



FACULTAD DE INGENIERÍA GEOGRÁFICA, AMBIENTAL Y ECOTURISMO
EL ECOTURISMO COMO UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL
DISTRITO LUNAHUANA, PROVINCIA CAÑETE - 2023

Línea de investigación:

Biodiversidad, ecología y conservación

Tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Ecoturismo

Autor:

Esteban Garriazo, Rusbel Elar

Asesora:

Guillen Leon, Rogelia

(ORCID: 0000-0003-0152-495X)

Jurado:

Naupay Vega, Marlitt Florinda

Reyna Mandujano, Samuel Carlos

Portuguez Yactayo, Hubert Orlando

Lima - Perú

2023



EL ECOTURISMO COMO UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL DISTRITO LUNAHUANA, PROVINCIA CAÑETE - 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

30%

INDICE DE SIMILITUD

29%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

11%

2

repositorio.unfv.edu.pe

Fuente de Internet

6%

3

repositorio.urp.edu.pe

Fuente de Internet

2%

4

Submitted to Murrieta Valley Unified School District

Trabajo del estudiante

1%

5

repositorio.pucesa.edu.ec

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

7

Submitted to Universidad Católica Nordestana

Trabajo del estudiante

1%

8

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1%



FACULTAD DE INGENIERÍA GEOGRÁFICA, AMBIENTAL Y ECOTURISMO

*EL ECOTURISMO COMO UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL
DEL DISTRITO LUNAHUANA, PROVINCIA CAÑETE - 2023*

Línea de investigación:
Biodiversidad, ecología y conservación

Tesis para optar título de ingeniero en ecoturismo

AUTOR

Esteban Garriazo Rusbel Elar

ASESOR

Guillen Leon Rogelia
(ORCID: 0000-0003-0152-495X)

JURADO

Naupay Vega Marlitt Florinda
Reyna Mandujano Samuel Carlos
Portugués Yactayo Hubert Orlando

Lima – Perú

2023

Dedicatoria

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general.

Agradecimiento

Quiero agradecer a todos mis maestros ya que ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día, también agradezco a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante. Y agradezco a Dios por darme la salud, paciencia y amor en dedicarme íntegramente a mis estudios; agradezco a mi familia, tíos, primos que estuvieron siempre pendiente de mí desarrollo como estudiante; a todos, ello miles de gracias.

ÍNDICE

RESUMEN	XVI
ABSTRACT.....	XVII
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.1.1. Descripción del problema.....	5
1.1.2. Formulación del problema	8
1.2. ANTECEDENTES	8
1.2.1. Antecedentes internacionales	8
1.2.2. Antecedentes nacionales	10
1.3. OBJETIVOS	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivos específicos	13
1.4. JUSTIFICACIÓN	14
1.4.1. Justificación teórica.....	14
1.4.2. Justificación práctica.....	14
1.4.3. Justificación social	14
1.4.4. Justificación económica.....	14
1.4.5. Justificación metodológica	15
1.5. HIPÓTESIS	15
1.5.1. Hipótesis general.....	15
II. MARCO TEÓRICO	16
2.1. BASES TEÓRICAS.....	16
2.1.1. Bases teóricas de ecoturismo.....	16
2.1.2. Bases teóricas de desarrollo local.....	29
2.2. MARCO LEGAL	35
2.3. DICCIONARIO DE TÉRMINOS BÁSICOS	39
III. MÉTODO	41

	IV
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
3.1.1. <i>Tipo</i>	41
3.1.2. <i>Nivel</i>	41
3.2. ÁMBITO TEMPORAL Y ESPACIAL	42
3.2.1. <i>Ámbito temporal</i>	42
3.2.2. <i>Ámbito espacial</i>	42
3.3. VARIABLES	42
3.3.1. <i>Variable independiente</i>	42
3.3.2. <i>Variable dependiente</i>	43
3.3.3. <i>Operacionalización de variables</i>	43
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
3.4.1. <i>Población</i>	46
3.4.2. <i>Muestra</i>	46
3.4.3. <i>Muestreo</i>	47
3.5. INSTRUMENTOS.....	47
3.5.1. <i>Técnica</i>	47
3.5.2. <i>Instrumentos</i>	48
3.5.3. <i>Validación y confiabilidad del instrumento</i>	50
3.6. PROCEDIMIENTOS	53
3.6.1. <i>Procedimiento para realizar un diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete</i>	53
3.6.2. <i>Procedimiento para identificar la evolución de la oferta y demanda ecoturista del distrito Lunahuaná, provincia Cañete</i>	54
3.6.3. <i>Procedimiento para conocer el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito de Lunahuaná, provincia Cañete</i>	55
3.6.4. <i>Procedimiento para formular un modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete</i>	55
3.7. ANÁLISIS DE DATOS	56

	V
3.8. CONSIDERACIONES ÉTICAS	56
IV. RESULTADOS	58
4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ECOTURISMO Y EL DESARROLLO LOCAL, DEL DISTRITO LUNAHUANÁ, PROVINCIA CAÑETE	58
4.1.1 <i>Características del área de estudio: Distrito de Lunahuaná</i>	58
4.1.2 <i>Servicios básicos del distrito de Lunahuaná</i>	62
4.1.3 <i>Aspecto Medio Ambiental</i>	63
4.1.4 <i>Vulnerabilidad del distrito de Lunahuaná</i>	64
4.1.5 <i>Aspecto Económico del distrito de Lunahuaná</i>	65
4.1.1 <i>Festividades en el distrito de Lunahuaná</i>	67
4.1.2 <i>Planta Turística del distrito de Lunahuaná</i>	70
4.2 DIAGNOSTICAR LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL DISTRITO DE LUNAHUANÁ	79
4.2.1 <i>Análisis de la oferta Ecoturística (Tabla 18)</i>	79
4.2.2 <i>Análisis de la demanda ecoturística</i>	83
4.3 RESULTADO DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES QUE ACUDEN CON FINES ECOTURÍSTICOS AL DISTRITO DE LUNAHUANÁ, PROVINCIA DE CAÑETE.	85
4.3.1 <i>Resultado de Encuesta a visitantes - Ecoturismo</i>	85
4.3.2 <i>Resultado de Encuesta a la Autoridad – Desarrollo local</i>	105
4.4 PROPUESTA PARA FORMULAR UN MODELO ECOTURÍSTICO PARA EL DESARROLLO LOCAL EN EL DISTRITO DE LUNAHUANÁ, PROVINCIA DE CAÑETE.....	125
4.4.1 <i>Fase I: Análisis situacional del turismo en el distrito de Lunahuaná.</i>	125
4.4.2 <i>Fase II: Diseño de la imagen turística del distrito de Lunahuaná</i>	127
4.4.3 <i>Etapa III: Socialización del Modelo de Gestión Turística del distrito de Lunahuaná.</i>	133
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	136
5.1. EN RELACIÓN CON EL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ECOTURISMO Y EL DESARROLLO LOCAL, DEL DISTRITO LUNAHUANÁ, PROVINCIA CAÑETE.....	136

5.2. EN RELACIÓN CON LA EVOLUCIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA ECOTURISTAS, DEL DISTRITO LUNAHUANÁ, PROVINCIA CAÑETE.....	138
5.3. EN RELACIÓN CON EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES, QUE ACUDEN CON FINES ECOTURÍSTICOS, AL DISTRITO LUNAHUANÁ, PROVINCIA CAÑETE.....	140
5.4. EN RELACIÓN CON EL MODELO ECOTURÍSTICO PARA EL DESARROLLO LOCAL, EN EL DISTRITO LUNAHUANÁ, PROVINCIA CAÑETE.....	142
VI. CONCLUSIONES.....	145
VII. RECOMENDACIONES.....	147
VIII. REFERENCIAS	148
IX. ANEXOS	153
ANEXO A MATRIZ DE CONSISTENCIA	154
ANEXO B CUESTIONARIO PARA LA VARIABLE ECOTURISMO (VISITANTES)	156
ANEXO C CUESTIONARIO PARA LA VARIABLE DESARROLLO LOCAL (FUNCIONARIOS)	157
ANEXO D ESPECIFICACIONES DE LA VARIABLE $V(x) = \text{ECOTURISMO}$	158
ANEXO E ESPECIFICACIONES DE LA VARIABLE $V(y) = \text{DESARROLLO LOCAL}$	159
ANEXO H PANEL FOTOGRÁFICO	160

Índice de tablas

Tabla 1	Ventajas y desventajas del ecoturismo	18
Tabla 2	Operacionalización de la variable Ecoturismo $V(x)$	44
Tabla 3	Operacionalización de la variable Desarrollo Local $V(y)$	45
Tabla 4	Validez de contenido por indicador	51
Tabla 5	Escala para interpretar los resultados de confiabilidad.....	52
Tabla 6	Resultados de la confiabilidad para la variable Ecoturismo	53
Tabla 7	Resultados de la confiabilidad para la variable Desarrollo Local	53
Tabla 8	Ubicación y límites del distrito de Lunahuaná	58
Tabla 9	Cuadro de temperaturas por meses	64
Tabla 10	Calendario turístico de Lunahuaná	69
Tabla 11	Calendario turístico de Lunahuaná	69
Tabla 12	Inventario de infraestructura Hotelera	71
Tabla 13	Inventario de infraestructura Hotelera	71
Tabla 14	Inventario de restaurantes	73
Tabla 15	Inventario de vitivinícolas	74
Tabla 16	Inventario de vitivinícolas	74
Tabla 17	Vitícolas en Lunahuaná	75
Tabla 18	Inventario de agencias de viajes/operadores turísticos	76
Tabla 19	Propagandas de las agencias de viajes a Lunahuaná	77
Tabla 20	Oferta turística del distrito de Lunahuaná.....	79
Tabla 21	Oferta turística del distrito de Lunahuaná.....	80
Tabla 22	Oferta turística del distrito de Lunahuaná.....	81
Tabla 23	Oferta turística del distrito de Lunahuaná.....	82
Tabla 24	Evolución de la demanda turística del distrito de Lunahuaná	83

Tabla 25 Arribo de visitantes del distrito de Lunahuaná	83
Tabla 26 Número de participantes e ingresos en la actividad de canotaje en Lunahuaná	84
Tabla 27 ¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná? ...	85
Tabla 28 ¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?.....	86
Tabla 29 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?.....	87
Tabla 30 ¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná?	88
Tabla 31 ¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?.	89
Tabla 32 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?.....	90
Tabla 33 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?	91
Tabla 34 ¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?.....	92
Tabla 35 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?	93
Tabla 36 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?.....	94
Tabla 37 ¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?	95
Tabla 38 ¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?	96
Tabla 39 ¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?.....	97
Tabla 40 ¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?	98
Tabla 41 ¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?	99
Tabla 42 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?.....	100
Tabla 43 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?.....	101

Tabla 44 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?.....	102
Tabla 45 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?.....	103
Tabla 46 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?	104
Tabla 47 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?.....	105
Tabla 48 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?.....	106
Tabla 49 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?.....	107
Tabla 50 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?.....	108
Tabla 51 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?.....	109
Tabla 52 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?	110
Tabla 53 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?.....	111
Tabla 54 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?.....	112
Tabla 55 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?.....	113

Tabla 56 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?.....	114
Tabla 57 ¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?.....	115
Tabla 58 ¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?.....	116
Tabla 59 ¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	117
Tabla 60 ¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	118
Tabla 61 ¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	119
Tabla 62 ¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?.....	120
Tabla 63 ¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?	121
Tabla 64 ¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?	122
Tabla 65 ¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?.....	123
Tabla 66 ¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?.....	124
Tabla 67 Análisis FODA	126
Tabla 68 Análisis FODA	127
Tabla 69 Esquema del modelo de imagen para el ecoturismo en el distrito de Lunahuanà .	129

	XI
Tabla 70 Matriz de Vester.....	130
Tabla 71 Sumatoria de la Matriz de Vester	130
Tabla 72 Formulación de Misión y Visión para el distrito de Lunahuaná.....	131
Tabla 73 Objetivos estratégicos específicos	132
Tabla 74 Check list para el control de actividades	133
Tabla 75 Plan de acción para la socialización	134
Tabla 76 Presupuesto Proyectado	135

Índice de figuras

Figura 1 Sistema turístico	19
Figura 2 Modelo de sistema turístico adaptado de Santana	22
Figura 3 Sistema turístico adaptado de Molina.....	24
Figura 4 Sistema turístico adaptado de Leiper.....	25
Figura 5 Modelo de Boullón y su oferta	25
Figura 6 Sistema turístico de Boullón.....	27
Figura 7 Ubicación de distrito Lunahuaná.....	59
Figura 8 Mapa de accesibilidad del distrito	61
Figura 9 Actividad agropecuaria.....	65
Figura 10 Actividad vitivinícola	66
Figura 11 Actividad pesquera en Lunahuaná.....	67
Figura 12 Festividades en Lunahuaná.....	70
Figura 13 Hoteles y hostales en Lunahuaná	72
Figura 14 Restaurantes en Lunahuaná	73
Figura 15 Empresas de transporte hacia Lunahuaná.....	78
Figura 16 ¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná?..	85
Figura 17 ¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?.....	86
Figura 18 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?.....	87
Figura 19 ¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná? ...	88
Figura 20 ¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?..	89
Figura 21 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?.....	90
Figura 22 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?.....	91

Figura 23 ¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?	92
Figura 24 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?	93
Figura 25 ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?	94
Figura 26 ¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?.....	95
Figura 27 ¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?	96
Figura 28 ¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?.....	97
Figura 29 ¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?.....	98
Figura 30 ¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?.....	99
Figura 31 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?.....	100
Figura 32 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?.....	101
Figura 33 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?.....	102
Figura 34 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?.....	103
Figura 35 ¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?	104
Figura 36 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?.....	105
Figura 37 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?.....	106
Figura 38 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?.....	107

Figura 39 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?.....	108
Figura 40 ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?.....	109
Figura 41 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?	110
Figura 42 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?.....	111
Figura 43 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?.....	112
Figura 44 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?.....	113
Figura 45 ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?.....	114
Figura 46 ¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?.....	115
Figura 47 ¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?.....	116
Figura 48 ¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	117
Figura 49 ¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	118
Figura 50 ¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	119

Figura 51 ¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?	120
Figura 52 ¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?	121
Figura 53 ¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?	122
Figura 54 ¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?	123
Figura 55 ¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?	124
Figura 56 Fases para la elaboración del modelo de gestión Ecoturística	125
Figura 57 Modelo para la imagen de Lunahuaná.....	128

RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo principal, analizar el ecoturismo como una opción para el desarrollo local, de Lunahuaná - 2022; y como específicos, realizar un diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y desarrollo local, identificando la oferta y demanda; luego, se conoció el grado de satisfacción de los visitantes y formuló el modelo ecoturístico, para el desarrollo local. El método fue de tipo observacional, transversal de nivel descriptiva y explicativa; se aplicó la encuesta a 384 visitantes a los atractivos turísticos de Lunahuaná y 20 funcionarios de la municipalidad; se validó positivamente la encuesta mediante el juicio de expertos cuya confiabilidad fue fuerte con ,896 para la variable ecoturismo y alta con ,921 para desarrollo local. Los resultados fueron, que Lunahuaná tiene una ubicación estratégica, que recibe hasta 2 millones de visitantes al año, cuenta con una planta turística, entre hoteles, restaurantes y área de recreación para sus visitantes; la encuesta determinó que un 64% de los visitantes están muy satisfechos con visitar Lunahuaná, el 23% satisfecho y el 13% poco satisfecho; los funcionarios indicaron que, se han implementado el 80% de las estrategias para el desarrollo cultural del distrito; sólo un 13 señalaron que están en proyecto para su implantación, otro 5% no respondió; luego, se formuló el modelo ecoturístico, para el desarrollo local, cuyos componentes fueron la demanda, oferta, el atractivo o sitio ecoturístico y operadores turísticos; se analizó el entorno con el FODA, luego el diseño de la imagen turística y plan de socialización.

Palabras clave. Ecoturismo, FODA, modelo turístico, oferta y demanda turística, desarrollo local, planificación local.

ABSTRACT

The main objective of this research was to analyze ecotourism as an option for local development, from Lunahuaná - 2022; and as specific, carry out a diagnosis of the current situation of ecotourism and local development, identifying supply and demand; then, the degree of satisfaction of the visitors was known and the ecotourism model was formulated for local development. The method was observational, cross-sectional, descriptive and explanatory; the survey was applied to 384 visitors to the tourist attractions of Lunahuaná and 20 officials of the municipality; The survey was positively validated through the judgment of experts whose reliability was strong with .896 for the ecotourism variable and high with .921 for local development. The results were that Lunahuaná has a strategic location, which receives up to 2 million visitors a year, has a tourist plant, among hotels, restaurants and a recreation area for its visitors; the survey determined that 64% of the visitors are very satisfied with visiting Lunahuaná, 23% satisfied and 13% not very satisfied; the officials indicated that 80% of the strategies for the cultural development of the district have been implemented; only 13 indicated that they are planning to be implemented, another 5% did not respond; then, the ecotourism model was formulated for local development, whose components were demand, supply, the ecotourism attraction or site, and tour operators; The environment was analyzed with the SWOT, then the design of the tourist image and socialization plan.

Keywords. Ecotourism, SWOT, tourism model, tourism supply and demand, local development, local planning.

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al ecoturismo, que se puede definir como una modalidad de viaje responsable con el medio ambiente, que está en auge por ser una forma de turismo naturalista, que promueve que la población receptora, obtenga ingresos económicos durante el proceso y al mismo tiempo, estimula el cuidado de los espacios ambientales y el mejoramiento de calidad de vida de los vinculados (Esparza y Barrantes, 2020). Por su parte, el desarrollo local, es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local (Carbajal, 2018).

Las características del ecoturismo y el desarrollo local, son a la vez estrategias de desarrollo que están en función del potencial territorial y riqueza natural, cultural y social, que representa una estrategia diferente para el desarrollo. En este sentido, el ecoturismo, es un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países, como consecuencia de que, el desarrollo local, endógeno y regional, se considera entre las estrategias para el progreso de un territorio, ya sea una localidad o región. En este sentido, el ecoturismo está creando una nueva forma de demanda de los consumidores; es decir de los turistas de diversos bienes y servicios contribuye al desarrollo de la industria local, gracias a ello, la producción de bienes de consumo se está desarrollando y el nivel de vida de la población va mejorando.

Los problemas que se identifican en el distrito de Lunahuaná, que el ecoturístico es una potencial actividad poca explorada, cuenta con lugares que son pocos difundidos, cuando posee todas las condiciones para esta actividad; sin embargo, no cuenta con un plan para el turismo, alineado a la Meta 38. Cañete, no genera un desarrollo y crecimiento local; y la oferta turística es deficiente con un crecimiento desordenado, la falta de información sobre los beneficios del

ecoturismo, debilita a Lunahuaná a ser un destino ecoturístico; no cuenta con un modelo, que se oriente y brinde los servicios al visitante de manera adecuada, fomentando el desarrollo sostenible y mejorando lo económico, social y medioambiental.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo principal, hacer un análisis de la actividad del ecoturismo como una alternativa, para el desarrollo local del distrito Lunahuaná, ubicado en la provincia de Cañete; esto es posible, mediante el desarrollo de un diagnóstico de la actual situación del turismo local; y, como va influenciando o impactando en el desarrollo local; de otro lado, para planificar la actividad ecoturística es conocer como viene evolucionando la actual oferta y demanda ecoturística en la zona; y para ello, es necesario conocer el grado de satisfacción de los turistas que visitan sus atractivos ecoturísticos, para luego, formular un modelo ecoturístico local, que se convertiría en la integración de los recursos socioculturales, económicos y ambientales

El método, se trata de una investigación de tipo observacional, considerando que no interviene en el fenómeno; es decir, se recogen los datos tal como se encuentran en su estado natural; es transversal porque, se recogen los datos en un solo momento; y, de nivel descriptiva y explicativa, porque describe las características de una población y determina las causas y consecuencias del fenómeno; se aplicó la técnica de la encuesta a 384 visitantes a los atractivos ecoturísticos en Lunahuaná; y, a 20 funcionarios, con cargos directivos, de la municipalidad; el cuestionario de la encuesta es validada favorablemente, mediante el juicio de expertos, con el método de confiabilidad Alfa de Cronbach; cuyos resultados son para la variable Ecoturismo es Fuerte con ,896; y, para la variable desarrollo local Alta con ,921.

El trabajo investigativo se divide en 9 capítulos; el primero es la introducción, en la cual se describe la realidad problemática, en la cual la situación sanitaria (CVovid-19), ha generado menor afluencia del turismo a Lunahuaná y ha impactado negativamente en el desarrollo local del distrito; luego, se describe los antecedentes nacionales e internacionales de las variables y

dimensiones; se enuncia el objetivo de analizar el ecoturismo como una opción para el desarrollo local, del distrito Lunahuaná y se justifica a nivel teórico, práctico, social, económico y metodológico; y por último, se enuncia como hipótesis a ser contrastada como que, la actividad ecoturística, se convierte en una opción positiva, para el desarrollo local del distrito Lunahuaná, en la provincia de Cañete al 2022.

El capítulo segundo, se desarrolla el marco teórico; en la cual se desarrollan las bases teóricas de las variables ecoturismo y desarrollo local, cuyo actor base para el ecoturismo es Esparza y Barrantes (2020) y para la variable desarrollo local Carbajal (2018); también se desarrollan las dimensiones de la oferta y demanda turística, la satisfacción del visitante y medios de comunicación; y, para la variable desarrollo local, las dimensiones territoriales, socio-culturales, políticas institucionales y económicas; otro de los puntos desarrollado en este capítulo es marco legal como la Ley N°26821, Ley Orgánica para el aprovechamiento sostenible de los RRNN, la Ley N°29408, Ley General de Turismo y Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades; asimismo, cuenta con un diccionario de términos básicos.

El tercer capítulo desarrolla el método, tal como se hace alusión en los párrafos precedentes, este trabajo investigativo es de tipo observacional, caracterizada por ver el fenómeno sin que sea manipulado por el investigador; también es descriptiva, porque puntualiza las características de la población que está estudiando; es decir a los turistas y funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná; de otro lado es, explicativa porque la variable ecoturismo se convierte en la causa del fenómeno y la variable desarrollo local en las consecuencias; se aplica la técnica de la encuesta a 384 visitantes y 20 funcionarios de la municipalidad; previo a la aplicación del instrumento se validó positivamente la encuesta mediante el juicio de expertos cuya confiabilidad fue fuerte con ,896 para la variable ecoturismo y alta con ,921 para desarrollo local.

El cuarto capítulo, desarrolla los resultados; que fueron realizados en función a los objetivos planteados en la investigación, el primero correspondió al diagnóstico del turismo y el desarrollo local de Lunahuaná; el segundo trabajado en este capítulo es identificar la evolución de la oferta y demanda del turismo, con fines de planificar la actividad para que impacte positivamente en el desarrollo local; el tercero trata sobre el conocimiento del grado de satisfacción del turista, para planificar la oferta ecoturística; en este punto se aplica la encuesta para dicho propósito y por último en este capítulo se desarrolla la propuesta de un modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito de Lunahuaná, en la provincia de Cañete, estando este ámbito al sur de Lima.

El quinto capítulo desarrolla la discusión de resultados; en la que se describen y analizan los resultados obtenidos, se contrasta con estudios previos o los antecedentes de la investigación y se enfatiza en los nuevos. Este punto, identificó que los diagnósticos no estaban fundamentados y actualizados. Que permitiese planificar el ecoturismo y el desarrollo local; de otro lado, la oferta ecoturística no tiene una visión o imagen para atraer turistas; los resultados de las encuestas determinaron que los visitantes estaban satisfechos por la visita a los atractivos y los funcionarios en un 55% señalaron que, se viene implementando, un instrumento de gestión (plan turístico) y un 40% señaló que, ya se implementó sin resultados concretos; sólo, el 5% dijo estar en proyecto un nuevo instrumento para la gestión turística.

El sexto capítulo desarrolla las conclusiones, dando cuenta que, el diagnóstico permitió identificar que el distrito Lunahuaná, cuenta con las condiciones físico geográficas, socioeconómicas y ambientales, para la actividad ecoturística; luego que, la oferta y demanda ecoturistas, requiere mayor estudio para planificar el ecoturismo; luego, lo manifestado por los visitantes en la encuesta, cuando señalan que, un 64% dicen estar muy satisfecho y el 23% satisfecho; otro 13% poco satisfecho en su visita; en relación con el modelo, se vincula a los componentes de la demanda, oferta, el atractivo o sitio ecoturístico y a los operadores del

mercado turístico; desarrollado mediante el análisis del entorno (FODA), luego el diseño de la imagen turística (Decisión del turista en la visita) y el plan de socialización.

El séptimo capítulo desarrolla las recomendaciones, haciendo énfasis en la municipalidad de Lunahuaná, en desarrollar alianzas estratégicas para hacer más estudios y diagnósticos de oferta y demanda, para hacer encuestas periódicas y planificar el ecoturismo con mayor énfasis en el turista; así como, el desarrollo de un plan estratégico para el ecoturismo con impacto en el desarrollo local. El capítulo octavo, desarrolla las referencias bibliográficas, que son citadas en el desarrollo de todo el trabajo investigativo; y, por último, se desarrollan los anexos, dando cuenta de la matriz de consistencia, los cuestionarios, las cartas al alcalde y expertos, los certificados firmados validando la encuesta, mapas y vistas fotográficas de los principales sitios visitados en campo.

1.1. Descripción y formulación del problema

1.1.1. Descripción del problema

El turismo se ha convertido en un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países, como consecuencia de que el desarrollo local, endógeno y regional, se considera entre las estrategias que permiten el progreso de un territorio, ya sea una localidad o región (Gambarota y Lorda, 2016). El Ecoturismo representa una opción de desarrollo integral y sostenible para el mundo. Es una actividad que unifica a los pueblos mediante el conocimiento de sus riquezas naturales, la preservación de la biodiversidad y la puesta en valor de todo lo que define su identidad cultural, protegiendo los recursos naturales y culturales, velando así por las generaciones futuras (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020).

El Perú ofrece un sinnúmero de posibilidades de conocer sus maravillas naturales, históricas y culturales. La geografía peruana contempla un amplio abanico de opciones por conocer. El turismo de Naturaleza y Conservación es una opción que se ha desarrollado en los últimos años, para ofrecer a los turistas una serie de actividades que les permite conocer y

conectar con el entorno natural; sin embargo los problemas como la inseguridad, infraestructura de baja calidad, la contaminación ambiental y los servicios de transporte de pésima calidad, ahuyentan el turismo; pese que el desarrollo local, está articulado a los factores sociales, económicos y políticos y juega un rol importante el aspecto económico y sus recursos locales (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2020).

Para que el ecoturismo sea una alternativa viable para el desarrollo local, es necesario que se incorpore a la población local en la toma de decisiones dentro del proceso de planeación. De Kadt, (citado en Daltabuit, 2002), señaló que, es importante la posición que adopta la población local con respecto al desarrollo del ecoturismo. Para que esto ocurra, hay que promover lo que él llama la “devolución de poder” de los sistemas políticos centrales a los locales, es decir, brindar más autonomía a la población local para encargarse de su propio desarrollo, permitiendo así una reapropiación del ambiente (Vid, citado en Meyer, 2002).

En el Perú, la pandemia (COVID-19), ha devastado el sector turístico; de recibir 4,4 millones de turistas extranjeros e ingresar 4,7 mil millones de USD en 2019, se ha pasado - do a recibir 850 mil entre enero y octubre de 2020, una caída del 76,8% casi uniforme en todos mercados de origen. Estimación del MINCETUR, que el turismo interno cayó en 2020 en un 69,8%, pasando de 46,8 millones de viajes a 14,7. Otros problema son la informalidad, que supone el 43,8% de la producción del sector y el 77% del empleo turista; la dependencia de los recursos naturales, la escasez y calidad limitada de bienes públicos, infraestructuras de transportes y conectividad, telecomunicaciones e internet, y la rigidez y burocratización de las administraciones públicas, que limita la colaboración entre los sectores públicos y privados (escasez de proyectos para su ejecución mediante APP) (Daries,-Jaime et al. 2019).

El desarrollo local encuentra sus bases en la descentralización de América Latina la cual buscaba la participación de los pueblos a través de sus autoridades más cercanas y de esta manera evitar la demora en las decisiones que tomaban los gobiernos centrales. Ello nace como

una necesidad de la globalización que busca mayor participación de los territorios locales y regionales. Así mismo, surge la descentralización cultural que se enfoque al desarrollo local en el ámbito económico y social y teniendo como áreas de análisis; la economía, la cohesión social, turismo y participación ciudadana (Valdivia, 2020).

Pero como todo proceso a implementar tiene sus errores el principal fue orientarse en las zonas con mayor número de población y la implementación de políticas de manera central, dejando de lado nuevamente el ámbito local. Pero, Finot (2005), en la revista CEPAL indica que en América Latina la descentralización surge como parte de la crisis económica afrontadas desde los 80, del inadecuado manejo de los gobiernos a las necesidades de la sociedad, y es el año 90 donde se inicia la descentralización dando inicio a la participación ciudadana. Esta descentralización inicio en los países de América del Sur: Brasil, Argentina, Colombia, Bolivia y Chile donde la transferencia de beneficios se daba a través del estado y en otros en la comunidad (Valdivia, 2020).

Lunahuaná es un espacio rural y actualmente turístico en potencia, el perfil del lugar, sólo es muy difundido el turismo de aventura, cuando posee todas las condiciones para hacer ecoturismo, sin embargo, es poco difundido, cuenta con un plan concertado distrital; pero no con un plan para el turismo, alineado a la Meta 38. Cañete, no genera un desarrollo y crecimiento local; la oferta turística es deficiente y su crecimiento es desordenado, la falta de información sobre los beneficios del ecoturismo debilita a Lunahuaná a ser un destino ecoturístico; no cuenta con un modelo que se oriente y brindar servicios para el visitante, fomentando el desarrollo sostenible y mejorando en lo económico, social y medioambiental.

Basado en los párrafos precedentes, se hace necesario vincular el ecoturismo como una opción al desarrollo local del distrito Lunahuaná, realizando un riguroso diagnóstico de la actividad ecoturística, estudiar la oferta y demanda, conocer el perfil del visitante y hacer una propuesta de modelo ecoturístico, que comprenda el desarrollo y aprovechamiento de los

recursos, desde las diferentes visiones teóricas para el manejo de la actividad ecoturística, respondiendo las relaciones del turismo en su mercado.

1.1.2. Formulación del problema

Problema general.

¿Cómo el ecoturismo es una opción para el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia de Cañete - 2022?

Problemas específicos.

- ¿Cuál es la situación actual del ecoturismo y el desarrollo Local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete?
- ¿Cómo evoluciona la oferta y demanda ecoturista, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción del visitante, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito Lunahuaná, provincia Cañete?
- ¿Qué modelo ecoturístico permitirá el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes internacionales

Toselli (2019), en su artículo lógico "La industria del turismo, legado social y giro cercano. Evaluación de la capacidad de la industria turística de localidades rústicas del territorio de Entre Ríos, Argentina" el objetivo del trabajo fue realizar una evaluación de la capacidad social de la industria turística de estas localidades. El trabajo se enmarca en un proceso exploratorio, en el que se consultaron fuentes esenciales y optativas, y se elaboró una reseña y una grilla de evaluación de la capacidad turística de las localidades. Entre los descubrimientos primarios, se reconoció que, independientemente del importante legado social sustancial e inmaterial, no existe una biblioteca autorizada de estos recursos. Por lo tanto,

disponer de datos exhaustivos al respecto permitiría desarrollar actividades como, por ejemplo, promover una dispersión más notable entre la propia zona local; abordar directrices específicas y apoyar la salvaguarda de destinos importantes; distinguir los atractivos que podrían incorporarse a una posible oferta social de la industria turística; y examinar, junto con la zona local, los esfuerzos futuros con vistas al legado social.

Aguirre, Arroyo y Navarro (2018), en su artículo lógico "Electiva la industria turística como técnica de mejoramiento barrial en el corregimiento de Chalan - Sucre"; revista distribuida por el Colegio Mecánico de Bolívar (Colombia); el cual propone la utilización de una filosofía para la elaboración de sistemas de mejoramiento barrial en redes oprimidas en el entorno actual de la globalización, pero con las circunstancias adecuadas para sumarse al mejoramiento a partir de la utilización de sus activos endógenos. Tomando como referencia sistémica las reglas esenciales que se crean para cumplir los objetivos propuestos a partir de la prueba distintiva del trabajo. Asimismo, se introducen las consecuencias de cada período de la filosofía aplicada a la región de Chalán en el Departamento de Sucre, donde se propone la industria turística electiva como procedimiento de desarrollo vecinal a través de la planificación de un rubro turístico que impulse el trabajo sobre los estados financieros de esta localidad.

Macías (2018), expuso la postulación "Práctica La industria del viaje: Potencial Dispositivo de Mejora Cercano. Caso: Cantón Puerto López, Región de Manabí" el trabajo tiene como objetivo primordial decidir si administrable la industria turística puede ser utilizada como método para lograr el mejoramiento barrial y proporcionar a la población una opción factible para trabajar en su economía. Esta exploración de tipo mixto, utiliza estrategias cuantitativas y subjetivas, ya que utilizó el estudio, para recopilar información de la ciudad, así como las cifras reales de la industria de viajes factible tratando de demostrar que como un movimiento monetariamente productivo, que, además, dependía de los datos hipotéticos para

ayudar a las explicaciones que se dan sentido aquí. Tanto por la encuesta escrita como por la investigación de campo, fue posible razonar que la industria turística económica contribuye directa y enfáticamente al desarrollo próximo de las ciudades con atributos comparables a los del objeto de estudio, permitiendo así la utilización ideal de los recursos naturales, sociales y humanos de la zona a la que se hace referencia, protegiendo la prosperidad futura de los especialistas en cuestión, que son los especialistas metropolitanos, los visitantes públicos y desconocidos y los residentes en general.

Vera, Paladines y Elizabeth (2017), en el artículo lógico "Área local la industria turística el tablero como electiva de mejora cercana. Comunidad Yunguilla. Quito" difundido en el diario Corporación Educativa SER y Casa Distribuidora R.P.; tuvieron como objetivo, examinar la administración de área local la industria turística como una opción de mejoramiento cercano en la región Yunguilla, con una investigación exploratoria de persona subjetiva. Una revisión bibliográfica y narrativa fue completada desde 1996 hasta el presente, mirando la grandeza del área local la industria de viajes en este territorio a las ventajas que trae a los ocupantes, la expansión en su satisfacción personal y la protección de sistemas biológicos para la mejora vecinal. Se deduce en la proposición de un modelo para el área local La industria de viajes, que es visto como una acción de la experiencia de la industria de viajes, ya que permitió a las redes para difundir la palabra acerca de su potencial normal, las costumbres, la cultura y las propensiones a través de la impartición a los turistas deseosos de esta oleada de electiva la industria de viajes.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Solís (2019) expuso la propuesta "Efectos de la industria turística y el desarrollo vecinal local de la zona de San Mateo de Huarochirí - Lima, 2019"; del Colegio César Vallejo; tuvo como objetivo, conocer el impacto de los efectos de la industria turística en el desarrollo vecinal de la región de San Mateo de Huarochirí. Fue de enfoque subjetivo, con miras a retratar y

conocer las cualidades de los efectos de la industria turística en el mejoramiento barrial; además, para la recolección de datos, el procedimiento utilizado fue la reunión de arriba hacia abajo con el instrumento de una encuesta semi-organizada que se aplicó exclusivamente a diez individuos de la localidad, debido a una inmersión de la clase. El fin principal al que se llegó fue que los efectos de la industria de viajes en el mejoramiento barrial de la región de San Mateo de Huarochirí, Lima, 2019, tienen un impacto crítico y de gran magnitud, en vista de que tanto natural, social y monetariamente, esta particularidad pone en marcha circunstancias positivas en la asistencia gubernamental y giro cercano (ecológico, social y financiero) del área local, ampliando la mantenibilidad ecológica en el recorte público del área, reforzando la personalidad social y posicionándose en torno a la acción de la industria de viajes .

Pereira (2017), expuso la proposición "La industria turística en el mejoramiento económico barrial del centro poblado de Rumichaca - Urubamba - Cusco"; desde el Colegio Público San Antonio Abad del Cusco; tuvo como objetivo, decidir lo que significa la industria turística para el desarrollo de Rumichaca; realizó un diagnóstico y aplicó la encuesta dirigida a las organizaciones de ocupantes y veraneantes. Los resultados demuestran que la industria del turismo impacta en el desarrollo de la localidad, el PAE participa en la industria del turismo en un 21,46% y otros en un 78,54%. Hay activos de la industria de viajes que se pueden explotar incorporándolos a los circuitos, planta vacacional: fundaciones de viviendas (16), restaurantes para viajeros (6), servicios de viajes (4). Se presumió que la cooperación de la EAP utilizada produce avance en la población, los activos y planta vacacional crean demanda y permiten el ataque de la EAP de Rumichaca en el movimiento viajero. La proposición de agendas de viajeros con activos vacacionales construiría el PAE para la industria turística, lo que crearía puestos vacantes para la población cercana y al mismo tiempo beneficiaría a los turistas, a las organizaciones especializadas de la industria turística y a la zona de Urubamba.

Castro (2016), impulsó la propuesta "La industria turística de los ejecutivos y el desarrollo de la localidad de Cascas zona Gran Chimú zona La Libertad 2013 - 2014", del Colegio Público de Trujillo, tuvo como objetivo, mostrar el desarrollo de la industria turística de los ejecutivos en la región de Cascas. La técnica inductiva-perspicaz utilizada fue el estudio a los ocupantes del local; así como la percepción e inscripción de la verdad, obteniendo un examen de lo notado. Se presumió que la gestión de la industria del turismo en el distrito de Cascas se puede hacer de manera normal, aunque los actores involucrados con el gobierno local perciben la importancia de la administración para potenciar la acción de la industria del turismo en la localidad, el trabajo que realizan permitirá que Cascas se convierta en un lugar de veraneo; a pesar de que la gestión que realizan no está totalmente caracterizada debido a que aún no está fusionada y últimamente están trabajando, comenzando por el ordenamiento en el tema de la industria del turismo. (p. 122) Aquellos que se dedican a realizar ejercicios que promueven la industria de viajes, son responsables de prepararse a fondo con respecto a la materia, de esta manera en realidad querrán ser conscientes y combinar el trabajo que hacen.

Mendoza y Peralta (2017), en el artículo lógico "Influencia del turismo en el desarrollo cercano de las comunidades de Huanchaco y Moche de Trujillo-Perú", diario del Colegio Público de Trujillo, analizaron la fuerza de la industria turística en el mejoramiento barrial de Huanchaco y Moche; Fue una exploración mixta, a la vista de percepciones y reuniones, llegan a la resolución acompañante, el movimiento vacacional en Trujillo está contribuyendo de manera positiva en el adelanto cercano de sus ocupantes, creando el desarrollo de trabajo correspondiente a la industria del viaje, consolidad la prueba distintiva común, incitando organizaciones de viajeros y modernizando la ornamentación pública de los territorios receptores de la acción viajera. Se infiere que, las apariciones a Trujillo disminuyeron del 8% al 2% sucesivamente de un año a otro. Una modesta cantidad de los viajeros van por atractivos arqueológicos, 4% por gastronomía, 26% por pescado, 27% por medio ambiente y 32% por el

conjunto de los anteriores. Los residentes expresan que la articulación más inequívoca del impacto de la industria del viaje en el avance vecinal de sus redes es el trabajo, mientras que el número de habitantes de Moche confirma que el resultado súper constructivo producido por la industria del viaje es la mejora de las carreteras y de las regiones públicas.

Vílchez y Gómez (2017), en la postulación "Los directivos de la industria turística civil y su efecto en la acción de la industria turística en la ciudad de Bagua Grande, Territorio de Utcubamba - Amazonas Local 2011-2016"; del Colegio Público Toribio Rodríguez de Mendoza-Amazonas; tuvo como objetivo proponer un modelo de directorio de la industria turística metropolitana y su efecto en la acción de la industria turística en Bagua Grande, Amazonas, para lo cual realiza la investigación de mercado de interés; Su filosofía era percepción unmistakable; y se presume que, la administración dispuesta y coordinada tiene efectos positivos en ventaja al populace; y ése, el enganchado con la acción del vacationer, avanzando el aumento de expedientes monetarios, la mejora de la ciudad y el refuerzo de la personalidad social. Razona que civil la industria del recorrido el tablero está careciendo con respecto a los ejecutivos y a arreglar, a pesar de que tiene una oficina para supervisar y para desarrollar más lejos el movimiento de la industria del recorrido; esto depende de los efectos posteriores de las revisiones, donde la mitad del populacho acepta que la industria del recorrido el tablero es estándar y el 20% dice que es grande; hay todavía el 40% que demostró que no se arregla y requiere esta actividad para el adelanto de la industria del recorrido.

1.3. Objetivos

1.3.1. *Objetivo general*

Analizar el ecoturismo como una opción para el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia de Cañete – 2022.

1.3.2. *Objetivos específicos*

- Realizar un diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete.

- Identificar la evolución de la oferta y demanda ecoturistas, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete.
- Conocer el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito Lunahuaná, provincia Cañete.
- Formular un modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

A nivel teórico, se justificaría porque, se basó en principios, teorías y normas que se encuentran vinculadas con las variables Ecoturismo y Desarrollo Local, utilizando los marcos conceptuales y referenciales, para su discusión en los campos académico y profesional, de las ciencias del ecoturismo y las ciencias del desarrollo económica a nivel local.

1.4.2. Justificación práctica

La investigación se justificaría porque, se trató un tema donde se formula un modelo ecoturístico, para resolver un problema concreto, cuyos resultados en la práctica, contribuye a establecer la influencia de los visitantes, hacia el distrito de Lunahuaná y consecuentemente mejoraría la económica local del distrito, cuyos beneficios se reflejarían en la población, mejorando de esta forma su nivel socioeconómico, político, ambiental y educativo.

1.4.3. Justificación social

Con el incremento del ecoturístico, a través del modelo, se prevé el desarrollo local del distrito, que beneficiaría directamente a la población de Lunahuaná, ofreciendo oportunidades de empleo, aumentando sus ingresos y por ende, mejorando su calidad de vida, con la actividad del Ecoturismo.

1.4.4. Justificación económica

Con el modelo para el ecoturismo, significaría el impacto positivo en el desarrollo local del distrito Lunahuaná; y, económicamente, la municipalidad provincial y distrital, se

beneficiarían con la recaudación de los impuestos, facilitando la inversión pública y privada, en pequeños negocios que ofrecerían bienes y servicios a los visitantes y potenciales clientes. De otro lado, se incentivaría proyectos de inversión para la infraestructura, instalaciones, logística, articulación vial, y desarrollo de productos y servicios para los visitantes de Lunahuaná.

1.4.5. *Justificación metodológica*

A nivel metodológico, la investigación se justificaría porque, propone la formulación del modelo para el ecoturismo, generándose nuevos procesos y procedimientos, desde la concepción de la idea hasta sus hallazgos, donde se aportarían nuevos conocimientos que son válidos y confiables para la ingeniería del ecoturismo; se hizo participar a los visitantes a Lunahuaná, para conocer el grado de satisfacción de su visita; todo ello, para demostrar metodológicamente, que es posible que, con el modelo se desarrollaría el ecoturismo.

1.5. Hipótesis

1.5.1. *Hipótesis general*

La actividad Ecoturística se convierte en una opción positiva, para el Desarrollo Local del distrito Lunahuaná, provincia de Cañete – 2022.

1.5.2. *Hipótesis específicas*

- Mediante el diagnóstico de la situación actual del ecoturismo; se lograría el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete.
- Identificando la evolución de la oferta y demanda; será posible planificar el ecoturismo, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete.
- Conociendo el grado de satisfacción de los visitantes, se incrementaría el flujo del turista, con fines ecoturísticos, al distrito Lunahuaná, provincia Cañete.
- Formulando un modelo ecoturístico, se convertiría en una alternativa sostenible, para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas

2.1.1. *Bases teóricas de ecoturismo*

Inicios del ecoturismo. Las estrategias de avance viables comenzaron con la Declaración de la Reunión de los Países Reunidos sobre el Clima Humano, celebrada en Estocolmo en junio de 1972, en la que se pensó en restringir la mejora a pesar del debilitamiento dinámico del hábitat regular. Esta Reunión dio lugar al Programa de los Países Reunidos sobre el Clima (PNUMA) y a diferentes programas mundiales (ONU, 1973).

El Encuentro Mundial de la Industria del Turismo celebrado en Manila (Filipinas) en 1980, reunido por la Asociación Mundial de la Industria del Turismo (OMT), restableció el interés por la exigencia de una utilización objetiva de los activos normales correspondientes a la industria del turismo. El punto 18 del Anuncio de Manila sobre la industria mundial del turismo establece:

"Los activos de la industria de viajes accesibles a las naciones comprenden el espacio, los productos y los valores. Son activos cuya utilización no puede pasar a un uso incontrolado sin arriesgarse a su envilecimiento o incluso aniquilación. La satisfacción de las necesidades de los viajeros no debe suponer un peligro para los intereses sociales y económicos de la población de los lugares de vacaciones, para el clima, en particular para los activos habituales, fascinación fundamental de la industria de viajes, ni para los destinos verificables y sociales. Todos los bienes de los viajeros tienen un lugar en el legado de la humanidad. La protección de los destinos auténticos, sociales y estrictos, en todas las condiciones y particularmente en medio de la contienda, es una de las obligaciones centrales de los Estados". (OMT, 1980).

La idea de ecoturismo se ha tendido a un par de años, aunque este tipo de la industria de viajes ha creado un increíble interés desde el área moderna y ecológica, así como de varios especialistas académicos por dos razones fundamentales

Desde una perspectiva, debido a la expansión dinámica en la cooperación y el efecto financiero creado por este movimiento. Por otra parte, debido al probable compromiso con la preservación y la mejora manejable en el objetivo (Sandoval, referido por Orgaz, 2018).

Otro creador trae a colación que es "aquella metodología de la industria turística ecológicamente consciente que comprende viajar o visitar regiones regulares, moderadamente, no perturbadas; para apreciar, valorar y concentrarse en los atractivos normales (escenario, verdor y vida indómita) de tales regiones, así como cualquier indicio social (presente y pasado) que pueda rastrearse en ellas; a través de un ciclo que avance la protección, tenga bajo efecto natural y social y satisfaga una contribución funcional y financieramente valiosa de las poblaciones cercanas" (Ceballos, s.f.).

Ventajas del ecoturismo. El ecoturismo, a pesar de sus beneficios, igualmente tiene la capacidad de obliterar las objeciones de los viajeros cuando involucra a los ocupantes del área local como trabajo modesto, aniquila la vegetación, el verdor de la región, hace que la sobrepoblación debido al deseo de los intocables para obtener una fuente de trabajo en la industria de viajes, y que provoca problemas de alojamiento como resultado.

En el momento en que no hay una preparación previa del lugar del viajero y los activos se utilizan sin límites, se produce una corrupción de los entornos y de los activos regulares, sociales y naturales de la comunidad ecoturística. Las objeciones al ecoturismo se localizan en poblaciones rústicas de bajo espesor demográfico. La gran mayoría de la población de este país depende de la utilización del hábitat habitual para su supervivencia. La presentación de la industria turística, aborda el riesgo de que esa acción consuma activos (Rebollo, 2018).

En el caso de que un administrador de ecoturismo no aliste administraciones vecinales para atender los problemas de los turistas y en la remota posibilidad de que no utilice artículos cercanos; las ventajas monetarias no se imparten al número de habitantes en el territorio rústico. Esto da lugar a una competencia entre los habitantes de la zona y los viajeros por la utilización

de los recursos habituales, lo que resulta perjudicial para el clima. Para lograr un verdadero éxito como anunciante del sector turístico, la población local debe participar en el proceso de la industria turística. Otra cuestión es que la utilización de la innovación por parte de los turistas tiene un efecto en regiones lejanas, donde la utilización de estos aparatos (por ejemplo, cámaras y videocámaras computerizadas, teléfonos móviles, buscapersonas, por especificar un par) es nula o básicamente inexistente. Esto hace que el ocupante del vecindario se sienta decepcionado por no disponer de innovación como los huéspedes (Rebollo, 2018).

Diferentes ventajas del ecoturismo es que expande el valor relacionado con el dinero de los marcos naturales y de esta manera apoya la protección de la variedad orgánica. La cuestión es que algunos tipos de ecoturismo, no contribuyen mucho a la economía del vecindario, y eso implica que pueden potenciar a un par de individuos, dejando a otros abandonados, ajenos a todo lo que ocurre. Otra ventaja del ecoturismo es que acerca a las personas a la naturaleza y les inculca el deseo de protegerla. Sea como fuere, es un reto innegable caracterizar el ecoturismo, por lo que no sus ejercicios realmente hacen de manera similar bien (Jérôme, 2018).

Ventajas y desventajas del Ecoturismo. Se señala los siguientes (Tabla 1).

Tabla 1

Ventajas y desventajas del ecoturismo

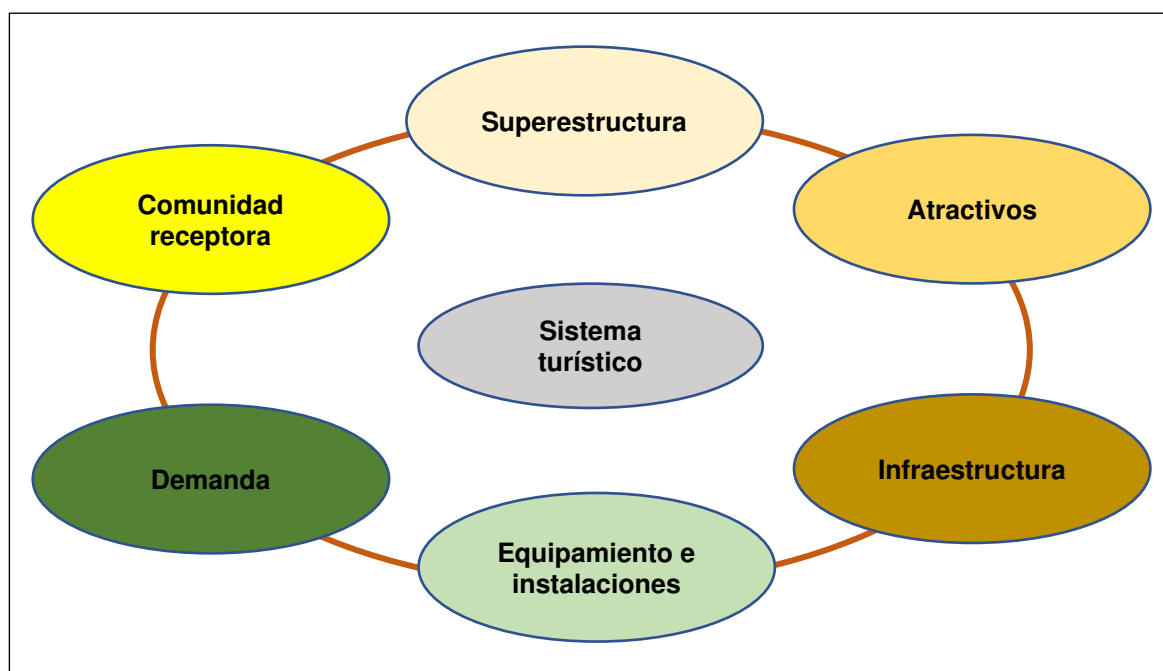
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene un impacto mínimo sobre el medioambiente. • Crea conciencia y respeto a la cultura local y el medioambiente. • Ofrece experiencias positivas para todos. • Emplea y beneficia a las comunidades. • Educa a los visitantes acerca de los problemas políticos, sociales y ambientales locales. • El dinero de los turistas se destina a la conservación del área. • Los visitantes se llevan nuevas ideas que influyen en su propio entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacinamiento en construcciones. • La contaminación del hábitat. • Un número ilimitado de turistas. • El sitio se convierte en una zona «tarro de miel». Exceso en el número de visitas. • Erosión donde los coches aparcen ilegalmente. • Erosión y pérdida de suelo. • Surge el «greenwashing», donde se utiliza el medioambiente como un cebo para atraer a los turistas. • Establecimientos de grandes hoteles de alto consumo energético en un entorno de selva espléndida sin comprensión del desarrollo sostenible o las provisiones correctas para la eliminación de residuos y aguas residuales. • Establecimientos de centros turísticos que desplazan a la población local y mantienen ilegalmente animales en peligro de extinción en jaulas para atraer visitantes.

Fuente. Jérôme (2013)

Conclusión del ecoturismo. Este es un instrumento para la preparación de objeciones o ítems del viajero, que se completa con diversas estrategias; aquí, el modelo es fundacional y ve cada parte de la acción del vacacionista como un subsistema a ser distinguido y analizado que están interrelacionados. Las estrategias pueden ser subjetivas y cuantitativas; con viajes de campo y la cooperación del área local y el estudio del shopper, lo que permite conocer la verdad del ítem y sus debilidades buscando mejoras. El artículo de la industria de viajes se crea alrededor del área local la experiencia de la industria de viajes donde el área local asume una parte predominante y en la cual la industria de viajes se convierte en un manantial de comercio desconocido (Ricaurte, 2019). El hallazgo establece una distinción entre los estados de la industria de viajes previamente y los resultados obtenidos después de la utilización de actividades o técnicas dentro de la industria de viajes organizando en un objetivo (Ricaurte, 2009). Por lo tanto, se utilizará el Marco de la Industria de Viajes, ya que expresa que este marco se compone de algunos subsistemas (Figura 1):

Figura 1

Sistema turístico



Fuente. Molina (s.f)

Partiendo de aquí, se ha reconocido que el análisis satisface tres necesidades bastante determinadas:

Caracterizar lo que está ocurriendo en el sector de los viajes en un espacio regional determinado, con sus oportunidades y restricciones.

Ayudar a los sistemas de organización, dirección independiente, propuesta y avance con información cuantitativa y subjetiva actualizada.

Trazar un patrón que mire efectivamente el contraste entre la circunstancia de la industria de viajes anteriormente y los resultados obtenidos después de la ejecución de las actividades o procedimientos de ordenamiento de la industria de viajes (Ricaurte, 2019).

La oferta de la industria de viajes. Una oferta de la industria de viajes es una mezcla de administraciones y artículos que se introducen para el pensamiento de un cliente que desea realizar un viaje de la industria de viajes. El objeto de la oferta de la industria de viajes es un comprador, un vacacionista. Por lo tanto, a la hora de organizar y promover un paquete de servicios, es importante distinguir las necesidades reales del cliente y adaptar la propuesta a dichas necesidades (Comunidad Europea de Antiguos Alumnos, [CEUPE], 2022).

La sustancia de la oferta de la industria de viajes depende igualmente de los elementos que la producen y la obtienen. Se sabe que, en la disposición, trato y adquisición de los artículos de la industria de viajes intervienen los:

Administradores de visitas: sustancias legales y personas comprometidas con el montaje, avance y oferta de los artículos de la industria de viajes.

Las cooperativas especializadas en viajes (trabajadores de proyectos): sustancias legales o personas que directamente ofrecen comodidad, cenas, transporte, viajes y diferentes administraciones recordadas para el paquete de vacaciones: se trata de alojamientos, cafeterías, organizaciones de transporte (organizaciones de transporte), organizaciones sociales (parques, salas de exposiciones, teatros), deportes (clubes, estadios), organizaciones que desarrollan el

bienestar, etcétera. Actúan como socios públicos y desconocidos que proporcionan a los administradores de la visita las administraciones necesarias para ésta.

Planificadores de viajes: sustancias legítimas o personas comprometidas con el avance y la oferta de los artículos de la industria de viajes, delegados.

Compradores de los artículos de la industria de viajes: cualquier individuo que utilice, compre o espere comprar las administraciones de la industria de viajes (los artículos de la industria de viajes) para necesidades individuales (European Alumni Place, [CEUPE], 2022).

El interés de la industria de viajes. La demanda de la industria de viajes se caracteriza como: el conjunto de vacacionistas que, por separado o en general, son estimulados por una progresión de artículos o administraciones de la industria de viajes con el objetivo de satisfacer sus necesidades Monetariamente, lo caracterizamos como la cantidad de "artículos de la industria de viajes" que los compradores adquirirán en un momento dado a un coste determinado (Asociación Mundial de la Industria de Viajes, [OMT], 2021).

El modelo de Santana. Es un conjunto de componentes solicitados por sus capacidades y se separan en subsistemas, por ejemplo, dinámico, estático y de peso (Santana, s.f.).

El componente poderoso está relacionado con la cantidad de individuos que viajan o desean viajar y se denomina solicitud genuina y esperada. Aquí se trata de conocer las inspiraciones del interés, lo que ayudaría a ofrecer un artículo según el tipo de viajero al que se dirige, así como considerar su remuneración, instrucción y modelos sociales en base a los cuales ofrecer tipos de la industria turística.

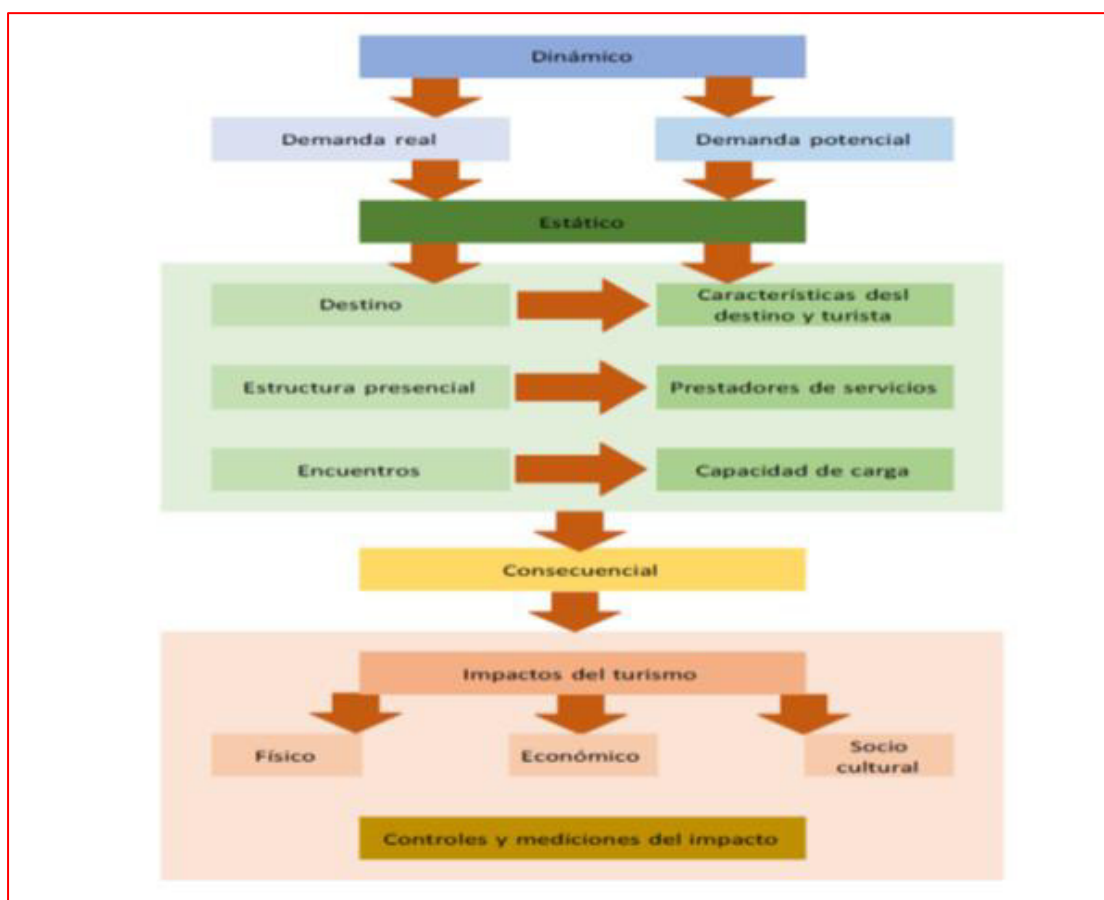
El componente estático se organiza en función de la ubicación del viajero y está relacionado con el viajero, el territorio y las organizaciones. El inventario a través de cooperativas especializadas como posadas, transporte, restaurantes y otros. Este componente puede examinar la recurrencia de las visitas, el grado de propósito de las distintas atracciones del lugar y, en consecuencia, decidir la utilización satisfactoria del límite de transporte del

objetivo. También, a nivel de vecindario la construcción monetaria, la asociación política, así como el diseño social y el nivel de avance componen la imagen genuina del objetivo, y a nivel empresarial lo que la zona puede ofrecer al veraneante para darle satisfacción durante su visita que puede añadirse a la imagen aparente.

Componente de peso que se sitúa a los efectos creados por el avance del movimiento viajero en el objetivo, que gran número de ellos son iniciados por los veraneantes que influyen en el territorio perjudicando en ocasiones la imagen del lugar, así como en la forma humana de comportarse. Sin embargo, estas no son solo consecuencias adversas, existe adicionalmente el avance financiero que puede inclinarse hacia la región, la mejora de los sistemas políticos para dirigir un avance satisfactorio del movimiento, así como esta acción nos impulsa a trabajar en las partes actuales de la zona, entre otros (Figura 2).

Figura 2

Modelo de sistema turístico adaptado de Santana



Fuente. Santana (s.f)

El modelo Molina y su "grupo de vecinos". Un grupo de subsistemas coopera con su circunstancia actual para transformar las entradas en rendimientos. Esto tiene canales de entrada (que es atendido por los datos externos que aluden a las necesidades de los compradores), que se maneja y después de rendimiento como artículos, que se propondrá al clima (Molina, referido por Anguiano, 2015).

Esta colaboración es dinámica, cambiante y dependerá de las disposiciones que tomen los distritos, lo cual también será importante para el marco. Bajo este punto de vista, este modelo fundacional se compone de seis subsistemas, que se asocian entre sí, sin embargo, el objetivo de esta colaboración es el objetivo compartido a lograr:

La Superestructura, gestiona el marco de la industria del viaje y se separa en jerárquica (establecimientos administrativos y ONG) y aplicada (estructura normalizadora en la organización). El interés de la industria de viajes, según la gente, está formado por los turistas que viven en el país y los que viven en el extranjero" (Molina, citado por Anguiano, 2015).

Lugares de vacaciones, son los componentes estimulantes para el viajero y se caracterizan en: locales regulares; galerías e indicaciones sociales, fábulas, logros imaginativos especializados, lógicos y contemporáneos, ocasiones reservadas.

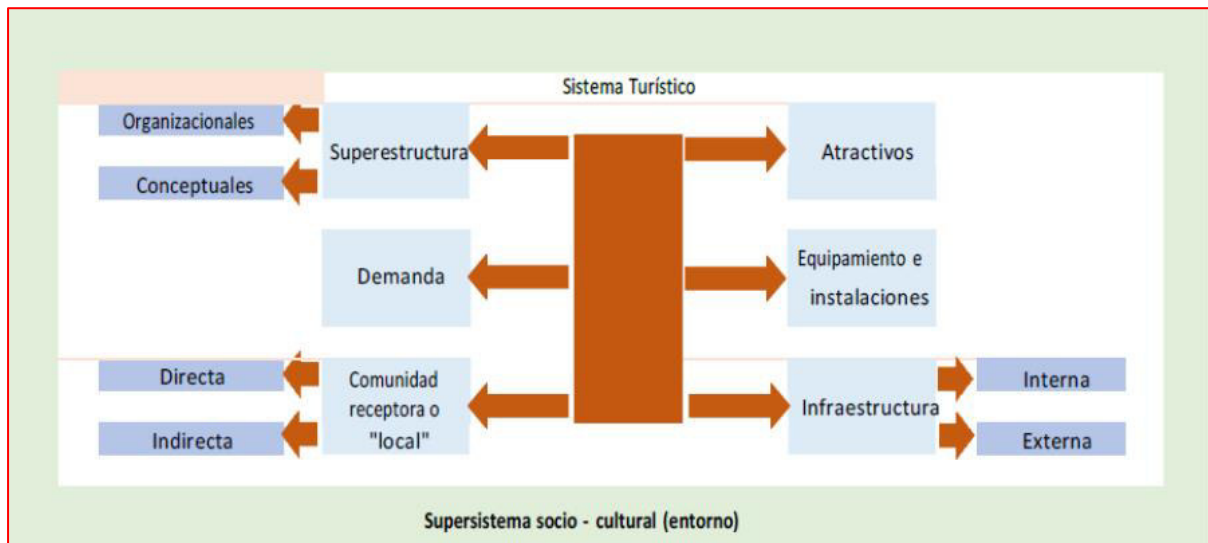
Equipamiento y oficinas, comprenden la organización de fundaciones centradas en la organización de servicios para el viajero. Armazón de equipamiento (fundaciones de alojamiento, relajación y alimentación, entre otras) y oficinas (administraciones dadas al comprador), que dota al armazón de viajeros de administraciones fundamentales. Se divide en interior (los que se localizan dentro del objetivo del viajero) y exterior (aludiendo a la asociación y tipos de conexión real entre objeciones) (Molina, referido por Anguiano, 2015).

El área cercana o local se compone de los ocupantes del lugar de interés, que, en función de su trabajo y nivel de impacto en los elementos del viajero, pueden ser inmediatos (los relacionados con la zona: servidores, planificadores de viajes, entre otros) y tortuosos (las

personas que participan en el proceso a través de su trabajo en la "sombra": pescadores, policías, entre otros). La figura adjunta refleja la relación de estos componentes dentro del modelo Travel industry Framework propuesto por (Molina, (Molina, referenciado por Anguiano, 2015) (Figura 3).

Figura 3

Sistema turístico adaptado de Molina

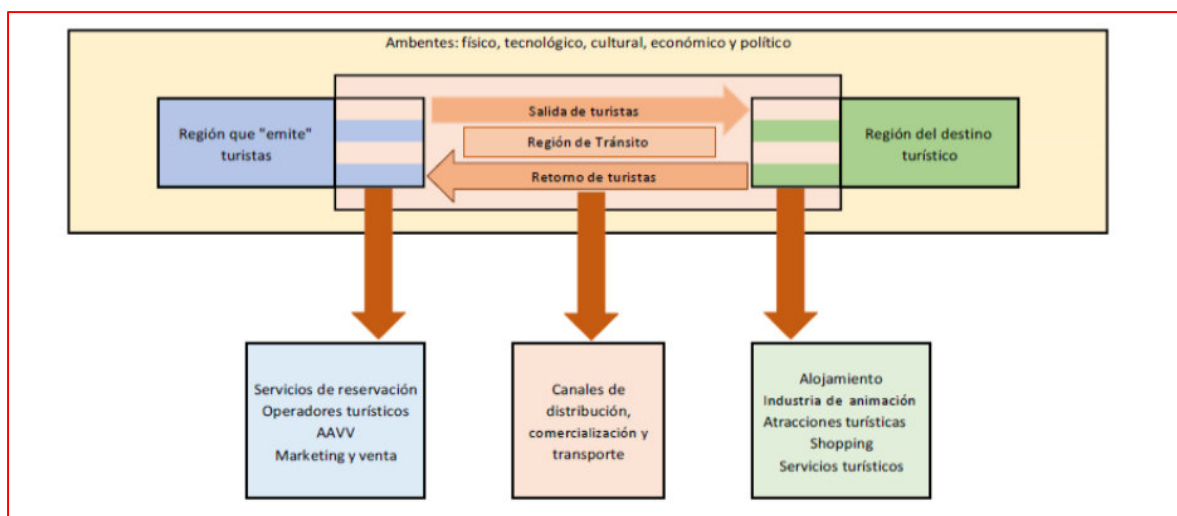


Fuente. Molina (citado por Anguiano, 2015)

El modelo de Leiper y sus áreas. El modelo marco de la industria de viajes propone cinco componentes, de los cuales tres son aludidos geológicamente: localidad de inicio, distrito de viaje y distrito de objetivo, estos componentes colaboran según elementos externos, y por lo tanto impactan diferentes condiciones según las "paradas" y "pasadas" a través de los distritos de viaje (Leiper, referido por Anguiano, 2015) (Figura 4).

Figura 4

Sistema turístico adaptado de Leiper



Fuente. Leiper (1990)

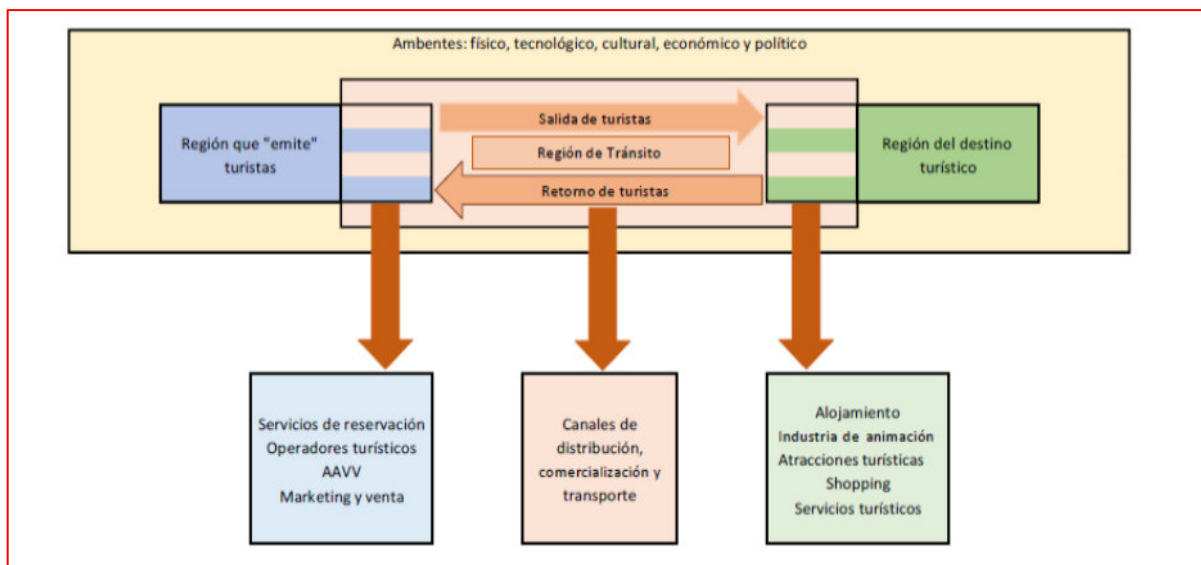
En el marco, los componentes, además de estar asociados, se suman al ítem industria de viajes y constan de cinco componentes: los vacacionistas, el distrito emisor de localización, el área de viajes, la localización de la industria de viajes y la industria de viajes (Regalado, 2011). El interés es aludido al local de inicio que presenta las cualidades acompañantes: es imprevisible y ocasional, solicitud que será atendida por un objetivo que puede ser adaptable, para esta situación aludiendo al objetivo distrito. Este modelo goza del beneficio de tener la opción de ser aplicado a diferentes niveles, ya sea vecinal, local o público (Ibáñez y Cabrera, 2011).

El modelo de Boullon y su propuesta. Recordando que la razón para salir es explotar el tiempo de relajación, donde adicionalmente hay solicitudes que deben ser atendidas, los componentes de esta proposición dependen del modelo de solicitud de inventario. Uno de los componentes de este modelo es el interés de la industria de viajes (que puede estimarse a la luz de marcadores cercanos, provinciales y públicos; en términos financieros, pueden estimarse ofertas, y los resultados pueden descifrarse para reconocer necesidades y patrones por área, por

ejemplo, el gasto per cápita a la vista de las administraciones obtenidas) (Boullon, referenciado por Anguiano, 2015) (Figura 5).

Figura 5

Modelo de Boullón y su oferta



Fuente. Boullón (2006)

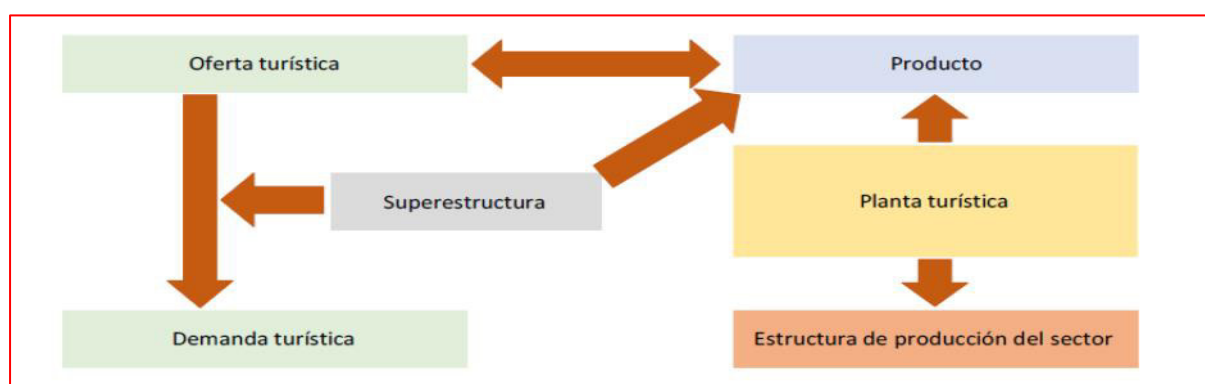
Propone cuatro tipos de interés: genuino, auténtico, futuro y potencial. La oferta viajera, alude a la asistencia propuesta al comprador, supeditada a factores persuasivos, por ejemplo, el afán de pagar por ella, el tipo de administración; con esto infiere que la oferta vacacional está incorporada por las administraciones dadas por los componentes de la planta vacacional y por algunas mercancías no viajeras, que son promovidas a través del marco viajero, en vista de que eventualmente el que califica el tipo de un decente es el marco útil y no el tipo de comprador (Boullon, citado por Anguiano, 2015). (Boullon, citado por Anguiano, 2015).

Aludiendo al ciclo de ofertas, es importante aclarar que el viajero se mueve siguiendo la proposición, donde además se promueven administraciones y productos inequívocos que se inician desde diferentes áreas. Esta interacción refleja el logro con respecto a la proposición del vacacionista de llegar al mercado supeditado a los costes propuestos para evitar que el comprador elija otro lugar con otro artículo a menor coste. Con respecto al artículo de la industria de viajes, esto se enmarca en los componentes de la proposición:

Las administraciones coordinan sin duda el sector de los viajes, pero no son ni mucho menos las únicas ni las principales partes, ya que, por regla general, las administraciones son un método y no un fin: el fin es el ejercicio del turista. (Boullon, citado por Anguiano, 2015). Los viajeros se desplazan y obtienen estas administraciones no exclusivamente para cubrir sus necesidades fundamentales, sin embargo su inspiración genuina es tener la opción de realizar ejercicios diferentes (Figura 6).

Figura 6

Sistema turístico de Boullón



Fuente. Boullón (citado por Anguiano, 2015)

Propone cuatro tipos de interés: genuino, auténtico, futuro y potencial. La oferta viajera, alude a la asistencia propuesta al comprador, supeditada a factores persuasivos, por ejemplo, el afán de pagar por ella, el tipo de administración; con esto infiere que la oferta vacacional está incorporada por las administraciones dadas por los componentes de la planta vacacional y por algunas mercancías no viajeras, que son promovidas a través del marco viajero, en vista de que eventualmente el que califica el tipo de un decente es el marco útil y no el tipo de comprador (Boullon, citado por Anguiano, 2015). (Boullon, citado por Anguiano, 2015).

Aludiendo al ciclo de ofertas, es importante aclarar que el viajero se mueve siguiendo la proposición, donde además se promueven administraciones y productos inequívocos que se inician desde diferentes áreas. Esta interacción refleja el logro con respecto a la proposición del vacacionista de llegar al mercado supeditado a los costes propuestos para evitar que el

comprador elija otro lugar con otro artículo a menor coste. Con respecto al artículo de la industria de viajes, esto se enmarca en los componentes de la proposición:

Las administraciones coordinan sin duda el sector de los viajes, pero no son ni mucho menos las únicas ni las principales partes, ya que, por regla general, las administraciones son un método y no un fin: el fin es el ejercicio del turista. (Boullon, citado por Anguiano, 2015). Los viajeros se desplazan y obtienen estas administraciones no exclusivamente para cubrir sus necesidades fundamentales, sin embargo, su inspiración genuina es tener la opción de realizar ejercicios diferentes (Figura 6).

En cuanto a las empresas privadas, han sido creadas para salvaguardar sus ventajas específicas y están relacionadas con las administraciones que se ofrecen, como es el caso de la relación entre hoteleros, restauradores, planificadores de viajes, acompañantes locales y transporte. La capacidad fundamental de la superestructura es regular la forma más común de vender el artículo vacacional y depende de ellos para garantizar que se completa de una manera planificada y con respecto a las normas establecidas.

Cada uno de los componentes descritos anteriormente son importantes para el patrimonio vacacional que tiene como componentes la acción del viajero, la planta vacacional, la fundación y la superestructura vacacional. Estos componentes se utilizan para completar los juicios para una organización satisfactoria de la industria de viajes, que debe desglosarse deliberadamente sin dejar ninguno de ellos de lado, ya que la falta de cualquiera de ellos influiría en una preparación suficiente del legado de la industria de viajes (Boullon, citado por Anguiano, 2015). Cabe destacar que el destino vacacional es la sustancia natural de la acción, la planta es la parte de creación, el marco es el regalo que complementa el marco y la superestructura es la que complementa a nivel autoritario y suministra RRHH para trabajar el marco. Por eso cooperan en función unos de otros. Esta multitud de componentes nos da una estructura de creación satisfactoria para el área.

2.1.2. Bases teóricas de desarrollo local

Teoría del desarrollo. Las primeras preocupaciones de los economistas clásicos se dirigieron precisamente hacia el problema del crecimiento económico. El modelo elaborado por Adam Smith y desarrollado por Malthus tenía un substrato esencialmente agrarista. Mientras hubo tierras libres, la humanidad pudo crecer sin ningún límite (Valencia, 2018).

La sobreabundancia de población tenía un curso de salida en la migración y en la liberación de nuevas tierras. Todas las personas podían, en consecuencia, conseguir con su trabajo un artículo adecuado para sus medios y para el mantenimiento de sus familias (Valencia, 2018).

Sea como fuere, cuando todos y cada uno de los prolíficos terrenos se vieron involucrados, la interacción del desarrollo comenzó a mostrar sus impedimentos. A medida que la cantidad de pioneros seguía expandiéndose, los nuevos terrenos hortícolas requerían más esfuerzo y daban menos artículos. La mejor tierra necesaria para atender a una población en desarrollo, y la medida más prominente de trabajo aplicada a ella no produjo casi nada en el método de creación. Al final, cuando la tierra se convirtió en una variable restrictiva, el patrón de pérdidas constantes empezó a actuar y la eficiencia del trabajo empezó a disminuir.

Esta disminución de la eficiencia del trabajo provoca una marca de armonía en la que las personas pueden obtener lo esencial de su recurso. Suponiendo que se haga un esfuerzo por sobrepasar ese punto, suponiendo que la gente siga replicándose, la subsiguiente población de abundancia morirá de hambre, enfermedad y guerra. Este estado fijo es al que tienden todos los órdenes sociales, el punto final imprevisible de cualquier curso de desarrollo financiero (Valencia, 2018).

Significado del avance. Giro cercano de los acontecimientos, es un curso de giro fundamental de los acontecimientos, que une el aspecto regional, personajes o aspecto social, aspecto político y aspecto financiero. Es una garantía a la democratización de las regiones, al

giro manejable y justo, reconsiderando la capacidad del dominio y sociedad vecinal (Monge, 2016). Significado de la mejora de la vecindad. El mejoramiento barrial es un proceso de avance indispensable, que consolida el aspecto regional, el aspecto personal o social, el aspecto político y el aspecto financiero. Es una garantía a la democratización de las regiones, a la mejora práctica e imparcial reexaminando la capacidad del dominio y de la sociedad cercana (Monge, 2016).

Hipótesis de mejora. Las principales preocupaciones de los analistas empresariales tradicionales se coordinaban inequívocamente hacia la cuestión del desarrollo monetario. El modelo expuesto por Adam Smith y creado por Malthus tenía un sustrato básicamente agrario. Mientras hubiera tierra libre, la humanidad podría desarrollarse con la siguiente en la medida de lo posible (Valencia, 2018).

La población en abundancia tenía un curso de salida en el reasentamiento y en la obtención libre de nuevas tierras. Todas las personas podían así conseguir con su trabajo un artículo adecuado para sus medios y para el mantenimiento de sus familias (Valencia, 2018).

En cualquier caso, cuando todos los ricos terrenos se vieron involucrados, el ciclo de desarrollo comenzó a mostrar sus limitaciones. A medida que la cantidad de peregrinos seguía aumentando, los nuevos terrenos agrarios requerían más esfuerzo y daban menos artículos. La mejor tierra necesitaba atender a una población en desarrollo, y la mayor medida de trabajo que se le aplicaba no producía casi nada en el método de creación. Así, cuando la tierra se convirtió en un elemento restrictivo, comenzó a actuar el patrón de pérdidas constantes y predecibles y la eficiencia del trabajo empezó a disminuir.

Esta disminución de la eficiencia del trabajo provoca un lugar de equilibrio en el que las personas pueden obtener lo que es vital para sus medios. Suponiendo que se haga un esfuerzo por superar ese punto, suponiendo que la gente siga recreándose, la subsiguiente población en abundancia morirá por inanición, infección y guerra. Este estado fijo es al que

tienden todos los órdenes sociales, el punto final imprevisible de cualquier curso de desarrollo financiero (Valencia, 2018).

Significado del avance. Giro cercano, es un curso de giro indispensable, que une el aspecto regional, personalidades o aspecto social, aspecto político y aspecto monetario. Es una garantía a la democratización de las regiones, a los acontecimientos viables y justos, reevaluando la capacidad del dominio y de la sociedad próxima (Monge, 2016). Significado de la mejora de barrios. La mejora de la vecindad es un proceso básico del adelanto, que consolida el aspecto regional, los caracteres o el aspecto social, el aspecto político y el aspecto financiero. Es una garantía a la democratización de regiones, a la mejora manejable e imparcial reconsiderando la capacidad del dominio y de la sociedad próxima (Monge, 2016).

La mejora del entorno es un conjunto de elementos políticos, institucionales, monetarios y sociales que persiguen de forma organizada la consecución de las motivaciones normales de prosperidad, concurrencia y satisfacción personal de todos los colectivos localizados en un determinado territorio" (Mattar y Cuervo, 2017).

Ciclo de cambio del arreglo financiero y socio-útil de una región, encaminado a elevar y trabajar en la satisfacción personal de sus ocupantes y que además de dar desarrollo monetario y útil incluye trabajar en los estados sociales del distrito y sus ocupantes, por ejemplo trabajar en administraciones abiertas, instrucción, bienestar, entre otros; a esta última opción se le alude como giro financiero y social (Linares, 2018).

Región cercana. Dominio es una idea que ha sido esencial para el corpus hipotético en los diferentes flujos de la idea geográfica, ya sea como componente de la geología actual, la pretendida hipótesis del examen territorial o la geología básica, por especificar sólo una porción de las vertientes de información que han surgido en esta disciplina. Desde sus inicios; en topografía, como en distintas disciplinas, el razonamiento decisivo no se ha descrito por su unicidad, sino por la variedad en sus formas de razonar y descifrar, sobre todo en los tiempos

actuales, en los que la grandeza de las ocasiones es más imprevisible, por lo que en la idea topográfica bien puede verse que como "no ha habido una geología solitaria sino un cuerpo celeste de información geológica, es decir, una mayoría y variedad de consideraciones" (Mattar y Cuervo, 2017).

El dominio, es una variable financiera crítica en los procesos de avance vecinal, que tiene el rasgo solitario de ser al mismo tiempo ayuda real y animador crucial de estos. Este artículo hace una evaluación básica concisa de una parte de los compromisos, en el campo de las ciencias monetarias, comparables al elemento regional de mejora y presenta la importancia en desarrollo de un enfoque transdisciplinario en los exámenes sobre este punto (Mattar y Cuervo, 2017).

Cultura de proximidad. La cultura de proximidad es un término utilizado en los estudios actuales de topografía y ciencias sociales. Alude a los tipos de cultura realizados y coordinados en las culturas actuales por la población en general para su deleite no adulterado. Este tipo de cultura suele tener una premisa desinteresada e intencionada y nunca está apoyada por el Estado (Quintero, 2020).

La idea de cultura pública es complicada e intrigante, teniendo la opción de relacionarse no exclusivamente con partes políticas sino además sociales, sociales, verificables y antropológicas de un área local. La cuestión de la cultura pública tiene que ver con la creación de una personalidad y un sentimiento de tener un lugar que une a todos los individuos de un público general a la vista de imágenes específicas o componentes efectivamente conspicuos (Quintero, 2020).

Significado de la cultura cercana. No se puede subrayar adecuadamente la importancia de la cultura, ya que es algo que está dentro de nosotros, nos engloba y es una pieza vital de nuestro ser. Caracteriza la forma en que tratamos a los demás y a nosotros mismos. En casi todos los aspectos de la vida, percibir las diferencias sociales es significativo. Los pensamientos

imbuidos en el cerebro influyen en la manera en que vemos a las personas y en cómo respondemos a circunstancias concretas. Los estudios han demostrado que la cultura influye en la forma en que nuestros cerebros ciclan los datos y responden a los estímulos. Esta es otra de las motivaciones por las que es tan significativa (Quintero, 2020).

Componentes fundamentales. Son los siguientes (Word reference of Ideas, 2022).

Valores. Son normas que determinan lo que es útil en un público en general. Estas cualidades guían la forma de comportarse de las personas en una cultura determinada y son la premisa de las normas.

Normas y autorizaciones. Son las normas por las que se representan los órdenes sociales, ya sea de forma inequívoca (legítima), por convención o de forma abstracta. Hay muchos tipos de normas (como las legítimas, las estrictas o las morales) y, por lo general, su resistencia es una justificación detrás de la aprobación.

Convicciones. Es el conjunto de pensamientos que comparten los individuos de una cultura sobre las personas, sus motivaciones y el universo. Estas convicciones suelen guiar las actividades de las personas.

Imágenes. Son insignias, estructuras o signos que tienen importancia dentro de una cultura y que abordan su modelo de vida, sus convicciones, sus tradiciones y su costumbre hereditaria.

Lengua. Código común que permite a las personas transmitirse a través del discurso, el cuerpo o la composición.

Innovación. La información aplicada en una disciplina para seguir desarrollando métodos o la creación de labores y productos. Las extraordinarias insurgencias innovadoras han logrado cambios sociales significativos (Word reference of Ideas, 2022).

Indicaciones sociales. Cada grupo de personas o individuos tiene su propia indicación folclórica. Esta unión o mestizaje social está disponible en todas las apariencias de nuestra

forma de vida. Los indicios sociales son las articulaciones o resultados de un entramado social que reflejan las convicciones y vertientes esenciales de sus individuos (Quintero, 2020).

Estrategia vecinal. Son las acciones y actividades ejecutadas por el gobierno de proximidad según las órdenes y normas del gobierno focal y relacionadas con el gobierno territorial para producir el avance vecinal, apoyar el interés residente y un sistema basado en el voto, y dar la mejor cantidad concebible de satisfacción agregada e individual a los ocupantes del barrio (respecto a la última opción, por ejemplo a raíz de atender y proveer las necesidades agregadas, haciendo así lo propio con los requerimientos individuales (Linares, 2018).

Economía de barrio. La economía de barrio es todo el trabajo realizado por un área local para construir una economía que depende de artículos cercanos. Este aprovechamiento cercano se compromete, de manera más importante, en el espacio de la alimentación y se considera como otra fuente financiera que ha cambiado el intercambio y la conducta de los compradores (Hernández, 2022).

Importancia de la economía de proximidad. La economía de proximidad es un desarrollo que se ha llenado últimamente y progresivamente tiene más pertinencia y fuerza en todo el mundo. Ya que las relaciones directas entre el cliente y el fabricante generan más confianza y cercanía, así como una mayor rectitud y control de calidad en los artículos.

Además, fortalece la personalidad socio-social de lo que se considera propio de una zona local y la hace más independiente. Asimismo, al avanzar la agroalimentación, el clima se hace más considerado y el mercado resulta más fluctuante, rico y variado (Hernández, 2022).

En cada territorio existen núcleos financieros clave que deben consolidarse como fuentes de abundancia para los dominios y, en la misma medida, "arrastrar" a sus elementos a otras áreas emergentes. Como tal, se trata de impulsar o reforzar ejercicios monetarios beneficiosos y prácticos que creen remuneración y fuentes de trabajo para la población. Dotar de capacidades a los colectivos y áreas más débiles tiene resultados en la lucha contra la

indigencia, siempre que se sitúen en un entorno en el que la región les extienda nuevas oportunidades de empleo y puertas abiertas monetarias (Gómez, 2022).

2.2. Marco legal

• **Constitución Política del Perú**

Según el inciso 22 - Artículo 2° señala que, toda persona tiene derecho a la paz, a la tranquilidad, al disfrute del tiempo libre y al descanso, así como a gozar de un ambiente equilibrado y adecuado para el desarrollo de su vida.

Según el Artículo 66°; se señala que, los recursos naturales, renovables y no renovables, son patrimonio de la Nación. El Estado es soberano en su aprovechamiento. Por ley orgánica se fijan las condiciones de su utilización y de su otorgamiento a particulares. La concesión otorga a su titular un derecho real, sujeto a dicha norma legal.

Según el Artículo 67°, se señala que, el Estado determina la política nacional del ambiente. Promueve el uso sostenible de sus recursos naturales.

Según el Artículo 195° se señala que, los gobiernos locales promueven el desarrollo y la economía local, y la prestación de los servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales de desarrollo.

• **Ley N°26821, Ley Orgánica Para El Aprovechamiento Sostenible De Los Recursos Naturales**

La presente Ley Orgánica tiene como objetivo promover y regular el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, renovables y no renovables, estableciendo un marco adecuado para el fomento a la inversión, procurando un equilibrio dinámico entre el crecimiento económico, la conservación de los recursos naturales y del ambiente y el desarrollo integral de la persona humana.

Según el Artículo 2°; el objetivo es promover y regular el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, renovables y no renovables, estableciendo un marco adecuado

para el fomento a la inversión, procurando dinamismo entre el crecimiento económico, la conservación de los recursos naturales y del ambiente y el desarrollo integral de la persona humana.

- **Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.**

Título V, Capítulo I, Artículo 73° Numeral 3, Inciso 3.3 La presente Ley menciona que las municipalidades participan en materia de protección y conservación del ambiente, el Título V, Capítulo I, Artículo 73°, Inciso 4.5. La presente Ley menciona que las municipalidades deben fomentar un turismo a nivel local de manera sostenible, dotar de los recursos necesarios para que este turismo beneficie a la población local y a su vez conserve el medio natural.

- **Ley N°28611, Ley General del Ambiente**

El Artículo I, señala que, toda persona tiene el derecho irrenunciable a vivir en un ambiente saludable, equilibrado y adecuado para el pleno desarrollo de la vida, y el deber de contribuir a una efectiva gestión ambiental y de proteger el ambiente, así como sus componentes, asegurando, particularmente, la salud de las personas en forma individual y colectiva, la conservación de la diversidad biológica, el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y desarrollo del país.

El Artículo V; señala que, la gestión del ambiente y de sus componentes, así como el ejercicio y la protección de los derechos que establece la presente Ley, se sustentan en la integración equilibrada de los aspectos sociales, ambientales y económicos del desarrollo nacional, así como en la satisfacción de las necesidades de las actuales y futuras generaciones.

El Artículo VI, señala que, la gestión ambiental previene, vigila y evita la degradación ambiental; eliminar las causas que la generan, mitiga y recupera, restaura o eventual compensación, que correspondan. Ley N°26842, Ley General de Salud

Según el Artículo 103° - Capítulo VIII – Título Segundo de la Ley General de Salud dice que, la protección del ambiente es responsabilidad del Estado y de las personas naturales y jurídicas, los que tienen la obligación de mantenerlo dentro de los estándares que, para preservar la salud de las personas, establece la Autoridad de Salud competente.

- **Ley N°29408, Ley General de Turismo**

Según el Artículo 2° - Título I, de la Ley General de Turismo N°28408, promueve, incentiva y regula el desarrollo sostenible del turismo. Lo hace en los tres niveles de gobierno. Su aplicación es obligatoria en los tres (3) niveles de gobierno: nacional, regional y local, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector. La actividad artesanal, como parte del turismo, se rige por los principios contenidos en la presente ley y por las disposiciones legales especiales pertinentes a esta actividad.

- **Ley N°27867. Ley Orgánica De Gobiernos Regionales**

Según el Artículo 4° - Título I de la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales Finalidad, Los gobiernos regionales tienen por finalidad esencial fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública y privada y el empleo y garantizar el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de 61 oportunidades de sus habitantes, de acuerdo con los planes y programas nacionales, regionales y locales de desarrollo. Según el Artículo 63°, Capítulo II, Título IV, de la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales Funciones en materia de turismo

- Formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar las políticas en materia de desarrollo de la actividad turística regional, en concordancia con la política general del gobierno y los planes sectoriales.
- Formular concertadamente, aprobar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo turístico de la región.
- Aprobar directivas relacionadas con la actividad turística, así como criterios técnicos que aseguren el cumplimiento de objetivos y metas.
- Promover el desarrollo turístico mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales.
- Calificar a los prestadores de servicios turísticos de la región, de acuerdo con las normas legales correspondientes.
- Coordinar, con los gobiernos locales, las acciones en materia de turismo de alcance regional.
- Llevar y mantener actualizados los directorios de prestadores de servicios turísticos, calendarios de eventos y el inventario de recursos turísticos, en el ámbito regional, de acuerdo a la metodología establecida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).
- Identificar posibilidades de inversión y zonas de interés turístico en la región, así como promover la participación de los inversionistas interesados en proyectos turísticos.
- Proponer y declarar zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.
- Disponer facilidades y medidas de seguridad a los turistas, así como ejecutar campañas regionales de protección al turista y difusión de conciencia turística, en coordinación con otros organismos públicos y privados.

- Verificar el cumplimiento de las normas de medio ambiente y preservación de recursos naturales de la región, relacionadas con la actividad turística.
- Declarar eventos de interés turístico regional.
- Supervisar la correcta aplicación de las normas legales relacionadas con la actividad turística y el cumplimiento de los estándares exigidos a los prestadores de servicios turísticos de la región, así como aplicar las correspondientes sanciones en caso de incumplimiento, de conformidad con la normatividad vigente.
- Suscribir contratos, convenios o acuerdos de cooperación interinstitucional con entidades públicas o privadas.
- Promover la formación y capacitación del personal que participa en la actividad turística.
- Fomentar la organización y formalización de las actividades turísticas de la región.
- Organizar y conducir las actividades de promoción turística de la región en coordinación con las organizaciones de la actividad turística y los gobiernos locales.

2.3. Diccionario de términos básicos

Atractivo turístico

Es el bien del viajero al que la acción humana ha consolidado oficinas, equipos y administraciones, aumentando el valor del mismo (Reglamento n° 29408 - Reglamento general del sector de los viajes).

Demanda turística

En la industria de viajes, conjunto de mano de obra y productos que los vacacionistas comprarán en un lugar (Marrero, 2016).

Producto turístico

La consecuencia de una progresión de combinaciones de servicios prestados por organizaciones con experiencia práctica en atender las necesidades de los viajeros desde el

momento en que parten hasta que regresan. Estas administraciones se convierten en artículos en el momento en que se consumen realmente (Marrero, 2016).

Recurso turístico

Articulaciones de la naturaleza, riquezas arqueológicas, materiales e irrelevantes articulaciones verificables de increíble costumbre y estima que comprenden la premisa del artículo de la industria de viajes. Los bienes de la industria de viajes se inscriben en el Inventario Público de Bienes de la Industria de Viajes (Reglamento N°29408 - Reglamento General de la Industria de Viajes, Extensión 2 Glosario, punto 7).

Servicios turísticos

Son las administraciones que se dan a las personas que desean participar en el sector de los viajes (huéspedes). Pueden ser de dos tipos: privadas y públicas (MEF, 2018).

Turista

Cualquier individuo que va a un lugar distinto de su clima habitual y cuya motivación principal para salir no es practicar una acción lucrativa en el lugar visitado. Los huéspedes son esenciales para la población afectada por un problema que un proyecto de especulación pública, en el ámbito de la industria turística, trata de resolver (MEF, 2018).

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Tipo

Según la intervención del investigador, la investigación fue Observacional. Hernández (2014), señaló que, no existe intervención del investigador; los datos reflejan la evolución natural de los eventos, ajena a la voluntad del investigador.

Porque el investigador no tuvo intervención, los datos que se recogieron en campo se tomaron en su desarrollo natural de los eventos, se trasladó al distrito Lunahuaná, provincia de Cañete; donde se propuso un modelo Ecoturístico, para incrementar el flujo turístico.

Según el número de ocasiones que se mide la variable, fue Transversal. Hernández (2014), señaló que, todas las variables son medidas en una sola ocasión; por ello de realizar comparaciones, se trata de muestras independientes.

Porque las variables ecoturismo y desarrollo local, su medición se dieron en una sola ocasión (temporalidad: fecha que se recoge información en campo), esto permitió hacer las comparaciones de las muestras en forma independiente.

3.1.2. Nivel

El Nivel de investigación fue Descriptiva. Hernández (2014), señaló que, los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Fue descriptivo, porque definió las características, dimensiones e indicadores de las variables ecoturístico y desarrollo local en el distrito de Lunahuaná, provincia Cañete.

De otro lado fue de nivel Explicativa. Hernández (2014), señaló que, la investigación explicativa se concentra en identificar las causas que generan un fenómeno o hecho específico además de su descripción y exploración particular.

Está estrechamente vinculada con la investigación descriptiva, aunque aporta información adicional en relación al objeto observado y sus interacciones con el entorno.

Explicó mediante la variable independiente el ecoturismo, que se convirtió en las causas del problema; y sus impactos o consecuencias, se vieron reflejados en el desarrollo local del distrito de Lunahuaná.

3.2. Ámbito temporal y espacial

3.2.1. *Ámbito temporal*

Se desarrolló entre 2022-2023

3.2.2. *Ámbito espacial*

Departamento = Lima

Provincia = Cañete

Distrito = Lunahuaná

3.3. Variables

3.3.1. *Variable independiente*

Juni y Urbano (2014), señala que, es el factor que el investigador usa en un estudio para describir, predecir y explicar otro al que se le conoce como variable dependiente.

La variable independiente es: $V(x) = \text{Ecoturismo}$

Definición conceptual. El ecoturismo es una modalidad de viaje responsable con el medio ambiente, que en los últimos años ha tomado auge por ser una forma de turismo naturalista que promueve que la población receptora obtenga ingresos económicos durante el proceso y al mismo tiempo estimula el cuidado de los espacios ambientales y el mejoramiento de calidad de vida de los vinculados (Esparza y Barrantes, 2020).

Definición operacional. La medición de la variable acondicionamiento ecoturístico será medida con la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) a Lunahuaná, que incluyen ítems relacionados con el diagnóstico situacional, oferta y demanda, satisfacción de visitantes y modelo de ecoturismo; y, se calificarán los indicadores mediante la escala de Likert, de 4

puntos que va desde insatisfecho (1), poco satisfecho (2), satisfecho (3) y muy satisfecho (4); la puntuación que suma la máxima determinará el alto nivel de satisfacción del visitante y la puntuación baja su inverso.

3.3.2. *Variable dependiente*

Juni y Urbano (2014), señala que, es aquello que el investigador está interesado en conocer.

La variable dependiente es: $V(y) = \text{Desarrollo local}$

Definición conceptual. El desarrollo local es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local (Carbajal, 2018).

Definición operacional. La medición de la variable plan será medida con la encuesta aplicada a las autoridades locales, que incluyen ítems relacionados con el territorio, la cultura, la política y económica; y, se calificarán los indicadores mediante la escala de Likert, de 4 puntos que va desde no se cuenta (1), se cuenta en proyecto (2), se viene implementando (3), ya se implementó (4); la puntuación que suma la máxima determinará el alto nivel implementación del plan y la puntuación baja su inverso.

3.3.3. *Operacionalización de variables*

Es un proceso que descompone las variables que forman parte del problema de investigación, que va desde lo general a lo específico; es decir, que las variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas en indicadores, índices e ítems (Moreno, 2013). En este sentido se operacionalizan las variables Ecoturismo y Desarrollo Local (Tablas 2 y 3).

Tabla 2

Operacionalización de la variable Ecoturismo $V(x)$

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Metodología
V(x): ECOTURISMO	El ecoturismo es una modalidad de viaje responsable con el medio ambiente, que en los últimos años ha tomado auge por ser una forma de turismo naturalista que promueve que la población receptora obtenga ingresos económicos durante el proceso y al mismo tiempo estimula el cuidado de los espacios ambientales y el mejoramiento de calidad de vida de los vinculados (Esparza y Barrantes, 2020).	La medición de la variable acondicionamiento ecoturístico será medida con la encuesta aplicada a los visitantes (turistas) a Lunahuaná, que incluyen ítems relacionados con el diagnóstico situacional, oferta y demanda, satisfacción de visitantes y modelo de ecoturismo; y, se calificarán los indicadores mediante la escala de Likert, de 4 puntos que va desde insatisfecho (1), poco satisfecho (2), satisfecho (3) y muy satisfecho (4); la puntuación que suma la máxima determinará el alto nivel de satisfacción del visitante y la puntuación baja su inverso.	Diagnóstico del turismo	Atractivos	Técnica Encuesta Documental Observacional
				Superestructura	
				Equipamiento e instalaciones	
				Comunidad receptora	
			Oferta turística	Infraestructura	Instrumentos Cuestionario Ficha de notas documentales Fichas de observación
Operadores turísticos					
Transporte					
Productos turísticos					
Satisfacción del visitante	Agencias de viajes	Escenario de estudio Distrito de Lunahuaná-Cañete			
	Servicios turísticos				
	Sobre el propósito del viaje				
	Tiempo de viajes al año				
Medios de comunicación	Medios utilizados en su viaje	Participantes Visitantes a Lunahuaná (Turistas).			
	Categoría de hoteles que utiliza				
	Gastos que realizará en su viaje				
	Internet				
	Eventos turísticos				
Medios de comunicación	Redes sociales	Población y muestra $n = Z_{\alpha}^2 \cdot x \cdot p \cdot q / d^2$ n =384 Visitantes (Turistas)			
	Revistas y periódicos				
	Radio o televisión				

Tabla 3

Operacionalización de la variable Desarrollo Local V(y)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Metodología
V(y): DESARROLLO LOCAL	El desarrollo local es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local (Carbajal, 2018).	La medición de la variable plan será medida con la encuesta aplicada a las autoridades locales, que incluyen ítems relacionados con el territorio, la cultura, la política y económica; y, se calificarán los indicadores mediante la escala de Likert, de 4 puntos que va desde no se cuenta (1), se cuenta en proyecto (2), se viene implementando (3), ya se implementó (4); la puntuación que suma la máxima determinará el alto nivel implementación del plan y la puntuación baja su inverso.	Dimensión Territorial	Ordenamiento	Técnica Encuesta - Documental Observacional Instrumentos Cuestionario - Ficha de notas documentales Fichas de observación Escenario de estudio Funcionarios con cargos de la Municipalidad del distrito Lunahuaná- Cañete. Participantes Funcionarios con cargos directivos de la Municipalidad del distrito Lunahuaná- Cañete. Población y muestra (Censal) P= 20 Muestra censal (P=n) n=20
				Organización	
				Gestión	
				Acondicionamiento	
			Regulación		
			Dimensión Socio-cultural	Manifestaciones	
				Creencias y símbolo	
				Lenguaje	
				Valores	
			Dimensión política	Normas y sanciones	
				Estado y gobierno	
				Gobernanza	
Instituciones Publicas					
Dimensión económica	Población organizada				
	La empresa				
	Servicios básicos				
	Empleo				
				Vocación productiva	
				Estabilidad política	
				Recursos naturales	

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población para medir la variable ecoturismo, fueron los visitantes (turistas), cuyo número de visitas al distrito Lunahuaná se desconoce; y, para medir la variable desarrollo local, estuvieron definidos por 20 funcionarios, con cargos directivos, que laboran en la municipalidad del distrito Lunahuaná, durante los meses de julio a setiembre de 2022.

3.4.2. Muestra

Muestra para los visitantes (turistas). Al no conocerse el dato del número de turistas que visitaron el distrito Lunahuaná, se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q / d^2$$

Donde:

$Z_{\alpha/2} = 1.962$ (ya que la seguridad es del 95%)

$p =$ proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

$q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

$d =$ precisión (en este caso deseamos un 5% = 0.05)

$$n = (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 / (0.05)^2$$

$$n = 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5 / 0.0025$$

$$n = 384.16 \text{ visitantes a distrito Lunahuaná.}$$

Siendo 384 visitantes (turistas), las que se encuestaron de forma diferida entre horas y días de la semana, durante los meses de julio a setiembre de 2022.

Criterio de inclusión. Visitantes (Turistas), entre 20 a 80 años

Criterios de exclusión. Visitantes (Turistas), menores de edad.

Muestra para los funcionarios con cargos directivos de la Municipalidad de Lunahuaná. Se determinó mediante el muestreo censal; Juni y Urbano (2014), señalaron que, la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra.

De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra.

En este aspecto, la muestra se consideró censal, pues se seleccionaron el 100% de la población al considerarse un número manejable de sujetos. En consecuencia, fueron 20 funcionarios con cargos directivos de la municipalidad Lunahuaná.

$$P = n$$

$$n = 20 \text{ funcionarios con cargos directivos}$$

3.4.3. *Muestreo*

Para la selección de las autoridades se utilizó el muestreo censal-intencional; sobre el particular; se consideró a los 20 funcionarios con cargos directivos que laboran en la municipalidad de Lunahuaná. Y para los visitantes, se utilizó el muestreo simple aleatorio, donde cada visitante (Turista), tuvo una probabilidad igual de ser seleccionado para el estudio; es decir se tomó al azar.

3.5. **Instrumentos**

3.5.1. *Técnica*

Definición. Juni y Urbano (2014), consideraron que, “es un conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir los datos”. Para la investigación, las técnicas que serán utilizadas serán las siguientes:

La encuesta. Juni y Urbano (2014), señalaron que, “son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas”. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. La encuesta fue aplicada a 384 visitantes (turistas) al distrito Lunahuaná, de la provincia Cañete-Lima, y a los 20 funcionarios con cargos directivos, que laboran en la municipalidad del referido distrito, quienes se convirtieron en las unidades de análisis.

Observación. Es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la investigación (Supo, 2014).

Se utilizó esta técnica, cuyo propósito fue ver in-situ el comportamiento del fenómeno y se levantaron datos en su contexto natural, sin manipular las variables, en el caso la unidad de análisis fueron los visitantes (turistas), quienes proporcionaron información respecto al tema del ecoturismo y para la variable desarrollo local, fueron funcionarios con cargos directivos de la municipalidad del distrito Lunahuaná.

Documental. Consistió en la revisión de material bibliográfico existente, con respecto a las variables y dimensiones del estudio. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información.

Es un proceso mediante la cual se recopilan datos importantes que ayudaron a comprobar las hipótesis; es decir, fuentes que conservaron y transmitieron por medio físicos, eventos y hechos. Es una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades usando para ello diferentes tipos de documentos (Garay, 2020).

3.5.2. Instrumentos

El cuestionario. Permite recolectar información y datos para su tabulación, clasificación, descripción y análisis en un estudio o investigación. El Cuestionario es "un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve". En su construcción pueden considerarse preguntas cerradas, abiertas o mixtas (Garay, 2020).

Se utilizó el cuestionario que estuvo determinada por preguntas por cada variable y definida por los ítems, que se aplicó a la muestra de los 384 visitantes (turistas) a Lunahuaná y 20 funcionarios con cargos directivos de la Municipalidad del distrito.

Fichas de Observación. Una ficha de observación, es un instrumento de recolección de datos, referido a un objetivo específico, en el que se determinan variables específicas. Una ficha de observación es un documento que intenta obtener la mayor información de algo, (sujeto) observándolo (Garay, 2020).

Se utilizaron estas fichas en campo, donde se recopiló información y a temas vinculantes con el fenómeno, de manera preventiva a que esta pudiera quedar en el olvido y que debiera ser recogida dentro del trabajo operativo en campo.

Fichas de notas documentales de campo. Es un objeto primordial que queremos avanzar en la investigación en las misiones del juego. La información importante se registra automáticamente en la libreta: los objetivos del caso, los posibles implicados, las nuevas pistas y los nuevos lugares. Toda la información que descubra y que sea relevante para el caso se registra automáticamente en el cuaderno (Supo y Caveró, 2014).

En relación a la técnica del fichaje o de notas, Supo y Caveró (2014), señalaron que, el fichaje de notas documentales, es un instrumento auxiliar de todas las demás empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.

Para la investigación se utilizarán las siguientes fichas documentales o notas:

Ficha de resumen. Se resumieron información relacionada a las variables ecoturismo y desarrollo local, que fue recogida de documentos, estadísticas, registros, como libros, estudios, tesis, revistas, diarios y otras fuentes primarias y secundarias.

Ficha de síntesis. Contuvo información sintética de las variables y dimensiones, que fueron relevantes de un libro completo o un apartado de este, revista u otra fuente primaria o secundaria.

Ficha de citas o textual. Se recogió afirmación textual, de las citas, en las que se consignaron nombres de autor y/o autores, fecha de publicación, página de consulta, edición o volumen, editorial, lugar donde se publicó libro, revista u otros.

Fichas personales o de comentario. Este tipo de fichas, se consignaron las ideas relevantes y que sean ocurrencias durante el proceso investigativo y que se quiso conservar, evitando caer en el olvido.

Mecánicos. Fueron los siguientes.

Cámara fotográfica. Con este dispositivo se capturó imágenes en fotos, de los atractivos ecoturísticos del distrito Lunahuaná; así como, de eventos que se dieron in-situ, como la encuesta a los visitantes y funcionarios.

Sistema de Posicionamiento Global (GPS). Con el GPS se levantó información sobre el posicionamiento y localización matemática en coordenadas UTM y geográficas de los diferentes puntos visitados; así como, las distancias y la elaboración de mapas en escala.

3.5.3. Validación y confiabilidad del instrumento

Validez del instrumento. En el trabajo investigativo, se dio validez de los instrumentos, siendo mediante el juicio de expertos; es decir, 3 profesionales expertos en el tema de ecoturismo y desarrollo local.

Para la validez del instrumento, se tuvo en cuenta la validez del contenido, que se llevó a cabo con los datos que se consignaron en una tabla de evaluación de los expertos. Así como del método de promedio (Tabla 4).

Se hizo de acuerdo a criterios de valoración de los ítems del instrumento (Cuestionario de la encuesta), por cada indicador (ítems del cuestionario), luego se aplicó de acuerdo con los criterios de claridad, objetividad, pertinencia, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia y metodología. Los resultados fueron los siguientes (Tabla 5).

Tabla 4*Validez de contenido por indicador*

Criterios/ Validadores	E1 (%)	E2 (%)	E3 (%)	Suma (S%)
Claridad	10	10	10	30
Objetividad	10	10	10	30
Pertinencia	7	10	7	24
Actualidad	7	8	10	25
Organización	9	4	9	22
Suficiencia	6	5	7	18
Intencionalidad	6	6	9	21
Consistencia	10	9	10	29
Coherencia	10	10	10	30
Metodología	5	8	8	21
Total	80%	83%	90%	-

Nota: Valoración (Malo: (M) 10-50%; Bueno: (B) 51-80%; Muy Bueno (MB) 81-100%)

Interpretación. En la tabla se puede apreciar cómo se manifestaron los 3 profesionales expertos que validaron la encuesta; y, que fuera aplicada a los turistas al distrito Lunahuaná; el primer juez consideró un puntaje óptimo del 10% a los criterios de claridad, objetividad, consistencia y coherencia; sumando un total de 80% posicionándolo dentro de la categoría de Bueno (B); el segundo validador considero un puntaje óptimo del 10%, a los criterios de claridad, objetividad y coherencia y un puntaje mínimo del 4% al criterio de organización; habiendo sumado el 75% del total de los criterios, estando en la categoría de Bueno (B); el segundo juez consideró que los criterios de claridad , objetividad, pertinencia y coherencia los calificaría con el máximo porcentaje que fue de 10%; y en total sumó 83%, estando dentro de la categoría de Muy Bueno (MB), el último juez sumó el 90%, posicionándolo en la categoría de Muy Bueno (MB), calificando con 10% a los criterios de claridad, objetividad, consistencia y coherencia. En consecuencia, con estos resultados, la encuesta es validada, siendo aplicada a los 384 turistas y 20 funcionarios municipales.

Confiabilidad. Supo (2020), señaló que, “es medir de forma reiterativa y en tiempos distintos un instrumento a una persona con el fin de encontrar la estabilidad del instrumento”. Existen diferentes procedimientos para ello y la más usado es el Alfa de Cronbach, donde su medición está entre 0 y 1; donde 0 determina nula confiabilidad y 1 una alta confiabilidad.

La medición de la confiabilidad de los ítems, se usó el Alfa de Cronbach, para validar la confiabilidad del instrumento que se aplicó; y, se realizó a partir de las correlaciones de los ítems; donde el Coeficiente (α), viene definido por el cociente del número de ítems (K), entre este mismo, menos uno (-1), multiplicado por el uno menos el cociente de la Sumatoria de Varianzas de los Ítems al cuadrado ($\sum \sigma_{Y_i}^2$), entre la Varianza de la suma de los Ítems (σ_X^2).

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Donde:

K = Número de ítems en la escala.

$\sigma_{Y_i}^2$ = Varianza del ítem i.

σ_X^2 = Varianza de las puntuaciones observadas de los individuos.

La confiabilidad del instrumento se realizó, a través de una prueba aplicada a los 384 visitantes (turistas), al distrito Lunahuaná. Para conocer el nivel de confiabilidad del instrumento, se contrasta los resultados con los valores (Tabla 6).

Tabla 5

Escala para interpretar los resultados de confiabilidad

Valores	Nivel
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.5 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.9 a 1.0	Alta confiabilidad

Fuente: Garay (2020)

Resultados. Los resultados de la confiabilidad fueron los siguientes.

Tabla 6

Resultados de la confiabilidad para la variable Ecoturismo

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		
Alfa de Cronbach		N de elementos
,810	,896	20

Nota. Resultados de los cálculos de la tabla

Interpretación. de acuerdo con los resultados de la tabla 7, se aprecia que el alfa de cronbach basada en elementos estandarizados, para la variable ecoturismo es de ,896 y de acuerdo con la escala de valores de la tabla 6, se puede decir que, el instrumento, tiene una Fuerte Confiabilidad.

Tabla 7

Resultados de la confiabilidad para la variable Desarrollo Local

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		
Alfa de Cronbach		N de elementos
,899	,921	20

Nota. Resultados de los cálculos de la tabla

Interpretación. De acuerdo con los resultados de la tabla 8, se aprecia que el alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados, para la variable Desarrollo Local, es de ,921 y de acuerdo con la escala de valores de la tabla 6, se puede decir que, el instrumento, tiene una Alta Confiabilidad.

3.6. Procedimientos

3.6.1. Procedimiento para realizar un diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete

Para lograr este objetivo se recurrió a las instituciones como las municipalidades de Cañete, Lunahuaná y Lima Metropolitana; así como del INEI, IGN, MINCETUR, CANATUR, para recoger información de las variables de estudio, revisarlas, depurarla, seleccionarla y

sistematizarla; posteriormente, contrastarla con el marco legal vigente en ambas materias. Una vez logrado con tener la información se identificaron los problemas que se vienen dando en el ámbito de estudio para enmarcarlos en los objetivos.

De otro lado, el diagnóstico del ecoturismo permitió evaluar la situación del destino en el momento y determinar la diferencia entre lo ocurrido y los resultados, para luego tomar las acciones y determinar las estrategias para mejorar la situación del ecoturismo; se analizaron los componentes, dimensiones e indicadores de las variables, se revisó la cartografía temática y analizó las condiciones de la infraestructura, instalaciones turísticas, los productos y servicios turísticos, vinculados con la demanda turística; finalmente, se presentaron los resultados de la información estadística, gráfica y documental en mapas, tablas, figuras, mediante el sistema APA 7ma edición.

3.6.2. Procedimiento para identificar la evolución de la oferta y demanda ecoturista del distrito Lunahuaná, provincia Cañete

En esta etapa del trabajo, se recogió información respecto a la demanda y oferta turística, en la Municipalidad del distrito Lunahuaná, Cañete y páginas web de PromPerú, cuya dirección electrónica es <https://www.promperu.gob.pe/turismoin/sitio/turismocifras>; otra de las fuentes de información para conocer la demanda y oferta turística por distrito es la página del MINCETUR (<https://www.gob.pe/mincetur>), CANATUR (<https://www.canaturperu.org/>); y, se seleccionaron de los 7 últimos años, considerando el 2015 a 2022, este último, con la situación sanitaria, cuyas cifras fueron bajas, en relación a los años anteriores.

Los datos estadísticos fueron sistematizados y presentados en tablas y figuras; luego, se bajaron las normas legales vinculantes a la materia agrupándose por áreas de aplicación (objetivos propuestos), segmentándose la demanda de turistas, por criterios demográficos, geográficos, por comportamiento del consumidos y el perfil del turista; en relación a la oferta turística, se identificaron los servicios y productos, en los instrumentos y planes de desarrollo

local, planes turísticos, donde la oferta fue la potencial del ecoturístico en Lunahuaná, las rutas y paquetes turísticos; así como su planta turística; se identificaron en campo los principales servicios y productos que fueron consignados en la investigación.

3.6.3. Procedimiento para conocer el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito de Lunahuaná, provincia Cañete

En esta etapa del trabajo investigativo, se planificó el trabajo de campo, con los visitantes y profesionales de la municipalidad de Lunahuaná; a quienes se le remitió una carta haciendo de conocimiento sobre la encuesta a aplicar; así como, se puso de conocimiento al alcalde sobre la aplicación de la encuesta a los turistas en Lunahuaná; luego, se construyó el instrumento, basado en los objetivos; previo a la aplicación de la muestra, fue validada por 3 jueces expertos en los temas de ecoturismo y desarrollo local; para que emitan su opinión respecto a la formulación de los ítems del cuestionario.

Aprobado con las correcciones, el cuestionario de la encuesta (ítems), se aplicó a un piloto de 20 visitantes (turistas) y a los 20 funcionarios, con cargos directivos de la municipalidad de Lunahuaná, luego se determinó la confiabilidad del instrumento, mediante el alfa de Cronbach. Con los índices de confiabilidad positivo se aplicó la encuesta a los 364 visitantes restantes y los resultados de la encuesta de los 20 funcionarios, con cargos directivos de la municipalidad e Lunahuaná, sirvieron para determinar este cálculo. Posteriormente se generó una base de datos con los resultados de las encuestas, para los análisis y presentación en tablas y figuras; los mismos que se interpretaron y contrastaron con el cumplimiento de los objetivos y las hipótesis.

3.6.4. Procedimiento para formular un modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete

Para la propuesta del modelo, fue necesario iniciar con la definición de los problemas que fueron identificados en el proceso investigativo, a través de la recolección de datos que fueron los más relevantes y lograr una propuesta de lineamientos del modelo basado en la

resolución del problema, de manera más detallada y específica; luego, se formuló el modelo definitivo, tomando como referencia los autores definidos en el marco teórico y adecuándolo al sistema turístico, que más se acercó a la resolución del problema, con ello se seleccionó el modelo y se puso a prueba previo a la preparación para su puesta en marcha.

3.7. Análisis de datos

El análisis de datos consistió en organizar los procesos investigativos, permitiendo nuevos conocimientos (Espinoza, 2010). Acorde al método desarrollado y el tipo de investigación, las técnicas aplicadas a la investigación fueron la documental y de observación.

Con el análisis documental, la encuesta y observación, se organizaron y sistematizaron los datos y luego fueron presentados en tablas y figuras, producto del cálculo de las dimensiones de las variables ecoturismo y desarrollo local; así como, los indicadores, haciendo uso del software estadístico SPSS v.25, para los análisis inferenciales; y el programa Excel 2016 para la presentación de tablas y figuras.

3.8. Consideraciones éticas

En la elaboración de la investigación, se dio cumplimiento a la ética profesional, desde su punto de vista especulativo con los principios fundamentales de la moral individual y social; y el punto de vista práctico, a través de normas y reglas de conducta, para satisfacer el bien común, con juicios de valor que se atribuye a las cosas por su fin existencial; y a las personas, por su naturaleza racional, enmarcadas en las normas y estatutos universitarios de la UNFV-FIGE, dando observancia obligatoria a los principios de integridad, objetividad, competencia profesional y el cuidado y confidencialidad del comportamiento profesional en general.

En el desarrollo prevalecieron los valores como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional, en la búsqueda de nuevos conocimientos, con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo del ecoturismo. Se respetaron las autorías de teorías, opiniones, que fueron citados en el texto de la tesis; así

mismo, se respetó y guardó la confidencialidad de los actores participantes en la encuesta, sus opiniones y repuestas fueron para el cumplimiento de los objetivos, de tipo académico guardando con celo sus datos personales.

IV. RESULTADOS

4.1 Diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete

4.1.1 Características del área de estudio: Distrito de Lunahuaná

El distrito de Lunahuaná, se ubica al sur de la ciudad de Lima y al norte de Cañete. Está a una distancia de 36 Km. De Cañete y 182 Km. De Lima provincia (Tabla 9, Figura 7).

- Coordenadas Geográficas: 12°57'36" S 76°08'04" O
- Coordenadas UTM: 8'562,594.964 N 373,670.737 E
- Altitud: 479 msnm
- Superficie: 500,33 km²

Tabla 8

Ubicación y límites del distrito de Lunahuaná

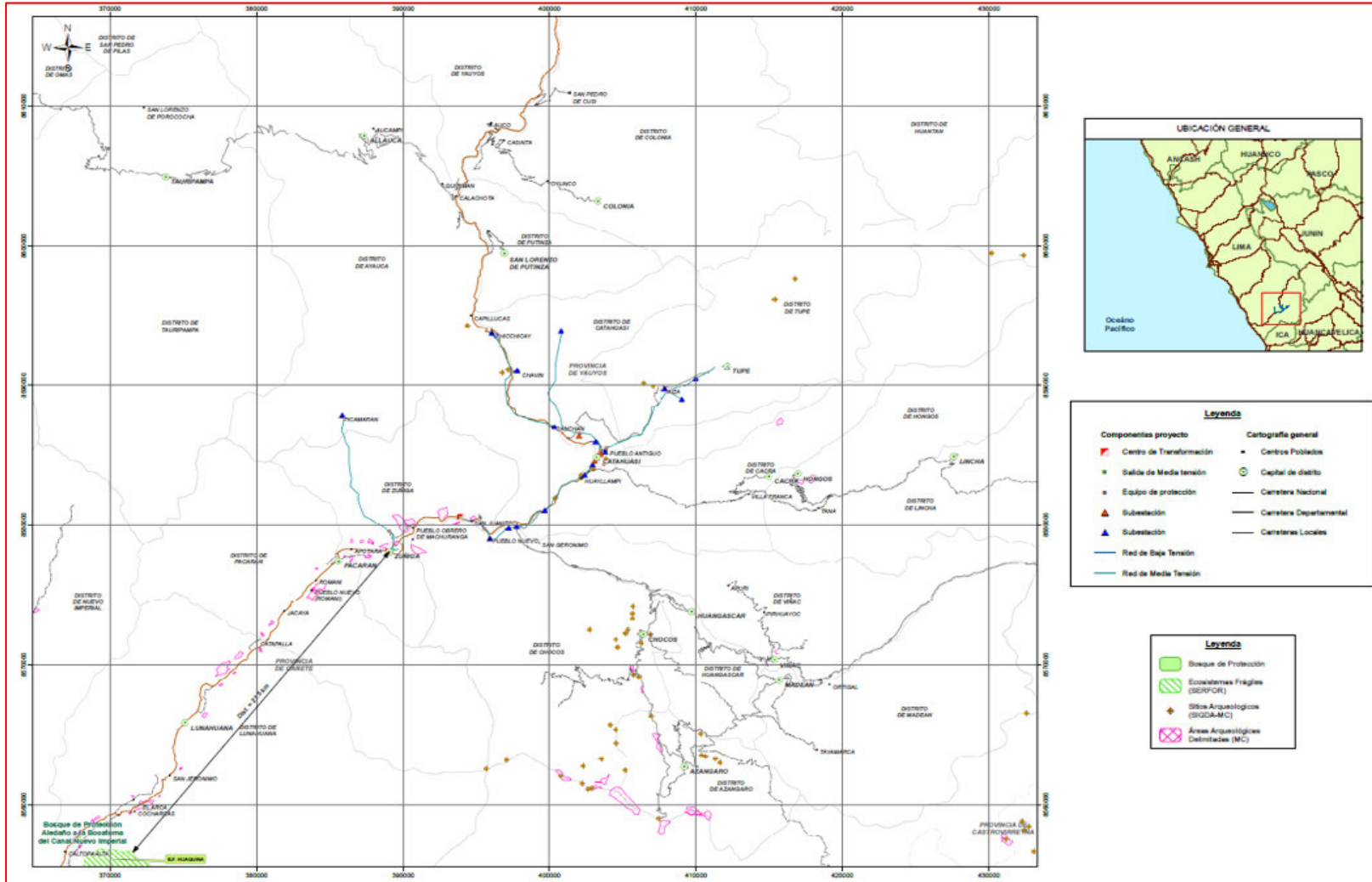
Ubicación	Se ubica al norte de cañete.	
Límites	Norte	Distrito Nuevo Imperial
	Este	Distrito Nuevo Imperial
	Sur	Distrito de Pacarán
	Oeste	Distrito de San Vicente de Cañete

Fuente. Gobierno Regional de Lima ([GRL], 2020)

El distrito de Lunahuaná es uno de los 16 distritos que conforman la provincia de Cañete, del departamento de Lima, bajo la administración del Gobierno Regional de Lima-Provincias, Perú. Su capital, Lunahuaná, denominada desde la independencia como «La Villa de Lunahuaná» fue declarada en 1994 capital turística y cultural de la provincia de Cañete. Su nombre, deriva de dos vocablos quechuas, runa (gente) y huanac (escarmentar), que al juntarlos significa el que hace escarmentar a la gente.

Figura 7

Ubicación de distrito Lunahuaná



Fuente. Extraído del Plan de Desarrollo Concertado (2019)

El valle de Lunahuaná es considerado como uno de los mejores lugares para la práctica del turismo de aventura, dentro de los que destaca el canotaje. El ciclismo de montaña, la caminata, el parapente y la escalada en palestra (roca artificial) son otros deportes de aventura que pueden ser practicados allí. El 23 de julio de 1994, fue declarada como Capital turística de la provincia de Cañete. Asimismo, es una zona destacable por sus paisajes, clima privilegiado, que permite gozar del sol todo el año; y sus platillos preparados a base de camarón, los cuales pueden ser acompañados de los buenos vinos producidos en la zona (Municipalidad de distrito Lunahuaná, [MDL], 2020).

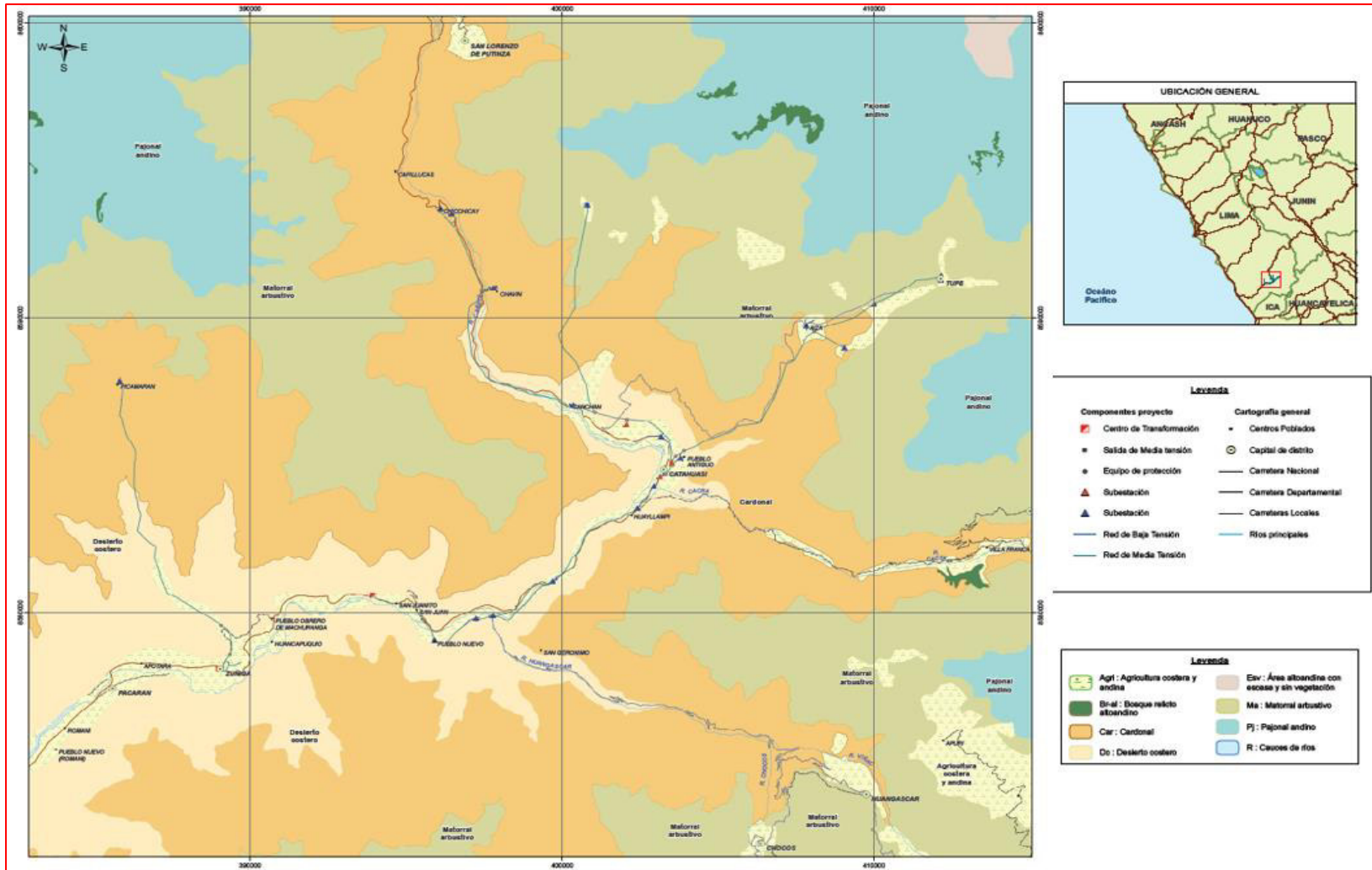
Está conformada por el Cercado de Lunahuaná y diez anexos: Ramadilla (con su caserío Con Con), Socsi, Lúcumo, Paullo, San Jerónimo, Langla, Jita, Condoray, Uchupampa y Catapalla. El distrito cuenta con instituciones públicas y privadas, que constituyen el soporte político y social de la zona, como son: la municipalidad, policía nacional, parroquia, centro de salud y centros educativos primarios, secundarios y superiores. Muchas de estas instituciones se encuentran en el Cercado de Lunahuaná (Figura 8).

Accesibilidad. La accesibilidad a Lunahuaná, se da a través de la vía terrestre, la principal vía de acceso al distrito es la carretera Panamericana Sur, la cual une la provincia de Cañete con el departamento de Lima; es así que el distrito puede tener una fluida comunicación entre las provincias y departamentos, debido a que sostiene un fuerte intercambio comercial y prestación de servicios.

Siguiendo con la ruta de la Panamericana Sur, y cruzando las localidades de Asia, Mala y Cerro Azul, es donde ubicamos la ciudad de San Vicente (km.144), centro de la provincia de Cañete, y seguido se toma el desvío izquierdo hacia la ciudad Imperial. Es después de este recorrido es cuando se llega al puente Socsi, donde se ubica el valle de Lunahuaná (MDL, 2020) (Figura 8).

Figura 8

Mapa de accesibilidad del distrito



Fuente. Extraído del Plan de Desarrollo Concertado (2019)

Marco Histórico. Lunahuaná es el nombre castellanizado de Runa Huanac, que significa Pueblo Castigado, etimológicamente significa: RUNA= (Hombre, gente, pueblo) HUANAC=(escarmentar); debido a que sus pobladores se resistieron a la invasión incaica.

Fue creado en época de la Independencia como “La Villa de Lunahuaná” por Decreto Supremo del 4 de agosto de 1821, por el General José de San Martín.

Policía Nacional. En la zona existe una comisaría, que se encarga de velar por la seguridad ciudadana. No existe un servicio de serenazgo, pero se cuenta con el apoyo de una Junta Vecinal, cuyos integrantes tienen la misión de trabajar por la paz y orden en la comunidad. Es importante mencionar (INEI, 2017), que Lunahuaná en relación a la violencia y delincuencia, es considerado un lugar más o menos seguro, debido al bajo índice de denuncias por robos y asaltos en la zona (sólo registra en el 2019, un delito menor por robo en vivienda).

Centro de Salud. Existe un centro de salud, que es sede de la Micro Red, Lunahuaná - Pacarán - Zúñiga, el cual atiende a toda la población del distrito. Este establecimiento cuenta con personal médico limitado, para atención en diferentes especialidades. Para proveer de medicamentos a la población se cuenta con algunas farmacias.

Centros Educativos. Tiene 14 centros educativos, de nivel inicial, primaria y secundaria; y uno de educación ocupacional. La mayor incidencia de alumnos matriculados es en el nivel primario. Uno de los grandes logros de la zona, es contar con una filial de la Universidad Nacional Faustino Sánchez Carrión, que contribuirá con la formación profesional de los jóvenes Lunahuanenses, y por ende contribuirán con su conocimiento, al crecimiento y mayor desarrollo.

4.1.2 Servicios básicos del distrito de Lunahuaná

Agua. El distrito no cuenta con una empresa prestadora de servicios de agua potable. Es por ello, que este servicio se da por medio de puquios ubicados en distintas zonas del valle. Un puquio hace alusión a un curso de agua artificial que se origina en la capa freática y que

recorre una pendiente suave, hasta llegar a la superficie; es ahí donde el agua se almacena en una poza para poder ser dirigida. Es a través de estos puquios que se traza la red de agua que se distribuye a los diferentes anexos de Lunahuaná (MDL, 2020).

Desagüe. Se cuenta con alcantarillado y plantas de tratamiento en Lunahuaná, y han sido instaladas redes en la carretera principal Cañete – Yauyos, a lo largo de todos los anexos. Las dos plantas de tratamiento existentes están ubicadas en el kilómetro 39 y 40 la primera, y la segunda en el kilómetro 42 (MDL, 2020).

Energía Eléctrica. El abastecimiento de la energía eléctrica para el distrito de Lunahuaná se lleva a cabo a través de una red de cableado la cual recorre paralelamente toda la carretera de Cañete – Yauyos (MDL, 2020).

4.1.3 Aspecto Medio Ambiental

Clima. Lunahuaná cuenta con la presencia del sol a lo largo del año, lo cual lo hace privilegiado; y debido a que posee un clima seco y templado, la presencia de precipitaciones durante el año es escasa. Por el otro lado, en invierno, se observa una leve presencia de nubosidad y es casi imposible la existencia de precipitaciones.

Las temperaturas medias están entre 19° a 22°C, y 27°C en verano; la humedad relativa baja, entre 50 y 60%; precipitaciones escasas; una radiación solar directa y vientos variantes de acuerdo a la topografía (MDL, 2020).

Temperatura. De acuerdo con los datos obtenidos, observamos una información más detallada de la temperatura de este distrito y su oscilación térmica a lo largo del año. Lunahuaná presenta aproximadamente una temperatura media promedio de 21 C.

Durante la estación de verano y primavera, la temperatura máxima absoluta puede ascender hasta los 32°C en promedio, siendo los meses entre diciembre a mayo posiblemente los más calurosos. Por otro lado, durante la estación de invierno y otoño la temperatura mínima

absoluta puede llegar a descender a 14°C en promedio, teniendo a julio y agosto como los meses más fríos del año (MDL, 2020) (Tabla 10)

Tabla 9

Cuadro de temperaturas por meses

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Temperatura media (°C)	22.1	22.6	22.6	21.3	18.5	16	16.1	16.6	17.7	18.7	15.4	20.4
Temperatura min (°C)	16.5	17.1	16.7	15.2	12.7	11.4	10.9	10.8	11.2	12.1	13	14.8
Temperatura màx (°C)	27.7	28.2	28.6	27.4	24.4	22.3	21.1	21.6	22.1	23.3	24.4	26

Fuente. Ccuweather (2022)

Las temperaturas son las adecuadas para el crecimiento de la vid, debido a que esta necesita temperaturas entre 15 °C a 25 °C; según la Guía Técnica en instalación y mantenimiento en el cultivo de la vida (MDL, 2020).

Vientos. La siguiente tabla de vientos nos muestra la dirección media en la que el viento sopla, así como la velocidad que este alcanza durante todo el año el distrito.

Observamos que, la orientación promedio del viento de Lunahuaná en los meses entre octubre y marzo, es hacia el suroeste (SO); y entre los meses de mayo y setiembre, la orientación cambia ligeramente hacia el oeste suroeste (OSO). Así también, se aprecia que la velocidad media de vientos es de 10 m/s aproximadamente, siendo enero el mes con más vientos regulares (MDL, 2020).

4.1.4 Vulnerabilidad del distrito de Lunahuaná

Sismos. Lunahuaná específicamente se encuentra expuesto a un considerable nivel de peligro sísmico como consecuencia de la actividad sísmica que presenta la subducción de la Placa de Nazca debajo de la plaza Sudamericana

Fenómeno del Niño. Es un fenómeno natural que el país está constantemente afrontando año tras año, en la que se desencadena cambios climáticos de gran magnitud, y ocasiona grandes desastre y pérdidas de todo tipo.

No sólo se ve la presencia del incremento del caudal del río Cañete, si no también que el valle posee varias quebradas por donde discurren los huaicos; la más conocida, la quebrada

de Incahuasi, que al momento de activarse obstruye el paso de vehículos en la carretera que une Cañete, Lunahuaná y Chupaca (MDL, 2020).

4.1.5 Aspecto Económico del distrito de Lunahuaná

Actividad Producción Agropecuaria. Se estima que un aproximado del 60% de la población actual en el distrito se enfoca en esta actividad, la cual se trabaja con diversos frutos y animales. Dentro de la zona se aprecia una gran variedad de árboles frutales, tales como el pacay, la guanábana, el manzano, el palto, el granado, la vid, el níspero, el ciruelo, entre otros (MDL, 2020) (Figura 9).

Figura 9

Actividad agropecuaria



Fuente. (MDL, 2020)

Actividad Vitivinícola. La producción de vino y pisco en Lunahuaná posee una gran demanda y se puede considerar una de las actividades principales e importantes del distrito, ya que es conocido como un histórico distrito productor de pisco y a su vez recordado por sus

hermosos viñedos y artesanales bodegas. Esta actividad se convierte en un símbolo significativo y motivo esencial para el turista al momento de viajar y experimentar, ya que “La ruta del Pisco” es parte el recorrido turístico (MDL, 2020).

En Lunahuaná sobresalen las rutas de los anexos de Socsi, Jita, y Catapalla por la variedad y calidad de piscos; en el anexo de Con-Con, se puede contar con la producción de primera calidad de licores, cachina y pisco; en el anexo de Ramadilla se cuenta de la misma manera con la buena calidad de cachina y el anexo de Lúcumo, con una muy buena producción de uvas quebranta, moscatel, uvina y no menos importante borgoña (Figura 10).

Figura 10

Actividad vitivinícola



Fuente. (MDL, 2020)

La actividad Pesquera. La producción de vino y pisco en Lunahuaná posee una gran demanda y se puede considerar una de las actividades principales e importantes del distrito, ya que es conocido como un histórico distrito productor de pisco y a su vez recordado por sus hermosos viñedos y artesanales bodegas.

Esta actividad se convierte en un símbolo significativo y motivo esencial para el turista al momento de viajar y experimentar, ya que “La ruta del Pisco” es parte del recorrido turístico.

En Lunahuaná sobresalen las rutas de los anexos de Socsi, Jita, y Catapalla por la variedad y calidad de piscos; en el anexo de Con-Con, se puede contar con la producción de primera calidad de licores, cachina y pisco; en el anexo de Ramadilla se cuenta de la misma manera con la buena calidad de cachina y el anexo de Lúcumo, con una muy buena producción de uvas quebranta, moscatel, uvina y no menos importante borgoña (MDL, 2020) (Figura 11).

Figura 11

Actividad pesquera en Lunahuaná



Fuente. (MDL, 2020)

4.1.1 Festividades en el distrito de Lunahuaná

En 2017, Lunahuaná llegó a convertirse en una zona popular y se puso de moda entre los limeños para la práctica del canotaje. La zona fue ampliamente publicitada y logró atraer a turistas que querían vivir la aventura, basada en una carretera que sólo llegaba hasta Imperial y recién contaba con energía eléctrica (MDL, 2020).

Estos años fueron de auge para la zona, debido a que nuevas compañías locales y foráneas empezaron a aparecer y se llevaron a cabo festivales con conciertos y competencias de canotaje. A mediados del año 2018, la situación cambió y Lunahuaná dejó de ser el punto de encuentro para la práctica del canotaje. Los principales factores fueron la crisis económica del país, el Fenómeno del Niño y el crecimiento irresponsable de la actividad turística sin un plan de desarrollo para los años venideros. Según los expertos de la zona a partir del año 2001 la actividad turística basada en el canotaje empezó a recuperarse y aunque no se ha logrado la misma afluencia de público de años anteriores, existe una mejora.

La promoción de turismo se da con el apoyo de la Comisión de la Promoción del Perú (PROMPERU), para promocionar la imagen, con la participación concertada de todos los actores de la sociedad involucrados en el sector turismo y la población. El fin es aprovechar las bondades del valle de Lunahuaná, es propicia para la práctica del deporte de aventura, la amabilidad de su gente; así como la paz y la tranquilidad que no es fácil de encontrar en la capital. Los más destacados son: (a) festival de la aventura de Lunahuaná, que se lleva a cabo en todo un fin de semana, una vez al año y es organizado por la Municipalidad de Lunahuaná y la Asociación Latinoamericana de Deportes de Aventura ALDEA, en él se promueve el desarrollo de actividades de turismo de aventura; (b) festival del níspero, que promociona esta fruta del valle, se elige una reina, se degusta los vinos, el pisco y la cachina; y (c) festival de la uva, el vino y el canotaje, organizado por la Municipalidad de Lunahuaná, que tiene como fin la promoción de los vinos y a la vez el deporte de aventura, específicamente el canotaje.

A pesar de que, en la actualidad, Lunahuaná cuenta con una página Web www.Lunahuaná.com (Apéndice J), como una alternativa más de promoción, está todavía no es aprovechada en toda su magnitud. Algunos hoteles y hostales si aprovechan este medio de difusión, y han creado sus propios sitios Web, así como optan por comunicar por mail a los turistas sobre ofertas y paquetes turísticos (Tabla 11).

Tabla 10

Calendario turístico de Lunahuaná

Mes	Festividad
Enero	Festividad del Señor de los Milagros Ultimo Domingo Fiesta Católica que se realiza en el distrito desde el año 1936
Febrero	Festival Nacional de Deportes de Aventura Fiesta de Carnavales Ultimo fin de semana-Actividad llena de colorido y sabor regional Festival de la Uva, el Vino y el Canotaje
Marzo	Primer fin de semana-Corso, reinado, comida típica, exposición de vinos y deportes de aventura
Abril	Tradicional Semana Santa Semana de recogimiento espiritual, misas y procesiones tradicionales
Mayo	Fiesta de las Cruces Festividad del Señor de la Ascensión
Junio	18 Corpus Christi 24 Día del Campesino 29 San Pedro y San Pablo

Fuente. Municipalidad distrital de Lunahuaná ([MDL], 2019)

Tabla 11

Calendario turístico de Lunahuaná

Mes	Festividad
Julio	1er.Dom. Festividad de la Virgen del Perpetuo Socorro 16 Virgen del Carmen 25 Fiesta de Santiago Apóstol. Patrón del Distrito 28 Fiesta Nacional. Aniversario Patrio 06 Aniversario del Distrito
Agosto	15 Virgen de la Asunción 30 Fiesta de Santa Rosa de Lima, patrona de las Américas y Filipinas Semana de la Primavera
Septiembre	Tercera Semana Corso, reinado, alegría y colorido 27 Día Mundial del Turismo Festival de Níspero
Octubre	Primer fin de semana, platos típicos, corso, reinado 31 Día de la Canción Criolla
Noviembre	05 Procesión de San Martín de Porres Última semana Festival del Camarón
Diciembre	08 Virgen Inmaculada 25 Navidad 31 Advenimiento del Año Nuevo

Fuente. MDL (2019)

Figura 12*Festividades en Lunahuaná*

Fuente. (MDL, 2020)

4.1.2 Planta Turística del distrito de Lunahuaná

Existe una infraestructura capaz de soportar el desarrollo de la actividad turística, entre ellas se tienen: hoteles, hostales y hospedajes; restaurantes, vitivinícolas, agencias de viajes, operadores turísticos, entre otros.

Hoteles, hostales, hospedajes. Existe una diversidad de lugares de hospedaje repartidos en los distintos anexos de la zona tal como se detalla en la Tabla 11.

Sólo dos de los hoteles (Embassy y Río Alto) cuentan con categoría tres estrellas. En los alojamientos, se alberga hasta 500 personas, los hostales y hospedajes cuentan con una capacidad que oscila entre 20 y 50 personas.

Se cuenta como parte de esta infraestructura, las zonas de camping que surgen como una alternativa para aquel público que quiere gozar de la aventura y contacto con la naturaleza; o simplemente desea gastar menos dinero en hospedaje.

Los expertos de la zona señalan, que la infraestructura hotelera es subutilizada la mayor parte del año, por lo que es necesario trabajar en crear una demanda turística para los 12 meses del año, que permita afluencia constante (Tabla 13-14, Figura 13).

Tabla 12*Inventario de infraestructura Hotelera*

Infraestructura	Ubicación
Hoteles	
	Jita
	Condoray
Hotel Villasol Hotel Río Alto Hotel Regina	Condoray
Hotel La Fortaleza del Inca Hotel Del Valle	Paullo
Hotel Camping Las Viñas Hotel Camping El Tambo	Condoray
Hotel Campestre Embassy	Condoray
	Condoray
	Uchupampa
Hostales	
Hostal Victoria	
Hostal Lunahuaná	Condoray
Hostal Los Olivos	Cercado de Lunahuaná Jita
Hostal Los Andes	Cercado de Lunahuaná
Hostal Garden	Condoray
Hostal El Refugio	Cercado de Lunahuaná Jita
Hostal El Paso	Cercado de Lunahuaná
Hostal El Mirador de San Juan	Cercado de Lunahuaná
Hostal Casuarinas	Cercado de Lunahuaná
Hostal Candela	Uchupampa
Hostal Campestre Mi Rosedal Hostal Campestre El Molle	Condoray

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 13*Inventario de infraestructura Hotelera*

Infraestructura	Ubicación
Hospedajes	
Hospedaje La Tía Blanca Hospedaje La Fogata	Cercado de Lunahuaná
Hospedaje Grau	Condoray
Hospedaje El Gringo	Cercado de Lunahuaná
	Cercado de Lunahuaná
Camping	
	San Jerónimo Condoray
Camping San Jerónimo Camping Los Andenes Camping Juan Paulino Camping Jacarandá Camping El Guanabo	Condoray
	San Jerónimo
Camping Ecotours	Jita
Camping César	Jita Paullo
Cabañas Villa Carmen El Refugio de Santiago	Catapalla
Bungalows Las cabañas de Incahuasi	Paullo
	Paullo

Fuente: Elaboración Propia

Figura 13

Hoteles y hostales en Lunahuaná



Fuente. (MDL, 2020)

Restaurantes. Un buen porcentaje de establecimientos conservan aún la tradición en la preparación de las comidas típicas, es decir cocinar en ollas de barro y cocinas de leña, lo cual le da un agradable sabor.

A las comidas. Asimismo, los restaurantes ofrecen exquisitas muestras de la cocina local a base de animales de corral y de camarones, éste último es el platillo más representativo de la zona.

La ubicación del mayor número de restaurantes se concentra en el Cercado de Lunahuaná. Es importante mencionar, que los precios, de los platillos típicos superan muchas veces los precios promedios de Lima (Figura 14).

Tabla 14*Inventario de restaurantes*

Restaurantes	Ubicación
Restaurante Lester	Catapalla
Restaurante Antojitos	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Cuatro esquinas I	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Cuatro esquinas II	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Cuatro esquinas III	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Doña Sofía	Cercado de Lunahuaná
Restaurante El Buen Sabor	Cercado de Lunahuaná
Restaurante El Langlino	Cercado de Lunahuaná
Restaurante El Porvenir	Cercado de Lunahuaná
Restaurante El Pueblo	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Grau	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Incafé	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Juanita	Cercado de Lunahuaná
Restaurante La Entrada	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Melchorita	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Rosita	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Sol & Río	Cercado de Lunahuaná
Restaurante Vista alegre	Cercado de Lunahuaná
Restaurante-Hotel Río Alto	Condoray
Restaurante-Hotel Las Viñas	Condoray
Restaurante del Valle	Condoray
Restaurante El Palto	Jita
Restaurante El Refugio de Santiago	Paullo
Granja restaurante Valle Hermoso	San Jerónimo
Restaurante Jacarandá	San Jerónimo
Restaurante Cubillas	Uchupampa
Restaurante El Dorado	Uchupampa
Restaurante El Rancho Grande	Uchupampa
Restaurante La Eterna Primavera	Uchupampa
Restaurante Mi Rosedal	Uchupampa
Restaurante-Hotel Embassy	Uchupampa

Fuente. (MDL, 2020)

Figura 14*Restaurantes en Lunahuaná*

Fuente. (MDL, 2020)

Vitivinícolas. Lunahuaná tiene una tradición vitivinícola en la elaboración de exquisitos vinos con una gran variedad de uvas (Tabla 15-16). Su pisco ha sido tres veces campeón en el Concurso Nacional del Pisco.

Tabla 15

Inventario de vitivinícolas

Vitivinícolas	Ubicación
Vitivinícola Cruz de Fierro	Catapalla
Vitivinícola La Capilla	Catapalla
Vitivinícola La Reina de Lunahuaná	Catapalla
Vitivinícola Túpac Amaru	Catapalla
Bodega San Pedro	Cercado de Lunahuaná
Vitivinícola Del Valle	Condoray
Vitivinícola Los Reyes	Condoray
Vitivinícola Santa María	Condoray
Vitivinícola Don Teófilo	Jita
Vitivinícola San Roque	Jita
Vitivinícola Villanueva	Jita

Fuente. (MDL, 2020)

Tabla 16

Inventario de vitivinícolas

Vitivinícolas	Ubicación
Bodega Vitivinícola Fidelina Candela	Jita
Vitivinícola San José	Langla
Vitivinícola de Hipólito Nolzco	Lúcumo
Vitivinícola artesanal El Encuentro del Fraile	San Jerónimo
Vitivinícola San Pedro	San Jerónimo
Vitivinícola El Paraíso	Socsi
Vitivinícola El Olimpo	Uchupampa
Vitivinícola Vidal Rivadeneira	Uchupampa

Fuente. (MDL, 2020)

El pisco es un aguardiente de uva tradicional del Perú obtenido exclusivamente por destilación de mostos frescos recientemente fermentados de uvas de la especie *Vitis Vinifera* L, denominadas "Uvas Pisqueras" del tipo aromáticas como la Italia, Moscatel, Albilla, Torontel y del tipo no aromáticas como la Quebranta, Negra Criolla, Mollar y Uvina, cultivadas en las zonas de producción reconocidas oficialmente, las cuales se localizan en la costa de los

departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna (Ministerio de Cultura, [MINCUL], 2019).

El sabor del pisco de Lunahuaná, radica en la variedad de la uva que se cultiva en este valle, conocida como uvina, la cual corresponde a una especie de quebranta de cáscara gruesa y negra, pero de una dulzura especial. La principal peculiaridad de la uvina es que crece sólo en un microclima específico, localizado entre los distritos de Zúñiga, Pacarán y parte de Lunahuaná, en la provincia limeña de Cañete. “No hay otro lugar en el Perú ni en el mundo donde crezca la uvina”. El otro elemento que diferencia al pisco de la zona es la maduración de la uva a un ambiente moderado de calor y humedad. Este proceso proporciona un sabor dulce, mejora el grado alcohólico, el olor y sabor del pisco (Figura 16).

Tabla 17

Vitícolas en Lunahuaná



Fuente. (MDL, 2020)

Agencias de viajes y operadores turísticos. Existen diferentes agencias de viajes¹⁰⁹, en su mayoría pequeñas empresas que promueven el turismo en la zona, a través de la preparación de paquetes turísticos, accesibles, divertidos, las cuales trabajan en convenio con hoteles, restaurantes, y operadores para el desarrollo de diferentes actividades de aventura. Debido a la poca promoción y baja inversión en publicidad, muchas no logran la venta de paquetes necesarios, para cubrir sus costos básicos.

Asimismo, su participación en el stand de Lima durante la Feria Turística Nacional organizada por PROMPERÚ en Lima, cada año, es mínima, a pesar de los conocimientos que se tiene de que dicho evento, permite llegar al turista interno de manera más directa y eficaz.

La presencia de Lunahuaná, con la oferta de paquetes turísticos, en el “Catálogo de Viaje”, que publica anualmente PROMPERÚ, ha sido nula en el último año.

Este catálogo, donde se promociona los mejores destinos turísticos por ciudad, y se ofertan paquetes económicos por las agencias.

Los operadores turísticos de la zona, ofrecen sus servicios, relacionados a la práctica del deporte de aventura, en especial del canotaje; así como de guiado por los alrededores, caminatas y paseos a caballo, directamente al turista que llega a su oficina y requiere de sus servicios. Otras veces estos operadores, son contratados a través de los hoteles u hostales de la zona, con las cuales tienen convenio. En la Tabla 17 se detalla las principales agencias de viajes y operadores turísticos del valle de Lunahuaná.

Tabla 18

Inventario de agencias de viajes/operadores turísticos

Agencias de viajes/Operadores turísticos	Ubicación
Canoe Tours	Cercado de Lunahuaná
Inti Tours	Cercado de Lunahuaná
Canotaje Sol Y Río	Cercado de Lunahuaná
Aventuras De Tomás	Cercado de Lunahuaná
Hemi River expediciones	Cercado de Lunahuaná
Lunahuaná Adventure Tours	Cercado de Lunahuaná
Servicios Turísticos Lunahuaná	Cercado de Lunahuaná
Travel & Tour	Cercado de Lunahuaná

Valley Tour	Cercado de Lunahuaná
Paseos a caballo El Bosque	Condoray
Paseos a caballo El Trébol	Condoray
Canotaje del Hotel Las Viñas	Condoray
Río Alto	Condoray
Río Cañete Expediciones	San Jerónimo
Embassy Río	Uchupampa

Fuente. (MDL, 2020)

Algunos operadores turísticos de aventura, operan de manera informal y muchas veces ofrecen sus productos a precios inferiores a los acordados por la pequeña asociación de operadores de Lunahuaná. Esta competencia desleal e informalidad, ha obligado a los operadores formales a bajar sus precios, pero esto conlleva muchas veces a restarle al servicio calidad y seguridad (Figura 20).

Tabla 19

Propagandas de las agencias de viajes a Lunahuaná



2020)

Fuente. (MDL,

Empresas de transporte. Una de las debilidades del distrito de Lunahuaná, es la falta de empresas de transporte, que ofrezcan una conexión directa desde Lima. Asimismo, no existe una flota de transporte interno, que movilice a los turistas dentro del mismo distrito, salvo que se contrate los servicios de una agencia de viajes que planifique el itinerario, o se llegue a la zona en vehículo propio (Figura 18).

Figura 15

Empresas de transporte hacia Lunahuaná




Fuente. (MDL, 2020)

4.2 Diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda turística del distrito de Lunahuaná

4.2.1 Análisis de la oferta Ecoturística (Tabla 18)

Tabla 20

Oferta turística del distrito de Lunahuaná

Lugar/distritos	Descripción de la oferta turística	Representación gráfica
Incahuasi (Casa del Inca)	<p>Es la más importante y estratégica ciudad que construyeron los Incas en el valle de Lunahuaná. Está ubicada en el anexo de Paullo, en el Km. 30 de la vía hacia Yauyos, y es conformada por cuatro grupos de edificaciones: el palacio del Inca, los cuarteles con graneros y depósitos, la Ciudad Conventual y la Fortaleza. Las crónicas e investigaciones arqueológicas posteriores revelaron que los Incas al conquistar esta parte de la costa, le dieron un grado de importancia a la zona de Lunahuaná, y al construir la Ciudad de Incahuasi, lo hicieron a imagen y semejanza de la ciudad incaica del Cusco, según orden del Inca Túpac Yupanqui.</p>	
Ruinas de Cantagallo	<p>Ubicadas en el anexo de Catapalla, en el Km. 46 de la carretera que conduce a Lunahuaná. Estos restos arqueológicos datan de la época preincaica, son una especie de ciudadela que se esconde al otro lado del río.</p>	

Fuente: Mincetur (2019)

Tabla 21

Oferta turística del distrito de Lunahuaná

Lugar/distritos	Descripción de la oferta turística	Representación gráfica
<p>Puente colgante de Catapalla</p>	<p>A unos kilómetros de Lunahuaná se encuentra el pueblo de Catapalla, el cual data del siglo XVI, cerca de él se encuentra el famoso puente colgante, construido con trozos de madera unidos entre sí, sobre las tranquilas aguas del río Cañete. Es visitado por muchos turistas.</p>	
<p>Plaza de Armas de Lunahuaná</p>	<p>Esta plaza presenta una estructura colonial, muy sencilla y a su vez acogedora, en la cual se destacan diversas esculturas de héroes nacionales. Se puede apreciar una de las piletas centrales y vegetación perteneciente a la zona.</p>	

Fuente: Mincetur (2019)

Tabla 22



Oferta turística del distrito de Lunahuaná

Lugar/distritos	Descripción de la oferta turística	Representación gráfica
Iglesia colonial de Lunahuaná	Está ubicado en la misma Plaza de Armas. Esta iglesia, construida en el S.XVII, presenta características arquitectónicas de estilo gótico en la cual la imagen del Apóstol Santiago, patrón del distrito de Lunahuaná, se ve sobresaliendo.	
Casa Encantada	Está ubicada en el anexo de Uchupampa a 15 minutos de Lunahuaná camino a Yauyos. Se dice que se acontecen sucesos sobrenaturales y de carácter misterioso según los lugareños.	

Fuente: Mincetur (2019)

Tabla 23

Oferta turística del distrito de Lunahuaná

Lugar/distritos	Descripción de la oferta turística	Representación gráfica
El Mirador	Está ubicado en la parte alta, a 5 minutos de la Plaza de Armas. Se puede apreciar desde ahí una vista panorámica de la ciudad de Lunahuaná como la del valle del río Cañete.	
Bodegas Vitivinícolas	Lunahuaná, tiene una tradición vitivinícola muy importante, además de ser un pilar fundamental en la actividad económica. Es por ello, que es infaltable la producción artesanal de vinos y piscos, los cuales poseen una calidad de primera e incomparable. Estos son elaborados con una gran variedad de uvas, que en muchas ocasiones han sido premiados en concursos nacionales.	

Fuente: Mincetur (2019)

4.2.2 Análisis de la demanda ecoturística

Tabla 24

Evolución de la demanda turística del distrito de Lunahuaná

Años	2016	2017	Variac.	2018	Variac.	2019	Variac.
Nacionales	1,085,000	1,040,729	4.97	1,120,555	0.76	1,230,444	1.91
Extranjeros	725,000	694,000	1.33	800,000	0.07	865,000	0.059
Total	1,810,000	1,734,729	6.3	1,920,555	0.83	2,095,444	1.969

Fuente: Dirección Regional de Lima (2019)

En la tabla 25, se presentan los datos estadísticos sobre visitas de turistas hacia el destino turístico de Lunahuaná, teniendo como fuente a la dirección regional de Lima (2019). Se observa que del 2016 al 2019, la demanda total de turistas ha sido evolucionando en el tiempo de 1,085,000 en el 2016 a 2,095,444 en el 2019, encontrándose un porcentaje de alza de 2016 a 2019 de 8% y 10% en los 4 últimos años (Tabla 26).

Tabla 25

Arribo de visitantes del distrito de Lunahuaná

Año	2018				2019			
	Mes	Locales	Nacionales	Extranjeros	Total	Locales	Nacionales	Extranjeros
Enero	62	93380	66667	160046	45	102537	72083	174620
Febrero	48	8489	6061	14550	24	9322	6553	15875
Marzo	28	9338	6667	16005	18	10254	7208	17462
Abril	41	10376	7407	17783	40	11393	8009	19402
Mayo	69	1061	8333	9394	73	12817	9010	21828
Junio	24	13340	9524	22864	33	14648	10298	24946
Julio	43	15563	11111	26674	62	17090	12014	29103
Agosto	69	18676	13333	32009	60	20507	14417	34924
Setiembre	56	23345	16667	40012	33	25634	18021	43655
Octubre	45	31127	22222	53349	53	34179	24028	58207
Noviembre	37	46690	33333	80023	59	51269	36042	87310
Diciembre	51	93380	66667	160046	65	102537	36042	138579
TOTAL	573	364763	267992	632755	565	412186	253724	665911

Fuente: Elaborado según cuaderno de registro de visitas de la plaza de armas de Lunahuaná (2019)

En la tabla 26, entre el año 2018 ingresaron al distrito de Lunahuaná como turistas 573 locales y en el 2019 se redujo a 565 visitantes; mientras que en el año 2018 llegaron 267992 visitantes internacionales; y en el 2019 llegaron 253724 visitantes internacionales, es decir hubo un incremento de 14268 visitantes extranjeros en esos dos años; y los nacionales se

incrementaron en 47,423 visitantes a las distintas partes turísticas del distrito de Lunahuaná (Tabla 26).

Los sectores hoteleros, de alimentos y de bebidas tienen su principal volumen de ventas relacionado directa o indirectamente con el canotaje. Además de estos sectores existen beneficios adicionales para el alquiler de caballos, la adquisición de vinos y piscos, la compra de artesanías y la atención de servicios públicos.

Tabla 26

Número de participantes e ingresos en la actividad de canotaje en Lunahuaná

Canotaje en Lunahuaná	Número de semanas	De lunes a viernes	Sábados y domingos	Número de participantes	Costo (S/.)	Ingreso (S/.)
Temporada alta diciembre-Abril (semanal)	18	231	88	319	35	11,165
Temporada baja mayo- Noviembre (semanal)	34	100	41	141	35	4,935
Anual	52	7,558	2,978	10,536	35	368,760

Fuente. Walsh Perú S.A. & ARPL Tecnología Industrial S.A. (2001).

Del total de personas que realizan canotaje, un 55% se queda por lo menos una noche en el pueblo, especialmente los visitantes de fin de semana. Los precios de estos servicios varían entre S/.20.00 por una carpa, S/.45.00 por una habitación doble en un hostel y S/.180.00 por una habitación doble en un hotel. Se debe tener en cuenta que los turistas que pernoctan también cenan y desayunan, lo cual incrementa los ingresos. Se considera un ingreso promedio por persona de S/.40.00 en alojamiento y S/.25.00 en alimentación.

El canotaje también genera un ingreso por servicio de transporte. La mayor parte del servicio lo brindan directamente los operadores del canotaje al subcontratar este servicio de terceros. Prácticamente ninguna empresa cuenta con transporte propio para la realización de sus actividades. Los operadores contratan a transportistas locales para el traslado de los pasajeros y equipos al río (este valor no lo paga directamente el turista, lo asumen los operadores).

4.3 Resultado del grado de satisfacción de los visitantes que acuden con fines ecoturísticos al distrito de Lunahuaná, provincia de Cañete.

4.3.1 Resultado de Encuesta a visitantes - Ecoturismo

¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná?

Tabla 27

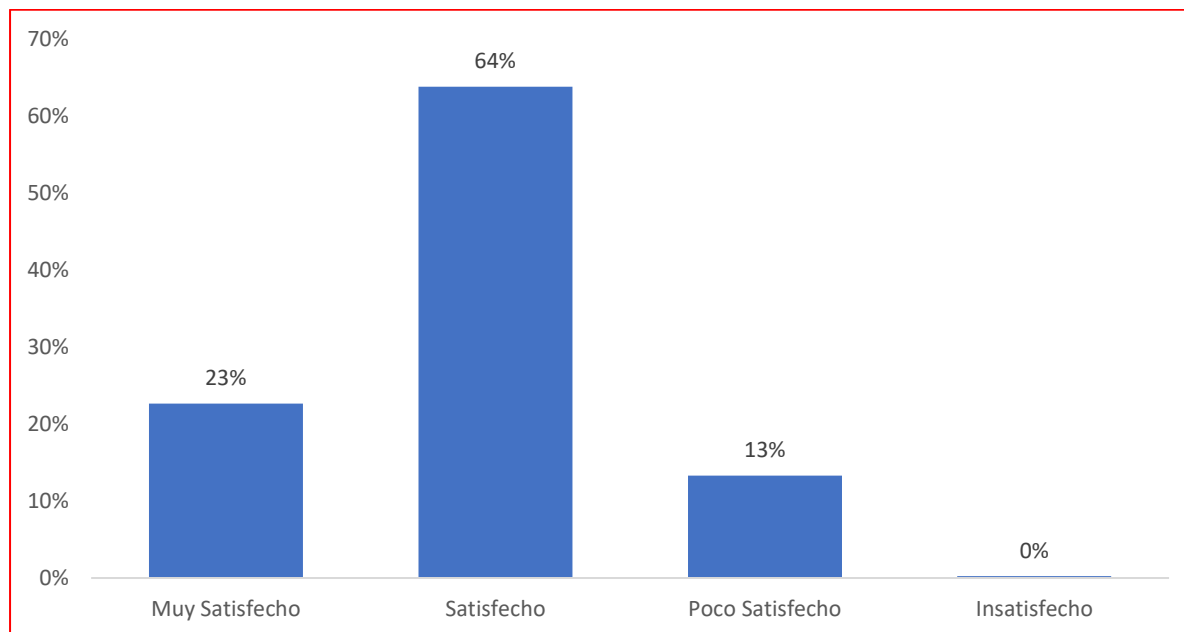
¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	87	23%	23%
	Satisfecho	245	64%	86%
	Poco Satisfecho	51	13%	100%
	Insatisfecho	1	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 16

¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, la satisfacción de los atractivos turísticos en Lunahuaná; las respuestas fueron que, el 64% y 23% de los encuestados manifestaron que se encuentran muy satisfecho con los atractivos que presenta Lunahuaná; el 13% manifestó que poco satisfecho y le fue indiferente la pregunta.

Pregunta 2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?

Tabla 28

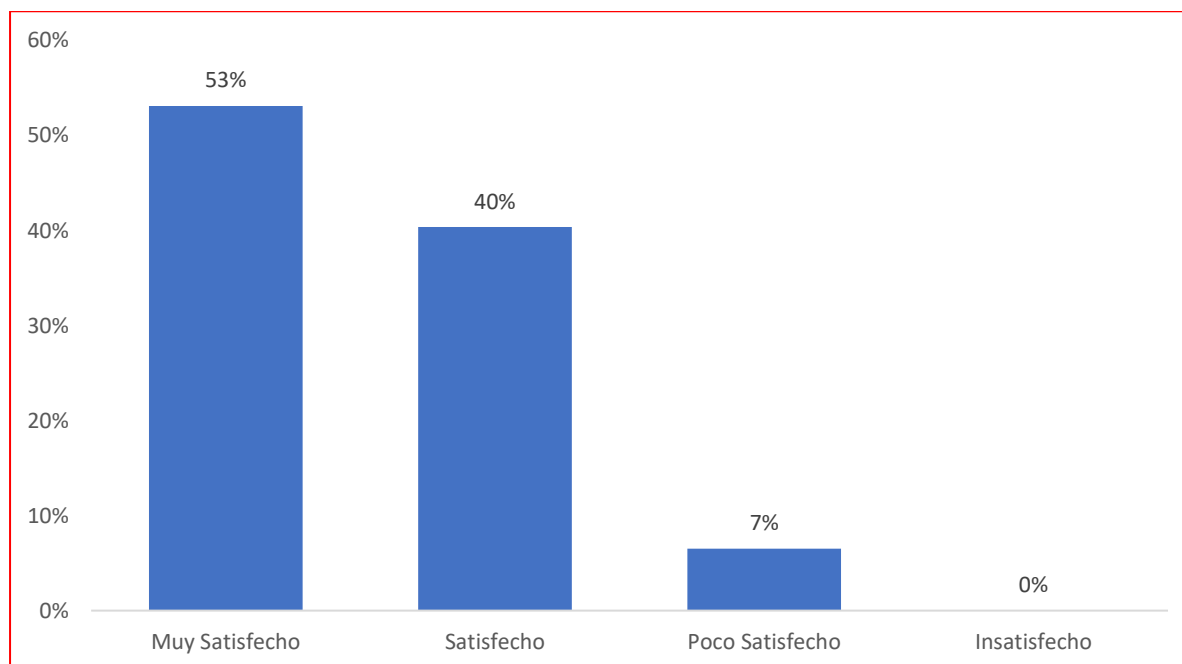
¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	204	53%	53%
	Satisfecho	155	40%	93%
	Poco Satisfecho	25	7%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 17

¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, la importancia de las instituciones vinculadas al turismo en Lunahuaná; las respuestas fueron que, el 53% y 40% de los encuestados manifestaron que se encuentran muy satisfecho con las instituciones vinculadas porque representa el crecimiento turístico en Lunahuaná; el 7% manifestó que representa poca satisfacción y le fue indiferente la pregunta.

Pregunta 3. ¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?

Tabla 29

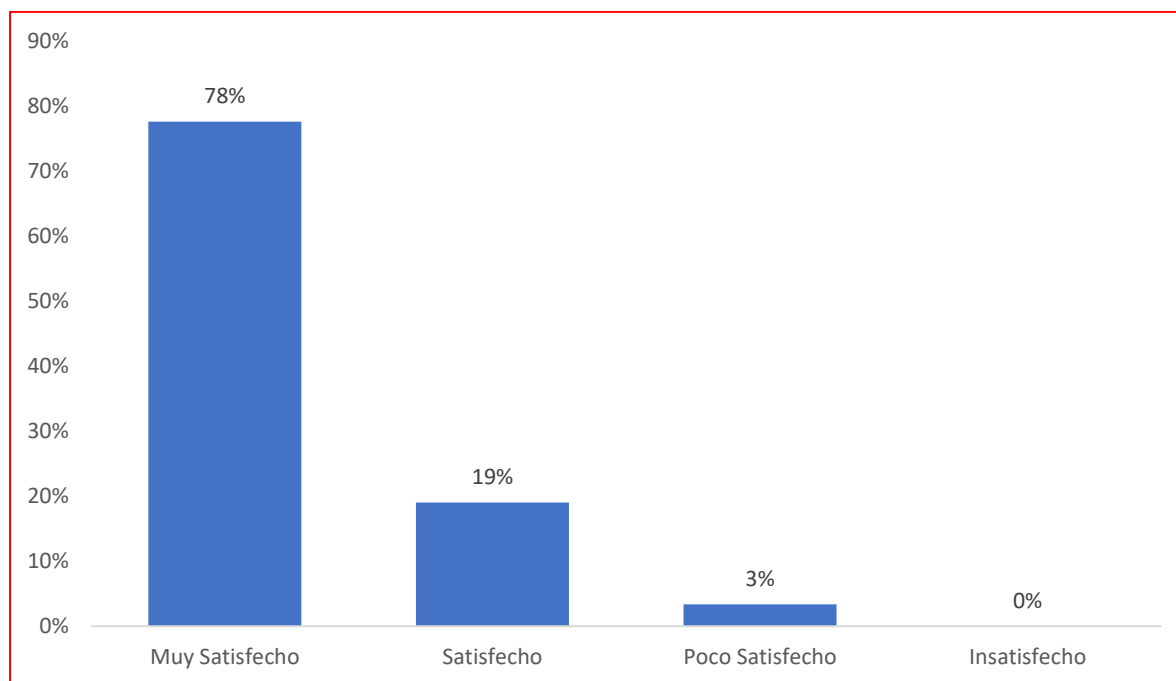
¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	298	78%	78%
	Satisfecho	73	19%	97%
	Poco Satisfecho	13	3%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 18

¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer el equipamiento de instalaciones turísticas en Lunahuaná; y las respuestas fueron que, el 78% y 19% de los encuestados manifestaron que se encuentran muy satisfecho con el equipamiento a la planta turística que se cuenta en Lunahuaná.

Pregunta 4 ¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná?

Tabla 30

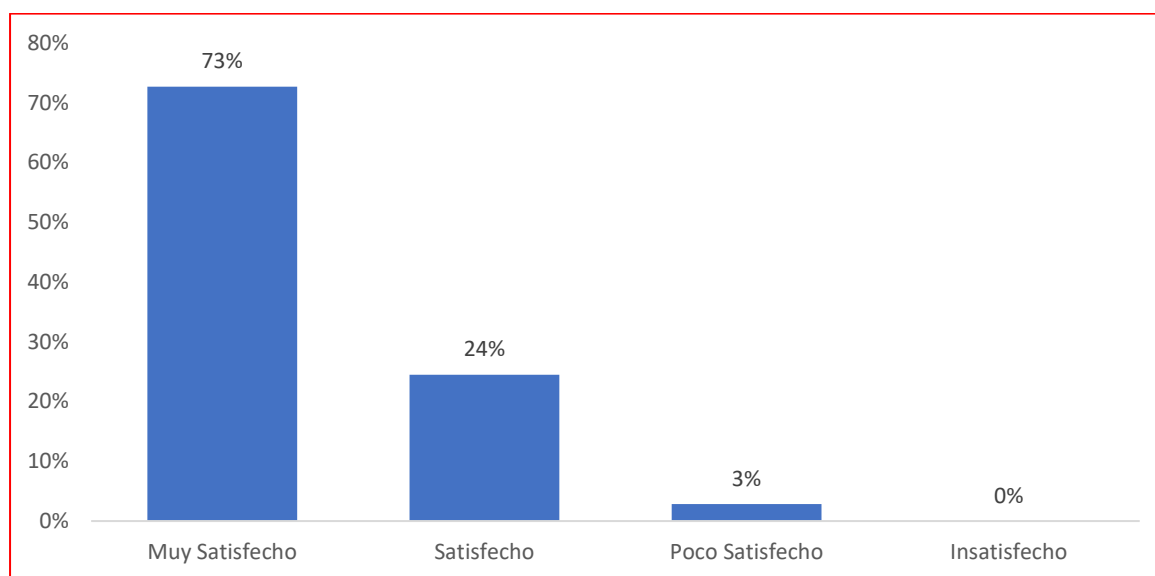
¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	279	73%	73%
	Satisfecho	94	24%	97%
	Poco Satisfecho	11	3%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 19

¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer la satisfacción con la comunidad receptora en Lunahuaná; y las respuestas fueron que, el 73% de los encuestados manifestaron que es muy satisfecho; el 24% manifestó que se sienten satisfecho con la comunidad receptora en Lunahuaná; 3% dijo que poco satisfecho.

Pregunta 5 ¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?

Tabla 31

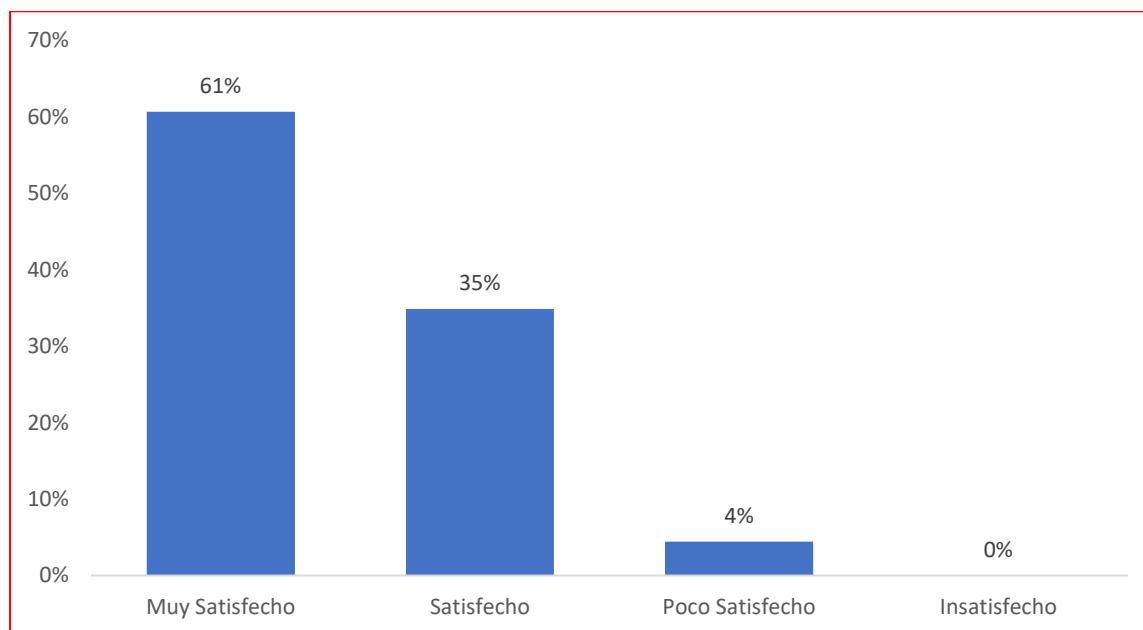
¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	233	61%	61%
	Satisfecho	134	35%	96%
	Poco Satisfecho	17	4%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 20

¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De los 384 pobladores encuestados, el 61% que en términos absolutos representa a 233 encuestados, indicó que se sienten muy satisfecho conocer la infraestructura turística en Lunahuaná; además el 35% de encuestados que representa a 134 pobladores, indica que es satisfecho, mientras que ninguno indicó poca satisfecho en el tema.

Pregunta 6. ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?

Tabla 32

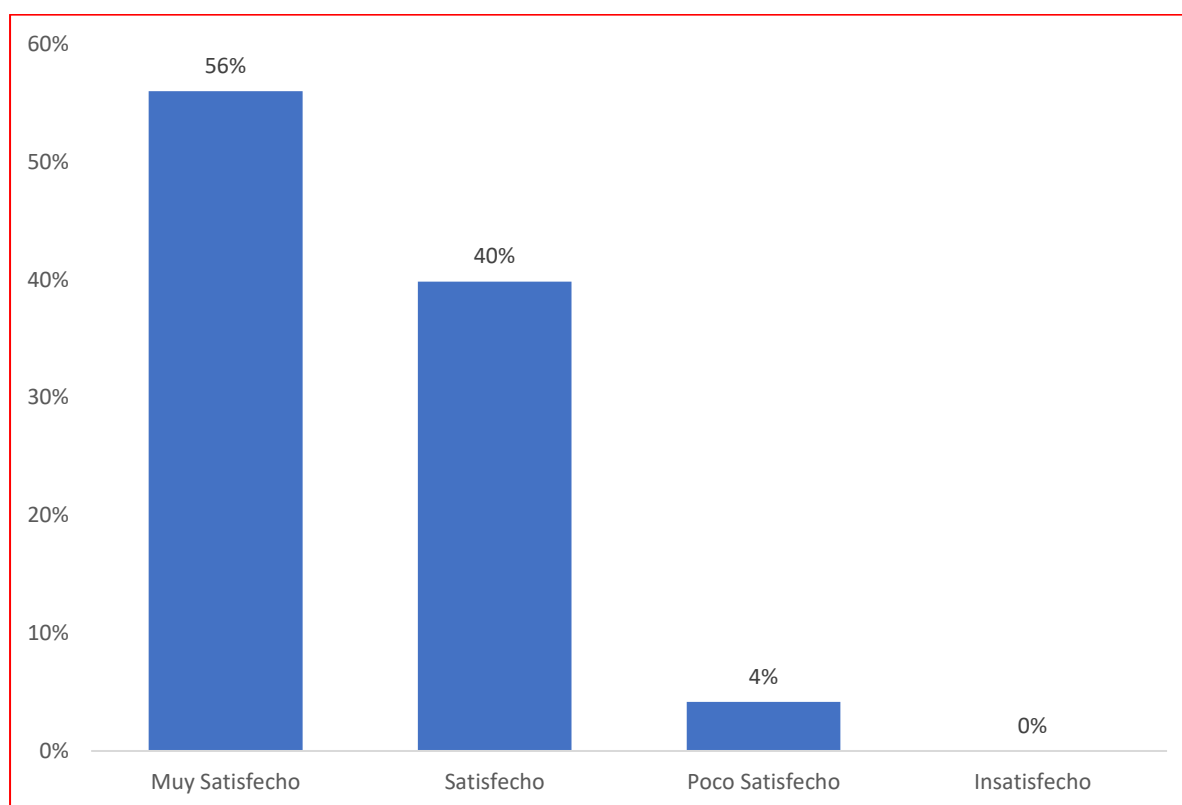
¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	215	56%	56%
	Satisfecho	153	40%	96%
	Poco Satisfecho	16	4%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 21

¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Con los resultados de la encuesta, se pudo determinar que el 56% de los pobladores encuestados mencionaron que es muy satisfecho, luego el 40% mencionaron satisfecho, solo el 4% representado en términos absolutos por 15 personas, indicaron poca satisfecho, mientras que ninguno manifestó sin importancia.

Pregunta 7. ¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?

Tabla 33

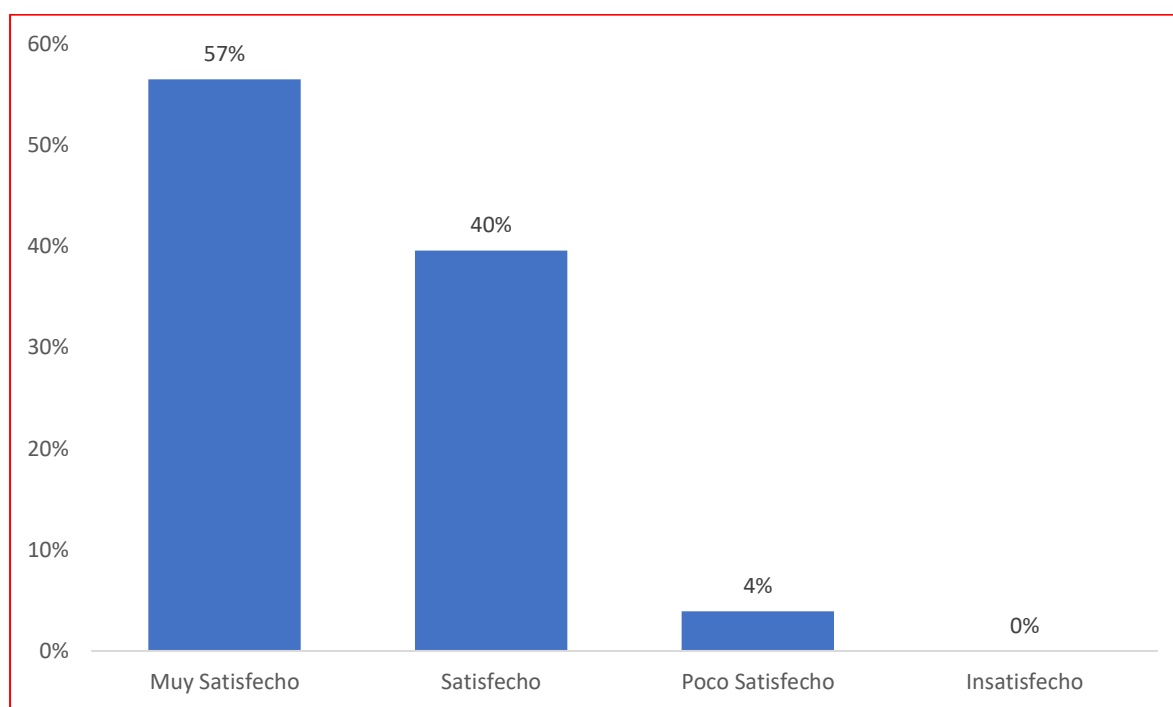
¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	217	57%	57%
	Satisfecho	152	40%	96%
	Poco Satisfecho	15	4%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 22

¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De los 384 pobladores encuestados, se tiene que el 86% representado en términos absolutos por 330 residentes, mencionaron que es muy satisfecho; el 14% de los encuestados manifestó satisfecho; por otro lado, el 4% de los encuestados que representa a 15 de 384 pobladores, indicó poco satisfecho, mientras que ninguno manifestó insatisfecho.

Pregunta 8. ¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?

Tabla 34

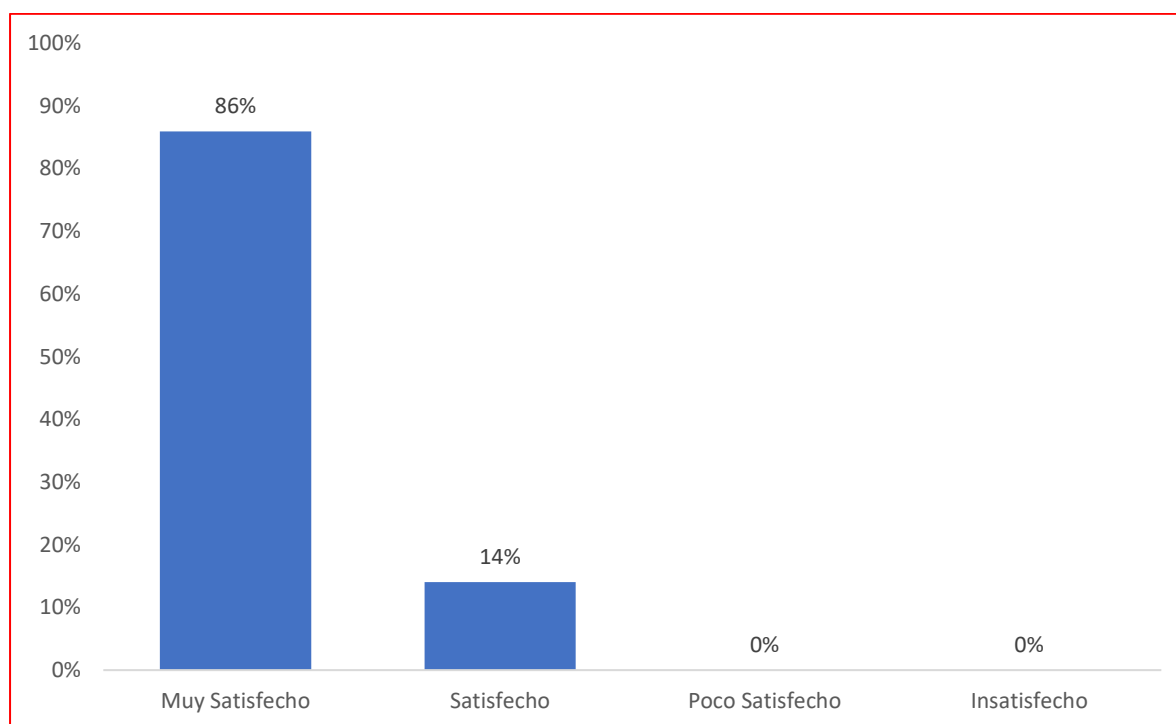
¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	330	86%	86%
	Satisfecho	54	14%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 23

¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Según los resultados de la encuesta realizada, el 86% de los pobladores residentes, manifestó que la pregunta se siente muy satisfecho con los productos turísticos adquirirlos en Lunahuaná; además el 14% indicó satisfecho; por tanto, entre los que dijeron muy satisfecho y satisfecho conforman el 100% de la muestra analizada; cabe mencionar que ninguno de los encuestados indicó poco satisfecho e insatisfecho.

Pregunta 9. ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?

Tabla 35

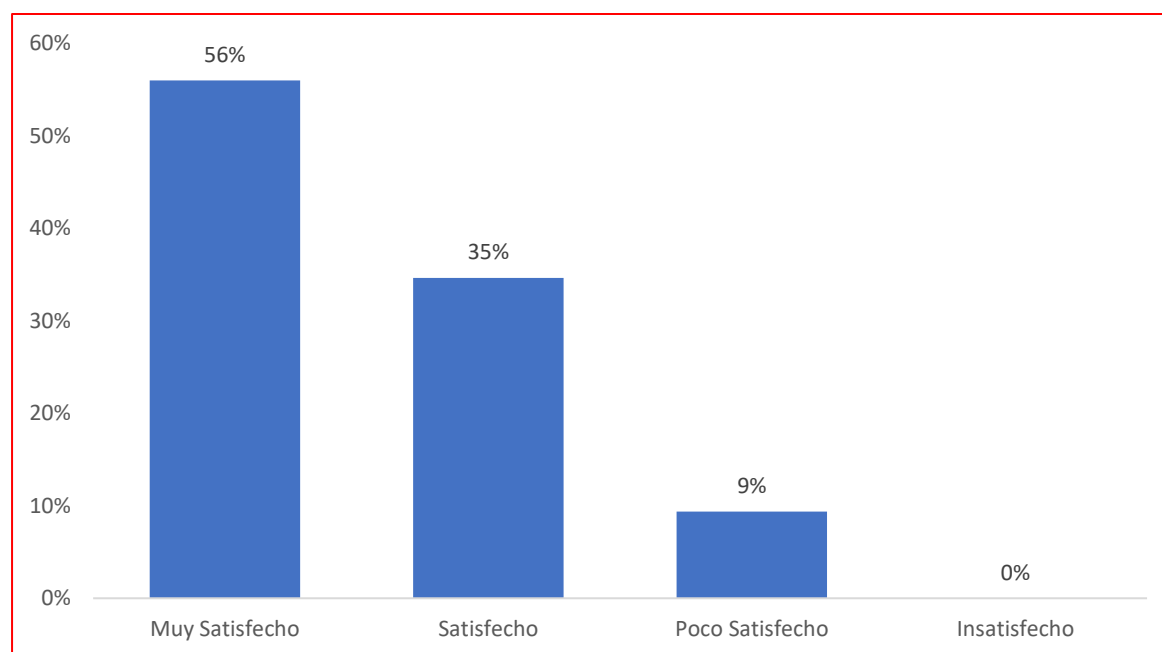
¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	215	56%	56%
	Satisfecho	133	35%	91%
	Poco Satisfecho	36	9%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 24

¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 56% de los pobladores encuestados mencionaron que es muy satisfecho la pregunta dada, el 35% indicó satisfecho, entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 91% del total, lo cual en términos absolutos son 348 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera satisfecho el uso de las agencias de viaje turísticas en Lunahuaná; por otro lado el 9% que equivale a 36 encuestados manifestó poco satisfecho.

Pregunta 10. ¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?

Tabla 36

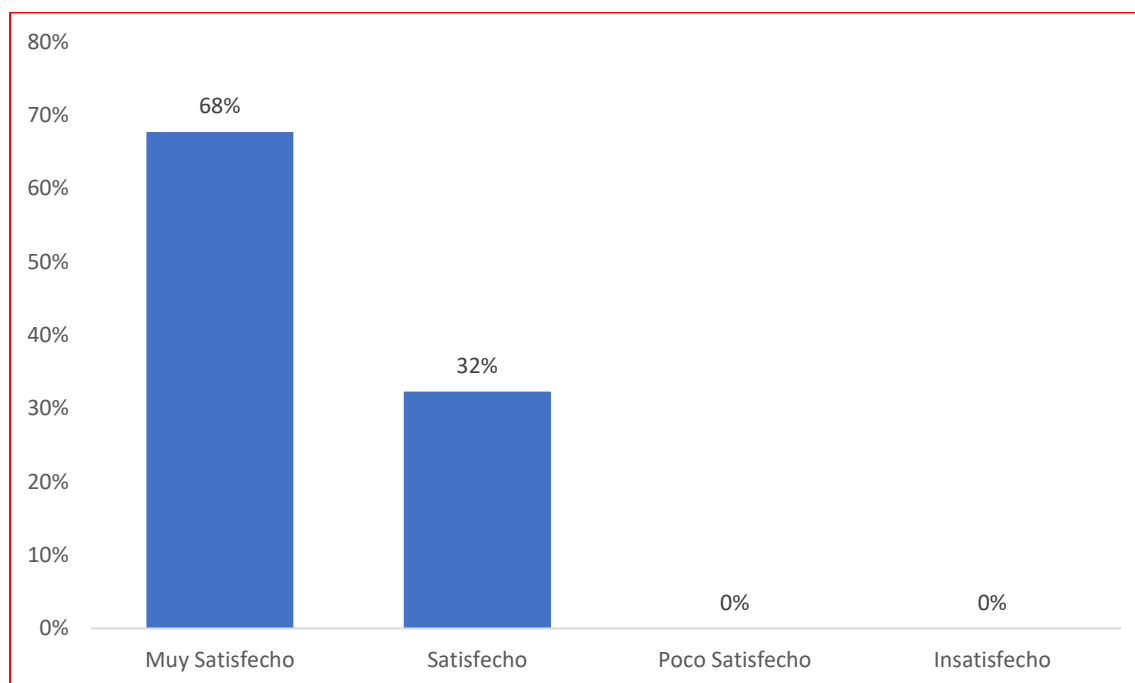
¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	260	68%	68%
	Satisfecho	124	32%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 25

¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 68% de los pobladores encuestados mencionaron muy satisfecho con la pregunta dada, el 32% indicó satisfecho, entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 384 personas; por otro lado, ningún encuestado menciona poco satisfecho e insatisfecho.

Pregunta 11. ¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?

Tabla 37

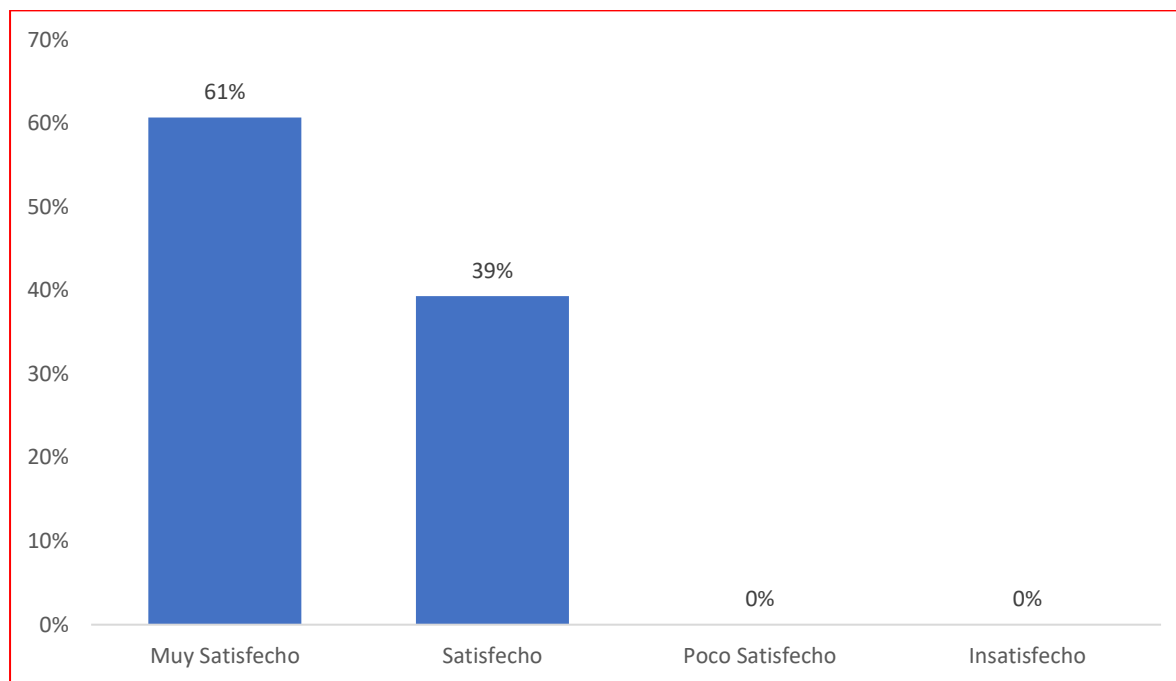
¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?	Muy Satisfecho	233	61%	61%
	Satisfecho	151	39%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 26

¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?



Nota. Elaboración propia

Interpretación. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 61% mencionaron muy satisfecho, lo cual representa a 233 personas encuestadas; por otro lado, el 39% manifestó satisfecho, este porcentaje en términos absolutos representa a 151 personas; por lo tanto, el 100% de los encuestados considera muy satisfecho viajar a Lunahuaná; cabe mencionar que ningún encuestado indicó poco satisfecho a la pregunta.

Pregunta 12. ¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?

Tabla 38

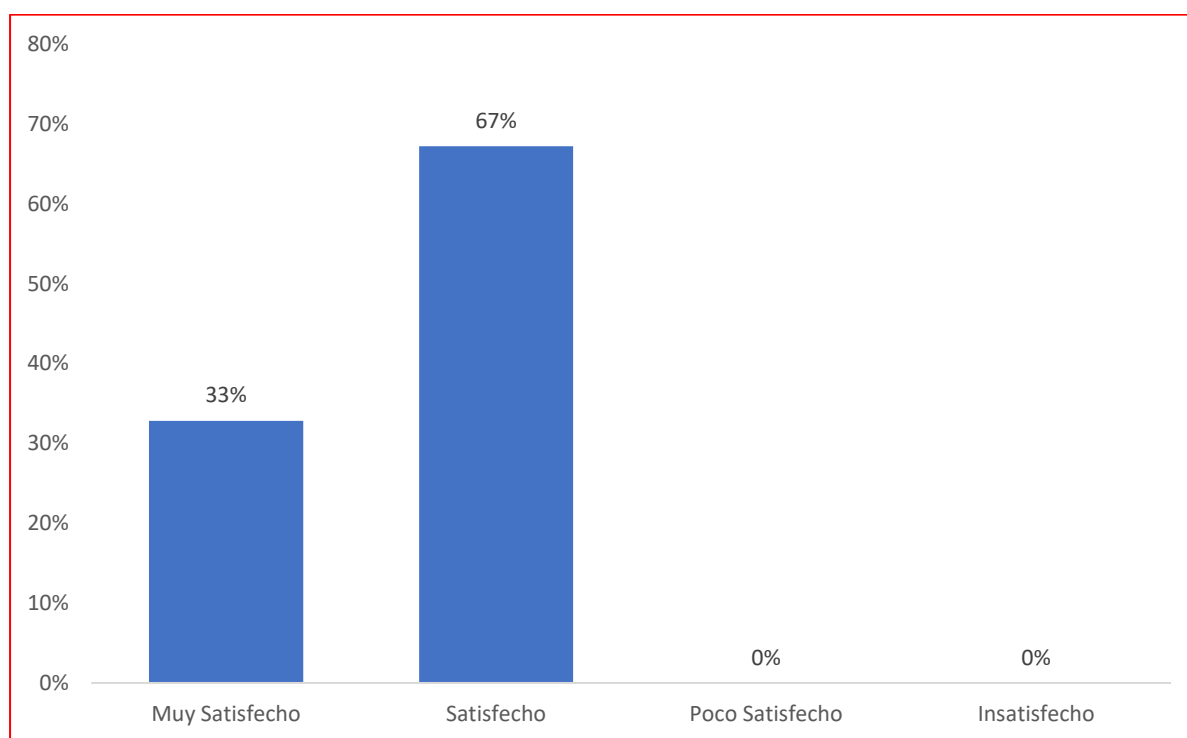
¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?	Muy Satisfecho	126	33%	33%
	Satisfecho	258	67%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 27

¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 67% mencionaron satisfecho, lo cual representa a 258 personas encuestadas; por otro lado, el 33% manifestó importante, este porcentaje en términos absolutos representa a 126 personas; por lo tanto, el 100% de los encuestados considera satisfecho haber llegado en buen tiempo y año a Lunahuaná; cabe mencionar que ningún encuestado indicó poca satisfecho a la pregunta.

Pregunta 13. ¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?

Tabla 39

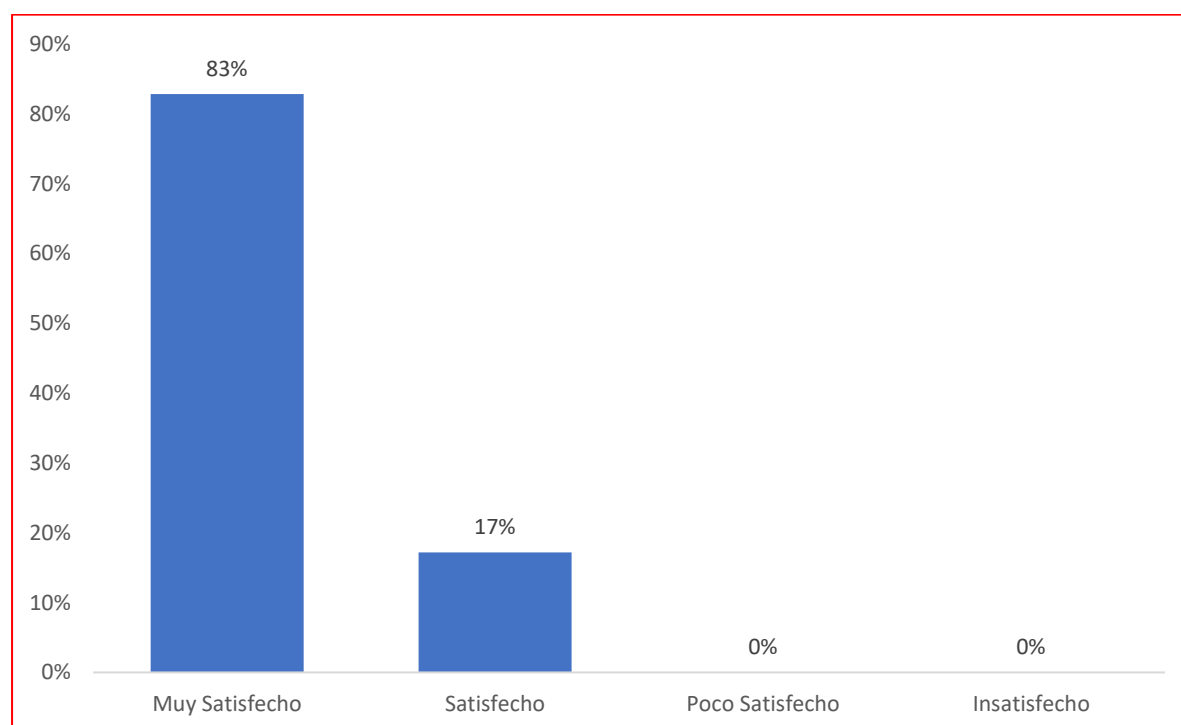
¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?	Muy Satisfecho	318	83%	83%
	Satisfecho	66	17%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 28

¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 83% de los pobladores encuestados mencionaron muy satisfecho con la pregunta dada, el 17% indicó satisfecho, entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 384 personas; es decir, la gran mayoría de la persona considera satisfecho haber utilizado los medios para realizar el viaje a Lunahuaná.

Pregunta 14. ¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?

Tabla 40

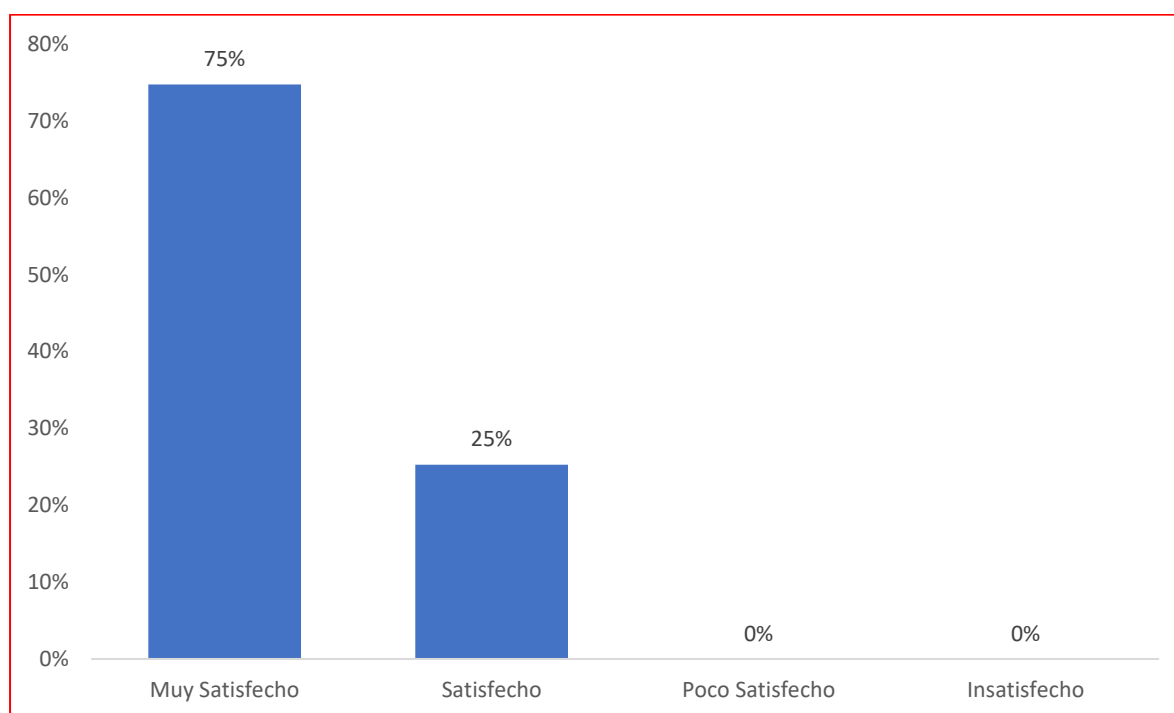
¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	287	75%	75%
	Satisfecho	97	25%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 29

¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 75% menciona que es muy satisfecho, lo cual representa a 287 personas encuestadas; por otro lado, el 25% manifestó importante, este porcentaje en términos absolutos representa a 97 personas; por lo tanto, el 100% de los encuestados considera satisfecho la categoría de hotel que utilizaron en el viaje a Lunahuaná.

Pregunta 15. ¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?

Tabla 41

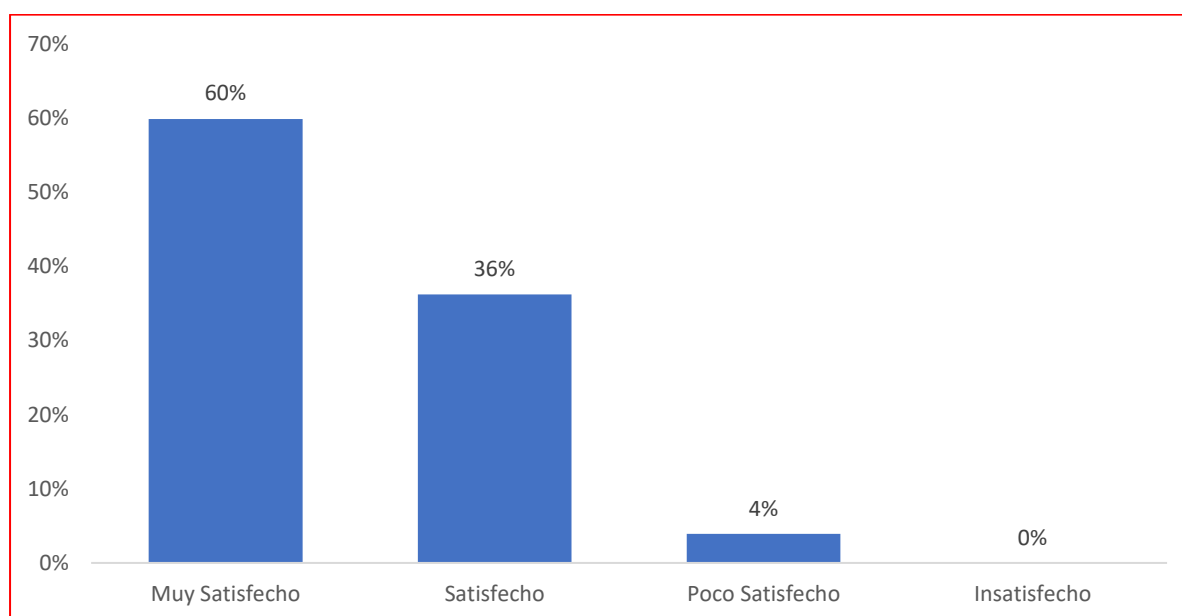
¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?	Muy Satisfecho	230	60%	60%
	Satisfecho	139	36%	96%
	Poco Satisfecho	15	4%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 30

¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 60% de los pobladores encuestados, mencionaron estar muy satisfecho con la pregunta, el 36% indicó estar solo satisfecho; entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 96% del total, lo cual en términos absolutos son 370 personas; es decir, la gran mayoría de las personas consideran estar satisfecho con los gastos realizados en la estadía a Lunahuaná; por otro lado sólo el 4%, que equivale a 15 personas, manifestaron que están poco satisfecho.

Pregunta 16. ¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?

Tabla 42

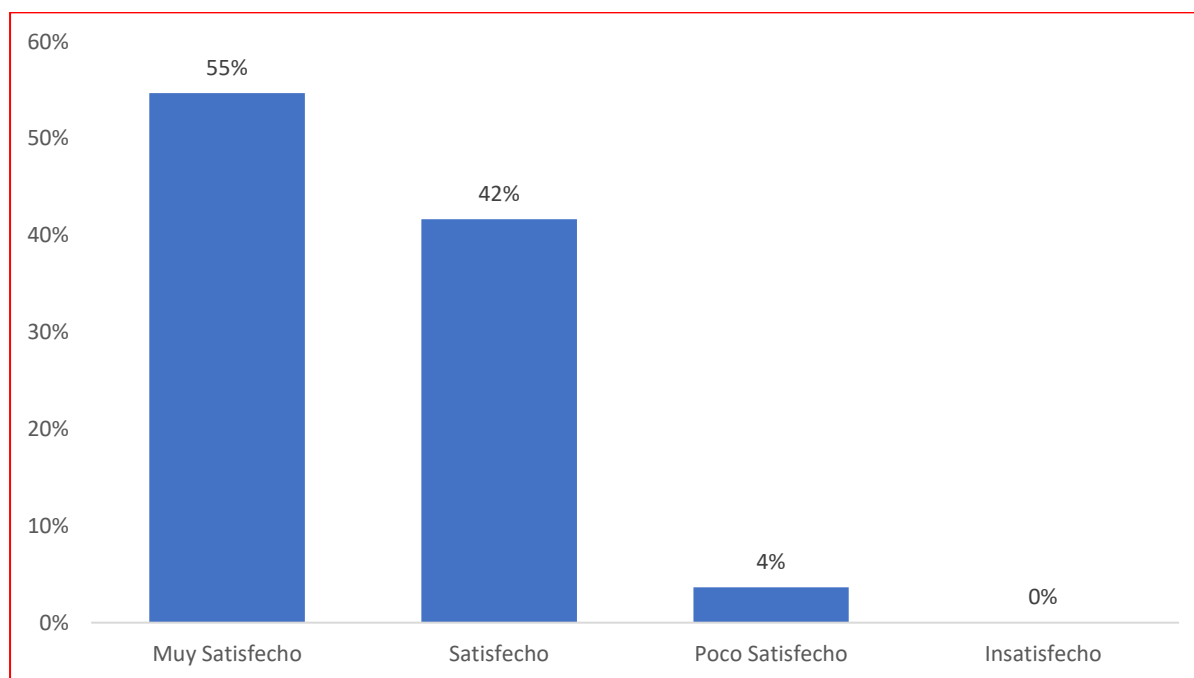
¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?	Muy Satisfecho	210	55%	55%
	Satisfecho	160	42%	96%
	Poco Satisfecho	14	4%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 31

¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 55% de los visitantes encuestados mencionaron muy satisfecho de utilizar el internet para conocer Lunahuaná, el 42% indicó satisfecho, entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 384 personas; por otro ningún encuestado menciona poca importancia a la pregunta.

Pregunta 17. ¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?

Tabla 43

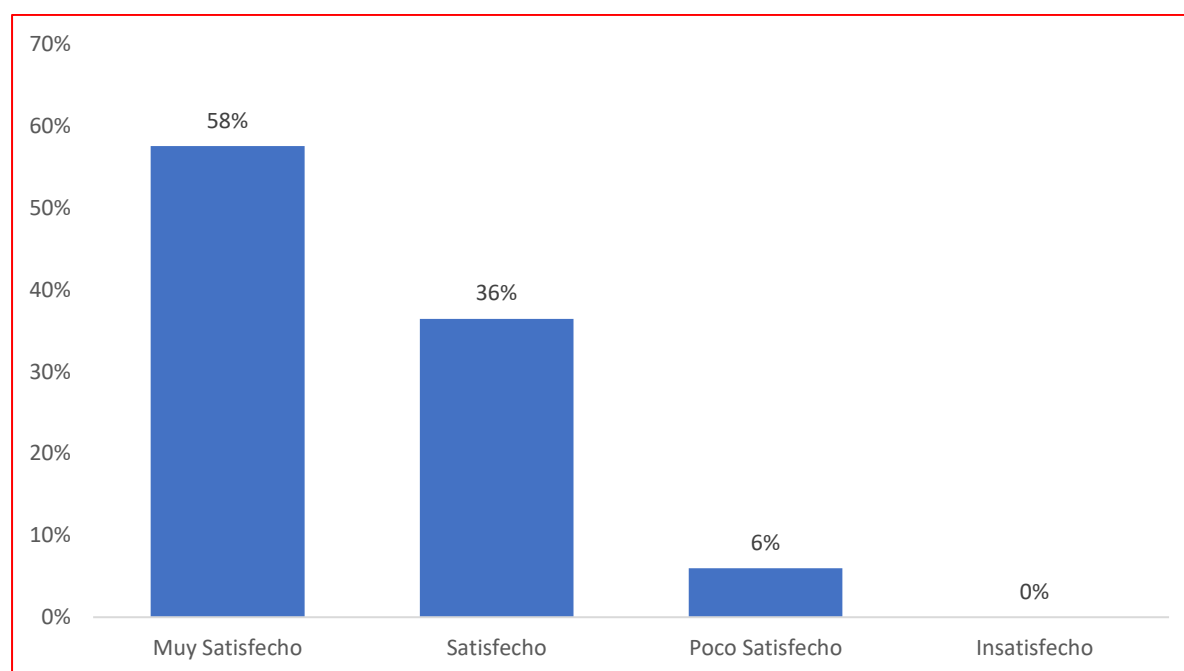
¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?	Muy Satisfecho	221	58%	58%
	Satisfecho	140	36%	94%
	Poco Satisfecho	23	6%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 32

¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer el si se ha logrado conocer algún evento turístico para conocer sobre Lunahuaná; las respuestas fueron que, el 58% y 36% de los encuestados manifestaron que si es muy satisfecho haber conocido eventos turísticos que se desarrollan en Lunahuaná; el 6% manifestó poco satisfecho y le fue indiferente la pregunta.

Pregunta 18. ¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?

Tabla 44

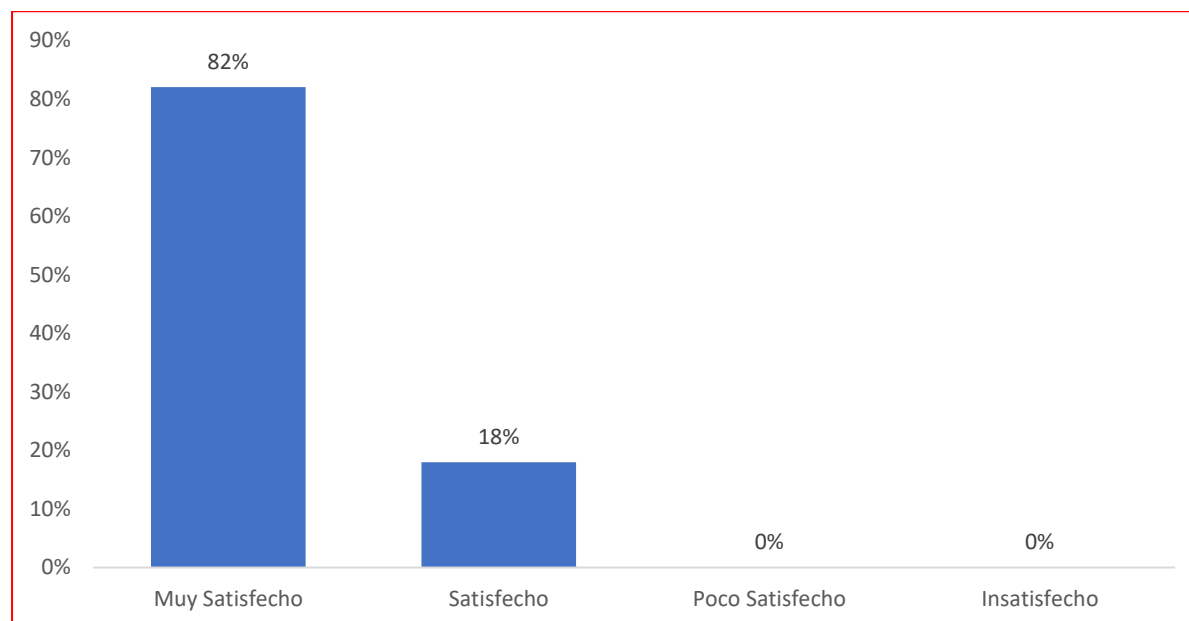
¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?	Muy Satisfecho	315	82%	82%
	Satisfecho	69	18%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 33

¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer la importancia de las redes sociales para conocer Lunahuaná; las respuestas fueron que, el 82% y 18% de los encuestados manifestaron que es muy satisfecho conocer Lunahuaná a través de las redes sociales; entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 384 personas; por otro ningún encuestado menciona poca satisfecho a la pregunta.

Pregunta 19. ¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?

Tabla 45

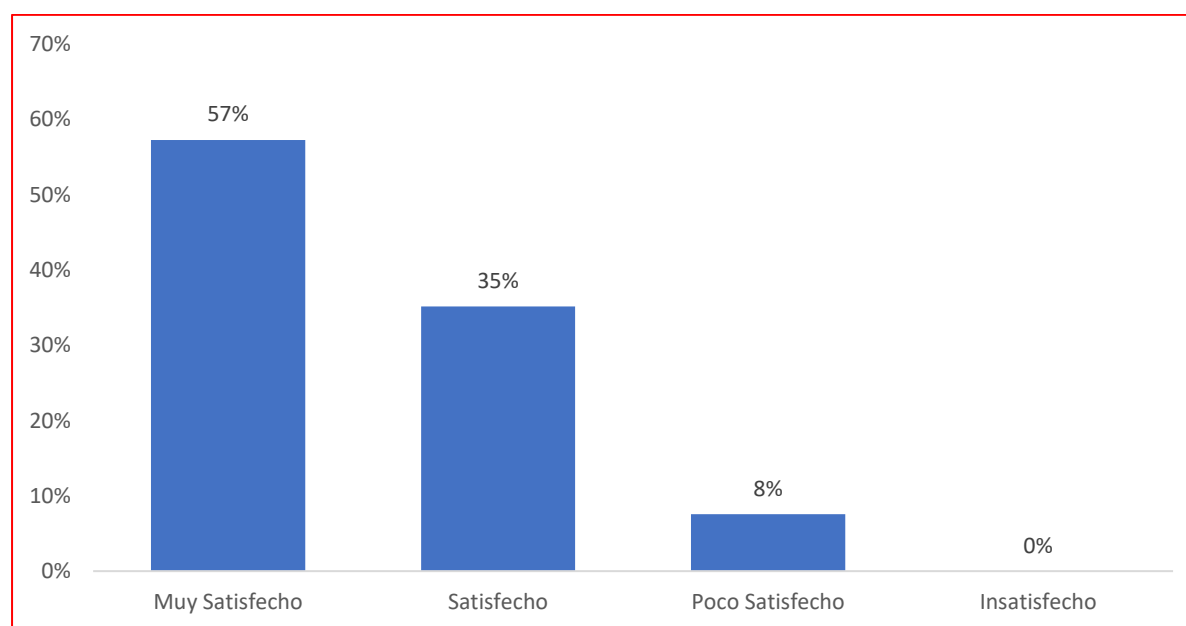
¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?	Muy Satisfecho	220	57%	57%
	Satisfecho	135	35%	92%
	Poco Satisfecho	29	8%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 34

¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 57% de los pobladores encuestados mencionaron muy satisfecho con la pregunta dada, el 35% indicó satisfecho, entonces, entre los que mencionaron muy satisfecho y satisfecho representan el 92% del total, lo cual en términos absolutos son 355 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera importante conocer Lunahuaná a través de revistas y diarios; por otro lado el 8% que equivale a 29 encuestados manifestó poca importancia en la pregunta.

Pregunta 20. ¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?

Tabla 46

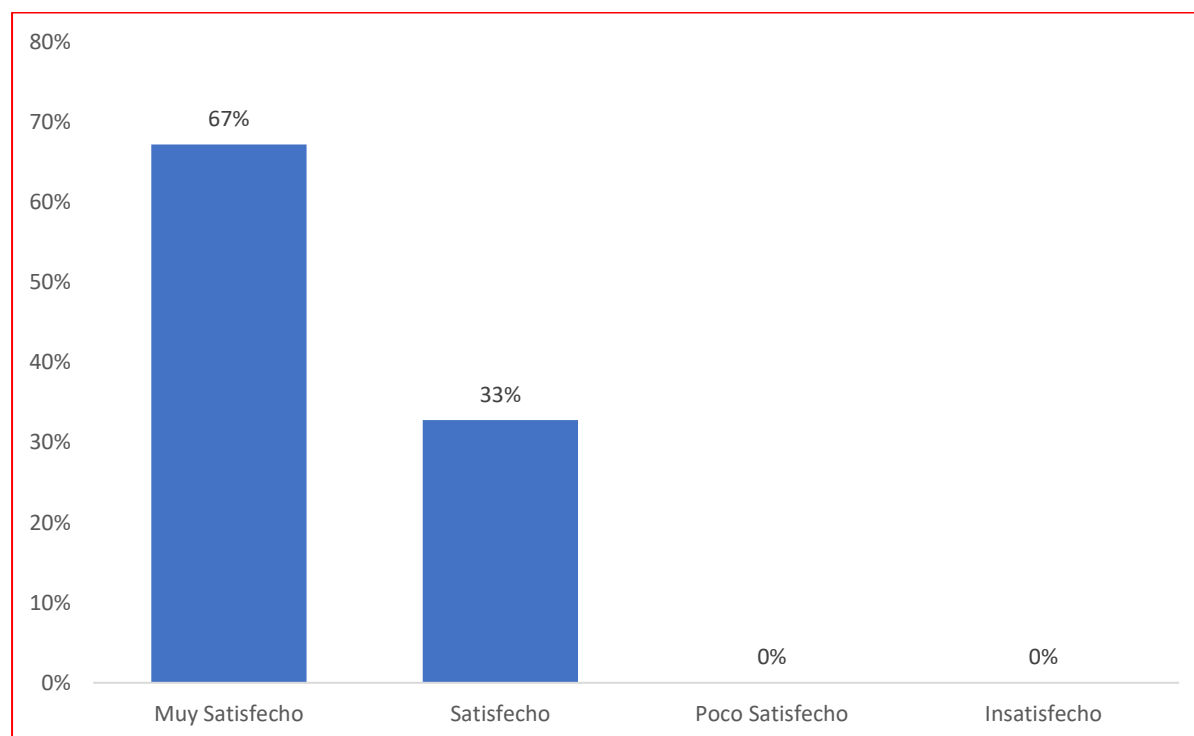
¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?	Muy Satisfecho	258	67%	67%
	Satisfecho	126	33%	100%
	Poco Satisfecho	0	0%	100%
	Insatisfecho	0	0%	
	Total	384	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Figura 35

¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los visitantes

Interpretación. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 67% menciono que es muy satisfecho, lo cual representa a 258 personas encuestadas; por otro lado, el 33% manifestó satisfecho, este porcentaje en términos absolutos representa a 126 personas; por lo tanto, el 100% de los encuestados considera importante conocer Lunahuaná a través de radio y TV.

4.3.2 Resultado de Encuesta a la Autoridad – Desarrollo local

Pregunta 1. ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?

Tabla 47

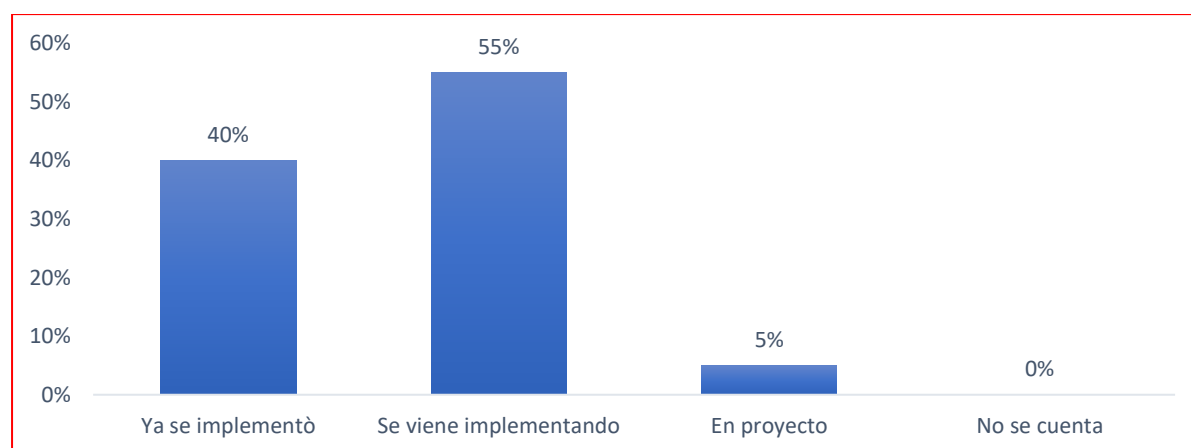
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?	Ya se implementó	8	40%	40%
	Se viene implementando	11	55%	95%
	En proyecto	1	5%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 36

¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 55% del personal administrativo encuestados menciono que se viene implementando, el 40% indicó que ya se implementó, entonces, entre los mencionaron que se viene implementando y ya se implementó representan el 95% del total, lo cual en términos absolutos son 19 personas; es decir, la gran mayoría considera el instrumento de ordenamiento territorial enfocado al turismo se viene implementando; por otro lado el 5% que equivale a 1 encuestados manifestó que se encuentra en proyecto, y ningún encuestado menciona que no se cuenta.

Pregunta 2. ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?

Tabla 48

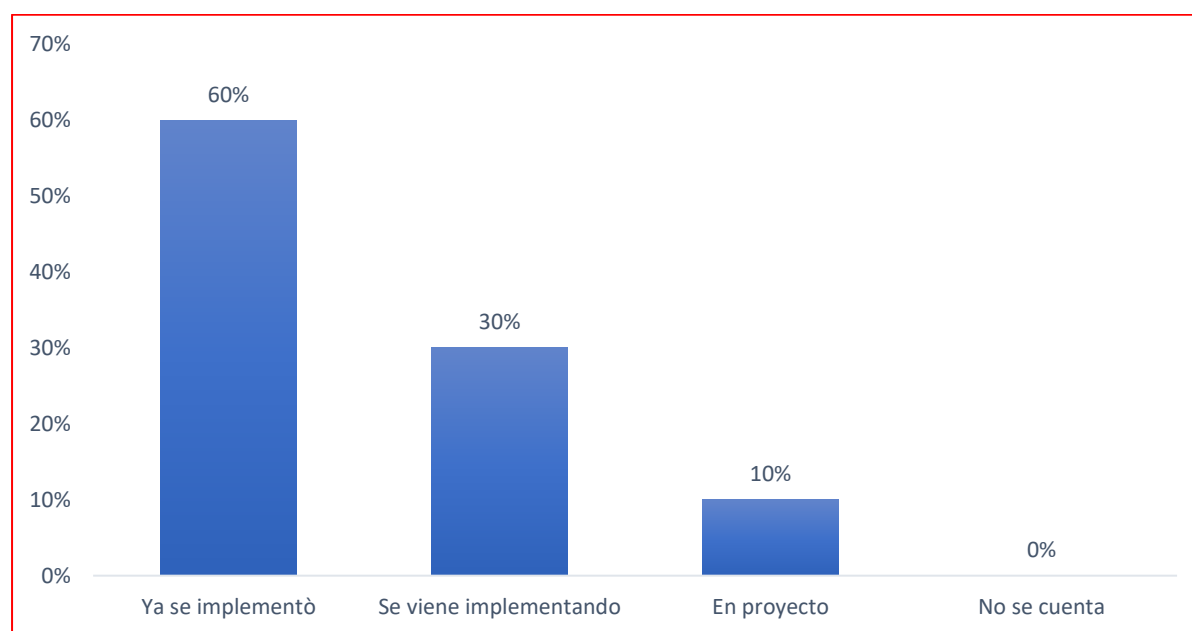
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?	Ya se implementó	12	60%	60%
	Se viene implementando	6	30%	90%
	En proyecto	2	10%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 37

¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 60% del personal administrativo encuestado menciona que ya se implementó, el 30% indicó que se viene implementando el instrumento de organización territorial, entonces entre los mencionaron que ya se implementó y se viene implementando representan el 90% del total, lo cual en términos absolutos son 18 personas; por otro ningún encuestado menciona que no se cuenta con algún instrumento para la organización territorial enfocado al turismo.

Pregunta 3. ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?

Tabla 49

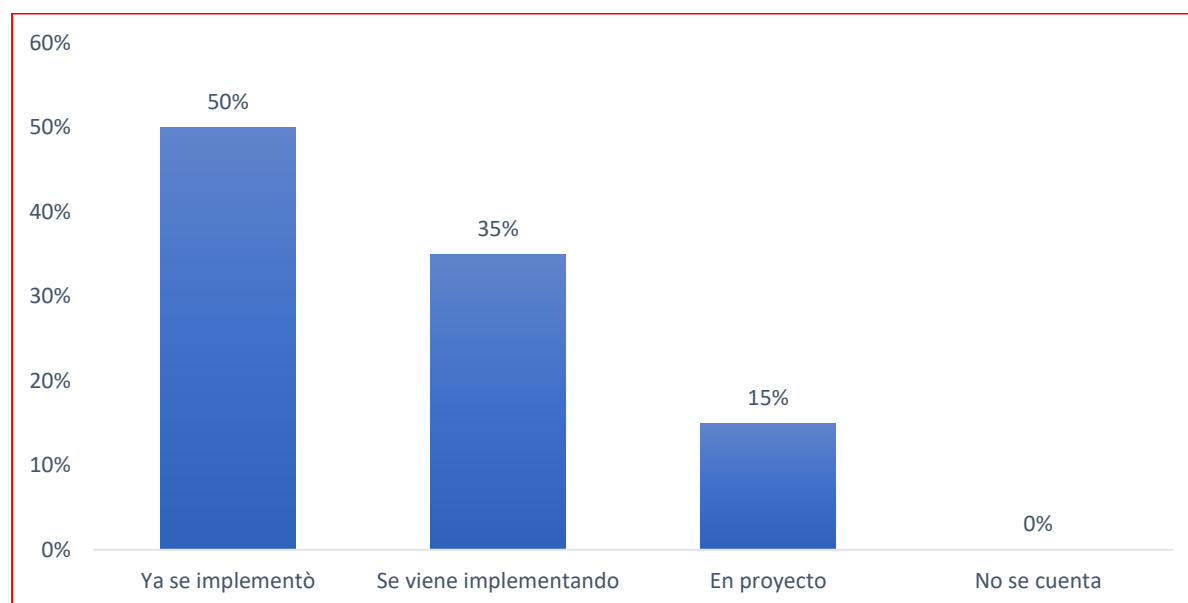
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
	Ya se implementó	10	50%	50%
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?	Se viene implementando	7	35%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 38

¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Con los resultados de la encuesta, se pudo determinar que el 50% del personal administrativo menciona que ya se implementó, luego el 35% menciona que se viene implementando el instrumento para gestión territorial enfocado al turismo; mientras que ninguno manifestó que el diagnóstico se ha desarrollado en el distrito.

Pregunta 4. ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?

Tabla 50

¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?	Ya se implementó	11	55%	55%
	Se viene implementando	9	45%	100%
	En proyecto	0	0%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 39

¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 45% menciona que se viene implementando, lo cual representa a 9 personas encuestadas; por otro lado, el 55% manifestó que ya se implementó, este porcentaje en términos absolutos representa a 20 personas; por lo tanto, el 100% de los encuestados considera importante el instrumento para el acondicionamiento territorial enfocado al turismo; cabe mencionar que ningún encuestado indicó negatividad con la preguntada mencionada.

Pregunta 5. ¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?

Tabla 51

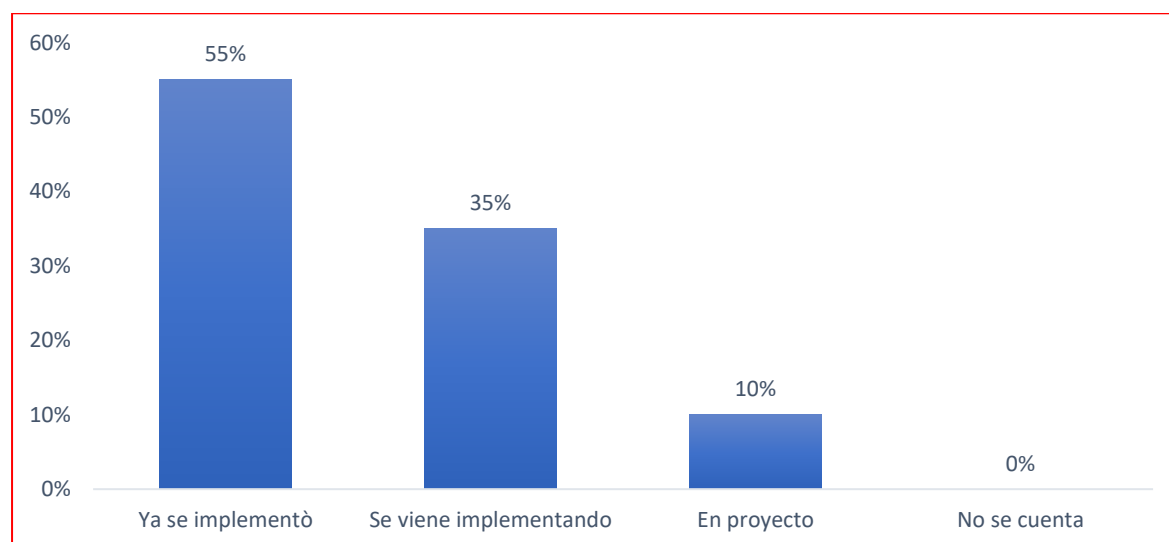
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?	Ya se implementó	11	55%	55%
	Se viene implementando	7	35%	90%
	En proyecto	2	10%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 40

¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 55% del personal administrativo menciona que ya se implementó, el 35% indicó que se viene implementando, entonces, entre los mencionaron que ya se implementando y se viene implementando representan el 90% del total, lo cual en términos absolutos son 18 personas; es decir, la gran mayoría de la personas menciona que ya se implementó el instrumento para la regulación territorial enfocado al turismo; por otro lado el 10% que equivale a 2 encuestados manifestó que se cuenta en proyecto, y ningún encuestado manifestó que no se cuenta.

Pregunta 6. ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?

Tabla 52

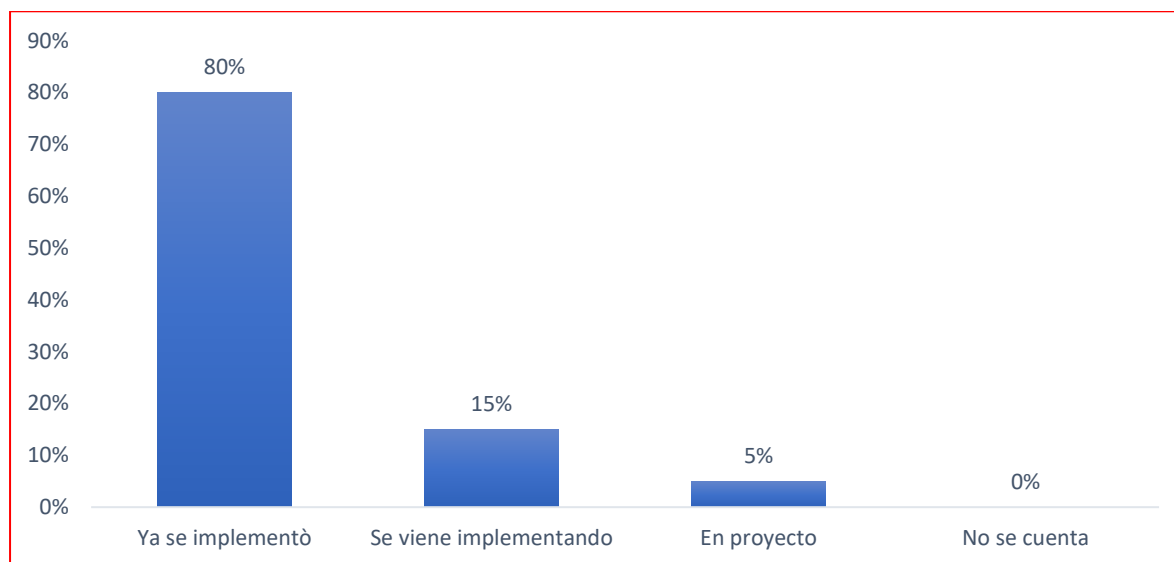
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?	Ya se implementó	16	80%	80%
	Se viene implementando	3	15%	95%
	En proyecto	1	5%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 41

¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 80% del personal entrevistado que ya se implementó, el 15% indicó que se viene implementando, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementando y se viene implementando representan el 95% del total, lo cual en términos absolutos son 19 personas; es decir, la gran mayoría de la personas considera importante las estrategias para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná; por otro lado el 5% que equivale a 1 encuestados manifestó que se encuentra en proyecto no estar de acuerdo, y ningún menciona que no se cuenta.

Pregunta 7. ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?

Tabla 53

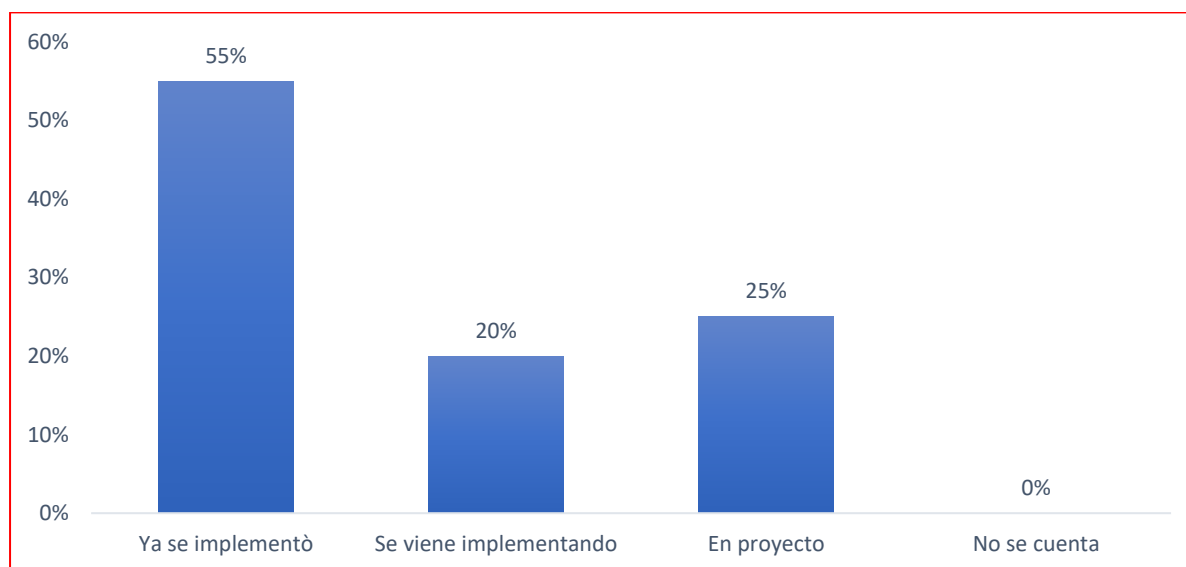
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?	Ya se implementó	11	55%	55%
	Se viene implementando	4	20%	75%
	En proyecto	5	25%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 42

¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Según los resultados de la encuesta realizada, el 75% del personal administrativo menciona que ya se implementó alguna estrategia para las creencias y símbolos en Lunahuaná; además el 20% indicó que se viene implementando; por tanto, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementado conforman el 100% de la muestra analizada; cabe mencionar que ninguno de los encuestados indicó que no se cuenta.

Pregunta 8. ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?

Tabla 54

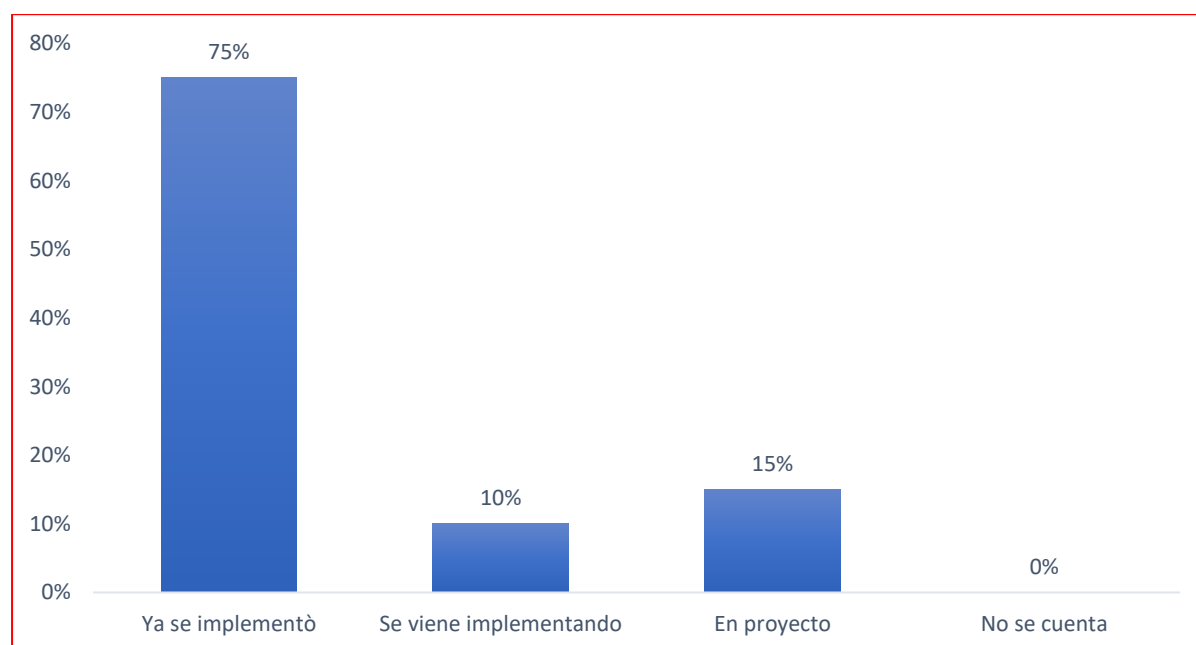
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?	Ya se implementó	15	75%	75%
	Se viene implementando	2	10%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 43

¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Según los resultados de la encuesta realizada, el 85% del personal administrativo menciona que ya se implementó las estrategias para las expresiones de Lenguaje; además el 10% indicó que se viene implementando; por tanto, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementado conforman el 100% de la muestra analizada; cabe mencionar que ninguno de los encuestados indicó que no se cuenta.

Pregunta 9. ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?

Tabla 55

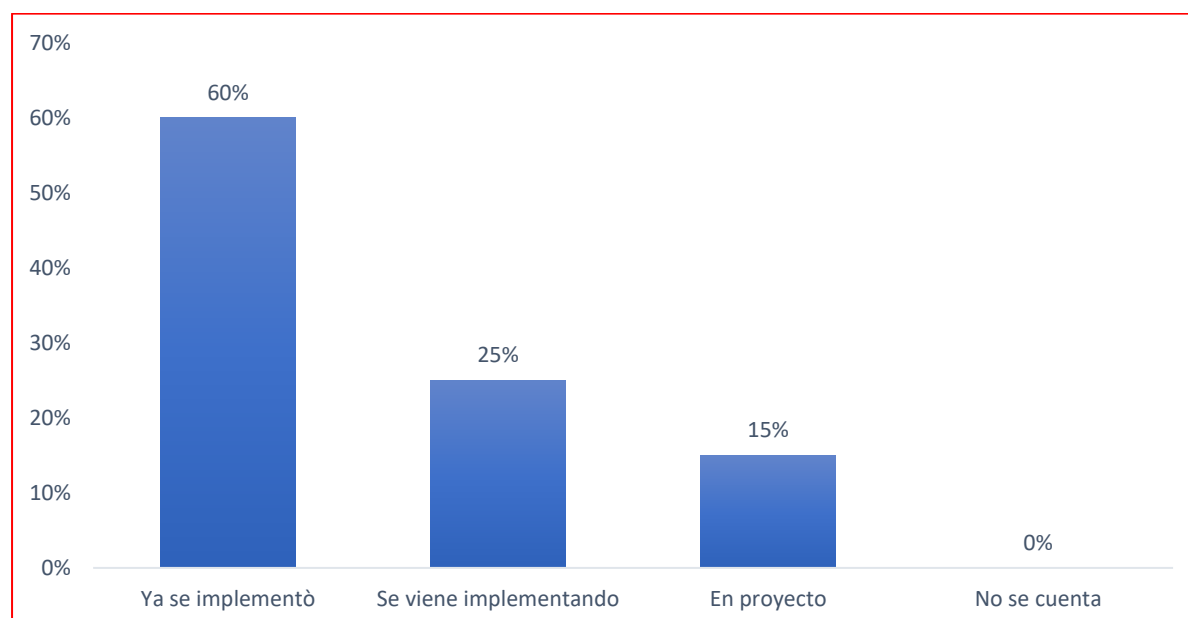
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?	Ya se implementó	12	60%	60%
	Se viene implementando	5	25%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 44

¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 60% del personal administrativo menciona que ya se implementó, el 25% indicó que se viene implementando, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementado representan el 85% del total, lo cual en términos absolutos son 17 personas; es decir, la gran mayoría de las personas considera importante los planes específicos; por otro lado el 15% que equivale a 3 encuestados manifestó que se cuenta en proyecto y ningún encuestado menciona que no se cuenta.

Pregunta 10. ¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?

Tabla 56

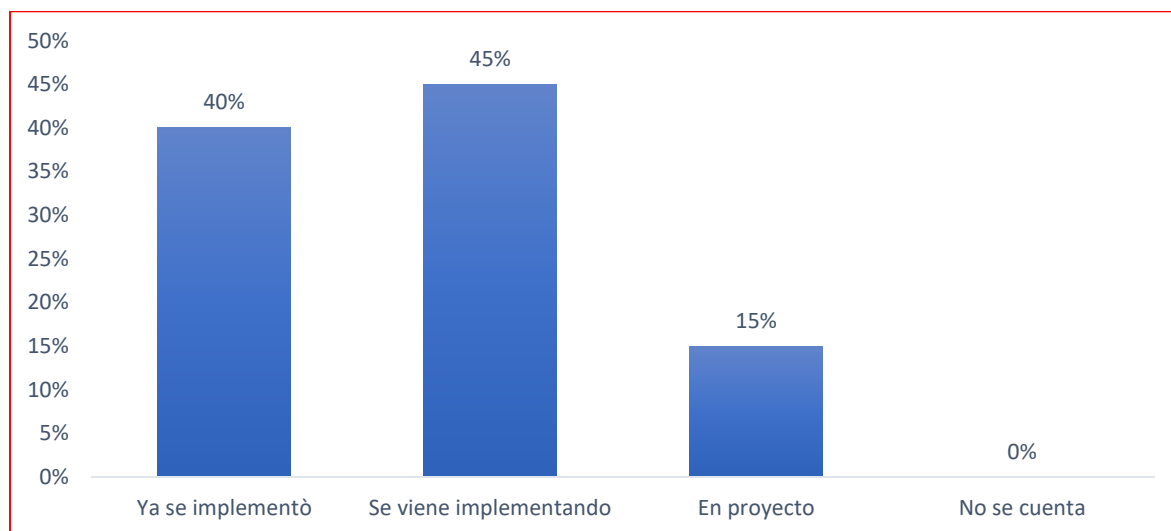
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?	Ya se implementó	8	40%	40%
	Se viene implementando	9	45%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 45

¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a los resultados de la encuesta, se determinó que el 45% menciona que se viene implementando, lo cual representa a 9 personas encuestadas; por otro lado, el 40% manifestó que ya se implementó, este porcentaje en términos absolutos representa a 8 personas; por lo tanto, el 100% de los encuestados considera importante los planes estratégicos; cabe mencionar que ningún encuestado indicó que no se cuenta.

Pregunta 11. ¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Tabla 57

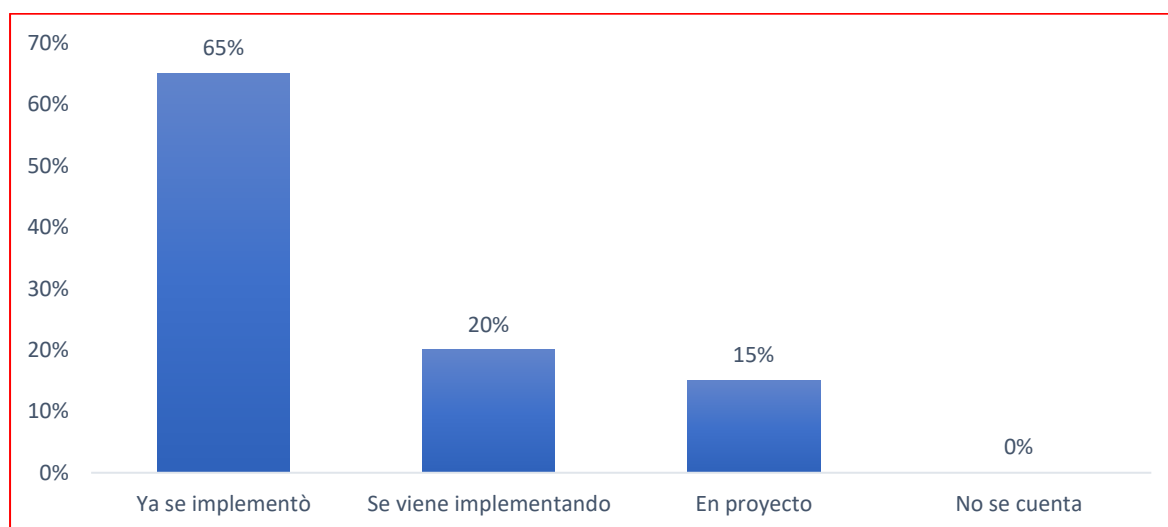
¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	Ya se implementó	13	65%	65%
	Se viene implementando	4	20%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 46

¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 65% del personal administrativo encuestado menciona que ya se implementó, el 20% indicó que se viene implementando, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementando representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 17 personas; por otro ningún encuestado menciona que no se cuenta.

Pregunta 12. ¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Tabla 58

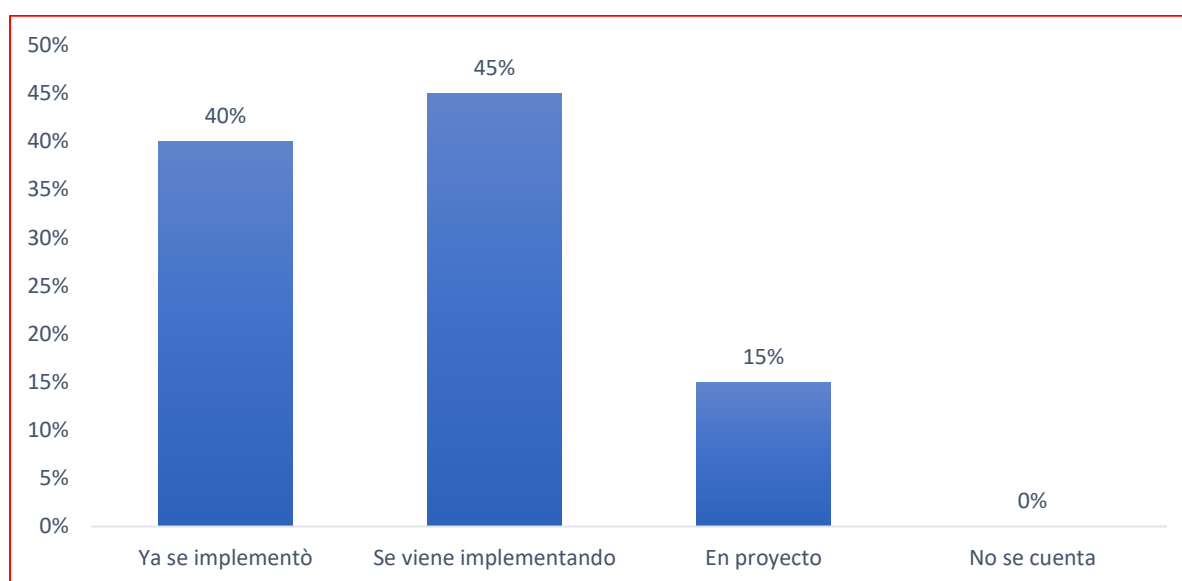
¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	Ya se implementó	8	40%	40%
	Se viene implementando	9	45%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 47

¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 45% del personal administrativo encuestado menciona que se viene implementando, el 40% indicó que ya se implementó un plan articulado con el estado para la gobernanza para desarrollar el ecoturismo, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementando representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 17 personas; por otro ningún encuestado menciona que no se cuenta.

Pregunta 13. ¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Tabla 59

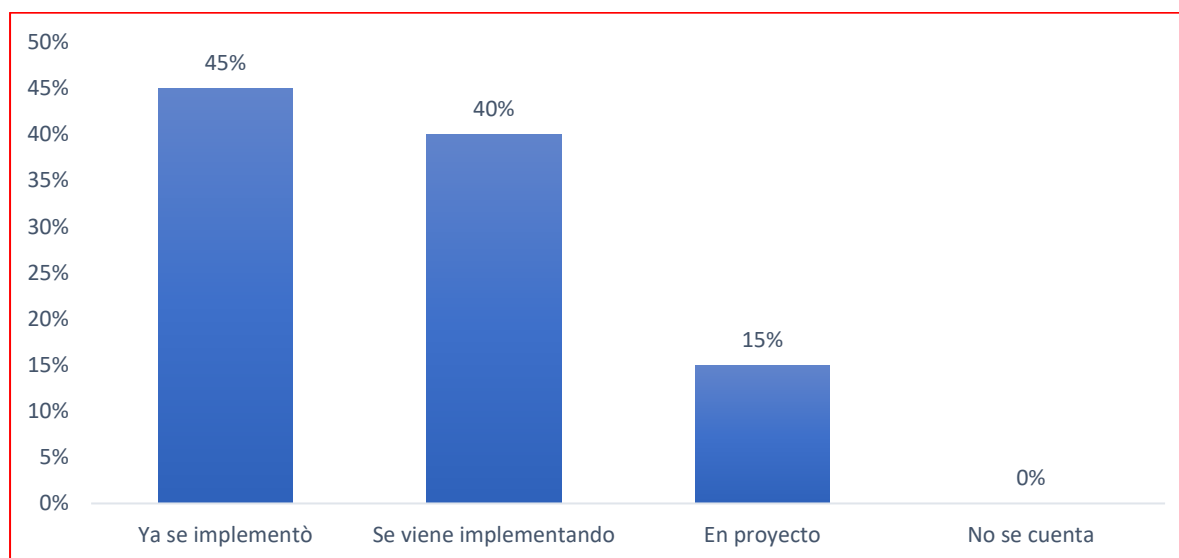
¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	Ya se implementò	9	45%	45%
	Se viene implementando	8	40%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 48

¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Según los resultados de la encuesta realizada, el 85% del personal administrativo menciona que ya se implementó un plan articulado con instituciones públicas para desarrollar el ecoturismo en el distrito; además el 15% indicó que se viene implementando; por tanto, entre los que dijeron que ya se implementó y se viene implementando conforman el 100% de la muestra analizada; cabe mencionar que ninguno de los encuestados indicó que no se cuenta.

Pregunta 14. ¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Tabla 60

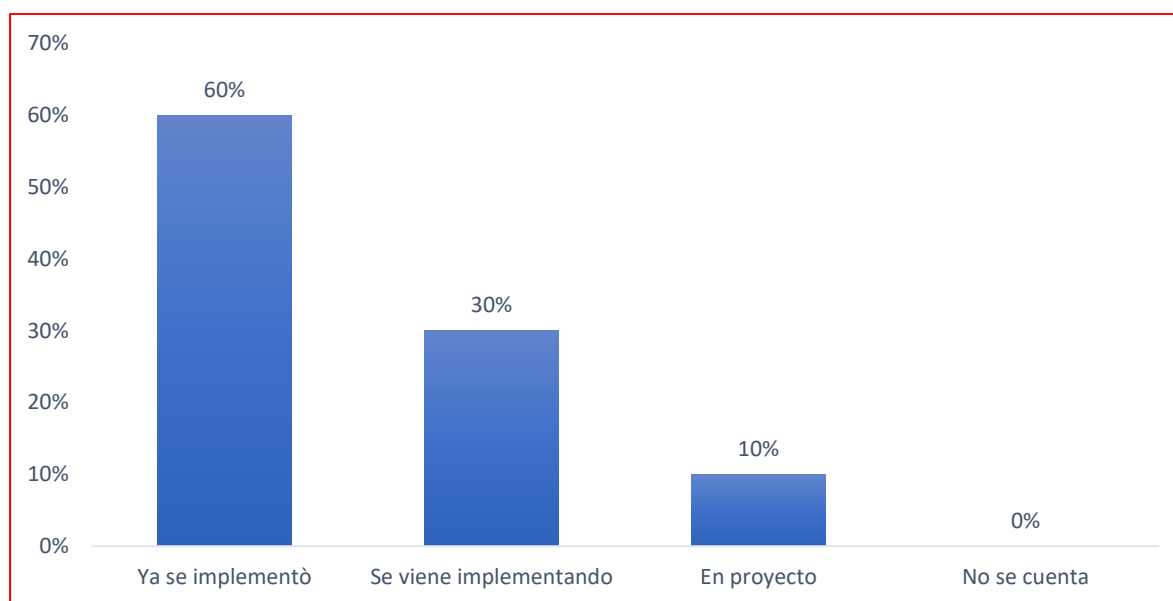
¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	Ya se implementó	12	60%	60%
	Se viene implementando	6	30%	90%
	En proyecto	2	10%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 49

¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer si se cuenta con un plan articulado con la población organizada para desarrollar el ecoturismo; y las respuestas fueron que, el 60% y 30% de los encuestados manifestaron que ya se implementó el un plan articulado para desarrollar el ecoturismo en Lunahuaná.

Pregunta 15. ¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Tabla 61

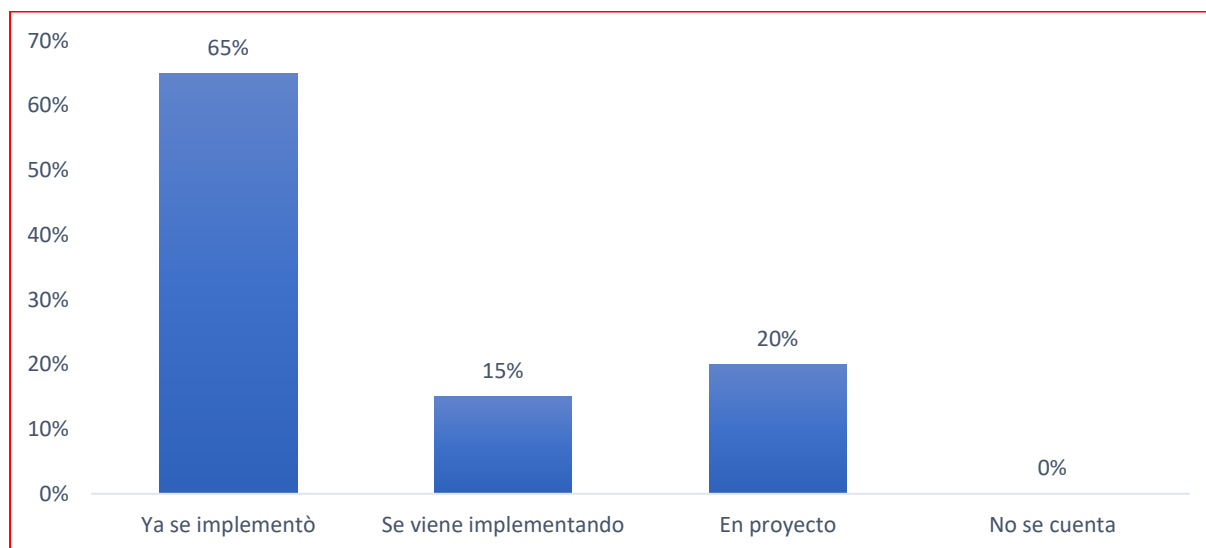
¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?	Ya se implementó	13	65%	65%
	Se viene implementando	3	15%	80%
	En proyecto	4	20%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 50

¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 65% de los pobladores encuestados mencionaron que ya se implementó, el 20% indicó que se encuentra en proyecto, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementando representan el 80% del total, lo cual en términos absolutos son 16 personas; es decir, la gran mayoría de la personas mencionaron que el distrito cuenta con un plan articulado con la empresa privada para desarrollar el ecoturismo; por otro lado el 15% que equivale a 3 encuestados manifestó que se viene implementando y ningún encuestado menciona que no se cuenta.

Pregunta 16. ¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?

Tabla 62

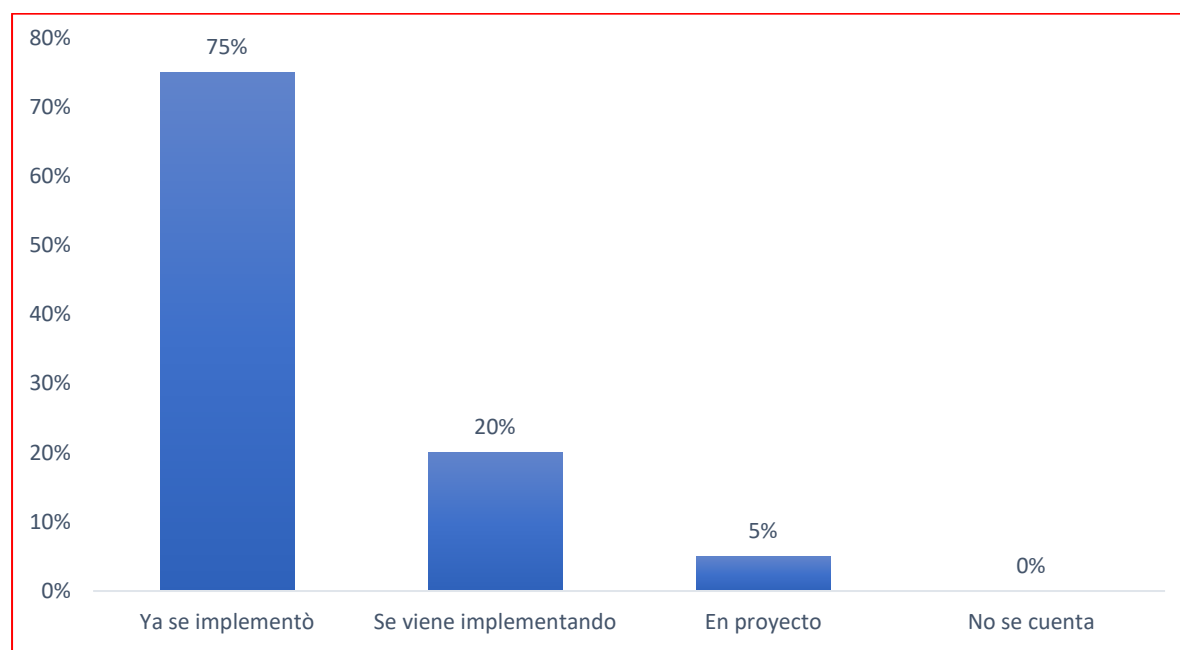
¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?	Ya se implementó	15	75%	75%
	Se viene implementando	4	20%	95%
	En proyecto	1	5%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 51

¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer los procesos de planificación en agentes sociales; las respuestas fueron que, el 75% y 20% de los encuestados manifestaron que ya se implementó un plan para contar con los servicios básicos en el distrito para realizar el ecoturismo; el 5% manifestó que se encuentra en proyecto.

Pregunta 17. ¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?

Tabla 63

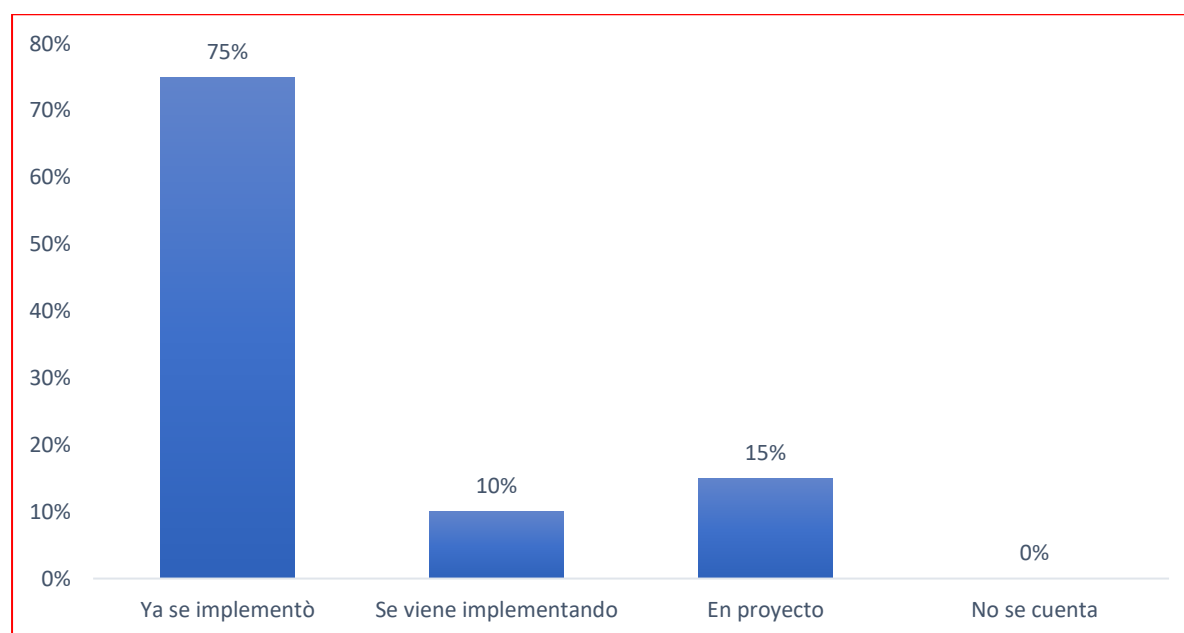
¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
	Ya se implementó	15	75%	75%
¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?	Se viene implementando	2	10%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 52

¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer si se cuenta con un plan para generar empleo en el distrito en el campo del ecoturismo; las respuestas fueron que, el 75% y 15% de los encuestados manifestaron que ya se implementó un plan para generar empleo en el campo de Ecoturismo; el 10% manifestó que se encuentra en proyecto y le fue indiferente la pregunta.

Pregunta 18. ¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?

Tabla 64

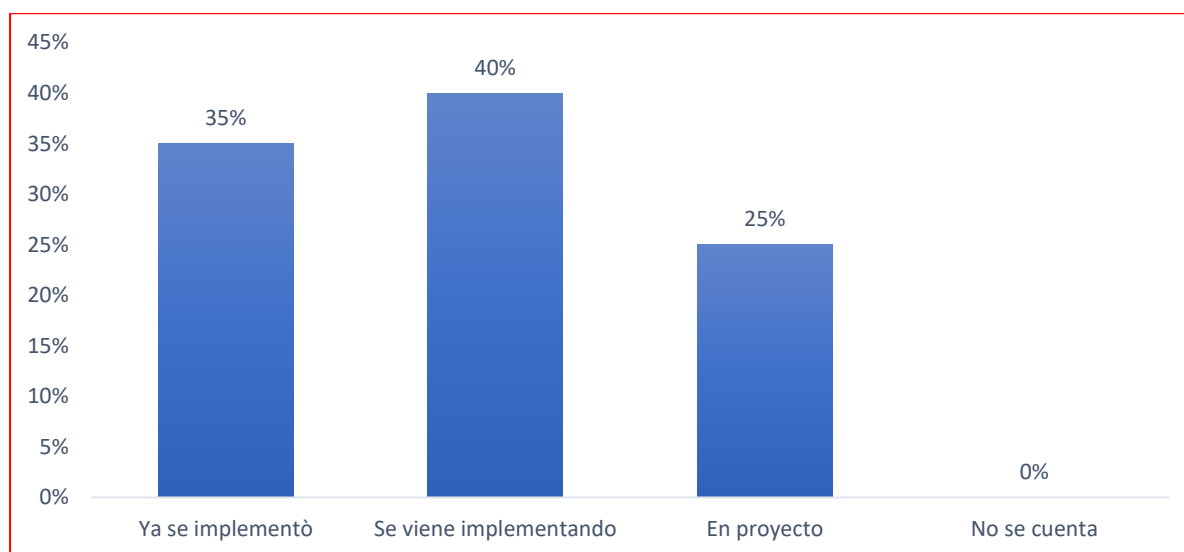
¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?	Ya se implementó	7	35%	35%
	Se viene implementando	8	40%	75%
	En proyecto	5	25%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total		20	100%

Fuente. Elaboración propia

Figura 53

¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 40% del personal administrativo encuestados mencionaron que se viene implementando, el 25% indicó que ya se implementó, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementando representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 57 personas; es decir, la gran mayoría de las personas dan a conocer la importancia de contar con un plan respecto a la vocación productiva en el campo del ecoturismo.

Pregunta 19 ¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?

Tabla 65

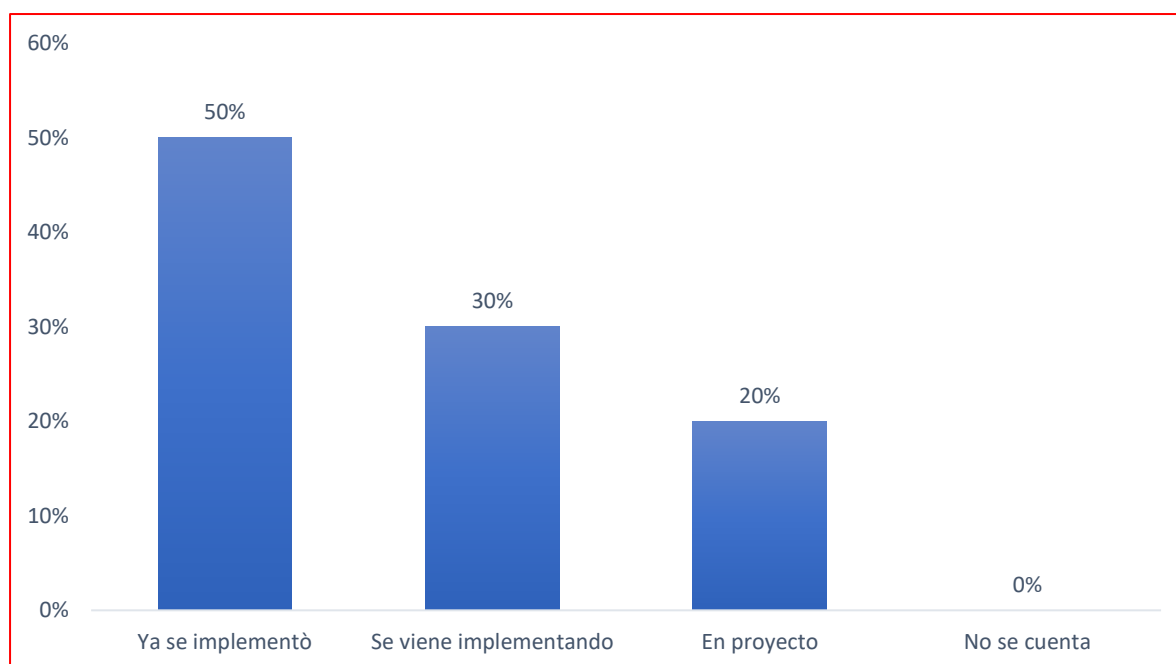
¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?	Ya se implementó	10	50%	50%
	Se viene implementando	6	30%	80%
	En proyecto	4	20%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 54

¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Interpretación. Según los resultados de la encuesta realizada, el 50% del personal administrativo menciona que ya se implementó un plan para el manejo de la estabilidad política del distrito; además el 30% indicó que se viene implementando y se encuentra en proyecto; por tanto, entre los que dijeron que ya se implementó y se viene implementando conforman el 100% de la muestra analizada; cabe mencionar que ninguno de los encuestados indicó que no se cuenta.

Pregunta 20. ¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?

Tabla 66

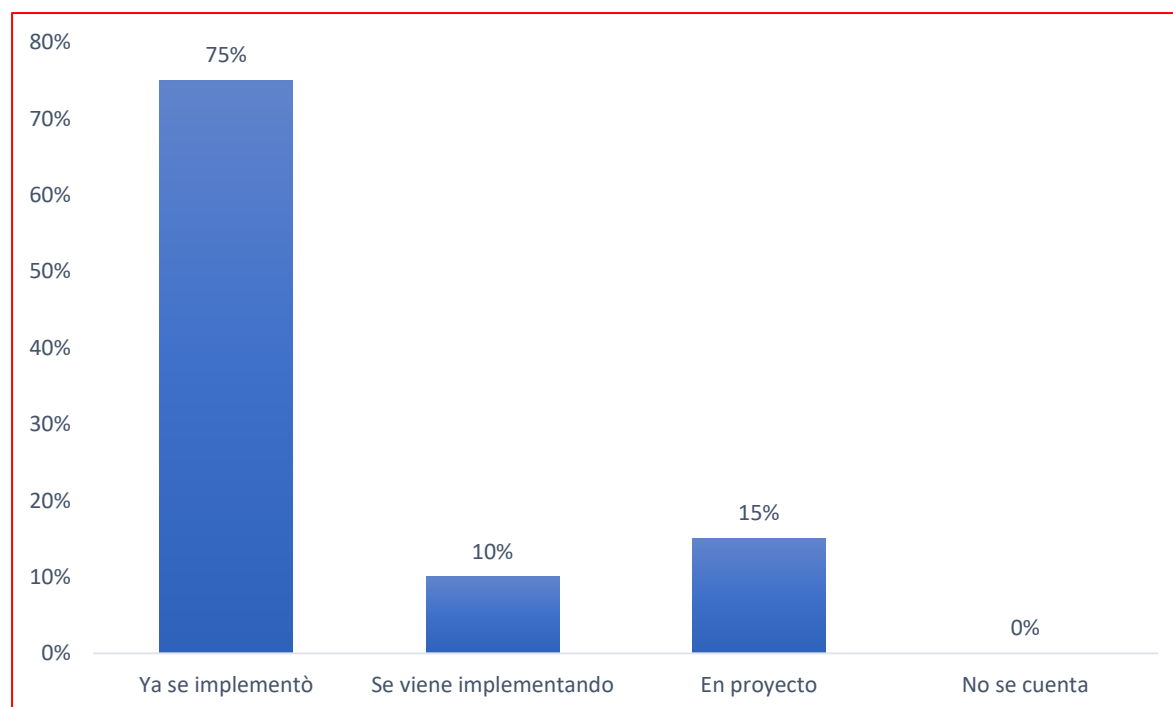
¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?	Ya se implementó	15	75%	75%
	Se viene implementando	2	10%	85%
	En proyecto	3	15%	100%
	No se cuenta	0	0%	
	Total	20	100%	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

Figura 55

¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?



Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios de la municipalidad de Lunahuaná

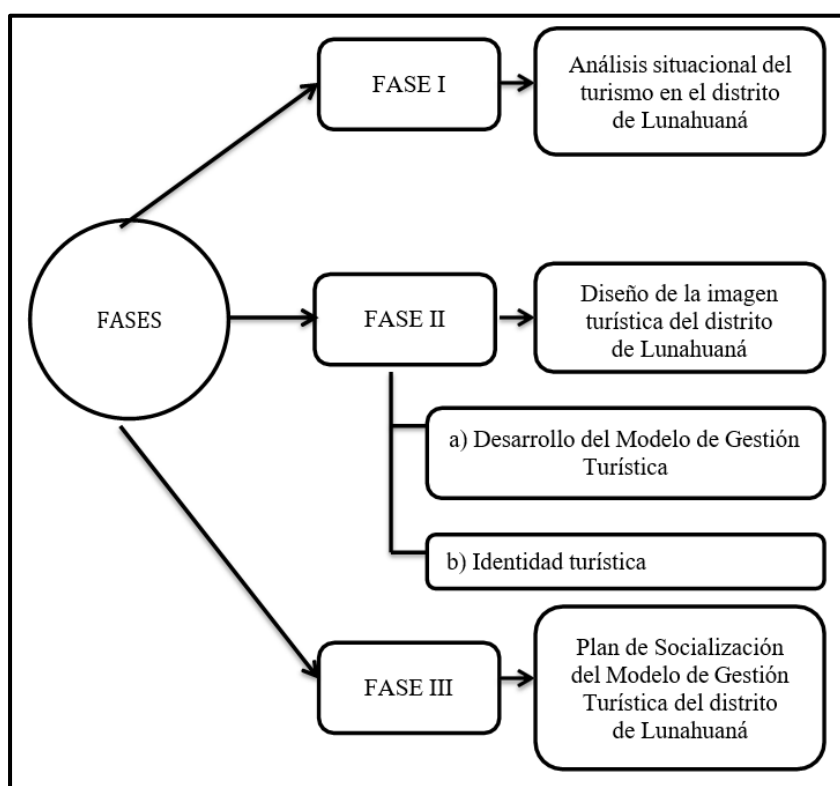
Interpretación. De acuerdo a lo hallado en la encuesta, se observó que el 75% del personal administrativo encuestado menciona que ya se implementó, el 15% indicó que se encuentra en proyecto un plan para el manejo de los recursos naturales en el distrito, entonces, entre los que mencionaron que ya se implementó y se viene implementando representan el 100% del total, lo cual en términos absolutos son 17 personas; por otro ningún encuestado menciona que no se cuenta.

4.4 Propuesta para formular un modelo ecoturístico para el desarrollo local en el distrito de Lunahuaná, provincia de Cañete

El Modelo de Gestión Ecoturística para el desarrollo del local del distrito de Lunahuaná contempla tres fases importantes para poder llevar a cabo la propuesta, se empieza por el análisis de la situación actual, el desarrollo del modelo de gestión turística y finalmente el plan de socialización del modelo:

Figura 56

Fases para la elaboración del modelo de gestión Ecoturística



Nota Elaboración basada en el trabajo de campo

4.4.1 Fase I: Análisis situacional del turismo en el distrito de Lunahuaná.

Para poder conocer las falencias y deficiencias en el sector turísticos es primordial realizar un análisis de la situación actual, para saber qué puntos se debe mejorar o cambiar de acuerdo a previo análisis, de esta manera principalmente se tiene que recursos posee la institución como:

- El personal no se encuentra totalmente calificado de acuerdo a un perfil de competencias
- El recurso económico ingresa a través del pago de las licencias de funcionamiento a principio de año para todos los establecimientos turísticos.
- Cuenta con varios lugares ecológicos naturales y turísticos públicos y privados de la zona.
- Cuentan con la tecnología informática necesaria para la comunicación.
- Así también se ha basado en aquello que no cuenta el sistema turístico del distrito de Lunahuaná como:
 - No cuenta con buena señalización en las vías de acceso a los destinos Ecoturísticos.
 - No posee un buen orden y control urbanístico en el distrito.
 - El registro de información para el desarrollo estadístico del ingreso de turistas y visitantes al distrito es limitado.

Por lo tanto, después de haber analizado varios factores que ha ocurrido tanto dentro como fuera del distrito se realizó un FODA para conocer los puntos fuertes y puntos débiles del sector, para mejorarlos o aprovecharlos:

Tabla 67

Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
1. Recursos naturales propicios para el turismo de aventura.	1. Falta de promoción de atractivos turísticos de aventura.
2. Lugar reconocido para la práctica del turismo de aventura.	2. Falta de medios de transporte interprovincial directo a Lunahuaná y deficiencias en señalización vial.
3. Proximidad a la ciudad de Lima.	3. Medios de comunicación restringidos (telefonía, Internet).
4. Atractivos turísticos complementarios al turismo de aventura (arqueología, gastronomía).	4. Escasos recursos económicos asignados.
5. Clima soleado todo el año.	5. Extensos periodos de baja afluencia turística con subutilización de recursos en la zona.
6. Infraestructura vial que permite el fácil acceso a la zona.	6. Deficiencia en servicios complementarios (centros de salud, entidades financieras).
7. Existencia de universidad para la formación turística.	7. Informalidad en la actividad turística de aventura.
	8. Deficiencia en la calidad de servicios turísticos.
	9. Falta de transporte interno.

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

Tabla 68*Análisis FODA*

Oportunidades	Amenazas
1. Tendencia a la práctica del deporte de aventura a nivel mundial y nacional.	1. Falta de formación profesional especializada en turismo.
2. Marco económico favorable en el país.	2. Existencia de otros destinos a nivel nacional, con una mayor infraestructura turística.
3. Incremento paulatino de la conciencia ecológica en la población.	3. Construcción de la Central Hidroeléctrica El Platanal, en las provincias de Cañete y Yauyos.
4. Existencia de promoción y asesoramiento al sector turismo, a través de organismos gubernamentales y privados.	4. Cambio en las políticas de gobierno por las elecciones presidenciales.
5. Existencia de un Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR).	5. Riesgo a la seguridad de los viajeros a destinos turísticos.
6. Creación la Cuenta Satélite del Turismo (CST).	6. Informalidad en la actividad turística.
7. Expansión de las redes de telecomunicaciones, telefonía e Internet a nivel nacional.	7. Desastres naturales (sequías, inundaciones)
8. Existencia de estudios de mercado sobre los perfiles del turista nacional.	
9. Construcción de la Planta de Licuefacción y Fraccionamiento del Gas de Camisea, cercana la zona de Lunahuaná.	
10. Inversión en infraestructura vial cercana a la zona de Lunahuaná.	

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

4.4.2 Fase II: Diseño de la imagen turística del distrito de Lunahuaná

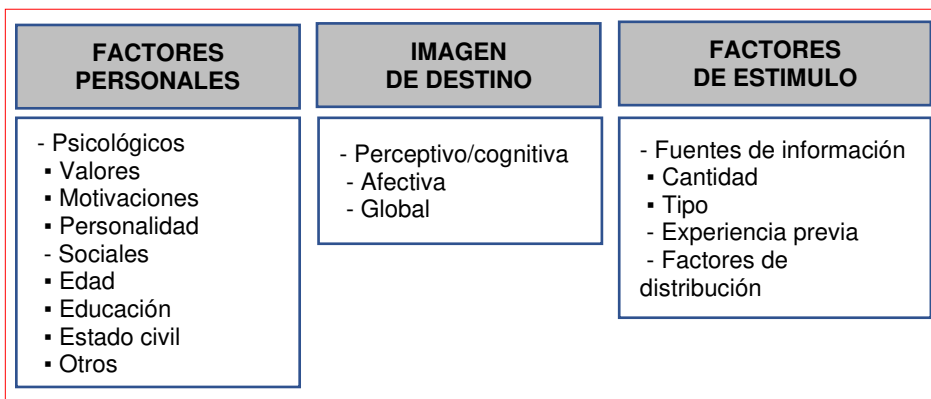
Es necesario y apropiado para lograr mayores flujos de visitantes a los atractivos del ecoturismo de Lunahuaná; realizar un análisis descriptivo de la imagen de destino teniendo en cuenta las valoraciones que ofrecen en las encuestas los turistas nacionales y extranjeros. En el caso, el nivel de satisfacción, es uno de los conceptos claves dentro del modelo propuesto; la importancia de las valoraciones de los turistas para los ítems de satisfacción que fueron consultados en la encuesta; se pudo observar que los turistas tienen una elevada satisfacción de los atractivos turísticos, los productos y servicios tomados, no existiendo diferencias significativas en cuanto al nivel de satisfacción, de los turistas nacionales como de los extranjeros, tras sus experiencias de viaje.

Desarrollo del modelo para desarrollar la imagen e Lunahuaná. A continuación, se da una aproximación al proceso de formación de la imagen ecoturística para Lunahuaná, en

cuyos elementos principales que influyen en la imagen son los factores personales y los estímulos (Figura 60).

Figura 57

Modelo para la imagen de Lunahuaná

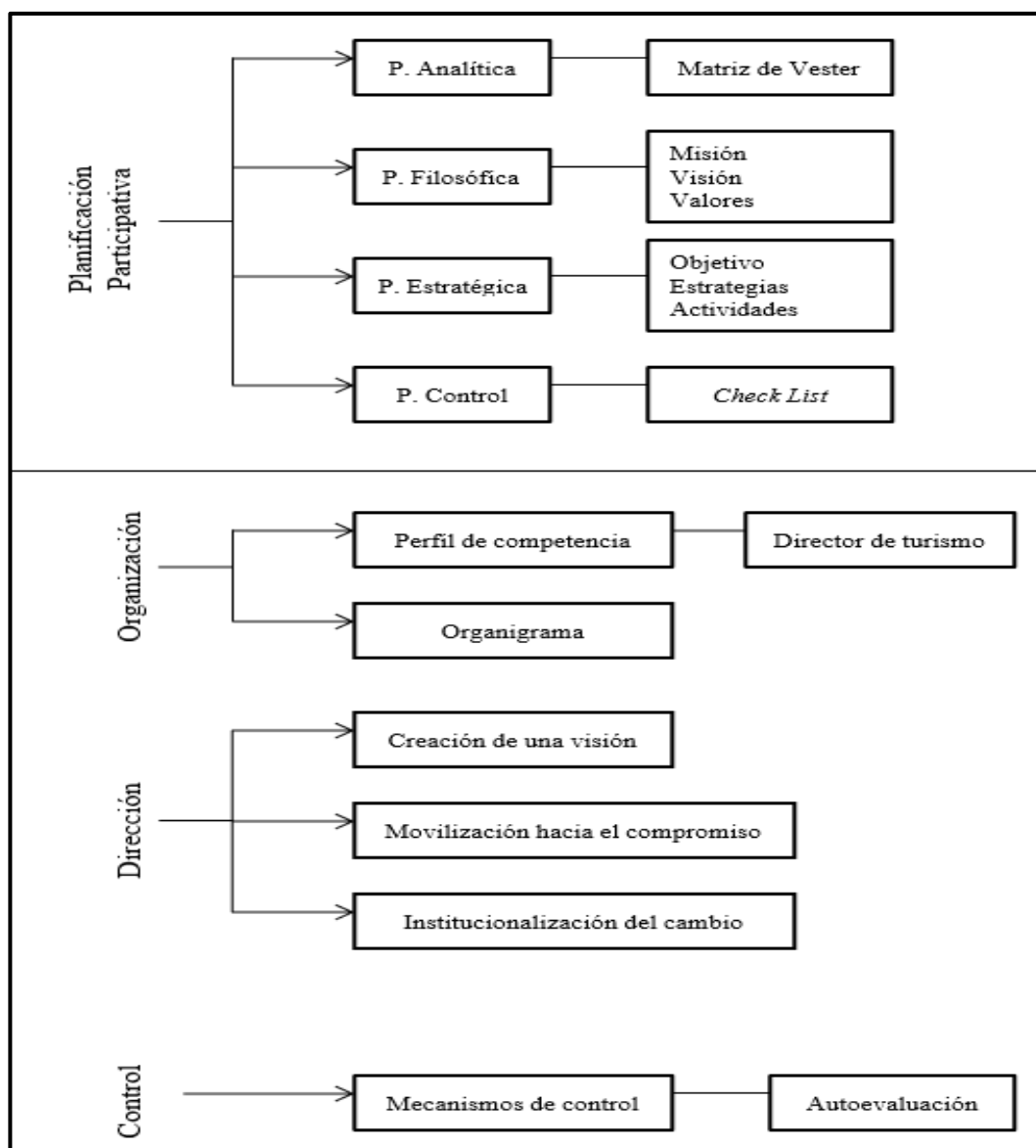


Fuente. Acondicionado de Baloglu & McCleary (citado por Andrade, s.f)

Otro de los modelos para desarrollar la imagen para el desarrollo de la actividad ecoturística, que es posible implementar es también el que a continuación se presenta (Tabla 66)

Tabla 69

Esquema del modelo de imagen para el ecoturismo en el distrito de Lunahuanà



Planificación Participativa. En la planificación analítica se tomó en consideración la matriz de Vester, la misma que permitió acceder a un mejor conocimiento de la problemática mediante los siguientes parámetros:

Grado de causal: 0 no tiene causa de ese problema sobre otro, 1 tiene una causa leve, 2 tiene una causa mediana, 3 causa fuerte del problema

Tabla 70*Matriz de Vester*

Cód.	Variable	P1	P2	P3	P4	P5	Total, activos
P1	Personal poco calificado en el área acorde al perfil de competencias	1	3	0	0	2	6
P2	Recursos económicos limitados	2	1	3	2	3	11
P3	Recursos naturales sin potencialización	1	3	3	0	2	9
P4	El área de turismo no cuenta con un modelo de gestión de turismo especializado	2	3	2	3	3	13
P5	bajo posicionamiento en el entorno turístico	2	3	1	0	1	7
Total, pasivos		8	13	9	5	11	

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

Establecido el cruce se genera una sumatoria del eje de las X y el eje de las Y.

Tabla 71*Sumatoria de la Matriz de Vester*

Problema	Eje y	Eje x
P1	8	6
P2	13	11
P3	9	9
P4	5	13
P5	11	7

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

Con la aplicación de la matriz se determinó los siguientes problemas:

Problemas activos:

- Recursos naturales sin potencialización

Problemas pasivos:

- Personal poco calificado en el área, acorde al perfil de competencias

Problemas críticos:

- Recursos económicos limitados.
- El área de turismo no cuenta con un modelo de gestión turístico especializado.

En este análisis se determina entonces que la institución y específicamente el área de turismo cuenta con problemas críticos como:

- Recursos económicos limitados
- El área de turismo posee un deficiente modelo de gestión turística especializado.

Planificación filosófica

En la planificación filosófica se propone una Misión, Visión y Valores por parte del departamento de turismo, para que cada empleado conozca cual es el objetivo al que debe llegarse en conjunto con los principales actores que intervienen en el sector turístico:

Tabla 72

Formulación de Misión y Visión para el distrito de Lunahuaná

Misión para el distrito de Lunahuaná	Visión para el distrito de Lunahuaná	Objetivos a largo Plazo
Ofrecer a los turistas nacionales diferentes opciones para la práctica del deporte de aventura en Lunahuaná, en un ambiente de hospitalidad y cordialidad, en el que se goce de las ventajas de su buen clima y naturaleza agreste, así como generar un crecimiento sostenido e integrado en el bienestar de la población.	Hacer de Lunahuaná un lugar turístico ampliamente conocido a nivel nacional como una alternativa atractiva para el turismo de aventura, con proyección futura hacia el turista extranjero.	<ul style="list-style-type: none"> • OLP1: Duplicar el número de turistas de aventura en Lunahuaná (sobrepasar 21 000 turistas de aventura por año). • OLP2: Incrementar los ingresos directos e indirectos por turismo de aventura en 120%. • LP3: Lograr un nivel de satisfacción superior al 75% en todos los componentes de la experiencia de visita del turista en Lunahuaná. • OLP4: Destacar como una de las principales alternativas turísticas de aventura a nivel nacional. • OLP5: Acceder a fuentes de financiamiento por un monto equivalente al 20% del presupuesto asignado al distrito.

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

Planificación Estratégica. En la planificación estratégica se propone el objetivo principal, el cual debe ser cumplido con las estrategias propuestas y para llegar a ello, desarrollar cada una de las actividades que se formularon en base a nuevas ideas hacia el cambio de la imagen del distrito de Lunahuaná.

Tabla 73*Objetivos estratégicos específicos*

Objetivos Estratégicos	Estrategia	Acciones
Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Identificar a los actores turísticos para una mejor distribución de servicios.	1.1.1 Generación de una micro segmentación como parte del manejo organizacional de los proveedores turísticos.
		1.1.2 Evaluación anual para reconocimientos empresariales en base a la responsabilidad social que ejercen en el distrito.
	Crear paquetes de información orientado a proveedores turísticos y turistas para promover la diferenciación turística.	1.2.1 Establecimiento de un modelo de logística diferenciado que posibilite el incremento del desempeño institucional para la satisfacción de los turistas.
		1.2.2 Fortalecimiento de la imagen institucional mediante la entrega de información que registre los servicios turísticos para satisfacción del usuario.
	Crear una identidad turística enfocada a posicionar la marca del distrito de Lunahuaná para influir en los potenciales turistas.	1.3.1 Desarrollar una competencia comercial (identidad mercadológica) para mejorar la capacidad de competición en el mercado turístico.
		1.3.2 Generación de valor agregado mediante la entrega de información de las tradiciones y leyendas del distrito de Lunahuaná.

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

Planificación de Control. En este punto se realizará actividades de monitoreo enfocadas al control de actividades propuestas para el cumplimiento del objetivo planteado. En este caso, se presentará el esquema de un CHECK LIST, en el cual se encuentra las actividades propuestas y las opciones para conocer que, si se han realizado o no, de esta manera también se coloca una columna con observaciones de cada actividad:

Tabla 74

Check list para el control de actividades

CHECK LIST			
Nombre de la institución:			
Área:			
Cargo:			
Fecha:			
Función:			
Responsable:			
ACTIVIDAD	SI	NO	OBSERVACIONES
Generación de una micro segmentación como parte del manejo organizacional de los proveedores turísticos.			
Evaluación anual para reconocimientos empresariales en base a la responsabilidad social que ejercen en el distrito			
Establecimiento de un modelo de logística diferenciado que posibilite el incremento del desempeño institucional para la satisfacción de los turistas.			
Fortalecimiento de la imagen institucional mediante la entrega de información que registre los servicios turísticos para satisfacción del usuario.			
Desarrollar una competencia comercial (identidad mercadológica) para mejorar la capacidad de competición en el mercado turístico.			
Generación de valor agregado mediante la entrega de información de las tradiciones y leyendas del distrito de Lunahuaná.			

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

4.4.3 Etapa III: Socialización del Modelo de Gestión Turística del distrito de Lunahuaná.

Al plantearse un nuevo Modelo de Gestión Turística para el distrito de Lunahuaná, principalmente es importante generar una socialización del nuevo documento en el área turística, al ser una propuesta donde se integre a los diferentes actores se ha determinado la utilización de la Tabla 31 en la que se encuentra la acción estratégica para mejorar e incentivar más al turismo.

Tabla 75

Plan de acción para la socialización

Plan De Acción Para La Socialización		
Acción Estratégica	Objetivo	Responsable
Generación de una micro segmentación como parte del manejo organizacional de los proveedores turísticos.	Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Municipalidad del distrito de Lunahuaná
Evaluación anual para reconocimientos empresariales en base a la responsabilidad social que ejercen en el cantón.	Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Municipalidad del distrito de Lunahuaná
Establecimiento de un modelo de logística diferenciado que posibilite el incremento del desempeño institucional para la satisfacción de los turistas.	Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Municipalidad del distrito de Lunahuaná
Fortalecimiento de la imagen institucional mediante la entrega de información que registre los servicios turísticos para la satisfacción del usuario.	Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Municipalidad del distrito de Lunahuaná
Desarrollar una competencia comercial (identidad mercadológica) para mejorar la capacidad de competición en el mercado turístico.	Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Municipalidad del distrito de Lunahuaná
Generación de valor agregado mediante la entrega de información de las tradiciones y leyendas del distrito de Lunahuaná.	Dinamizar el desarrollo turístico del distrito de Lunahuaná a nivel nacional e internacional.	Municipalidad del distrito de Lunahuaná

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

De esta manera, la socialización permitirá integrar al personal, los actores del turismo y turistas del distrito de Lunahuaná hacia un trabajo en equipo, de tal manera que se dé cumplimiento tanto a objetivos institucionales como al área de turismo para así priorizar una imagen de eficiencia organizacional.

Presupuesto estimado

La base direccional de la propuesta tendrá un presupuesto que permita el desarrollo de cada una de las bases diseñadas para mejorar la gestión turística de la institución, bajo estos parámetros se ha establecido la sistematización de las fases que promuevan dicho cambio en el siguiente presupuesto:

Tabla 76

Presupuesto Proyectado

Presupuesto	Costo	TOTAL
I FASE (Análisis situacional)		2600
Conocimiento interno del manejo de las actividades de turismo (estudio)	1250	
Realización del informe final de diagnóstico	1350	
II FASE (Estructura del diseño de la imagen Turística)		3200
Desarrollo del modelo de gestión turística Identidad turística	3200	
III FASE (Plan de socialización)		1500
Acciones estratégicas	1500	
IMPREVISTOS		900
Imprevistos 10%	900	
TOTAL		8200

Nota Elaboración basada en el trabajo de Campo

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación, en el presente capítulo se desarrolla la discusión de resultados, donde se describen los objetivos y el problema; luego, se interpretan y analizan los hallazgos de la investigación, por cada uno de los objetivos; y, con esta información, se contrastan las hipótesis de trabajo y se relacionaron los resultados con los antecedentes, la metodología y marcos teóricos, para culminar con su significado. Estos son los siguientes.

5.1. En relación con el diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete

El propósito de este punto de la investigación es, realizar el diagnóstico del ecoturismo y el desarrollo local; es decir, la caracterización físico-geográfica, social, económica y ambiental, del ámbito de estudio; y desde el punto de vista del turismo sus actividades, planta y destinos, un análisis de la oferta y demanda turística; y por el lado el desarrollo local del distrito, una descripción y análisis a sus instrumentos de gestión, como el plan de desarrollo urbano y su vinculación con la actividad ecoturista. Al respecto, estos resultados ubican a Lunahuaná, como un destino ecoturístico por excelencia, a nivel urbano y rural, se ubica estratégicamente a la margen izquierda del río Cañete, ubicado al sur de la ciudad de Lima y al Norte de Cañete; cuenta con todos los servicios básicos y sus condiciones geográficas son propicias para hacer ecoturismo. La temperatura media anual es 21°C, el 60% de la población, se dedica a la agricultura; el 40% a actividades vitivinícola, pesca y el comercio; durante el año hay festividades culturales y religiosas, entre las más destacadas es la Vendimia; el flujo turístico a este distrito, se ha convertido en el centro de práctica de deportes de aventura en el río Cañete, (canotaje, ala delta y otros), así como su gastronomía, pisco de uva único de origen, y se puede ver por diversos pueblitos cercanos a Lunahuaná. Cuenta con 4 hoteles y 12 hostales, hospedajes y camping en cabañas y bungalós, que albergan hasta 500 personas diarias;

se ha contabilizado hasta 32 restaurantes, en el cual el 60% se encuentra en el cercado de Lunahuaná, el resto en los pueblos que pertenecen a este.

Se han podido identificar hasta 26 vinícolas donde se elaboran vinos con una gran variedad de uvas. En relación con la actividad turística en el distrito; este cuenta con 18 agencias de viaje u operadores turísticos; sobre la oferta ecoturística, se cuenta principalmente con atractivos como Incahuasi (Casa del Inca), Ruinas de Cantagallo, Puente colgante de Catapalla, Plaza de Armas de Lunahuaná, Iglesia colonial de Lunahuaná, el mirador, centros vitivinícolas y la Casa Encantada; de acuerdo con la información de la Dirección Regional de Turismo de Lima (2019), Lunahuaná recibió turistas nacionales en 2016 alrededor de 1,085,000 visitantes; y para el 2019 se incrementó a 1,240,444 turistas; y extranjeros paso de 725000 en 2016 a 865,000 en 2019; esto hace que en 2019 antes de la emergencia sanitaria Lunahuaná recibió en 2019, 2,095, 444 visitantes; otro dato importante en cuanto a las visitas se pudo comprobar que, en 2019, en mayor flujo de turistas fue en el mes enero que, se tuvo hasta 174,620 visitantes; y en el menor flujo se dio en el mes de febrero con 15,875 turistas. Bajo este contexto, se puede comprobar la hipótesis que, mediante el diagnóstico de la situación actual del ecoturismo; se lograría el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete. Al contrastar los resultados con los antecedentes, se corrobora que, Toselli (2019), en Argentina, evalúa el potencial turístico cultural de una aldea, para el desarrollo local y levanta fichas de campo y matrices de la oferta turística; el cual hay una semejanza parcial con el trabajo realizado; por su parte, Aguirre, Arroyo y Navarro (2018), en Sucre-Bolivia, identifica mediante un diagnóstico la vocación turística para proponer estrategias de desarrollo local, acá hay un acercamiento parcial con lo hecho; en el Perú, Solís (2019), en su investigación en Huanchor-Huarochirí, hace un diagnóstico de la actividad turística y recopila información mediante la entrevista a profundidad y fichas de campo; otro autor es Mendoza y Peralta (2017), en Huanchaco y Moche, La Libertad; examina y diagnostica el turismo mediante la entrevista

y observación, habiendo cierta similitud con el trabajo realizado. En consecuencia, el diagnóstico realizado, es una de las etapas que corresponde al proceso de planificación del ecoturismo en Lunahuaná; donde se establece y evalúa la situación de los atractivos y destino, para lograr un mayor flujo turístico durante periodos de baja y alta temporada.

5.2. En relación con la evolución de la oferta y demanda ecoturistas, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete

En este punto de la investigación el propósito es identificar la evolución de la oferta y demanda ecoturístico de manera detallada, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete; estos dos puntos están estrechamente vinculado con la economía y el desarrollo, local del distrito Lunahuaná; es decir, el ecoturismo se convierte en un mercado de servicios turísticos y la economía de cualquier mercado, incluido el mercado turístico, determinado por la oferta y la demanda. Cuenta con dos de los hoteles (Embassy y Río Alto) cuentan con categoría tres estrellas; los otros 2 hoteles no tienen esta categoría; hay 12 hostales, hospedajes y camping en cabañas y bungalós, que albergan hasta 500 personas diarias; se ha contabilizado hasta 32 restaurantes, en el cual el 60% se encuentra en el cercado de Lunahuaná, el resto en los pueblos que pertenecen a este; los establecimientos conservan aún la tradición en la preparación de las comidas típicas, es decir cocinar en ollas de barro y cocinas de leña, sus restaurantes ofrecen exquisitas muestras de la cocina local a base de animales de corral y de camarones, éste último platillo es el más representativo del distrito. Se ha identificado hasta 26 vinícolas, donde elaboran vinos con gran variedad de uvas, su sabor del pisco radica en la variedad de la uva que se cultiva en este valle, conocida como uvina. En relación con la actividad turística en el distrito; este cuenta con 18 agencias de viaje u operadores turísticos; sobre la oferta ecoturística, se cuenta principalmente con atractivos como Incahuasi (Casa del Inca), Ruinas de Cantagallo, Puente colgante de Catapalla, Plaza de Armas de Lunahuaná, Iglesia colonial de Lunahuaná, el mirador, centros vitivinícolas y la Casa Encantada; de acuerdo con la información de la

Dirección Regional de Turismo de Lima (2019), Lunahuaná recibió turistas nacionales en 2016 alrededor de 1,085,000 visitantes; y para el 2019 se incrementó a 1,240,444 turistas; y extranjeros paso de 725000 en 2016 a 865,000 en 2019; esto hace que en 2019 antes de la emergencia sanitaria Lunahuaná recibió en 2019, 2,095, 444 visitantes; otro dato importante en cuanto a las visitas se pudo comprobar que, en 2019, en mayor flujo de turistas fue en el mes enero que, se tuvo hasta 174,620 visitantes; y en el menor flujo se dio en el mes de febrero con 15,875 turistas.

En consecuencia, se ha podido demostrar que, mediante la identificación de cómo ha evolucionado la oferta y demanda del turismo en Lunahuaná, será posible planificar el ecoturismo en este majestuoso distrito; el resultado de este objetivo se convierte en el camino que el ecoturismo recorre para lograr los objetivos que generalmente se convierten metas pequeñas que son posible de alcanzar sobre una meta central que para el estudio es lograr posicionar a Lunahuaná como un destino donde se incremente progresivamente la demanda ecoturística. Al corroborar los resultados antes citados con los antecedentes se puede ver que, Toselli (2019), en la evaluación del potencial turístico en Argentina, elabora una matriz y registra los principales atractivos que forman parte de la oferta turística, disponiéndose de información que permitió planificar acciones y promover el turismo de las comunidades; acá, se puede observar una coincidencia parcial con los resultados logrados; por su lado, Aguirre, Arroyo y Navarro (2018), en su artículo científico titulado el turismo alternativo como estrategia de desarrollo local en el municipio de Chalan – Sucre-Bolivia, identificó la vocación para el turismo mediante la oferta y demanda que permitió planificar los destinos mediante la estrategia de promoción turística; estos resultados se asemejan s los alcanzados en la investigación. En el contexto nacional, el trabajo realizado por Solís (2019), en Huanchor, Lima, para conocer la influencia de los impactos del turismo en el desarrollo local, en la cual usa el cuestionario para el recojo de datos de los pobladores, de Huanchor y recoge información

de la oferta y demanda turística semidetalladas de la municipalidad y el MITINCI; teniendo una similitud parcial con el trabajo hecho; por su parte, Castro (2016), en el distrito Cascas, en La Libertad, utilizó el método inductivo-deductivo utilizado partiendo de la observación y registro de la realidad, obteniendo un análisis de lo observado; no hace un estudio de la oferta y demanda, no coincidiendo en este aspecto. Vílchez y Gómez (2017), en Bagua Grande- Amazonas; hace un estudio de oferta y demanda para proponer una agenda turística a la zona. La importancia del análisis de la oferta y demanda turística, juega un rol importante en la planificación del turismo para el desarrollo local; el análisis de las variables del turista incide en los productos y servicios a ofrecerles para su consumo.

5.3. En relación con el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito Lunahuaná, provincia Cañete

En este punto, el propósito es conocer el grado de satisfacción de los visitantes (turistas) a los atractivos ecoturísticos, que se ubican en el distrito Lunahuaná; esto se realizó mediante la aplicación de la encuesta a los 384 turistas, a las diferentes zonas turísticas del distrito. Al preguntárseles sobre el nivel de satisfacción de los atractivos ecoturísticos de Lunahuaná, el 64% señalaron estar muy satisfechos y el 23% solo satisfechos; el 13% poco satisfechos; con relación a las instituciones que se vinculan con el turismo el 53% dijo estar muy satisfechos y el 40% satisfechos, solo el 75 está poco satisfechos; en relación con el equipamiento y las instalaciones para hacer turismo el 78% dijo estar muy satisfechos y el 19% satisfechos; sólo el 3% señaló estar poco satisfechos; cuando se les pregunta sobre la comunidad que los recepciona o alberga el 73% señalaron estar muy satisfechos, el 24% satisfechos y sólo el 3% poco satisfechos; con relación a la estructura turística el 61% señalaron estar muy satisfechos, el 35% satisfechos y sólo el 4% poco satisfechos; en cuanto a los operadores turísticos el 56% dijo estar muy satisfechos el 40% satisfechos y el 4% poco satisfechos; en relación con el uso del transporte, el 86% dijeron estar muy satisfechos, el 14% satisfechos y un 4% poco

satisfechos; cuando se les preguntaron qué tan satisfechos está con los producto que adquirió en Lunahuaná, respondieron que un 86% muy satisfechos, el 14% satisfechos. En relación con las agencias de viaje utilizadas, el 56% manifestaron estar muy satisfechos, el 35% satisfechos y un 9% poco satisfechos. A la pregunta si ha cumplido con el objetivo de su viaje, el 61% señalaron estar muy satisfechos, el 33% satisfechos; en relación al uso de los hoteles y hostales en Lunahuaná, el 75% dijeron estar muy satisfechos, el 25% satisfechos; a la pregunta que, tan satisfechos está con algún evento turístico, que ha visto en Lunahuaná, el 58% señalaron estar muy satisfechos y el 36% satisfechos; sólo el 6% dijeron estar poco satisfechos; sobre conocer Lunahuaná por redes sociales, el 82% señalaron estar muy satisfechos, el 18% satisfechos. En relación con los resultados de la autoridad local, el 55% señaló que se viene implementando, un instrumento de gestión para el turismo el 40% dijo que ya se implementó; y el 5% dijo estar en proyecto.

Como se puede apreciar, hay varias versiones de los participantes que no tiene en cuenta sobre este asunto del turismo; a la pregunta si se cuenta con estrategias para las manifestaciones culturales el 80% señalaron que ya se implementó, el 15% indicaron que se viene implementando y el 5% dijo encontrarse en proyecto; en relación con la estrategia para las expresiones de valores culturales el 60% señalaron que ya se implementó, el 25% indicaron que se viene implementando y el 15% que se encuentra en proyecto; todo estos resultados de parte de la autoridad dan cuenta de que no se tiene una estrategia que esté vinculada a la demanda turística en Lunahuaná, por lo que se requiere una planificación que este acorde a lo que los visitantes requieren consumir; el marco legal obliga a realizar instrumento de gestión para el turismo e incorporarlos dentro de sus planes del desarrollo local, acción que no se vio en esta investigación. En relación con la contrastación con los antecedentes, Macias (2018) en el Cantón de Puerto López en Manabí-Ecuador, quien utilizó la encuesta de los pueblos para analizar los recursos aprovechables para el turismo, coincidiendo con el trabajo realizado; por

otro lado, Vera, Paladines y Elizabeth (2017), en su artículo sobre la gestión del turismo comunitario como alternativa de desarrollo local en Quito-Ecuador, no aplicó ningún instrumento para recolectar datos de la población, no coincidiendo en este aspecto con el trabajo hecho; en el entorno nacional, Solís (2019), en su estudio en Huanchor, Huarochirí; aplicó la técnica de la entrevista mediante un cuestionario semiestructurado a 10 personas de la comunidad; fue un estudio de caso en la cual se tiene coincidencia parcial con la investigación. Pereira (2017), en el poblado de Rumicacha en Urubamba-Cusco, aplicó la encuesta dirigida al poblador y empresas turísticas; la cual se aprecia una coincidencia parcial sobre este asunto; y por último con Castro (2016), en su trabajo hecho en cascas en La Libertad, quien aplicó la encuesta a los pobladores, para la gestión del turismo en el distrito. Como se puede apreciar, la importancia de la encuesta en el turismo se convierte en una herramienta que permite recolectar información sobre la opinión de las personas, acerca del lugar que visitaron o de los servicios que recibieron, para planificar y hacer la gestión con miras a un desarrollo local sostenido.

5.4. En relación con el modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete

El objetivo de este punto de la investigación es formular un modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, considerando que hay una relación de manera sistematiza de los componentes de la demanda, la oferta, el sitio o atractivos del ecoturismo y los operadores del mercado; la importancia de contar con el modelo es, contar con un a alternativa de crecimiento para el destino turístico; para el caso, el distrito Lunahuaná, potencializando el ecoturismo dándole una identidad y el posicionamiento para favorecer el mayor flujo de turistas; empero, también que favorezca a los habitantes que radican en cada destino. Se considera que, el modelo propuesto se constituye en tres fases, siendo el primero el análisis de la situación del ecoturismo de Lunahuaná; es segundo el diseño de la imagen

turística del turismo en Lunahuaná y el tercero, el desarrollo de un plan de socialización del modelo. En el diagnóstico, es el punto de partida que es posible conocerle con la herramienta de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), permitiendo conocer la situación actual de la actividad ecoturística, para las decisiones que ha de tomarse; por otro lado, la construcción de la imagen turística de los destinos ecoturísticos de Lunahuaná, es el punto clave para la selección de visitar Lunahuaná; una vez que el turista toma la decisión de viajar; esto es importante para encontrar la conexión entre los atractivos que posee el distrito y el turista, para saber qué es lo que busca a través de sus expectativas y con base en estas, el atractivo ecoturístico, se las pueda ofrecer, es por ello el posicionamiento del destino. También, en esta parte del modelo se desarrolla la planificación analítica, que se tomó en consideración la matriz de Vester, facilitando primero la identificación y determinación de las causas y consecuencias del problema, por la que viene pasando Lunahuaná en cuanto al turismo y el desarrollo local; posteriormente, como parte del modelo la planificación estratégica propone la Misión, Visión y Valores, para el distrito de Lunahuaná, y el objetivo estratégico del modelo es, dinamizar el desarrollo ecoturístico del distrito Lunahuaná a nivel nacional e internacional. Y el último factor es la socialización del modelo, definida por todos los actores que forman parte del proceso del ecoturismo en Lunahuaná.

Por tanto, se comprueba la hipótesis que, la formulación del modelo ecoturístico, se convertiría en una alternativa sostenible para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná. De otro lado, se corrobora el trabajo realizado con Aguirre, Arroyo y Navarro (2018), en el municipio de Chalan-Sucre en Bolivia; quien plantea una estrategia de desarrollo local a través del diseño de un producto turístico; siendo coincidente con la investigación hecha; por su parte, Vera, Paldines y Elizabeth (2017), en la comunidad de Yunguilla-Quito, señaló la necesidad de desarrollar un modelo en la cual se le consideró como una actividad del turismo vivencial, permitiendo dar a conocer sobre sus comunidades sobre las potencialidades naturales,

tradiciones, cultura y hábitos; este trabajo tiene una coincidencia parcial en cuanto al modelo propuesto, considerando que sus dimensiones fueron diferentes a las tratadas en el trabajo investigativo. En el ámbito nacional, Pereira (2017), en centro poblado de Rumichaca en el Cusco, generó una propuesta para fortalecer el turismo y de itinerarios turísticos vinculados con sus recursos para lograr dar trabajo a los locales e incentivar las visitas de los turistas; no hay coincidencias en este aspecto, pero el fin que persigue es el mismo; es decir el incremento del flujo de turistas a su zona; de otro lado en la investigación realizada por Vélchez (2017), en la provincia de Utcubamba en Amazonas, propone un modelo de gestión turística municipal y su influencia en la actividad turística en Bagua Grande (capital de la provincia de Utcubamba); en la cual fueron consultados mediante la encuesta a trabajadores municipales y turistas; esta tesis tiene coincidencia en el propósito de lograr con el modelo turístico y la gestión municipal el desarrollo del turismo en la zona. Como se ha podido observar, la importancia del modelo ecoturístico, va a comprender su desarrollo y aprovechamiento de los recursos que lo componen, es decir el cultural y natural; definidas por cinco subsistemas como son la demanda turística, la oferta, la superestructura, la infraestructura y la comunidad receptora; esta última la que se beneficiaría con el modelo.

VI. CONCLUSIONES

- Se ha realizado un diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, cuya herramienta fue primordial para la planificación de destinos o productos turísticos; se pudo ver que, reúne con las condiciones físico geográficas, socioeconómicas y ambientales, que favorecen la actividad ecoturística; tiene una ubicación estratégica en la margen izquierda del río Cañete; cuenta con una planta turística como restaurantes, hoteles, centros de recreación y de servicios privados necesarias para el turista; se tiene vitivinícolas que es la actividad principal del pueblo; el distrito de Lunahuaná, recibió más de dos millones de visitante antes de la emergencia sanitaria; a la vez, se considera la organización territorial turística, sus itinerarios, tomando en cuenta los aspectos técnicos como la conectividad, la oferta, la demanda y el nivel de gestión, instaurando en sus instrumentos de gestión local.
- Se ha identificado la evolución de la oferta y demanda ecoturistas, del distrito Lunahuaná en la cual se cuenta con hoteles (Embassy y Río Alto) tres estrellas, 32 restaurantes, 26 vinícolas, donde elaboran vinos con gran variedad de uvas, 18 agencias de viaje u operadores turísticos; las principales atractivos son Incahuasi (Casa del Inca), Ruinas de Cantagallo, Puente colgante de Catapalla, Plaza de Armas de Lunahuaná, Iglesia colonial de Lunahuaná, el mirador, centros vitivinícolas y la Casa Encantada. En 2016 se tuvieron 1,085,000 visitantes y en 2019 se incrementó a 1,240,444; antes de la emergencia sanitaria Lunahuaná recibió en 2,095, 444 visitantes; en enero de 2019 se tuvo hasta 174,620 visitantes; y en el menor flujo en febrero con 15,875 turistas; bajo estos datos se planifica el ecoturismo que permitiría. satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

- Se dio a conocer el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos al distrito Lunahuaná; y, se aplicó la encuesta a 384 de estos quienes visitan los atractivos ecoturísticos y 20 funcionarios, con cargos directivos de la municipalidad de Lunahuaná; estos, mostraron un nivel de satisfacción de los atractivos turísticos en 64% dijeron estar muy satisfecho y el 23% satisfecho; otro 13% poco satisfecho; en lo que respecta a la planta turística, recursos y productos adquiridos, el nivel de satisfacción supera el 70%; y, en relación con los funcionarios se comprueba que, el 55% sabe que se vienen implementando instrumentos de gestión turística en el distrito; otro 40% dijo que ya se implementó estos planes turísticos; y, más del 80% cree que se han implementado estrategias para el desarrollo cultural, expresiones artísticas y valores, solo un 15% dice que aún está en proyectos temas vinculados con el ecoturismo; y, que se requieren instrumentos de gestión turística para ser incorporarlos en los planes del desarrollo local.
- Se formuló el modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, en la cual se vincula a los componentes de la demanda, oferta, el atractivo o sitio ecoturístico y a los operadores del mercado turístico; en el cual se potencializa la actividad proponiendo su identidad y el posicionamiento, en el mercado nacional e internacional, para favorecer el mayor flujo de turistas. El modelo se constituyó en tres fases, el primero el análisis del entorno (FODA), luego el diseño de la imagen turística (Decisión del turista en la visita) y el plan de socialización mediante la identificación y participación de los actores institucionales de nivel local, regional y nacional; y, de las organizaciones de la comunidad del distrito.

VII. RECOMENDACIONES

- Qué, la municipalidad de Lunahuaná en coordinación con el MITINCI, PromPerú, y universidades nacionales y privadas, generen un manual de diagnóstico del turismo, tomando como fuente principal el diagnóstico de la situación actual de las brechas de infraestructura o de acceso a los servicios de responsabilidad funcional del sector comercio exterior y turismo 2023-2025, realizado por el MITINCI.
- Qué, la municipalidad de Lunahuaná, desarrolle estudios de la demanda ecoturística en los atractivos más visitados y los potenciales, para conocer el perfil del turista nacional y extranjero que visita Lunahuaná, tomando como fuentes los estudios realizados por PromPerú en 2016.
- Qué, la municipalidad de Lunahuaná, desarrolle sondeos de encuestas y opciones a los turistas nacionales y extranjeros, de manera progresiva cada 3 a 4 meses, en cada uno de los atractivos ecoturísticos del distrito, para caracterizar y planificar la oferta ecoturística en Lunahuaná.
- Qué, la municipalidad del distrito de Lunahuaná, desarrolle el plan estratégico del turismo, en que diseñe la estrategia y el modelo ecoturístico basado en los diagnósticos y perfil del turista antes señalados.

VIII. REFERENCIAS

- Anguiano, L. (2015) *Turismo creativo: El fin de la competitividad*. Artículo científico de la revista El periplo sustentable de la Universidad Autónoma de México. Sitio web <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193435584009.pdf>
- Bosque Maurel J., & F. Ortega Alba. (1995). Comentario de textos geográficos, (Historia y crítica del pensamiento geográfico) Barcelona, España, Oikos-Tau. 179 p. Sitio web http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=406296&pid=S1870-5472201000030000100002&lng=es
- Boullon, R. (2006) *Planificación del espacio turístico*. Sitio web http://prepacihuahatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico robertoc.boullon.pdf?fbclid=IwAR0n9oZ749DZn8gTkV8jg403_99IYb1nGpGCCu-UIKp6BZx1U-PiD5z6kKs
- Carvajal, A. (2018) *Desarrollo Local*. Manual Básico para Agentes de Desarrollo Local y otros actores. Sitio web. Eumed.net. Sitio web https://www.academia.edu/33914463/DESARROLLO_LOCAL_Manual_B%C3%A1sico_para_Agentes_de_Desarrollo_Local_y_otros_actores
- Ceballos, H. (1998) *Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. Distrito Federal, México. (Primera edición.). Editorial Diana. Sitio web <https://silو.tips/download/ecoturismo-naturaleza-y-desarrollo-sostenible>
- Centro Europeo de Posgrado ([CEUPE], 2022) *Oferta turística*. Sitio web <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>
- CEPAL (2001) *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*. CEPAL/GTZ. Sitio web <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2717/S2001704.pdf?sequence=1>
- Diccionario de conceptos (2022) *Definición de elementos de la cultura*. Sitio web <https://concepto.de/cultura/>

- Esparza, R. & Barrantes, A. (2020) *El ecoturismo como reactivador de los emprendimientos locales en áreas naturales protegidas*. Revista Universidad y Sociedad, 12(4), 436-443. Sitio web http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400436#:~:text=El%20ecoturismo%20se%20vuelve%20en,naturales%20y%20culturales%2C%20se%20mejorara
- Gambarota, D. & Lorda, M. (2016) *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Sitio web <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Garay, C. (2020) Metodología de la investigación Cuantitativa. Módulo 3. técnicas e instrumentos de investigación-Universidad de Panamá. Sitio web <https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf>
- Gómez, D. (2022) *Desarrollo y estrategias de transformación social*. Blog <http://alternativasdesarrollo1.blogspot.com/2018/03/desarrollo-y-estrategias-de.html>
- Hernández, P. (2022) *Economía local: qué es, componentes, desarrollo, función y ejemplos de comercio o consumo local*. Sitio web <https://www.cinconoticias.com/economia-local/>
- Ibáñez, R & Cabrera, C. (2011) *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. Recuperado de: http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf
- Jérôme, F. (2013) *Ecoturismo: ¿Cuáles son sus ventajas y desventajas?* Sitio web <https://vidamasverde.com/2013/ecoturismo-cuales-son-sus-ventajas-y-desventajas/>
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., García, J. y Flores, J. (2011) *Características de los servicios turísticos*. Sitio web <https://www.entornoturistico.com/caracteristicas-de-los-servicios-turisticos/>
- León, M. (2011) *Territorio y desarrollo local*. Revista Economía y desarrollo; Vol146 (2). sitio web <http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/296>
- Linares, M. (2018) *Definición de políticas locales*. Sitio web <https://www.monografias.com/trabajos68/politicas-locales-municipio/politicas-locales-municipio>

- Mattar, J. & Cuervo, L. (2017) *Planificación para el desarrollo en América Latina y el Caribe. Enfoques, experiencias y perspectivas.* CEPAL. Sitio web https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42139/10/S1700693_es.pdf
- Meyer, Daniel (2002) *Turismo y desarrollo sostenible.* 1ra. Edición, Universidad-Externado de Colombia. Pag. 135. Sitio web https://books.google.com.pe/books/about/Turismo_y_desarrollo_sostenible.html?id=kBW7A AAAIAAJ&redir_esc=y
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ([MINCETUR], 2011) *Turismo. Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos.* Sitio web https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas – MEF. (2018) *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.* Sitio web. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/instrumentos_metod/turismo/Guia_de_turismo.pdf
- Molina, S. (1996) *Conceptualización del Turismo.* México D.F.: Limusa S.A. Sitio web <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/70573>
- Monge, Y. (2016) *El desarrollo local. Enfoques para su conceptualización.* Artículo de la revista OLIMPIA. Revista de la Facultad de Cultura Física de la Universidad de Granma. Sitio web <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-ElDesarrolloLocalEnfoquesParaSuConceptualizacion-6210548.pdf>
- Moreno, E. (2013) *¿Qué es operacionalización de variables?* Blog de metodología de la investigación. Sitio web <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-operacionalizacion-de-variables.html>
- Nicolau, J. (s.f) *El producto turístico.* Tema 7 del curso de marketing turístico de la Facultad de ciencias económicas y empresariales de la Universidad de Alicante-España. Sitio web <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/7/Tema%207.pdf>

- Organización Mundial del Turismo ([OMT], 2021) *Declaración de Manila*. Sitio web <http://web.archive.org/web/20100602004125/http://www.turismoresponsable.net/Estudios/pdf/declaracion%20de%20Manila.pdf>
- Organización Mundial del Turismo ([OMT], 2021) *Definición de demanda turística*. Sitio web <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo ([OMT], 2021) *El ecoturismo en el mundo*. Sitio web https://www.ecoturismoenandalucia.org/Esp/ecoturismo_mundo.php
- Organización Mundial del Turismo ([OMT], 2022) *Desarrollo de productos*. Sitio web <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20definici%C3%B3n%20de%20la,de%20inter%C3%A9s%2C%20que%20representa%20la>
- Pérez, J. y Gardey, A. (2014) *Definición de Servicios Turísticos*. Sitio web: <https://definicion.de/servicios-turisticos/>
- Quintero, S. (2020) *Manifestaciones culturales, locales, regionales y nacionales*. Sitio web <https://prezi.com/ndpqlrhvflxo/manifestaciones-culturales-locales-regionales-y-nacionales/?fallback=1>
- Rebollo, N. (2012) *Ecoturismo*. 1era. Edic. Revista RED Tercer Milenio S.C. Sitio web http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Ecoturismo.pdf
- Ricaurte, C. (2009) *Manual para planificadores*. Guayaquil: ESPOL. Sitio web <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricaurte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>
- Sancho, A (2011) *Introducción al turismo*. Sitio web <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Sandoval (citado por Orgaz, 2013) *Conceptualización y consideraciones en torno al Ecoturismo*. Revista de investigación en turismo y desarrollo local. TURy DES; Vol.16 N°15- Universidad Tecnológica de Santiago, UTESA. Sitio web <https://www.thinktur.org/media/Conceptualizacio%CC%81n-y-consideraciones-en-torno-al-ecoturismo-turismo-sostenible.pdf>

- Supo, J. (2014) *Metodología de la investigación científica*. Sitio web <https://pe.linkedin.com/in/josesupo>
- Valdivia, E. (2020) *La actividad turística y el desarrollo local en cuatro comunidades rurales del distrito de Lunahuaná al 2019*. [Tesis de la Universidad San Martín-UPSM]. Repositorio institucional de la UPSM <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8168>
- Valencia, Y. (2018) *Las teorías clásicas del crecimiento de Adam Smith*. Sitio web <http://yefersonsocialesyetica1122018.blogspot.com/2018/06/taller-3.html>
- Yuni, J. y Urbano, C. (2014) *Técnicas para investigar 2*. 2da. Edic. Vol. (2), EDIT. Brujas. Sitio web <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%C3%A9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>

IX. ANEXOS

Anexo A Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Dimensiones /Indicadores (i _n)	Metodología
General	General	General	V(x): ECOTURISMO	
¿Cómo el ecoturismo es una opción para el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia de Cañete - 2022?	Analizar el ecoturismo como una opción para el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia de Cañete – 2022.	La actividad Ecoturística se convierte en una opción positiva, para el Desarrollo Local del distrito Lunahuaná, provincia de Cañete – 2022.	<p>D1. Diagnóstico del turismo</p> <p>i1. Atractivos</p> <p>i2. Superestructura</p> <p>i3. Equipamiento e instalaciones</p> <p>i4. Comunidad receptora</p> <p>i5. Infraestructura</p> <p>D2. Oferta turística</p> <p>i1. Operadores turísticos</p> <p>i2. Transporte</p> <p>i3. Productos y servicios</p> <p>i4. Agencias de viajes</p> <p>i5. Servicios turísticos</p> <p>D3. Satisfacción del visitante</p> <p>i1. Sobre propósito de viaje</p> <p>i2. Tiempos de viajes al año</p> <p>i3. Medios utilizados en su viaje</p> <p>i4. Categoría de hoteles que utiliza</p> <p>i5. Gastos que realizará en su viaje</p> <p>D4. Medios de comunicación</p> <p>i1. Internet</p> <p>i2. Eventos turísticos</p> <p>i3. Redes sociales</p> <p>i4. Revista y periódicos</p> <p>i5. Radio o televisión</p>	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Documental</p> <p>Observacional</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario</p> <p>Ficha de notas documentales</p> <p>Fichas de observación</p> <p>Escenario de estudio</p> <p>Distrito de Lunahuaná- Cañete</p> <p>Participantes</p> <p>Visitantes a Lunahuaná (Turistas).</p> <p>Población y muestra</p> <p>$n = Z\alpha \cdot 2 \cdot p \cdot q / d^2$</p> <p>n =384 Visitantes (Turistas)</p>

Problema	Objetivos	Hipótesis	Dimensiones (Dn)/Indicadores (i _n)	Metodología
Específicos	Específicos	Específicos	V(y): DESARROLLO LOCAL	Técnica
<p>a) ¿Cuál es la situación actual del ecoturismo y el desarrollo Local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete?</p> <p>b) ¿Cómo es la evolución de la oferta y demanda ecoturista del distrito Lunahuaná, provincia Cañete?</p> <p>c) ¿Cuál es el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito de Lunahuaná, provincia Cañete?</p> <p>d) ¿Qué modelo ecoturístico permitirá el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete?</p>	<p>a) Realizar un diagnóstico de la situación actual del ecoturismo y el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p> <p>b) Identificar la evolución de la oferta y demanda ecoturista del distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p> <p>c) Conocer el grado de satisfacción de los visitantes, que acuden con fines ecoturísticos, al distrito de Lunahuaná, provincia Cañete.</p> <p>b) Formular un modelo ecoturístico para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p>	<p>a) Mediante el diagnóstico de la situación actual del ecoturismo; se lograría el desarrollo local, del distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p> <p>b) Identificando la evolución de la oferta y demanda; será posible planificar el ecoturismo, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p> <p>c) Conociendo el grado de satisfacción de los visitantes, se incrementaría el flujo del turista, con fines ecoturísticos, al distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p> <p>d) Formulando un modelo ecoturístico, se convertiría en una alternativa sostenible, para el desarrollo local, en el distrito Lunahuaná, provincia Cañete.</p>	<p>D1. Dimensión territorial</p> <p>i1. Ordenamiento</p> <p>i2. Organización</p> <p>i3. Gestión</p> <p>i4. Acondicionamiento</p> <p>i5. Regulación</p> <p>D2. Dimensión socio-cultural</p> <p>i1. Manifestaciones</p> <p>i2. Creencias y símbolos</p> <p>i3. Lenguaje</p> <p>i4. Valores</p> <p>i5. Normas y sanciones</p> <p>D3. Dimensión política</p> <p>i1. Estado y gobierno</p> <p>i2. Gobernanza</p> <p>i3. Instituciones públicas</p> <p>i4. Población organizada</p> <p>i5. La empresa</p> <p>D4. Dimensión económica</p> <p>i1. Servicios básicos</p> <p>i2. Empleo</p> <p>i3. Vocación productiva</p> <p>i4. Estabilidad política</p> <p>i5. Recursos naturales</p>	<p>Encuesta - Documental</p> <p>Observacional</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario - Ficha de notas documentales</p> <p>Fichas de observación</p> <p>Escenario de estudio</p> <p>Funcionarios con cargos de la Municipalidad del distrito Lunahuaná- Cañete.</p> <p>Participantes</p> <p>Funcionarios con cargos directivos de la Municipalidad del distrito Lunahuaná- Cañete.</p> <p>Población y muestra (Censal)</p> <p>P= 20</p> <p>Muestra censal (P=n)</p> <p>n=20</p>

Anexo B Cuestionario para la variable Ecoturismo (Visitantes)

Provincia..... Distrito.....

Atractivo:

Instrucciones: Estimado(a) turista, lea atentamente cada ítem y responda con sinceridad según considere conveniente y refleje su situación real; marcando con un aspa (X), considere lo siguiente.

ESCALA LIKERT: Insatisfecho (1 pt.) Poco satisfecho (2 pts.) Satisfecho (3 pts.) Muy satisfecho (4 pts.)

N°	PREGUNTAS	Alternativas			
		1	2	3	4
D1: DIAGNÓSTICO DEL TURISMO		Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
1.	¿Cuán satisfecho se encuentra al visitar los atractivos turísticos en Lunahuaná?				
2.	¿Cuán satisfecho se encuentra con las instituciones vinculadas al turismo, acá en Lunahuaná?				
3.	¿Cuán satisfecho se encuentra con el equipamiento e instalaciones turísticas en Lunahuaná?				
4.	¿Cuán satisfecho se encuentra con la comunidad receptora acá en Lunahuaná?				
5.	¿Cuán satisfecho se encuentra con la infraestructura turística acá en Lunahuaná?				
D2: OFERTA TURISTICA					
6.	¿Cómo se siente al a ver hecho uso de operadores turísticos en Lunahuaná?				
7.	¿Cómo se siente al a ver hecho uso del transporte en Lunahuaná?				
8.	¿Cómo se siente al a ver adquiridos productos turísticos en Lunahuaná?				
9.	¿Cómo se siente al a ver hecho uso de agencias de viajes turísticos en Lunahuaná?				
10.	¿Cómo se siente al a ver hecho uso de los servicios turísticos en Lunahuaná?				
D3: SATISFACCION DEL VISITANTE					
11.	¿Cómo se siente a ver cumplido con el propósito de su viaje a Lunahuaná?				
12.	¿Cómo se siente a ver llegado en este tiempo y año a Lunahuaná?				
13.	¿Cómo se siente a ver utilizado los medios para su viaje hacia Lunahuaná?				
14.	¿Cómo se siente a ver utilizado cierta categoría de hoteles, en Lunahuaná?				
15.	¿Cómo se siente a ver realizado los gastos para su estadía en Lunahuaná?				
D4: MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
16.	¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado el internet, para conocer sobre Lunahuaná?				
17.	¿Qué tanto satisfecho está al a ver visto algún evento turístico, para conocer sobre Lunahuaná?				
18.	¿Qué tanto satisfecho está al a ver utilizado las redes sociales, para conocer sobre Lunahuaná?				
19.	¿Qué tanto satisfecho está al a ver leído revistas o diarios, para conocer sobre Lunahuaná?				
20.	¿Qué tanto satisfecho está al a ver escuchado y visto la radio y TV, para conocer sobre Lunahuaná?				

Nota. Elaborada en base a los objetivos de la investigación.

Anexo C Cuestionario para la variable Desarrollo Local (Funcionarios)

Provincia..... Distrito.....

Cargo:

Instrucciones: Estimado(a) funcionario, lea atentamente cada ítem y responda con sinceridad según considere conveniente y refleje su situación real; marcando con un aspa (X), considere lo siguiente.

ESCALA LIKERT: No se cuenta (1 pt.) En proyecto (2 pts.) Se viene implementando (3 pts.) Ya se implementó (4 pts.)

N°	PREGUNTAS	Alternativas			
		1	2	3	4
D1: DIMENSION TERRITORIAL		No se cuenta	En proyecto	Se viene implementando	Ya se implementó
1.	¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el ordenamiento territorial enfocado al turismo?				
2.	¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la organización territorial, enfocado al turismo?				
3.	¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la gestión territorial, enfocado al turismo?				
4.	¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para el acondicionamiento territorial, enfocado al turismo?				
5.	¿Conoce si se cuenta con algún instrumento para la regulación territorial, enfocado al turismo?				
D2: DIMENSIÓN SOCIO-CULTURAL					
6.	¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las manifestaciones socio culturales en Lunahuaná?				
7.	¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las creencias y símbolos, en Lunahuaná?				
8.	¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de su lenguaje, en Lunahuaná?				
9.	¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus valores Lunahuaná?				
10.	¿Conoce si se cuenta con alguna estrategia para las expresiones de sus normas y sanciones en Lunahuaná?				
D3: DIMENSIÓN POLÍTICA					
11.	¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado y el actual gobierno, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?				
12.	¿Se cuenta con un plan articulado con el Estado para la gobernanza, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?				
13.	¿Se cuenta con un plan articulado con las instituciones públicas, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?				
14.	¿Se cuenta con un plan articulado con la población organizada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?				
15.	¿Se cuenta con un plan articulado con la empresa privada, para desarrollar el ecoturismo, en Lunahuaná?				
D4: DIMENSIÓN ECONÓMICA					
16.	¿Se tiene algún plan para contar con todos los servicios básicos, el distrito para hacer ecoturismo?				
17.	¿Se tiene algún plan para generar empleo, el distrito en el campo del ecoturismo?				
18.	¿Se tiene algún plan respecto a la vocación productiva, en el campo del ecoturismo?				
19.	¿Se tiene algún plan para el manejo de la estabilidad política, del distrito en el campo del ecoturismo?				
20.	¿Se tiene algún plan para el manejo de los recursos naturales, del distrito en el campo del ecoturismo?				

Nota. Elaborada en base a los objetivos de la investigación.

Anexo D Especificaciones de la variable V(x) = Ecoturismo

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO (%)	ÍTEMS	INDICADORES
V(X) = ECOTURISMO	DIAGNÓSTICO DEL TURISMO	25.0	5	1. Atractivos
				2. Superestructura
				3. Equipamiento e instalaciones
				4. Comunidad receptora
				5. Infraestructura
	OFERTA TURISTICA	25.0	5	6. Operadores turísticos
				7. Transporte
				8. Productos turísticos
				9. Agencias de viajes
				10. Servicios turísticos
	SATISFACCIÓN DEL VISITANTE	25.0	5	11. Sobre el propósito del viaje
				12. Tiempo de viajes al año
				13. Medios utilizados en su viaje
				14. Categoría de hoteles que utiliza
				15. Gastos que realizará en su viaje
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	25.0	5	16. Internet
				17. Eventos turísticos
				18. Redes sociales
				19. Revistas y periódicos
				20. Radio o televisión
TOTAL		100.0%	20	

Fuente. Elaborado en base a las dimensiones e indicadores

Anexo E Especificaciones de la variable V(y) = Desarrollo local

VARIABLE	DIMENSIONES	PESO (%)	ÍTEMS	INDICADORES
V(y) = DESARROLLO LOCAL	DIMENSION TERRITORIAL	25.0	5	1. Ordenamiento
				2. Organización
				3. Gestión
				4. Acondicionamiento
				5. Regulación
	DIMENSION SOCIO CULTURAL	25.0	5	6. Manifestaciones
				7. Creencias y símbolo
				8. Lenguaje
				9. Valores
				10. Normas y sanciones
	DIMENSION POLÍTICA	25.0	5	11. Estado y gobierno
				12. Gobernanza
				13. Instituciones Publicas
				14. Población organizada
				15. La empresa
	DIMENSION ECONÓMICA	25.0	5	16. Servicios básicos
				17. Empleo
				18. Vocación productiva
				19. Estabilidad política
				20. Recursos naturales
TOTAL		100.0%	20	

Fuente. Elaborado en base a las dimensiones e indicadores

Anexo H Panel fotográfico



Foto 1. Vista panorámica de Lunahuaná



Foto 2. Plaza de armas de Lunahuaná



Foto 3. Iglesia de Lunahuaná



Foto 4. Vista panorámica de canotaje en Lunahuaná



Foto 5. Visitantes haciendo ecoturismo en Lunahuaná



Foto 6. Sitio ecoturístico en Lunahuaná



Foto 7. Vista panorámica de las bodegas en Lunahuaná



Foto 8. Vista del río Cañete donde se realiza el Canotaje