista De Estudios Cooperativos*, 120, 99-120.
 25. Pierri, N. (2001). El proceso histórico y teórico que conduce a la propuesta del DS. En Pierri y Foladori (2001) *¿Sostenibilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sostenible*. Trabajo y Capital.
 26. Quispe, L.S., Espinoza, P.L. (2014). *Impactos socioculturales del turismo rural comunitario en la comunidad campesina de Patabamba distrito de Coya - Taray, provincia de Calca* [Tesis de Pregrado, Universidad Andina del Cusco]. UANDINA. <http://sbiblio.uandina.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=24315>
 27. Rivera, J., y Pastor, R. (2020). ¿Hacia un turismo más sostenible tras el Covid-19? Percepción de las agencias de viajes españolas. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 21, 206-229. <https://www.eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/153/71>
 28. Rodríguez, M. (2008). *Propuesta de turismo rural para la región andina*. IICA. Docplayer, <https://docplayer.es/7273056-Propuesta-de-turismo-rural-para-la-region-andina-resumen-consultora-iica-arq-maria-micaela-leal-de-rodriguez-consultora-en-turismo-rural.html>

29. Roe, D., Ashley, C., y Goodwin, H. (2001). *Pro-Poor Tourism Strategy: Making Tourism Work for the Poor*. Overseas Development Institute. Nothingham.
30. Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú [SENAMHI]. (2023). Datos Hidrometeorológicos en Huánuco. Estación meteorológica La Divisoria. SENAMHI. <https://www.senamhi.gob.pe/main.php?dp=huanuco&p=estaciones>
31. Tuesta, N. E. (2023). *Inventario de recursos turísticos naturales y agrícolas para el desarrollo del turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizan, Perú* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Agraria de la Selva]. Repositorio institucional UNAS. <https://repositorio.unas.edu.pe/items/079afe8f-059d-4a08-8eb5-4306e76be9fd>
32. Vilela, Z. (2018). *Inventario turístico como base para la evaluación de los recursos turísticos del distrito de Chirinos, provincia de San Ignacio, Cajamarca – 2017* [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. Library. <https://1library.co/document/yro5edjy-inventario-turistico-evaluacion-turisticos-distrito-chirinos-provincia-cajamarca.html>
33. Zamora, J., Barril, M.E., y Benavides, E. (2009). *Turismo interno: percepción prospectiva de atractivos de la región del Maule en la región Metropolitana*. Gestión Turística, 0717 – 1811, 27-47. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2009.nesp-0>
34. Zorraquin, R. (2007). *Evaluación de recursos turístico*. Trillas.

ANEXO

TÍTULO: Percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán					
Hipótesis: La percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán es favorable por parte de las personas consideradas por grupos socioeconómicos y promotores de turismo en la provincia de Leoncio Prado.					
Problema	Objetivos	Variable	Dimensión	Indicador	Aspectos metodológicos
Problema general	Objetivo general:	Perfil del turista	Conductas vacacionales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Procedencia ➤ Composición del grupo de viaje ➤ Duración de vacaciones ➤ Endeudamiento ➤ Disponibilidad a pagar 	Enfoque de investigación: Mixto Tipo de investigación: Prospectivo Nivel de investigación: Descriptivo Diseño de investigación: No experimental Población: 470 turistas que visitan anualmente a distrito HV Muestra: 213 turistas Muestreo: No probabilístico Recolección de datos: Entrevista a los promotores de turismo en Tingo María Encuestas a los turistas del Distrito Hermilio Valdizán
¿Cuál es la percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?	evaluar la percepción prospectiva para el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán				
Problemas específicos	Objetivos Específicos:	Percepción prospectiva	Promotores de turismo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Opinión sobre los atractivos ➤ Barreras a la promoción de los atractivos ➤ Condiciones para promover los atractivos 	
¿Cuál es la preferencia de los visitantes al distrito Hermilio Valdizán sobre el desarrollo del turismo comunitario?	Describir la preferencia de los visitantes al distrito Hermilio Valdizán sobre el desarrollo del turismo comunitario				
¿Cuál es la razón de las opiniones por parte de los promotores de turismo sobre las ventajas y barreras en la promoción de los atractivos comunitarios en el Hermilio Valdizán?	Explicar la opinión de los promotores de turismo sobre ventajas y barreras en la promoción de los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán.				
¿Cuál es el interés de los promotores de turismo para promover los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán?	Identificar el interés de los promotores de turismo para promover los atractivos turísticos en el distrito Hermilio Valdizán.				

.....
.....

21. ¿Cuánto le gustaría conocer el turismo comunitario?

.....
.....
.....

22. ¿Por qué visitaría los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán?

.....
.....
.....

23. ¿Piensa usted que los atractivos comunitarios en el distrito Hermilio Valdizán son atractivos para extranjeros y nacionales?

.....
.....
.....
.....

Gracias por su participación....!

**FICHA DE ENTREVISTA A LOS PROMOTORES DE LAS AGENCIAS
TURÍSTICAS**

1. Opinión de los promotores sobre los atractivos turísticos

- ¿Cuál es la oferta turística en el distrito de Hermilio Valdizán?
 - ¿Cuáles son los lugares más visitados?
 - ¿Cuáles son los lugares menos visitados?
 - ¿A qué le atribuye la preferencia de visitar los lugares mencionados?
 - ¿Hay lugares que considera Ud., que presentan un potencial para hacer turismo?
 - ¿Qué falta para que esos lugares sean visitados más recurrentemente?
- ¿Cuál es la percepción de los recursos turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán?
 - ¿Los lugares son considerados como potenciales turísticos?
 - En caso de ser negativa la interrogante, ¿Qué le faltaría para ser un atractivo turístico?
- ¿Cómo se encuentran en calidad los servicios turísticos en Hermilio Valdizán (hoteles alojamiento restaurantes)?
 - ¿Cuán importante es contar con los servicios turísticos?
 - ¿Qué salida rápida se le puede dar si no se cuenta con servicios turísticos?
- ¿Cuál es el punto de vista (opinión) de querer fomentar el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?
 - ¿Qué le faltaría añadir o quitar para que sea potencia turística?
 - ¿Qué tanto harían las autoridades del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?
 - ¿Qué tanto harían las asociaciones de agricultores e instituciones del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?
 - ¿Cómo se adecuaron las empresas turísticas al tema sanitario?

2. Barreras a la promoción por los promotores de los atractivos turísticos en el distrito

- ¿Cuáles son las barreras que perciben al promocionar un atractivo turístico?
 - ¿Hay compromiso de las empresas en promocionar un atractivo turístico?

¿Hay compromiso de las personas en promocionar un atractivo turístico?

¿Hay compromiso de las instituciones del Estado en promocionar un atractivo turístico?

¿Hay barreras sanitarias en promocionar un atractivo turístico?

- ¿Cuál es la situación legal de las empresas promotoras de la actividad turística?

¿Qué limitantes enfrentó para lograr formalizar legalmente su empresa?

En caso de no estar saneado, ¿A qué se debe su esto legal?

¿De parte del municipio, se fomenta la formalización legal de las empresas vinculadas al turismo?

- ¿Qué limitantes encuentra al querer hacer publicidad de un recurso turístico?

¿Quiénes deberían ayudar en hacer publicidad?

¿Qué instituciones deberían ayudar en hacer publicidad?

3. Posibles condiciones de los promotores para promover los atractivos turísticos

- Se les hará una consulta sobre sus posibilidades para promover un turismo comunitario en el distrito en estudio.

¿Tendrá alguna posibilidad de que usted como empresa promueva el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

En caso de ser asertivo la interrogante anterior

¿Qué tiempo le tomaría para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

¿Qué condiciones tendría que cumplir la empresa y/o la municipalidad con su empresa para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

En caso de negar la primera interrogante

¿A qué se debería el rechazo de promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Anexo A. Matriz de datos

Tabla 5. Matriz de datos de las personas encuestadas.

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
1	Mercedes Zapata Lopez	1	48	1	1	3000	3	2	2	125	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1
2	Diego Gómez Estrada	2	30	13	2	4800	2	2	2	200	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	2	1	
3	David Zesarra Medina	2	34	3	2	7000	4	4	2	350	4	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	3	1
4	Selmi Torres Llanos	1	44	13	2	3500	4	5	2	250	2	2	2	2	1	1	3	2	1	1	1	3	4	1
5	Rodrigo Nabarro Castañeda	2	43	4	2	2500	1	3	2	150	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	5	1
6	Carlos Sumarán Castro	2	45	4	2		4	5	2	500	4	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1	
7	Violeta Solorzano Poma	1	58	7	1	1250	3	2	2	80	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1
8	Ibeth Atencio Pongo	1	20	6	1	2000	2	4	2	100	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	
9	Ruben Castro Jimenez	2	48	7	1	4300	6	2	2	150	4	2	1	2	1	1	3	3	1	2	3	1	1	
10	Eduardo León Tello	2	25	6	2	1200	2	2	2	100	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	
11	Kaori Espinoza Vargas	1	62	7	1	2300	8	3	2	150	4	3	2	2	1	1	3	1	2	2	3	6	1	
12	Karina Sanchez Quispe	1	28	1	2	3000	2	4	2	200	4	1	1	1	1	1	3	2	2	2	3	6	1	
13	Fabiola Príncipe	1	27	4	2		7	3	2	400	3	2	3	1	2	1	3	1	1	2	3	1	1	
14	Freddy Pascual Cipriano Huarcaya	2	39	7	2	2000	5	3	2	350	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	
15	Pedro ángeles Vasquez	2	45	7	1	3000	6	4	2	500	3	3		1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	
16	Antony Vargas Vega	2	25	7	2	4000	2	4	2	125	2	2	4	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1	
17	Jack Sanchez Perez	2	26	7	2	1200	2	1	2	90	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	6	1	

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
18	Karina Jorge Pongo	1	23	6	1	1500		2	2	2	50	3	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
19	Rodrigo Duran Delgado	2	72	9	2	5000		4	3	2	350	4	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
20	Karolay Fuentes Caballero	1	35	10	2	3000		4	4	2	300	2	1	1	2	1	1	3	1	1	3	3	4	1
21	Juan Carlos Exaltación Saavedra	2	32	10	2			3	4	2	300	4	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	1	1
22	Miguel Cervantes Acosta	2	34	4	2			2	4	2	300	4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	6	1
23	Mittsy Vasquez Flores	1	22	7	2	1000		2	1	2	80	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
24	Rosa Malpartida Cerrón	1	34	7	2	3500		3	3	2	150	2	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
25	Diana Solanse Crispin Pilco	1	58	7	1	3500		6	2	2	150	4	1	2	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1
26	Lidia Medina Silva	1	48	6	3	5000		5	2	2	200	3	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1
27	José Romero Morales	2	58	7	2	5500		4	4	2	300	4	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	6	1
28	Rosa Isabel Cipriano Dionicio	1	26	7	1	1300		2	2	2	80	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1
29	María Ruiz Condori	1	41	7	1	2000		5	2	2	100	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1
30	Lucero Meza Garrido	1	22	11	2	2000		2	2	2	100	3	1	1	2	1	1	3	1	1	3	3	4	1
31	Katiusca Ñañez Espinoza	1	38	11	2	3500		4	5	2	150	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	
32	Fiorela del Pilar Rios Nuve	1	27		2	1200		5		2	200	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
33	Martín Rojas Villanueva	2	36	4	2	1200		5		2	200	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
34	Melissa Pino Guevara	1	25	7	2	1095	4	3	4	2	100	2	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1
35	Edith Prado Altamirado	1	35	4	2	1095	4	7	4	2		3	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1
36	Hariela Fuentes	1	29		2	1095	4	7	4	2		3	3	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1
37	Segio Osorio Montiel	1	37	7	2	3500	4	6	7	2	300	3	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
38	María Luna Bonilla	1	35		1		4	6	7	2	100	2	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1
39	Rosa Chujutay Ruiz	1	26	6	1		4	6	7	2	100	2	3	2	2	1	1	3	1	1	2	3	6	1
40	David Huaman Palma	2	30	7	4	1800	4	3	2	2	100	3	3	2	1	1	1	3	2	2	2	3	4	1
41	Ricardo Portilla Aguirre	2		4			4	9	12	2	300	3	3	1	2	1	1	3	2	2	1	3	4	1
42	Nicolas Mariano Garcia Tapia	1			2			4	7	2	300	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	1
43	José Gomez Balderón	2	19	7	2			4	7	2	300	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	2	1	1
44	Mariana Torres	1	32	1	2	2200		3	3	2	50	1	2		1	1	1	1	1	1	2	2	6	1
45	Reynaldo Mogrovejo	2	53	4	2	6000		4	7	2	250	3	1	1	1	1	1	2	1	1	3	2	7	1
46	Anita Soto	1	54	1	2	4200		6	4	2	150	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	4	1
47	Cristian Mejia	2	27	12	4	2800		4	7	2	200	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	4	1
48	Karina Llanos	1	45	4	2	3500		4	6	2	80	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	6	1
49	Patricia Brano	1	28	4	2	2500		4	6	2	150	1	2	5	1	1	1	1	1	1	2	2	4	1
50	Marvin Alor	2	32	4	5	3500		7	6	2	150	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	7	1
51	Gilver Guevara	2	33	6	2	3200		3	3	2	300	2	3	1	2	1	1	2	1	1	3	3	7	1
52	Luz Gutierrez	1	24	4	4	1800		4	7	2	80	2		2	2	1	1	2	2	1	2		5	1
53	Jhan Rojas	2	28	4	2	3500				2	200	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1
54	David Herrera	2	39	4	2	2500		2		2	45	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	1	1
55	Nelly Bonifacio	1	43	4	1			6	7	2	250	2	2	5	1	1	1	2		1	3	3	5	1
56	Eduardo Aguilar	2	32	7	2	900	4	3	4	2	80		1	5	1	1	1							
57	Esther Calampa Pueyes	1	32	6	1	1800		4	6	2	80	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
58	Carlos Enrique Retablo	2	32	1	2	2200		2	3	2	150	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	5	1
59	Lucas Aguirre	2	27	9	1	2200		3	4	2	80	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	1
60	Doris Vásquez	1	32	4	2	4500		4	3	2	600	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	2	8	1
61	Ruben Calero Julca	2	45	4	1	2500	1	2	2	2	100	4	2	6	1	1	1	3	1	1	2	2	6	1
62	Cesar Rosas Aparicio	2	35	12	4	1900	1	4	2	2			2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	6	1
63	Katerin Licapa Gonzales	1	24	9	2		1	2	3	2	100	3	1	3	1	2	1	3	1	1	2	1	3	1
64	Rolando Martinez Reyes	2	38	6	2	3000	1	2	2	2		4	2	2	1	2	1	3	1	1	1	1	3	1
65	Mark Mendoza Pulido	2	25	7	2		1	7	4	2	100	3	1	2	2	1	1	3	3	3	3	2	1	1
66	Lorena Sánchez Prado	1	41	10	1	1300		1	15	2	80	3	2	3	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1
67	Segundo Pasi3n Padilla Cuevas	2	35	6	2	5000		2	4	2	100	3	2	3	1	1	1	3	2	2	2	3	6	1
68	Luis Rosas-Hostos Infantes	2	25	4	2	5000	4	2	4	2	275	2	2	3	1	2	1	3	2	3	2	1	3	1
69	Dionicia Solorzano Ch3vez	1	27	6	2	1500	1	5	4	2	150	3	2	1	2									
70	Lidia Aguirre Solorzano	1	45	7	2	3000		3	4	2	150	3	2	3	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1
71	Javier Piscoya Tenoria	2	23	4	2	1500	4	1	3	2		4	2	1	2	1	1	3	1	1	1	3	6	1
72	Kenichi Antonio Funamoto Vela	2	22	1	2	1200	1	2	2	2	400	3	2	3	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1
73	Danfer S3nchez Castillo	2	23	1	2	1500		2	4	2	100	4	1	1	2	1	1	3	2	2	3	3	1	1
74	Mart3n Laverde Acosta	2	34	13	2	4500	1	3	2	2	300	4	2	1	2	1	1	3	1	1	2	3	1	1
75	Valentina Rios Mej3a	1	22	4	2		1	2	4	2	200	2	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	3	1
76	Elia Valles Chavez	2	38	7	1	3500	4	5	2	2	90	4	1	1	1	2	1	3	1	1	2	2	1	1
77	Soledad Garc3a Gonzales	1	30	6	1	2000		3	4	2	100	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
78	Alejandro Abad López	2	46	14	2	6000	1	6	4	2	450	4	1	1	3	1	1	3	2	1	1	3	1	1
79	Luis Dorado Ruiz	2	38	15	2	4500		4	4	2	125	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1
80	Guillermo Canaquiri Rojas	2	23	7	1	1000		2	1	2	90	3	3	1	1	1	1		3	1	1	2	4	1
81	Victor Reategui	2	44	7	5	4500		5	7	2	150	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	4	1
82	Eduardo Pardo Estela	2	28	4	2	1800		3	7	2	150	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1
83	Bryan Jurado	2	27	7	2	1800		2	2	2	40	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	1
84	Lenin Tacuche	2	36	15	4	2000		4	4	2	80	3	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	7	1
85	Carlos Solorzano	2		1	5			4	3	2	30	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	7	1
86	Francisco Retoblo	2	44	7	2	2800		3	4	2	30	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1
87	Flavio Cieza	2	29	8	2			4	7	2	50	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	6	1
88	Marlon Romero	2	33	4	2			3	7	2	120	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	6	1
89	Yoselin Lujerio	1	22	6	2			2		2	30	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	4	1
90	Cristal Suarez	1	32	7	2	3500			7	2	100	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2	3	6	1
91	Cleidi Ruiz	1	28	6	2	1200		3		2	50	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	6	1
92	Carlos Eduardo Vargaas Caceres	2	38		4	2000	4	4	15	2	100	3	3	2	1	1	1	2	1	1	3	3	4	1
93	Cristian Mendoza Piña	2	27	7	4	3000	4	5	3	2	100	3	3	2	1	1	1	1	1	1	2	3	4	1
94	Benita Melgarejo Huaman	1	46	7	1	900	4	4	3	2	100	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1
95	Paola Media Berrospi	1	43	4	4	1500	4	7	7	2	100	2	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1
96	Carlos Nuñez Gonzales	2	38	7	4	2000	4	4	15	2	100	3	3	2	1	1	1	2	1	1	3	3	9	1
97	Samuel Tello Inuma	2	36		2	3000	4	10	3	2	200	3	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃	
98	Diego Soto Pastor	2	39		2	3500	4	8	7	2	1000	3	2	2	1	1	1	3	1	1	2				
99	Luis Enrique Neira Salazar	2	37	8	2	3500	4	8	7	2	1000	3	2	2	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1	
100	Jesus Alegria Vidal	2	36	7	4	1200	4	3	4	2	200	3	3	2	2	1	1	2	1	1	1	3	4	1	
101	Kevin Soto Ramirez	2	35	9	2	3500	4	6	7	2	300	3	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1	
102	Adrián Flores Diaz	2	32	6	2	2000		5	4	2	150	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1	
103	Juan Vásquez	2	28	1	1		4	8	4	2	300	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1	
104	Katerin Pretell Sánchez	2	24	7	2	1095		7	3	2	100	3	3	1	1	1	1	3	1	1	2	3	4	1	
105	Victor Chávez	2	38	4	2	2500		4	5	2	150	3	2	2	2	1	1	3	2	2	1	3	6	1	
106	Daniel Rodriguez Villar	2	48	4	2	4500	1	5	7	2	200	2	3	2	2	1	1	3	2	2	1	3	9	1	
107	Stefani Tello Ríos	1	25	4	2	1025		2	4	2	200	3	2	3	3	1	1	3	2	1	3	3	4	1	
108	Julio Palacios Sanchez	2	45	4	2	3500	1	8	7	2	200	4	2	2	2	1	1	3	2	2	3	3	4	1	
109	Matías Cusiwalpa Dulong	2	48	5	2	5800	1	10	15	2		2	4	5	3	1	1	3	2	2	1	3	5	1	
110	David Rivero Escalante	2	37	7	4	4000	4	20		2			2		1	1	1	2	2	2	2	3		3	
111	Roger Valdiviezo Marín	2	28	14	2	2000	4	5	7	2	850	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1	
112	Denis Vargas Noriega	2	26	2	2	1000		6	7	2	1000	4	2	2	1	1	1	3	2	1	1	3	4	1	
113	Dayana Soto Maíz	1	19	7	2	300	4	4	1	2	250	3	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1	
114	Rivera Martín Carolay	1	23	7	1	900	4	6	7	2	400	5	3	5	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1	
115	Elmer Horna Silva	2	32	14	4	1200		4	7	2	400	3	3	2	1	1	1	1	1	1	2	3	6	1	
116	Vitali Martín erna	2	40	7	1	1500	4	6	7	2	400	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	3	4	1	
117	Juliana Calderón Ríos	1	19	7	2	920	4	7	7	2	1200	3	1	2	2	1	1	3	1	1	3	3	5	1	

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
118	Kevin Rivera Martín	2	16	7	1		4	6	7	2		3	3	5	1	1	1	2	1	1	2	3	1	1
119	Maryori Robles Garay	1	24	7	2	1025		9	5	2	300	3		5	1	1		1	1	2	2	7	1	
120	Juan Quispe Rojas	2	32	7	4	1500	4	4	3	2	300	3	2	5	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1
121	Evelin López Tuesta	1	36	4	2	1500	4	5	6	2	300	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	3	6	1
122	Nancy Clanbel Valerio Goñe	1	41	7	1	1200		6	4	2	100	3	2	2	1	1	1	3	1	1	2	3	5	1
123	Liliana Cachique Rojas	1	42	1	1		4	2	7	2	1200	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	5	1
124	Clayre Flores Ruíz	1	48	6	1	900	4	3	3	2		2	2		1	1	1	2	1	1	2	3	4	1
125	Mike Ángel Salazar Santivañez	2	30	1	3	1025	4	5	7	2	600	3	3	2	2	1	1	3	2	1	2	3	5	1
126	Marco Antonio Seijas del Castillo	2	60	1	2	8000	1	10		2		4	3	2	3	1	1	3	2	2	2	3	9	1
127	Walter Lener Gonzales Sarabia	2	40	4	1	2500		4	7	2	100	4	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	6	1
128	José Meza	2	37	9	2	3000	4	5	4	2	800	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	3	6	1
129	Eliza Roman Moscoso	1	43	1	2	1095	1	13	4	2	100	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	3	4	1
130	Miguel Angel Requena Jara	1	45	1	2	3800	1	12	3	2	1500	2	2	2	2	1	1	3	2	2	1	3	6	1
131	Lorena Huamán	1	29	6	2	3500		2	5	2	150	1	3	2	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1
132	Magaly Guevara Delgado	1	39	4	2	5000		3	4	2	500	2	2	2	1	1	1	3	1	1	3	3	6	1
133	Andres Santa Cruz	2	44		2	4500		4	3	2	250	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	3	5	1
134	Robert Julon Vilchez	2	37	13	2	6000		6	3	2	1000	2	2	2	3	1	1	3	1	1	3	3	5	1
135	Luis Castillo	2	38	15	2			3	5	2	600	2	2	2	2	1	1	3	1	1	3	3	5	1
136	Mishe Paita Arcedondo	1	22	4	2	920		1	3	2	80	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	3	6	1
137	Celia Asenjo Ramirez	1	20	1	2	1025		2	4	2	50	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	7	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃	
138	Hilda Paima Tuanama	1	28	6	2	2000		3	7	2	100	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	7	1	
139	Francisca Rivera	1	31	6	2	1500		4	3	2	50	3	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	
140	Rushdier Saldaya Bardales	2	35	1	3	1500		2	3	2	50	6	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	
141	Greysyi Lucia Sacramento Galeano	1	29	7	4	2500		3	7	2	50	3	3	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	
142	Baith Sacramento Galeano	2	26	4	2	5000		1	2	2	200	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	6	1	
143	Danice Condezo Aguirre	2	37	7	2	6000		4	14	2	100	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	7	1	
144	Mery Sanchez	1	29	4	2	3500		3	4	2	200	3	2	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	
145	Richard Nieves	2	34	4	2	3500		3	5	2	200	3	2	7	1	1	1	2	1	1	3	3	5	1	
146	Antonio Romero	2	46	4	2	3500		3	6	2	100	2	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	5	1	
147	Willian Ortiz	2	29	15	2	3600		3	4	2	250	2	1	1	1	1	1	3	1	1	2	3	5	1	
148	Max Quintana	2	33	6	2	1800		2	3	2	50	2	2	2	1	1	1	3	1	1	2	3	5	1	
149	Wilson Valdéz	2	39	4	2	4000		5	4	2	300	2	2	1	2	1	1	2	1	1	3	3	5	1	
150	Ariana Alcorta	1	29	10	2	3800		2	4	2	200	1	2	1	2	1	1	3	1	1	3	2	1	1	
151	Abnes Flores	2	38	4	2	3500		3	4	2	200	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	5	1	
152	Marco Huinapi del Castillo	2	47	4	5	3000		4	3	2	250	2	2	2	2	1	1	3	1	1	2	3	1	1	
153	Magaly Timoteo Jacinto	1	45	4	2	3000		3	3	2	300	1	1	7	2	1	1	3	1	1	1	3	6	1	
154	Sadyth Dávila	1	23	7	2	2500		3	7	2	10	2	3	3	1	1	1	1	1	1					
155	Ela Riveros Calderón	1	59	9	2	1500		2	3	2	300	2	1	3	2	1	1	3	1	1	2	3		1	
156	Rocio Ferré	1	45	4	2	3000		6	5	2	150	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	5	1	
157	Samuel Sánchez Lopez	2	34	1	2			2	3	2		1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
158	Isabel Delgado Ramirez	1	36	15	2	3500		2	5	2	300	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	3	5	1
159	Emilia Alvarado	2	33	4	2	2500		3	6	2	200	3	2	1	2	1	1	3	1	1	2	3	6	1
160	Darlin Llano Zamora	2	33	4	2			2	5	2	150	3	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	3
161	Evelin Torres Mondragón	1	27	10	2	3600		4	7	2	250	2	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2	5	1
162	Nathaly Linarez Peso	1	28	1	4	1800		2	3	2	100	3	2	7	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1
163	Rocio Trigozo Huamán	1	27	6	4	1600		3	3	2		3	2	7	1	1	1	3	1	1	3	3	1	1
164	Nicolas Llates Cajonel	2	43	6	1	1500		3	5	1	50	1	2		1	1	1	3	1	1	2	3	1	1
165	Elmer Mendoza Sosa	2	44	9	2	7000		4	7	2	300	3	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	5	1
166	Mario Mendpza	2	33	15	2			2	4	2	50	3	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	3
167	Karen Córdova Vasquéz	1	28	14	2	2500		2	4	2	200	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	4	1
168	Cristobal Cubas Requejo	2	44	6	2	350		3	4	2	200	2	2	2	2	1	1	3	2	1	1	3	4	1
169	Michel Andrade	2	38	3	2		1	2	4	2	150	3	2	1	2	1	1	2	1	1	3	3	1	1
170	Flor Carranza	1	33	4	2		1	2	4	2	50	3	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	3	3
171	Tania Torres Jara	1	29	4	2		4	4	4	2	350	2	2	2	1	1	1	3	2	1	3	3	5	1
172	Yuli Guerra	1	28	15	2	4000	1	2	3	2	500	3	2	1	2	1	1	3	2	2	1	3	4	1
173	Alejandro Carrasco Delgado	2	35	8	2	4500	4	3	4	2	400	3	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	6	1
174	Itala Guevara Gallardo	1	37	4	2	4500	2	5	4	2	250	2	2	2	2	1	1	3	1	1	1	3	5	1
175	Elmer Mendoza Portocarrero	2	38	4	2	4500	1	4	4	2	350	3	2	2	2	1	1	3	1	1	2	3	6	1
176	Milagros Castro Ramirez	1	37	7	2	3500	1	3	4	2	300		2	1	1	1	1	3	1	2	3		4	1
177	Kiara Simeon Rosales	1	27	1	2	3500	2	1	6	2	150	3	2	2	1	1	1	3	1	2		3	7	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
178	Cesar Guillán	2	43	4	2			6	4	2	1250	2	2	2	2	1	1	3	1	2	1	3	5	1
179	Enrique Cavero	2	44	6	2	7000	1	3	4	2	500	3	2	2	1	1	1	3	2	1	1	3	4	1
180	Shadia Marrieta	1	32	7	4			1	3	2	100	3	1	1	2	1	1	2	1	1	3	2	1	1
181	Frank Savedra	2	37	9	2			4	7	2	800	2	2	7	1	1	1	3	2	2	3	3	5	1
182	Marsha Espinoza Melgarejo	1	30	7	2		4	2	1	2	7	2	2	2	3	1	1	3	3	3	1	2	1	1
183	Moises Anaya Rodriguez	2	20	7	2	3000	1	2	1	2	20	4	3	1	3	1	1	2	2	2	1	3	6	1
184	Benicio Roman Cordoba	2	74	10	6		4	3	4	2	5	2	3	2	3	1	1	3	2	3	3	3	5	1
185	Froilan Vasquez Chinilin	2	43	6	2	3000	2	16	4	2	5	4	1	1	2	1	1	3	2	2	1	3	5	1
186	Leiden Cenizaro	2	49	12	6		4	4	7	2	5	4	2	2	2	1	1	3	2	2	2	3	5	1
187	Benedicta Huarca	1	71	4	2		4	6	3	2		4	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	1	1
188	Amós Romero Campos	2	41	7	1	3050	4	6	1	2	5	4	3	2	3	1	1	2	2	2	2	3	5	1
189	Milagros Alba Ruiz	1	18	1	2		1	3	3	2	5	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	5	1
190	Carmen Cruz Arangoitia	1	69	4	4	3600	4	4	6	2		1	2	6	2	1	1	3	3	3	2	3	1	1
191	Ines ParedesTananta	1	50	1	2	3000	1	2	2	2		2	2	2	2	1	1	2	3	2	1	3	5	1
192	Moisés Jersón Roman Roman	2	37	4	2	2000	1	3	4	2	5	4	2	2	2	1	1	2	1	3	2	3	5	1
193	Antoio Lay Pezo	2	72	1	7		4	6	10	2		4	2	2	2	1	1	2	3	1	2	3	1	1
194	Francisco Huerta Morales	2	47	4	2	500	4	4	2	2	11	3	3	2	2	1	1	2	3	3	2	3	1	1
195	Juan José Gracia Jaudea	2	55	4	2		1	6	3	2	11	3	2	2	2	1	1	3	2	3	2	3	7	1
196	Lizeth Reategui Noriega	1	77	6	1	500	1	3	3	2	5	2	2	2	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1
197	Silverio Santos Ramos	2	52	7	2	1200	4	30	3	2	5	1	2	1	3	1	1	3	3	2	1	3	1	1

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃	
198	Pedro Reyes Mendez	2	42	16	2	800	4	15	2	2	5	3	3	1	2	1	1	2	2	3	3	3	1		
199	Cornelio Cayco Damasin	2	39	7	6	400	4	3	1	2	5	2	1	1	3	1	1	3	2	3	2	3	1	1	
200	Hernan Morales Ramos	2	53	7	7	1800	4	2	1	2	5	3	3	2	2	1	1	2	2	3	2	3	1	1	
201	Jaho Silva Serna	2	37	7	2	3000	4	6	30	2	10	3	4	1	2	1	1	2	3	1	1	2	1	1	
202	Berta Melgarejo Pabto	1	56	4	1		1	3	7	2	6	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	1	1	
203	Lourdes Garcia Landet	1	58	4	4		4	6	5	2	20	4	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3	4	1	
204	Alexander Alata Sotelo	2	29	4	2	2000	1	2	5	2	10	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	3	6	1	
205	Nayeli Porras Cervera	1	21	4	2	850	1	2	7	2	10	1	4	2	2	1	1	3	1	2	2	3	1	1	
206	Consuelo Perdavé	1	48	7	1	1000	4	2	3	2	5	3	3	1	2	1	1	3	3	2	2		1	1	
207	Dmitry	2	30	17	2		1	1	7	2	30	2	3	2	2	1	1	3	2	3	2	3	5	1	
208	Ricardo santos	2	26	4	2	450	1	1	5	2	10	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	1	1	
209	Sila Huacho	1	32	4	2	2400	1	2	5	2	11	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1			
210	Pilar Espinoza Gregorio	2	40	4	4	2500	2	4	2	2	10	3	2	2	3	1	1	3	3	3	2	3	1	1	
211	Romel Simon Zevallos	2	28	7	2	2000	1	2	2	2	10	3	2	3	3	1	1	3	3	3	2		5	1	
212	Madeley Sabino Jaimes	1	52	4	2	2000	1	5	5	2	10	4	3	2	3	1	1	2	3	3	2		5	1	
213	Paulino Estufanero Suaña	2	44	18	4	3600	4	4	15	2	100	4	1	2	3	1	1	3	3	3	1	3	1	1	
214	Angelica Gualanay Fernadez	1	40	6	4	1000	2	16	3	2	7	3	2	1	2	1	1	2	3	3	2	3	7	1	
215	Erlyn Muñoz Trevejo	2	18	16	1		2	10	2	2	10	6	2	1	3	1	1	2	3	3	1	2	7	1	
216	Gilder Alva Campos	2	44	12	2		4	4		2		4	1	2	3	1	1	2	1	3	1	2	5	1	
217		2	31	1	2		4	4	10	2		3	3	1	1	1	1	2	2	3	2	3	7	1	

N°	Nombres y apellidos	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂	P ₁₃	P ₁₄	P ₁₅	P ₁₆	P ₁₇	P ₁₈	P ₁₉	P ₂₀	P ₂₁	P ₂₂	P ₂₃
218	Leornarda Elena Garcia	1	67	4	6		4	3	3	2		3	3	7	2	1	1	2	2	2	2	3	1	1

P₁ : 1: Femenino, 2: Masculino

P₃ : 1: Ucayali, 2: Tumbes, 3: Chiclayo, 4: Lima, 5: Loreto, 6: San Martín, 7: Huánuco, 8: Trujillo, 9: Junín, 10: Piura, 11: Pasco, 12: Libertad, 13: Amazonas, 14: Cajamarca, 15: Arequipa, 16: Áncash, 17: Extranjero, 18: Puno

P₄ : 1: Secundaria Completa, 2: Superior, 3: superior incompleto, 4: Técnico, 5: sin estudio, 6: Primaria, 7: secundaria incompleto

P₆ : 1: Pagina web, 2: Agencias de Viajes, 3: Ferias, 4: otros

P₉ : 1: Si, 2: No

P₁₁ : 1: Lagos, 2: Flora y Fauna, 3: Cataratas, 4: Toda la naturaleza, 5: cuevas, 6: Recreos turísticos

P₁₂ : 1: Hotel – Restaurante, 2: Hotel, 3: Restaurante, 4: otros

P₁₃ : 1. Deporte, 2: Costumbre, 3: caminata, 4: Educación, 5: aventura, 6: todo, 7: otros

P₁₄ : 1: Nulo, 2: Poco, 3: Mucho

P₁₅ : 1: Si, 2: No

P₁₆ : 1: Si, 2: No

P₁₇ : 1: Nulo, 2: Poco, 3: Mucho

P₁₈ : 1: Nulo, 2: Poco, 3: Mucho

P₁₉ : 1: Nada, 2: Poco, 3: Mucho

P₂₀ : 1: Si, 2: No, 3: poco

P₂₁ : 1: Nada, 2: Poco, 3: Mucho

P₂₂ : 1: Conocer, 2: Participar, 3: No me gusta, 4: Vivir experiencias, 5: Rodeado de flora y fauna, 6: cultura, 7: Desestrés, 8: generar nuevos proyectos, 9: sistemas agrícolas

P₂₃ : 1: Si, 2: No, 3: poco

Tabla 6. ¿Cuál es la oferta turística en el distrito de Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Catarata neptuno
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Orquidiario, planta procesadora de té y planta procesadora de café
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Mirador del abra de boquerón del Padre Abad
Tincco Tours	Orquidiario y Planta procesadora de té
Tingo Travel	No conozco
Turismo en Ruedas	No conozco

Tabla 7. ¿Cuáles son los lugares más visitados?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	El mirador del abra del boquerón
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Divisora, planta procesadora de té y café
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	La planta procesadora de té, la procesadora de café
Tincco Tours	Ninguno
Tingo Travel	La planta procesadora de té y La catarata Neptuno
Turismo en Ruedas	No conozco

Tabla 8. ¿Cuáles son los lugares menos visitados?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	La Finca del Paraíso
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Catarata Neptuno
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	No conozco
Tingo Tours	No conozco
Tingo Travel	No conozco
Turismo en Ruedas	No conozco

Tabla 9. ¿A qué le atribuye la preferencia de visitar los lugares mencionados?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	El atractivo visual, lugar para bañista, sesión de fotos
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	El turismo comunitario y familiar
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	La belleza escénica de sus atractivos turísticos
Tincco Tours	Aveturismo y turismo visual
Tingo Travel	La belleza escénica de sus atractivos turísticos
Turismo en Ruedas	El paisaje escénico

Tabla 10. ¿Hay lugares que considera Ud., que presentan un potencial para hacer turismo?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	La planta procesadora de café, Orquidiario de la divisora
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	catarata Neptuno
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	catarata Neptuno
Tincco Tours	Agroturismo
Tingo Travel	La catarata Neptuno porque presenta una buena infraestructura
Turismo en Ruedas	La ruta del café, planta procesadora del café

Tabla 11. ¿Qué falta para que esos lugares sean visitados más recurrentemente?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Publicidad por parte de la municipalidad
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Promoción turística
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Promoción y trabajo constante en el distrito
Tincco Tours	Autoridades locales vean todas las condiciones necesarias para operar
Tingo Travel	Promoción de la municipalidad, acceso e implementación
Turismo en Ruedas	Accesibilidad

Tabla 12. ¿Cuál es la percepción de los recursos turísticos en el distrito de Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Flora y fauna es abundante
Mecsha Osha Tours - JHON S.R. Ltda	Autoridades, inversión y proyectos turísticos
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Si las autoridades trabajan conjuntamente la mejora el distrito podría hacer un potencial turístico
Tincco Tours	Si se da las condiciones se convierte en un buen lugar turístico
Tingo Travel	Si es que mejora, si podrá tener un mejor potencial
Turismo en Ruedas	

Tabla 13. ¿Los lugares son considerados como potenciales turísticos?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Planta procesadora de café y té
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Si, son considerados
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	No
Tincco Tours	Si, promoción, condiciones o acceso del lugar
Tingo Travel	Si
Turismo en Ruedas	No

Tabla 14. ¿Qué le faltaría para ser un atractivo turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Implementar y promocionar los lugares turísticos socializando con los pobladores del distrito llevando acabo capacitaciones constantes de parte del municipio
Tincco Tours	
Tingo Travel	
Turismo en Ruedas	Instituciones públicas inviertan y accesibilidad

Tabla 15. ¿Cómo se encuentran en calidad los servicios turísticos en Hermilio Valdizán (hoteles alojamiento restaurantes)?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	En un nivel bajo las instalaciones hoteleras y restaurantes
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	No hay
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	No tienen, solo conozco la Finca del Águila
Tincco Tours	No hay
Tingo Travel	No tienen, solo conozco la Finca del Águila
Turismo en Ruedas	No hay

Tabla 16. ¿Cuán importante es contar con los servicios turísticos?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Incrementa la economía, desarrollo de la zona y se posiciona en el mapa turístico
Mecsha Osha Tours - JHON S.R. Ltda	Es muy importante el turismo
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Es muy importante, ya que gracias de sus servicios turísticos podemos disfrutar de sus atractivos turísticos
Tincco Tours	Es muy importante el servicio turismo
Tingo Travel	Es muy importante para promover el turismo
Turismo en Ruedas	Necesarios para la comodidad del turista

Tabla 17. ¿Qué salida rápida se le puede dar si no se cuenta con servicios turísticos?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Alojamiento al paso, puntos de descanso de motorista y viajeros
Mecsha Osha Tours - JHON S.R. Ltda	Organizar un fam trips, invitación mediante el alcalde
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Visitar el lugar turístico y traerles de la ciudad para que puedan recibir los servicios de alimentación y hospedaje
Tincco Tours	Tours full day
Tingo Travel	Trabajar en coordinación con las autoridades locales
Turismo en Ruedas	No se puede, tiene que ser programado

Tabla 18. ¿Cuál es el punto de vista (opinión) de querer fomentar el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Es alto porque ayudaría a incrementar el turismo en la zona y los pobladores se beneficiarían
Mecsha Osha Tours - JHON S.R. Ltda	Paquetes familiares, posibles turismos receptivos, turistas todo pagado y extranjeros
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Si me gustaría, pero siempre en cuando las entidades públicas trabajen de la mano con las empresas de turismo y conjunto con los pobladores
Tincco Tours	Si desarrollan el turismo van a ser beneficiados los pobladores
Tingo Travel	Si estuviera interesante de poder implementar y poder trabajar
Turismo en Ruedas	Ninguno

Tabla 19. ¿Qué le faltaría añadir o quitar para que sea potencia turística?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Añadir una persona responsable que gestione dentro de la zona y fuera en promocionar los atractivos turísticos, poniendo carteles y señalizaciones de los lugares
Mecsha Osha Tours -Jhon S.R. Ltda	Una buena inversión y proyectos turísticos
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Cambiar la política publica
Tincco Tours	Trabajar conjuntamente las comunidades, hacer un plan de desarrollo turístico
Tingo Travel Turismo en Ruedas	Buena gestión para el acceso y trabajar Trabajar en el tema de mejora y promoción

Tabla 20. ¿Qué tanto harían las autoridades del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Harían mucho porque el distrito se convertiría en un potencial turístico
Mecsha Osha Tours - Jhon S.R. Ltda	Fam trips, presstour
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Harían un buen trabajo, ya que son los encargados de promocionar sensibilizar, promocionar y capacitar
Tincco Tours	Fomentar un comité de desarrollo o de gestión turístico
Tingo Travel Turismo en Ruedas	Apoyar y gestionar Difusión y promoción

Tabla 21. ¿Qué tanto harían las asociaciones de agricultores e instituciones del distrito con fines de fomentar el turismo comunitario?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Trabajarían mano a mano con la misma municipalidad del Distrito
Mecsha Osha Tours -Jhon S.R. Ltda	Fam trips, presstour, empresas de turismo
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Las asociaciones de agricultores e instituciones ayudarían al crecimiento económico del Distrito
Tincco Tours	Fomentar el comité de desarrollo turístico
Tingo Travel Turismo en Ruedas	Alianzas estratégicas que puedan apoyar con el turismo comunitario Fam trips, presstour, empresas de turismo

Tabla 22. ¿Cómo se adecuaron las empresas turísticas al tema sanitario?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Se adecuaron cumpliendo los protocolos de bioseguridad
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	No hay
Tincco Tours	Nos adecuamos cumpliendo todos los protocolos de bioseguridad
Tingo Travel	Adecuados al plan sanitario y cumplir los protocolos establecidos
Turismo en Ruedas	Implementación mediante la Dircetur para poder operar un servicio turístico
	De acuerdo con la normativa

Tabla 23. ¿Cuáles son las barreras que perciben al promocionar un atractivo turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Poco interés de la gente por probar algo nuevo
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Climatológico y accesibilidad
Tincco Tours	Falta de implementación de acceso, los pobladores no tienen conocimientos
Tingo Travel	Desinterés de las autoridades, no hay compromiso, realizar un trabajo
Turismo en Ruedas	Que no hay apoyo al 100% de la municipalidad, buscar equipo o apoyo en infraestructura
	Accesibilidad

Tabla 24. ¿Hay compromiso de las empresas en promocionar un atractivo turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Si hay compromiso y trabajo arduo
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	No hay compromiso con las empresas
Tincco Tours	Si hay compromiso
Tingo Travel	Si hay compromiso de manera individual y agencias que promocionan a Tingo Maria
Turismo en Ruedas	Si
	Si hay compromiso cuando el producto es bueno

Tabla 25. ¿Hay compromiso de las personas en promocionar un atractivo turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	50% de los pobladores si está de acuerdo
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Si hay compromisos con los pobladores
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Sí
Tincco Tours	Si, los que están en el sector turístico
Tingo Travel	Si, recomiendan
Turismo en Ruedas	Si, conocen

Tabla 26. ¿Hay compromiso de las instituciones del Estado en promocionar un atractivo turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Falta interés por parte de algunas instituciones publicas
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	El estado y la municipalidad no promociona
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Ninguno
Tincco Tours	Si hacen su trabajo para cumplir interese político y personal
Tingo Travel	No, muy poco
Turismo en Ruedas	Si hay apoyo

Tabla 27. ¿Hay barreras sanitarias en promocionar un atractivo turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	No
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Sí
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Sí
Tincco Tours	No
Tingo Travel	No ambientales
Turismo en Ruedas	No

Tabla 28. ¿Cuál es la situación legal de las empresas promotoras de la actividad turística?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Hay ilegalidad y competitividad desleal de parte de las empresas informales
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Informalidad
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Informalidad afecta a las empresas
Tincco Tours	Informalidad, hay 25 empresas sin documentación
Tingo Travel	No hay ayuda
Turismo en Ruedas	Siempre hay informalidad

Tabla 29. ¿Qué limitantes enfrentó para lograr formalizar legalmente su empresa?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	La documentación y autorización para poder cumplir con todo el requisito
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	No hay limitaciones
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Falta de capacitaciones, local propio y personal
Tincco Tours	Pedían profesional del área de turismo flexionaron mínimo 1 año
Tingo Travel	Te piden un muchos de documentos y no querían apoyar
Turismo en Ruedas	Hay burocracia

Tabla 30. ¿De parte del municipio, se fomenta la formalización legal de las empresas vinculadas al turismo?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	No fomentan porque permiten que muchas empresas ilegales trabajen a la luz del día en la plaza de armas
Mecsha Osha Tours - JHON S.R. Ltda	Si fomentan, pero no hay apoyo por parte de la municipalidad y no hay control de los informales
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	No todos
Tincco Tours	Si fomentar la formalidad
Tingo Travel	Si fomentar para tener fines de lucro
Turismo en Ruedas	Si

Tabla 31. ¿Qué limitantes encuentra al querer hacer publicidad de un recurso turístico?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	La poca visualización que se tienen en las redes sociales y el poco impacto que presentan
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	No hubo
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Acceso e inventario
Tincco Tours	No hay, asumir el costo y tiempo
Tingo Travel	No ayudan a tener una buena promoción
Turismo en Ruedas	Ninguno, traer recursos económicos

Tabla 32. ¿Quiénes deberían ayudar en hacer publicidad?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Las municipalidades
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Municipalidad y área de turismo
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Municipalidades, pobladores, dirigentes Prom Perú
Tincco Tours	Instituciones públicas, municipalidad, Interpromotores y gobierno regional
Tingo Travel	Los servicios turísticos, municipalidades y empresas de turismo
Turismo en Ruedas	Municipalidad y la comunidad

Tabla 33. ¿Qué instituciones deberían ayudar en hacer publicidad?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	La Dircertur y entidades encargadas de publicitar las zonas turísticas en la ciudad
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	DEVIDA y Dircetur
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Prom Perú, Y tú qué planes?
Tincco Tours	Municipalidad y Dircetur
Tingo Travel	DEVIDA y Dicertur
Turismo en Ruedas	Dircetur, municipalidad, saneamiento físico legal, inventario y socialización

Tabla 34. ¿Tendrá alguna posibilidad de que usted como empresa promueva el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Si, promover la planta procesadora del café y el mirador el abra como atractivos principales ya que esto se encuentra a la vista del turista
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Si, siempre en cuando se organiza un fam trips y presstour
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Si solicitan los turistas
Tincco Tours	Si, agroturismo y aviturismo
Tingo Travel	Si por los pobladores del Distrito
Turismo en Ruedas	Sí

Tabla 35. ¿Qué tiempo le tomaría para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	8 meses porque necesitamos implementar acceso a los lugares así también como áreas de parqueo
Mecsha Osha Tours - JHON S.R. Ltda	3 meses aproximado
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	1 año
Tincco Tours	Dependerá de las autoridades locales
Tingo Travel	2 meses
Turismo en Ruedas	4 años

Tabla 36. ¿Qué condiciones tendría que cumplir la empresa y/o la municipalidad con su empresa para promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	Que este dispuesto aprobar los proyectos de gestión que se tiene previsto
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	Tener apoyo logístico
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	Trabajar de la mano con la municipalidad
Tincco Tours	Establezcan dentro de su desarrollo anual y cumplir con las metas del plan presupuestario
Tingo Travel	Formalidad de las empresas, que nos den el respaldo y apoyo en la gestión
Turismo en Ruedas	Facilidades para ingresar y recursos saneados

Tabla 37. ¿A qué se debería el rechazo de promover el turismo comunitario en el distrito Hermilio Valdizán?

Agencia turística	Respuesta
Ecology Perú	
Mecsha Osha Tours -JHON S.R. Ltda	No gestionan y no implementan en el área
Tingo María Nunash Tours E.I.R. Ltda	
Tincco Tours	No gestionan y no implementan
Tingo Travel	No gestionan y no implementan en el área
Turismo en Ruedas	No gestionan

Anexo B. Fotografías



Figura 31. Recolección de datos mediante la técnica de la encuesta.



Figura 32. Recolección de datos mediante la técnica de la entrevista.