



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
NEGOCIOS**

TESIS

**PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN
VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA
CARHUAZ – ANCASH**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN TURISMO Y NEGOCIOS**

Autor:

**Bach. Gonzalez Leon Zizi Mariela
ID ORCID: 0000-0001-5886-4184**

Asesor:

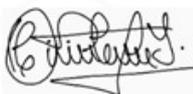
**Mg. Espinoza Requejo Cinthy Catheryne
ID ORCID:0000-0001-6174-7675**

**Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú
2022**

**PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO
MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH**

Aprobación del jurado



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cayotopa Ylatoma', written over a faint watermark of a person's portrait.

DRA. CAYOTOPA YLATOMA, CILENNY
Presidente del jurado



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juana Graciela Palma Vallejo', written over a faint watermark of a person's portrait.

MG. PALMA VALLEJO, JUANA GRACIELA
Secretario del jurado



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Espinoza Requejo', written over a faint watermark of a person's portrait.

MG. ESPINOZA REQUEJO, CINTHY CATHERINE
Vocal del jurado

Dedicatoria

A Valeria mi niña bonita, la luz de mis ojos, por tu infinita paciencia, al verme en la computadora y no compartir tus juegos; compañía constante al quedarte dormidita en mis brazos durante las largas noches, por tu comprensión, aunque pequeña me has sabido apoyar en todo. Gracias hija linda.

A mi madre Rebeca León mí pilar, mí fortaleza porque tu amor es lo más maravilloso y me impulsa cada día a ser una mejor persona.

Agradecimiento

A Dios padre todo poderoso y mi Ángel guardián por regalarme cada día, hora, minuto, segundo en esta tierra e iluminar mi camino para cumplir mis objetivos.

A la Asociación Cuyaqui Wayi por permitirme realizar esta investigación en su hermosa comunidad.

A Santiago mi compañero por su soporte durante estos dos últimos ciclos cuyo apoyo y consejos han sido muy valiosos para seguir adelante.

A Carlos mi profesor de latín, que en paz descansa. Gaudeamus Igitur Iuvenes dum sumus. Vivat Academia, vivant professors. Vivat membrum quolibet, vivant membra quaelibet semper sint in flore.

Resumen

La presente investigación tuvo como título “Promoción del Turismo Comunitario en Vicos del distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash”, siendo el objetivo principal el determinar de qué manera la promoción contribuye en el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash; para el cumplimiento del objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos identificar la situación actual del desarrollo del turismo comunitario en Vicos; analizar la percepción de la Asociación TC Cuyaqui Wayi Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina de Vicos, finalmente proponer estrategias de promoción para mejorar el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.

El enfoque de la investigación fue cualitativo, con un diseño fenomenológico empleando como instrumentos de recolección de datos la guía de entrevista y las fichas de observación. Los participantes que contribuyeron con la información para la investigación fueron los miembros de la Asociación TC Cuyaqui Wayi, quienes desde el 2001 vienen operando con la actividad turística en la comunidad de Vicos. Finalmente se plantearon estrategias como consideraciones finales de la investigación, dichas estrategias se basaron en el producto turístico, alianzas estrategias y canales de comercialización para la mejora de la promoción turística de la Comunidad de Vicos.

Palabras claves. Comunidad, promoción, promoción turística y Turismo Comunitario.

Abastrac

The title of this research was "Promotion of Community Tourism in Vicos of the Marcará district, Carhuaz Province - Ancash", the main objective being to determine how the promotion contributes to the development of community tourism in Vicos, Marcará district, Province Carhuaz - Ancash; For the fulfillment of the general objective, the following specific objectives were proposed to identify the current situation of community tourism development in Vicos; analyze the perception of the TC Cuyaqui Wayi Community Vicos Association regarding the promotion and current development of community tourism in the rural community of Vicos, finally propose promotion strategies to improve the development of community tourism in Vicos, district of Marcará, Province Carhuaz - Ancash.

The research approach was qualitative, with a phenomenological design using the interview guide and observation sheets as data collection instruments. The participants who contributed the information for the research were the members of the TC Cuyaqui Wayi Association, who since 2001 have been operating with the tourist activity in the community of Vicos. Finally, strategies were proposed as final considerations of the research, these strategies were based on the tourism product, strategic alliances and marketing channels to improve the tourism promotion of the Community of Vicos.

Keywords. Community, promotion, tourism promotion and Community Rural Tourism.

Índice

I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Planteamiento del problema.	8
1.2. Antecedentes de estudio.	10
1.3. Abordaje Teórico.	13
1.4. Formulación del problema.	18
1.5. Justificación e importancia del estudio.....	18
1.6. Objetivos.....	19
1.6.1. Objetivo general.	19
1.6.2. Objetivos específicos.....	19
1.7. Limitaciones.....	19
II. MATERIAL Y MÉTODO	20
2.1. Fundamento y diseño de investigación seleccionado.	20
2.2. Tipo de muestra inicial seleccionada.	20
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	20
2.4. Procedimiento para la recolección de datos.	21
2.5. Procedimiento para el análisis de datos.	22
2.6. Criterios éticos.	22
2.7. Criterios de Rigor científico.....	23
III. REPORTE DE RESULTADOS	24
3.1. Análisis y discusión de resultados.	24
3.2. Consideraciones finales.....	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53
ANEXOS	58

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema.

El turismo es una actividad de tipo social - económica que ha tenido mayor protagonismo en los últimos años debido al correcto manejo de la oferta turística de diversos lugares considerados símbolo de sus respectivas regiones cuya actividad turística es significativa, esto quiere decir lugares que a través del tiempo han manejado eficientemente cuestiones de promoción, distribución de venta y relaciones públicas desde un punto de vista particular y público dado que las organizaciones que ofrecen este tipo de servicios resultan de suma importancia para poder crear un valor del país que desea obtener una buena posición en el mercado turístico.

Ante esto hay a nivel internacional países que aunque poseen grandes atracciones turísticas no logran obtener una posición en la mente del consumidor como un país al cual visitar constantemente, a ello se le suma una inadecuada gestión y poca planeación de promoción y/o publicidad para estas actividades, podemos mencionar a México, siendo uno de los que están en el ranking a nivel mundial en el puesto cinco con mayor cantidad de visitantes turístico de acuerdo con el informe de últimas tendencias de Turismo de la Organización Mundial del Turismo (2019), sin embargo presenta serios problemas en el incremento de la tasa de delitos y falta de seguridad ciudadana que perjudica a la actividad turista directamente, a raíz de esto dicho país se ha mostrado preocupado para poder erradicar esta situación promoviendo campañas con una buena imagen en el 2018. Uno de las actividades más grandes para la difusión de turismo en México es el popular Tianguis Turístico, realizado en Acapulco, donde las entidades del rubro turístico brindan sus servicios en todo el destino mexicano, ayudando al país económicamente, no obstante, por el cambio de gobierno nacional el actual presidente Andrés López Obrador, no aprobó una cantidad destinada a la ejecución de la feria y en especial para publicitar la marca turística, esto implica una inquietud a la empresas pertenecientes al rubro turístico y todo individuo que labora y su principal fuente de ingresos es la comercialización de las actividad turística. (Inmobiliare, 2019)

A nivel nacional se afirma que la capital es una de las regiones con mayor flujo turístico tanto en el ámbito nacional como internacional, este dato es extraído del informe anual del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, pero aunque este departamento es una de las ciudades con mayor cantidad de turistas, por encima de Cusco, muestra serios inconvenientes desde el punto de vista social- político y también turístico, la mayor parte de sus municipalidad carecen de planeación estratégica de turismo, orientándose no únicamente al aspecto de la gestión sino al de publicidad, el cual es uno de los temas más serios. Lima es una región con un elevado potencial turístico, resaltando sus lugares y centros históricos, sus playas donde se dan eventos importantes, de igual manera zonas comerciales atractivas, a parte que es catalogada como una de las regiones con más desarrollo y modernidad a nivel nacional. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2017). A nivel departamento de Lima, destaca la provincia de Barranca que es un lugar con muchos atractivos culturales, históricos y comerciales, pero no hay una labor concreta de entes particulares o estatales para promover sus recursos naturales y culturales, aunque tiene una gran infraestructura turística y de igual manera la inclusión de la señalización turística lo cual resulta favorable para este lugar. (Ramírez, 2018)

La investigación se centró en un turismo comunitario el cual se desarrolla en una comunidad campesina llamada Vicos, esta comunidad se encuentra ubicada en el distrito de Marcará, provincia Carhuaz región Ancash. La comunidad campesina se ubica en lado oriental del Callejón de Huaylas, en el año 1962 esta comunidad compro el terreno de la Hacienda Vicos la cual pertenecía a la Beneficencia Pública de Huaraz, casualmente 7 años antes de la reforma agraria. En el año 1974 es reconocida como una comunidad campesina bajo la resolución 002-OAE-ORAMS-III. Vicos es una de las 14 comunidades campesinas en la provincia de Carhuaz y una de las 349 comunidades campesinas que tiene la región Ancash y que son reconocidas por el gobierno del Perú.

En el año 1999 se crea la Asociación Turismo Comunitario Cuyaqui Waiyi-Vicos, siendo su meta primordial el poder enseñar a cuidar la ecología rural y revalorar las formas naturales de cómo ser productiva la tierra para beneficio del poblador. En el año 2012 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, empieza un trabajo en esta comunidad siendo la primordial acción la capacitación, puesta en

valor de los recursos y la generación de contactos, para poder iniciar con el proyecto de recibir visitantes, ante ello en el año 2002, asistió el primer grupo de visitantes siendo un total de 8 personas que fueron llevadas por un tour operador estadounidense, luego continuo el flujo turístico siendo las primeras instalaciones para el descanso habitaciones con pellejos de los animales andinos. Actualmente la comunidad campesina fue acondicionando esta hacienda convirtiéndola en una Casa Bonita como se le llama hoy en día, en la cual alberga un total de 45 personas teniendo ya 7 alojamientos, dentro de las actividades que se pueden desarrollar es la preparación de pachamanca, faenas agrícolas y ceremonias ancestrales, además dentro de los servicios se tiene alimentación, orientación turística y el propio alojamiento el cual los visitantes pueden pernoctar de 2 a 5 días.

Este proyecto tiene tiempo dentro del mercado turístico de Ancash sin embargo aún no es muy conocido a pesar que cuenta con redes y OTAS que permiten reservas y verificar opiniones de experiencias anteriores de sus visitantes. Además, que esta comunidad trabaja de forma independiente sin recibir ayuda de su ente gobernador, quien debería ser un mecanismo de impulso para la búsqueda de los actores públicos y privados que contribuyan con la mejora en la difusión por los canales de comercialización correctos y este pueda generar una creciente en el flujo turístico.

1.2. Antecedentes de estudio.

1.2.1. A nivel internacional.

Cabanillas, Lastra y Pazmiño (2017), la investigación se refirió al Turismo doméstico ¿Demanda Potencial de los centros de turismo comunitario en Ecuador?, el objetivo general de este trabajo es aportar información que permita los Centros de turismo comunitario incursionen en el mercado doméstico, que ha sido usuario minoritario a comparación del receptivo. La investigación fue de tipo aplicada – descriptiva, siendo la conclusión que la población de Quito no conoce mucho acerca de la oferta de estos emprendimientos de turismo comunitario, debido que se priorizan otros tipos de turismo dejando de lado al turismo que recién está iniciando en su desarrollo.

Blanquicett y Yépez (2017), presentaron una investigación la cual tuvo como objetivo el diseñar una propuesta de turismo comunitario en el Barrio Getsemaní de Cartagena de Indias, la investigación fue de tipo descriptivo utilizando el método deductivo, se aplicaron instrumentos como cuestionario y guía de entrevista. La conclusión de la investigación se centra en que el turismo comunitario sirve como una herramienta de mejora de la calidad de vida de la población sobre todo en el ámbito socioeconómico, por ultimo indica también que un proyecto de turismo comunitario se debe tomar en cuentas un grupo de acciones para realizar un producto sostenible en el destino.

Tarabini (2016) su investigación llevo por título el Turismo Comunitario en pequeñas localidades rurales: análisis de los impactos económicos en Carlos Keen a partir de la implementación del Programa Pueblos Turísticos, su principal objetivo fue evaluar los impactos económicos asociados a la actividad turística a partir de la implementación del programa “Pueblos Turísticos” tomando en cuenta los años 2008 a 2016. Dentro de las conclusiones de la investigación se evaluó los impactos económicos generados desde la actividad turística donde se enfatizó en la aplicación del programa antes mencionado, además indicaron razones por las cuales el turismo comunitario podría ser utilizado en un futuro como una actividad económica complementaria y así mejorar la calidad de vida del poblador.

1.2.2. A nivel nacional.

Ramírez (2018) su investigación se centra en la Promoción turística y desarrollo del turismo en el distrito de Barranca, fue una investigación de tipo explicativo, por ello el objetivo general era determinar como la promoción turística influye en el desarrollo del turismo en el lugar de estudio. La conclusión de la investigación indica que se determinó que la promoción turística si influye en el desarrollo del turismo en lugar de estudio, corroborando que la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones publicas son los elementos primordiales para llevar a cabo de forma viable la promoción turística lo que permitirá un mejor desarrollo del turismo y este pueda contribuir a la mejora de la calidad de vida del poblador.

García y Silva (2016) la investigación titulada Promoción turística y desarrollo del turismo en la comunidad Padre Cocha, distrito de Punchana, tuvo como objetivo general el conocer la relación entre la promoción turística y el desarrollo del turismo en el lugar de estudio. El foco de la tesis se centra en buscar el interés de las agencias de viaje, instituciones públicas o privadas que promuevan el turismo rural de Padre Cocha. La investigación fue de tipo descriptiva – explicativa y correlacional, donde la población que se tomó en cuenta para la aplicación de los instrumentos fueron los pobladores de Punchana y los visitantes. La conclusión primordial de la investigación se enfoca que, si existe una relación entre ambas variables de un 95% de confianza, además que el grado de percepción de la promoción turística que se le da a un destino es necesaria la encuesta, también en esta tesis se constata que la promoción sí afecta el desarrollo del turismo de la Comunidad de Padre Cocha.

Valverde (2016) su investigación se centra en plantear un plan de promoción turística con el fin de incrementar la afluencia de turistas en Refugio de Vida Silvestre Laquipampa, en el periodo de tiempo de enero a septiembre del año 2016, el tipo de investigación fue transversal descriptivo, siendo sus variables de estudio promoción turística y demanda. La conclusión de la investigación se centró en la actual situación que refleja el RVSL posee un gran potencial turístico sobretodo en el disfrute del paisaje y las actividades turísticas que se pueden ejecutar, asimismo que el SERNANP trata de promocionar este recurso sin embargo la problemática es más grande que el presupuesto que maneja dicha institución estatal.

1.2.3. A nivel regional.

Malvas (2018), su investigación que lleva por título Propuesta de desarrollo del Turismo rural en la provincia de Asunción distrito Chacas - Ancash, tuvo como objetivo general proponer el desarrollo del turismo rural, para ello la investigación fue de tipo proyectiva, utilizando los instrumentos de recolección de datos el cuestionario y la guía de entrevistas, los cuales fueron aplicados a la población del distrito de Chacas. Los resultados que se obtuvieron de la investigación fue que la población aún no conoce bien de qué trata el turismo rural y siente que aun el distrito no está preparado ni en infraestructura ni en concientización turística. La conclusión de la investigación se centró en que, a través de los instrumentos aplicados, en

primera instancia se tiene que capacitar a la población en relación a turismo comunitario y después plantear estrategias que permitan desarrollar este tipo de turismo en Chacas.

Sobrino (2018), su investigación que lleva por título El desarrollo del turismo en espacios rurales: Estudio y análisis del potencial ecoturístico como alternativa de desarrollo y promoción en el distrito de Pomabamba, departamento de Ancash, esta investigación tuvo como objetivo principal demostrar la existencia del potencial turístico del distrito para desarrollar el ecoturismo y evidenciar el apoyo por parte de la población para la implementación y promoción de este tipo de turismo, para ello utilizaron los instrumentos de recolección como encuestas y entrevistas. La conclusión de la investigación demostró que, si existe un potencial alto para el desarrollo del ecoturismo, además de la participación activa de la población en relación a implementar y promocionar este destino como partidario del ecoturismo.

1.3. Abordaje Teórico.

1.3.1. Promoción.

Al precisar la palabra promoción, cabe indicar antes al marketing integrado donde conforma un procedimiento en que las comunicaciones se hacen de forma general para obtener los objetivos estratégicos. La promoción también se le denomina a la acción de poder anunciar, notificar al cliente – consumidor o a cualquier interesado (cliente potencial) acerca de un producto o servicio que ofrece una empresa, negocios, compañía u organización. Asimismo, se dice que la promoción esta instituida por la pujanza de comercio, y la comunicación interactiva; además de un punto esencial y clave para toda empresa, la publicidad. (Kitchen et al., 2004).

Kotler et al. (2015) lo conceptualiza a la promoción como las gestiones cuyo objetivo es convencer a los posibles demandante por medio de herramientas que permitan informar, persuadir y a la vez influenciar, a través de las cuales se forma un grupo de herramientas básicas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, venta personal y el marketing directo.

Publicidad. Para el autor Kotler (2015), enfatiza que es una manera de comunicación verbal, de exposición de los bienes o servicios de una empresa. Si bien tiene su carácter persuasivo, se debe considerar planes estratégicos de turismo. Tal es el caso de anuncios en artículos de revista, notas de periódicos, noticias, difusión de medios de comunicación e informativos entre otros.

Stanton, W. et al. (1995) menciona que:

La publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares, a las playeras impresas, y, en fechas más recientes, Internet.

Según Arens (2008), se señala diferentes clases de publicidad a considerar:

Como primer punto, se encuentra la publicidad informativa cuyo objetivo es originar una imagen de la organización, buscando presentar el producto o servicio que ofrecerá. Por otra parte, está la publicidad digital, muy empleado actualmente cuyo recurso principal es la red de internet, para poder promocionar por medio de páginas online, apps en móviles, redes sociales específicas para difundir información de la empresa. Finalmente, en la publicidad audiovisual se realiza considerando la apertura, el desarrollo y el cierre.

Promoción de ventas. Para Kotler (2015) nos define que la promoción de ventas es también llamada como aquellos incentivos a corto plazo cuyo objetivo es invitar al consumidor a comprar el bien o servicio ofrecido por la organización. La promoción de ventas son un conjunto de actividades que se aplican a través de recompensas o incentivos ya sean premios, sorteos, ofertas u otros que llamen la atención del cliente; con la finalidad de promover directamente la demanda en el corto plazo. La promoción de ventas persigue ciertos objetivos siendo los siguientes: Incitar a la compra y prueba de un producto que antes no se ha consumido por el público objetivo; además de brindar y generar interés en el conocimiento acerca del producto a través de su consumo o uso.

Relaciones Públicas, se quiere establecer relaciones con diversos entes estatales o particulares de una entidad a través de una adecuada promoción que impulse la marca y minimizando todos los eventos que no resulten positivos para la entidad. Relaciones publicas también se le denomina a una determinada área de una organización privada o pública que permite generar ciertos contactos de interés que permita de forma directa e indirecta promocionar y llevar información acerca de la empresa o el producto que se desea introducir en el mundo comercial. Las relaciones publicas van direccionadas a un trabajo planificado con el único objetivo de llegar en forma piramidal a mas redes de contacto, y que el producto o servicios se haga conocido en el tiempo menos corto posible. (Kotler, 2015)

Venta personal. tiene un único objetivo concretar la transacción de manera eficiente y de igual forma entablar relacione, para Kotler (2015) indica que la venta personal es la mejor forma de poder hacer llegar un producto o servicio al cliente, pues la primera experiencia es la que importa, y esta debe ser única que permita que el cliente se sienta satisfecho.

1.3.2. Turismo Comunitario.

El término de turismo comunitario surge por primera vez en la obra de Murphy (1985) e intenta establecer aspectos relacionado a la influencia de la actividad turista en las comunicaciones de lugares emergentes, cuestión que después sería trabajado por el mismo autor en el año 2004 (Murphy and Murphy, 2004). Son varios estudios sumados a estos dos mencionados los que aborden la asociación entre turismo y comunidades locales, concluyéndose que uno de los factores importantes es el rol que tiene la comunidad en el turismo. (Sánchez et.al, 2009).

Un acercamiento precedente al turismo comunitario lo relaciona como aquella propuesta de desarrollo turístico que se compara con otros turismos como el de tipo social, cultural o rural. Por ello se comprende que en el desarrollo de este se da especial relevancia a la difusión y contacto con diversas culturas específicas actuales, donde vivencias asociadas a la gastronomía, agricultura y demás manifestaciones de cultura son muy interesantes para los rubros turísticos (Cordero, 2006).

No obstante, es una equivocación creer que el turismo comunitario sea una tipología (clase) rigurosa de turismo como lo son el eco-turismo o turismo patrimonial, aunque en la práctica es inevitable su asociación con estos productos. Sin embargo, se debe resaltar que el que el turismo comunitario no se relaciona con algún producto turístico en específico, pues se implementa en diversos aspectos del rubro del turismo y más bien está más vinculada a la modalidad adaptada de operación y ejecución de tipo comunal. (Martínez, 2008; Hernández et.al, 2008).

La condición básica que hace la distinción entre este tipo de turismo y las otras modalidades de operación y gestión turística es su modelo de organización independiente basado en la coordinación comunitaria del emprendimiento del turismo. La gestión común y la colaboración de todos en los beneficios producidos por dicha labor la hacen una estrategia de desarrollo local que otorga ventajas a los entes de la localidad aumentando la inversión dentro de la misma. Entonces se configura como una modalidad turística que demanda la colaboración de todos para cumplir con los objetivos para los que fue ejecutado, redundando en lo denominado community - based tourism (Ruíz et. al, 2009: 11, Hernández et. al, 2008, Maldonado, 2005).

En esta clase de turismo, las comunidades son entes que gestionan y producen sus mismos atractivos turísticos, pues poseen el control efectivo de las actividades, lo que influye sustancialmente en el refuerzo de la entidad comunitaria, sus relaciones e identificación y ocasiona procedimientos sustanciales de apropiación, coordinación y planeación del patrimonio correspondiente. (Solís et.al, 2007; Ruíz et.al, 2008 en Ruíz et.al, 2009; Inostroza, 2008).

Capital social. Autores como Bourdieu (1985), Coleman (1988), Fukuyama (1995), Putnam (1995), Portes (1998), etc., difunden el concepto de criterio de capital social, pero más que conceptualizarlo, determinan el punto de inicio para potenciar una discusión frente a esta cuestión. Para entender lo que conforma el capital social, como lo propone Uphoff (2001), quizás sería conveniente realizar un análisis de la etimología de la misma.

En esta línea, el capital (activo) social (amigo) se entiende como la cantidad de activos que resulta mutuamente ventajosa producto de relaciones cooperativas de una comunidad social. Al igual que Putman y Coleman, De Vylder señala que el capital social es “un bien común, cuya mayor cantidad de este a través del tiempo –a diferencia de las otras clases de capital- es beneficioso para todas las personas y no únicamente de algunos”. Para Iglesias (2000) el capital social está compuesto por diferentes elementos, entre los que resaltan el clima de confianza social, el asociacionismo, la formación cívica y los valores culturales, las cuales influyen de manera directa o indirecta en el ejercicio económico y político de las organizaciones sociales (Iglesias, 2000 en Kliksberg, 2000).

Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú en el año 2008, propuso lineamientos para desarrollar el Turismo Comunitario en una determinada zona que tenga el potencial turístico, estos lineamientos han ido modificándose a lo largo los últimos diez años, debido que diferentes comunidades han podido desarrollar el TC de forma exitosa.

Figura 1. Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario

Lineamientos	Especificaciones
Lineamiento 1	Existencia de elementos, vinculados al medio rural y sus componentes culturales y naturales, capaces de generar un interés en el visitante.
Lineamiento 2	Entendimiento del turismo como una actividad económica complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural; interrelacionada y potencia/dora/da por otras.
Lineamiento 3	Liderazgo, participación, conocimiento e involucramiento, directo e indirecto, de la población local en el desarrollo de la oferta y la operación comercial.
Lineamiento 4	Voluntad de desarrollar turismo y conocimiento pleno de los beneficios y riesgos que esta actividad acarrea por parte de la comunidad.
Lineamiento 5	Previsiones que permitan minimizar riesgos e impactos negativos sobre el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
Lineamiento 6	Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
Lineamiento 7	Existencia de servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, desarrollo de actividades complementarias actuales y/o potenciales, adecuados al contexto local natural y cultural.
Lineamiento 8	Productos basados en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades asociadas a su medio.
Lineamiento 9	Cobertura de las necesidades reales o potenciales de la demanda en el mercado, sin desnaturalizar por ello su identidad y valor intrínseco del emprendimiento y su entorno.
Lineamiento 10	Interés real o potencial de socios –responsables- que contribuyan y/o aporten a la comercialización de los productos y servicios de Turismo Rural Comunitario y promuevan alianzas con las comunidades en buenos términos de negociación.

Fuente. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019

1.4. Formulación del problema.

¿De qué manera la promoción contribuye al desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

La investigación se centró en poder evaluar si la promoción contribuye a que el turismo comunitario en Vicos se haga más conocido por los visitantes nacionales y extranjeros que arriban a Ancash. Actualmente a pesar de las actividades y

reconocimientos que recibe por las Organizaciones no Gubernamentales (ONG), no ha podido lograr un posicionamiento dentro de las comunidades campesinas que desarrollan un turismo comunitario, además el no recibir apoyo por sus entes gobernantes hace que no encuentren los medios idóneos para poder plantear estrategias de cómo generar un flujo turístico permanente a lo largo del año, debido que esta comunidad prácticamente vive de esta modalidad de turismo.

La importancia radicó en que es una de las pocas investigaciones que buscan plantear estrategias de cómo llegar a mejorar la promoción de este emprendimiento comunitario, además que pueda servir como referencias para próximas investigaciones en este lugar de estudio.

1.6. Objetivos.

1.6.1. Objetivo general.

Determinar de qué manera la promoción contribuye en el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.

1.6.2. Objetivos específicos.

Identificar la situación actual del desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.

Analizar la percepción de la Asociación TC Cuyaqui Wayi Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina de Vicos.

Proponer estrategias de promoción para mejorar el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.

1.7. Limitaciones.

La presente investigación tuvo ciertas limitaciones como fue el poder aplicar los instrumentos de recolección de datos, debido a la cuarentena establecida por el estado ante la Pandemia Covid 19, además de los comuneros que fueron entrevistados son personas que conocen del tema de turismo comunitario, pero solo de forma empírica mas no técnica, lo que conllevó a la reformulación de las preguntas para obtener una comunicación más fluida.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Fundamento y diseño de investigación seleccionado.

Enfoque cualitativo. El enfoque cualitativo se caracteriza por la utilización de instrumentos cualitativos, es decir instrumentos que permiten la recolección de información relevante a través de preguntas o ítems abiertos, dando comprensión a una información más detallada desde la experiencia del entrevistado. (Hernández et al., 2006)

El diseño de la investigación cualitativa es **fenomenológico**, debido que se toma en cuenta la experiencia de los individuos que conforman la asociación de TC Cuyaqui Wayi, quienes tienen un gran conocimiento acerca del desarrollo de este tipo de turismo. Asimismo, la base fenomenológica es que permiten dar diversas formas de interpretación de la misma experiencia de los comuneros. (Fernández, Hernández y Baptista, 2014, p.92)

2.2. Tipo de muestra inicial seleccionada.

La investigación se torna en la aplicación de instrumentos de recolección de datos el cual fue aplicado a los comuneros de la Asociación TC Cuyaqui Wayi, siendo dos personas quienes crearon dicha asociación y trabajan de forma permanente en este tipo de turismo desde hace diez años atrás.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.3.1. Técnicas de investigación.

Entrevista. De acuerdo con López & Fachelli (2015) se conoce en su mayoría como una guía de preguntas que reúne datos a través de diversas preguntas aplicadas a individuos de cualquier lugar con el fin de obtener ciertos resultados que permitan resolver una problemática, asimismo dichas preguntas tienden a ser abiertas para obtener una información más detallada. (p.8)

Observación simple. El sujeto hace uso de sus 5 sentidos para evaluar los hechos que son materia de investigación y que son el insumo para el mismo. (Vara, 2012)

2.3.2. Instrumentos de recolección de datos.

Guía de Entrevista. De acuerdo con García (2003) es todo procedimiento verídico en el cual se incluye todo tipo de información empírica con los cuales se analiza a individuos, fases y programas de formación, por otro lado, implica enfoques cualitativos. La entrevista se caracteriza por ser estructurada o semiestructurada, desarrollándose dependiendo de la naturaleza del entrevistado.

Ficha de observación. Es un documento en el cual se va reportando todas las observaciones que se realicen, denominadas fichas de observación. Su misión primordial es clasificar con una respuesta positiva o negativa, la adquisición de algunos factores que podrían contener un sujeto en concreto, lugar o evento. (Vara, 2012). La ficha de observación que se empleo fue diseñada por el investigador, donde se tuvo en cuenta criterios que permiten la evaluación de la infraestructura, planta turística y servicios, todo ellos basados en el cumplimiento de los lineamientos del turismo comunitario.

Validez

Los instrumentos que se emplearon para obtener los datos relacionados al Turismo Comunitario en Vicos fueron validados por especialistas en el rubro turístico, quienes por medio de un formato brindado por la Universidad les permitió analizar todos los ítems incorporados.

Los especialistas que evaluaron los instrumentos de recolección fueron:

MBA. Palma Vallejo Juana Graciela, Maestra en Administración de Negocios, docente catedrático con una experiencia profesional de 6 años, siendo 3 años en el rubro de la investigación.

Mg. Sanchez Gamarra Astrid Paulett, Maestra en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, con una experiencia de 7 años en el rubro de la educación especializada en turismo.

Dr. Arbulú Ballesteros Marco Agustín, Especialista en Metodología de la Investigación Científica, con 15 años de experiencia docente catedrático en investigación y administración.

2.4. Procedimiento para la recolección de datos.

La entrevista como técnica empleada para la recolección de datos, se aplicó a los comuneros que pertenecen a la Asociación de Turismo Comunitario Cuyaqui

Wayi, a quienes se les realizo preguntas abiertas relacionadas con proyectos, emprendimientos y alianzas estratégicas que se hayan realizado en los últimos años en la comunidad de Vicos. Las entrevistas tuvieron una duración aproximada de 1 hora con cada uno de los entrevistados

2.5. Procedimiento para el análisis de datos.

Se utilizó la guía de entrevista como instrumento de recojo de información que permitió recabar la opinión de los representantes de la asociación TC Cuyaqui Wayi en relación al turismo comunitario que se viene desarrollando en Vicos desde hace 10 años atrás, aquellos resultados de la entrevista estructurada se vaciaron en cuadros que permitieron analizar la perspectiva de los entrevistados, comparando con la base teórica.

Las fichas de observación se utilizaron para recabar información de los recursos turísticos, infraestructura y servicio que presenta la Comunidad de Vicos, la información se analizó en cuadros donde se especifica datos relevantes e importantes que permitieron plantear el aporte científico como medio de solución a la problemática hallada.

2.6. Criterios éticos.

Noreña et al. (2012) abarcan algunos juicios que se presentan de la siguiente forma:

Consentimiento informado. Todos los individuos que participan del procedimiento son correctamente informados de los puntos necesarios, esto señala que la responsabilidad de los mismos es de suma relevancia como para el que realiza el estudio.

Confidencialidad. Una de las características en la concentración de la información fue el cuidado y protección de las respuestas brindadas por las personas dado que dichos datos están condesados en un archivo que resguardará su identificación. Al empezar con la entrega del cuestionario, se aclaró constantemente que las respuestas eran de carácter obligatorio y que si alguna no era entendida se le dará el soporte y/o ayuda necesaria.

Observación participante. El sujeto que realiza la investigación actuará con mucha moderación al realizarse el cuestionario dado que las personas contarán

con una determinada cantidad de tiempo para elegir la mejor opción para cada uno y habrá un involucramiento con el examinador debido que estará pendiente todo el tiempo si es que llegase a presentar algún perjuicio y que genere una contrariedad importante. (p.270)

2.7. Criterios de Rigor científico.

Noreña et al. (2012) son todas las bases que de alguna forma se relacionan con el desarrollo de una exploración dado que constituyen un grupo de actitudes que simbolizan un rigor indiscutible, entre ellas:

Validez: todo procedimiento es válido siempre que el especialista tenga los criterios suficientes para brindar un entendimiento correcto a través de la información conjunta obtenida previamente. Cuando todo ha culminado se representará a la comunidad sus inferencias.

Credibilidad: aquí se concederá el contacto entre la comunidad y el especialista dado que debe haber un acuerdo entre los dos que tendrá un gran valor en el desarrollo de la aplicación, al mismo tiempo el ámbito es importante ya que se dará en un espacio con acceso en función a su disponibilidad.

Confirmabilidad: asegura la transparencia de los datos obtenidos a través del desarrollo de la interpretación de la información, puesto que el sujeto analizará la misma en función a la teoría planteada.

Relevancia: hace posible valorar las ventajas de los objetivos planteados en el actual estudio brindando la aceptación ya que se logró un resultado adecuado y esperado, en el marco de una situación determinada. (p.268)

III. REPORTE DE RESULTADOS

3.1. Análisis y discusión de resultados.

3.1.1. Análisis

Objetivo Especifico 1. Identificar la situación actual del desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.

Para concretizar el primer objetivo específico se empleó fichas de observación para los recursos turísticos de Marcará y la infraestructura con la que actualmente cuenta la comunidad de Vicos.

Recursos Turísticos. Los recursos turísticos con los que cuenta el distrito de Marcará son en total 9 recursos, de los cuales solo 4 se encuentran bajo la jurisdicción de la Comunidad de Vicos, dichos recursos se encuentran actualmente registrados en el Inventario de Recursos Turísticos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Los recursos turísticos que se encuentran en Vico son los Baños termales de Chancos, la Laguna Winoyo, la Quebrada Pacchuri y la Quebrada la Honda, estos cuatro recursos son categorizados como sitios naturales.

Infraestructura. La infraestructura que presenta la Comunidad de Vicos, en la actualidad no es muy buena es de estado regular, aún los mismos pobladores están trabajando de la mano con empresas privadas para la mejora de la misma. A continuación, se presentan las siguientes tablas donde se toma en cuenta el estado de cada componente de la infraestructura.

Tabla 1. Infraestructura básica dentro de la Comunidad Vicos

Infraestructura	Estado			Observación
	Bueno	Regular	Malo	
Agua potable	X			Este servicio solo se establece por horarios de 6:00 a.m. a 2:00 p.m.
Desagüe		X		Existen servicios higiénicos solo en las casas hospedaje.
Luz (Suministro eléctrico)	X			Los horarios del suministro eléctrico solo es establecido de 7:00 a.m. a 3:00 p.m.

Teléfono público	X	Existen solo 2 teléfonos públicos que son ofrecidos en las casas hospedaje de la comunidad.
Señalización	X	No existe una señalización turística dentro de la Comunidad de Vicos.

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 2. Infraestructura básica fuera de la Comunidad Vicos

Infraestructura	Estado			Observación
	Bueno	Regular	Malo	
Agua potable	X			Distrito de Marcará
Desagüe	X			Distrito de Marcará
Alcantarillado	X			Distrito de Marcará
Luz (Suministro eléctrico)	X			Distrito de Marcará
Teléfono público	X			Distrito de Marcará
Señalización		X		Distrito de Marcará

Fuente. Elaboración propia.

Instalaciones turísticas. En la comunidad de Vicos solo se observan instalaciones privadas destacándose dentro de ellas albergues, kioscos de comida, pequeños sectores de venta de artesanía, además servicio de alquiler de caballo para que los visitantes puedan recorrer los diez sectores que comprenden dicha comunidad. Por último, la comunidad de Vicos tiene un tópico, donde ante alguna emergencia el visitante puede auxiliarse de forma básica en el lugar.

Objetivo específico 2. Analizar la percepción de la Asociación TC Cuyaqui Wayi Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina de Vicos.

La primera entrevista fue aplicada al Señor Pablo Tadeo Cilio, quien tiene el cargo de Primer Presidente de la Asociación TC Cuyaqui Wayi y actual Coordinador 2020 – 2021. Se detalla a continuación las respuestas de las preguntas planteadas.

N°	Ítem	Respuesta
----	------	-----------

1	<p>¿Considera que la promoción que utiliza la Asociación de TC es adecuada para llegar a convencer al visitante?</p> <p>Fundamente su respuesta.</p>	<p>Nosotros a la asociación todavía no contamos así por promocionar así mediante redes sociales, todavía estamos trabajando con agencias y personas a persona mi cliente recomienda a compañeros amigos, no teneos nada de trípticos así para promoción creo no es lo adecuado para conquistar al cliente.</p>
---	--	--

Comentario. La promoción turística es esencial en todo tipo de negocio o destino, sin embargo, existen muchos destinos rurales quienes no tienen un acompañamiento profesional que los pueda ayudar y guiar para que en un tiempo prudente puedan ellos solo mecanizar su trabajo.

N°	Ítem	Respuesta
2	<p>Cree usted que las redes sociales son los mejores canales para emitir publicidad de su comunidad de TC?</p>	<p>Para todos los socios no, porque no manejamos redes sociales, muy poco el correo, además todos no contamos con internet.</p>

Comentario. Las redes sociales es algo importante y fundamental hoy en día, sin embargo, el tener redes sociales en una comunidad rural es muy difícil debido que los servicios básicos son limitantes, más aún en la situación actual que vive el país.

N°	Ítem	Respuesta
3	<p>¿Qué tipo de incentivos o premios han empleado para poder generar cierta fidelización con los visitantes que se</p>	<p>Trabajando con las agencias hemos logrado varias donaciones para sensibilizar a la comunidad como computadoras, muebles para el colegio es una iniciativa que sigue para mejorar la calidad de vida de familias, como cocinas mejoradas, para iniciar el colegio de primaria con sus materiales educativo, esto es</p>

hospedaron en la comunidad? gracias a la gestión de la asociación para la comunidad. Mayormente no es interacción, mayormente es el cariño. No se les ha dado nada a los turistas ni a las agencias

Comentario. Es importante fidelizar a los clientes, a través de un souvenir o simplemente generando una experiencia única en el lugar visitado, el TC se presta mucho para poder generar una cierta fidelización en los turistas, pero se tiene que tener en cuenta que los servicios y producto ofrecidos deben contar con las condiciones óptimas.

N°	Ítem	Respuesta
4	¿El gobierno municipal de Vicos, ha trabajado con ustedes en proyectos que permita reforzar la promoción turística de la comunidad?	La municipalidad no cuenta con ningún presupuesto para el tipo de trabajo de turismo porque no encuentra de presupuesto. Marcará ni Carhuaz no toma acción, varias veces hemos tocado la puerta pero dicen no hay, pero yo sé que sí tiene un pequeño presupuesto para que prioricen el circuito turístico siquiera poco a poco.

Comentario. Los gobiernos locales y regionales son los entes que deben involucrarse en la mejora de la actividad turística, sin embargo, hoy en día solo se preocupan por mantener obras físicas sin mejora alguna de la calidad de vida del poblador.

N°	Ítem	Respuesta
5	¿Cuáles son las empresas u organismos con los cuales ustedes han generado alianzas estratégicas para la mejora de la	Las empresas es responsa ellos nos han ayudado a promover más Vicos.

Comunidad TC

Vicos?

Comentario. El trabajo de mejora de la actividad turística no solo es competencia del sector público sino también del sector privado quien a través de su Responsabilidad Social Empresarial – RSE, se pueden llegar a mejorar cierta realidad de la cual vive el Perú.

N°	Ítem	Respuesta
6	¿Considera que la comunidad campesina Vicos es uno de los emprendimientos más representativos de Carhuaz? Fundamente su respuesta.	Somos una asociación que pertenecemos a la comunidad somos uno de los pioneros a nivel de Ancash. Hemos siempre mantenido para adelante. Hay muchas asociaciones que yo he conocido que a veces salía nombre y luego desaparecieron. Pero dentro del emprendimiento de región Ancash somos Vicos, Huaripamapa, Olleros y Huamachuco.

Comentario. Los emprendimientos rurales son uno de los mecanismos de generar un ingreso económico a la población además de mejorar cierta calidad de vida del poblador, a pesar de ello no es muy bien gestionado lo que conlleva en su mayoría al fracaso.

N°	Ítem	Respuesta
7	¿Cuáles son sus estrategias de sostenibilidad que actualmente emplea la Comunidad Vicos?	Para nosotros dentro de la comunidad muchos hablamos de turismo hablamos turismo sostenible en realidad no entendemos que estamos hablando. Para nosotros turismo sostenible debe ser que es el turista que valora la cultura la convivencia de la comunidad. Hay muchos turistas son especiales para eso no podemos abrir las puertas de la comunidad, porque si verdaderamente no está de acuerdo

a vivir la vida de la comunidad o vivir en un campo es a veces perdemos o quedamos mal y no queremos quedarnos mal. Por eso con el turista quedamos claramente explicamos cómo viven en el campo como es nuestro alojamiento alimentación.

mayormente los turistas nacionales a veces son muy especiales, necesita que tengamos wifi, tv en cuartos habitaciones, turismo vivencial no es para eso es para familias cansados de ciudad grande, aquí es vivir en el campo en silencio, si quieren vivir con tv con internet mejor es no salir de la ciudad. Verdaderamente estoy pensando organizar una asociación con jóvenes así tal vez podemos mejorar capacitar tal vez a ellos que participen mis hijos los hijos cada vez más así cada vez yo veo debilidad de mis socios que son más mayores ya no tienen mismo animo ni siquiera para caminar guiar a los clientes, entonces eso yo me doy cuenta yo también ya no soy tan joven tengo 50 años y así ya tengo varias cosas que hacer y no me abastece , entonces así trabajar con jóvenes puede ser más a futuro.

Comentario. La sostenibilidad debe ser algo importante en cualquier tipo de turismo que se desarrolle más aun en el ámbito rural, donde la población no tiene el conocimiento debido de cómo mantener un negocio y transmitir esa confianza y seguridad al visitante.

N°	Ítem	Respuesta
----	------	-----------

8	<p>¿Considera que el Turismo Comunitario, es una actividad que ha servido como oportunidad para la generación de su empleo de su comunidad?</p>	<p>Por supuesto, esta asociación primero está mejorando la educación con nuestro apoyo que hemos dado para la escuela no solo sirve a mi familia o socios sino ese pequeño que siempre damos sirve a la comunidad trabajen no trabajen es decir a sus hijos van a utilizar. Igualmente, si había más turistas generarían empleo ingresos no solo para la familia que trabaja sino genera para taxistas para otras familias quienes que nos pueden vender los productos. No recibimos turistas, pero mediante un tipo de actividades siquiera consumimos de la tienda o consumimos sí generamos ingreso para la comunidad. Así gracias al turismo genera para todo así es veo que genera el empleo la economía y genera trabajo.</p>
---	--	---

Comentario. El TC como su definición lo indica se maneja bajo los pilares de sostenibilidad siendo la economía, lo socio cultural y lo ambiental, lo que conlleva a una mejora de la calidad de vida del poblador o el beneficiario directo.

N°	Ítem	Respuesta
9	<p>¿Cree usted que el turismo comunitario mejora su calidad de vida (Educación, economía, salud y vivienda)?</p> <p>Fundamente su respuesta.</p>	<p>El estado de la familia, siempre uno puede educar a tus hijos puedes mejorar calidad de vida en el hogar sin salir a trabajar fuera de tu zona fuera de tu comunidad.</p>

Comentario. La misión del TC es mejorar la calidad de vida, englobando la mejora de los estándares de educación de la comunidad, además de poder

manejar un control en el cuidado de su comunidad para poder hacerlo conocido en el ámbito que se requiera.

N°	Ítem	Respuesta
10	¿Cree usted que el turismo comunitario es una buena opción para crear un trabajo real y sostenido en el tiempo? Fundamente su respuesta.	<p>Bueno este emprendimiento sí puede crear trabajo para nuestros hijos más que todo si dedican este emprendimiento o lograr a base de esto ser profesionalmente no solo a mi familia sino a otras jóvenes que están interesados en practicar este tipo de emprendimiento. No solo el TC es hablar de Vicos sino hay también otras comunidades dentro de la jurisdicción de Carhuaz que tenemos muchas fortalezas entonces así podemos practicar y hacer una red de TC pero a veces todavía no ponemos en valor todas las fortalezas que tenemos en turismo hay muchas lagunas, pinturas rupestres ruinas arqueológicas hay historias de la comunidad, actividades diferentes actividades entre las comunidades. Vicos dedica mayormente agricultura ganadería y también tenemos fortalezas como ruinas pinturas rupestres que todos no conocen entre las comunidades entre las quebradas. Lamentablemente el gobierno local regional o local todavía no ponen parte a veces olvidamos, algunas veces he conversado con director regional de turismo con técnicos, pero a veces el mismo gobierno no pone lo suyo.</p>

Comentario. El turismo busca la mejora de la economía de un determinado destino, teniendo en cuenta siempre que es una actividad complementaria a la

habitual que desarrolla un destino, por ello es viable el desarrollo de un turismo responsable, donde todos se vean beneficiados desde los más grandes hasta los más pequeños.

La segunda entrevista fue aplicada al Señor Julián Evaristo Valerio, quien tiene el cargo de Fiscal de la Asociación TC Cuyaqui Wayi.

N°	Ítem	Respuesta
1	<p>¿Considera que la promoción que utiliza la Asociación de TC es adecuada para llegar a convencer al visitante?</p> <p>Fundamente su respuesta.</p>	<p>Sí, hemos estado estudiando como recibir como nuestra familia para cuidar todo hemos estudiado un año completo. De allí hemos comenzado de a pocos, gracias nuestras visitas han venido para mantener nuestras casitas mi hija ultima estaba estudiando con eso.</p>

Comentario. Los comuneros han trabajado el TC de manera empírica debido que no tienen un conocimiento básico relacionado con el turismo responsable, sin embargo, a pesar de ello han podido hacer de la comunidad de Vicos, un lugar conocido.

N°	Ítem	Respuesta
2	<p>Cree usted que las redes sociales son los mejores canales para emitir publicidad de su comunidad de TC?</p>	<p>No, conozco mucho de las redes sociales, pero sé que ahora usar un celular es más efectivo para buscar información de algún lugar.</p>

Comentario. Las comunidades rurales a nivel nacional no saben el manejo correcto de las redes sociales por lo mismo que los servicios de internet no son distribuidos en cada rincón del país, generando ello una gran desventaja.

N°	Ítem	Respuesta
----	------	-----------

3	<p>¿Qué tipo de incentivos o premios han empleado para poder generar cierta fidelización con los visitantes que se hospedaron en la comunidad?</p>	<p>Fuera de mi alojamiento nos regalaban diez soles veinte soles o sus galletas caramelos siempre nos dejaban. Nosotros cuidamos bien bonito la comida ellos no quieren comer en la calle los cereales sí papa, oyuco, mashua sopa de chochoca, sopa de trigo tostado todo lo que utilizamos no más. Algunos mismo piden matar cuyes matar gallina.</p>
---	---	---

Comentario. El generar una experiencia única en el visitante es generar confianza y seguridad para que puedan recomendar el lugar, debido que cada visitante es distinto a otro por ello se debe tener en cuenta en la atención esmerada.

N°	Ítem	Respuesta
4	<p>¿El gobierno municipal de Vicos, ha trabajado con ustedes en proyectos que permita reforzar la promoción turística de la comunidad?</p>	<p>No. Hasta el momento ninguno de los gobiernos ha hecho algo por mejorar el turismo en nuestra comunidad.</p>

Comentario. Los gobiernos locales y regionales son los entes que deben involucrarse en la mejora de la actividad turística, sin embargo, hoy en día solo se preocupan por mantener obras físicas sin mejora alguna de la calidad de vida del poblador.

N°	Ítem	Respuesta
5	<p>¿Cuáles son las empresas u organismos con los cuales ustedes han</p>	<p>Con lo de la pandemia ya no hemos podido buscar aliados que nos permitan mejorar el turismo en la comunidad sin embargo</p>

generado alianzas buscamos las formas posibles de poder
estratégicas para la mantenernos en la lucha.
mejora de la
Comunidad TC
Vicos?

Comentario. El trabajo de mejora de la actividad turística no solo es competencia del sector público sino también del sector privado quien a través de su Responsabilidad Social Empresarial – RSE, se pueden llegar a mejorar cierta realidad de la cual vive el Perú.

N°	Ítem	Respuesta
6	<p>¿Considera que la comunidad campesina Vicos es uno de los emprendimientos más representativos de Carhuaz? Fundamente su respuesta.</p>	<p>sí. Porque Vicos era antes muy bonito era más conocido de todo Ancash.</p>

Comentario. El trabajo de la comunidad se ve reflejado en un reconocimiento a nivel regional, lo que conlleva a decir que quizás hubiera ido creciendo y desarrollándose, sin embargo, es importante iniciar con estrategias que permitan la mejorar la actividad.

N°	Ítem	Respuesta
7	<p>¿Cuáles son sus estrategias de sostenibilidad que</p>	<p>Tratamos de no contaminar nuestra comunidad, y eso les decimos a los visitantes, que respeten lo nuestro.</p>

**actualmente emplea
la Comunidad Vicos?**

Comentario. La sostenibilidad debe ser algo importante en cualquier tipo de turismo que se desarrolle más aun en el ámbito rural, donde la población no tiene el conocimiento debido de cómo mantener un negocio y transmitir esa confianza y seguridad al visitante.

N°	Ítem	Respuesta
8	¿Considera que el Turismo Comunitario, es una actividad que ha servido como oportunidad para la generación de empleo de su comunidad?	Sí, ha contribuido mucho en la economía de la comunidad además que ha hecho que se haga más conocido.

Comentario. El TC como su definición lo indica se maneja bajo los pilares de sostenibilidad siendo la economía, lo socio cultural y lo ambiental, lo que conlleva a una mejora de la calidad de vida del poblador o el beneficiario directo.

N°	Ítem	Respuesta
9	¿Cree usted que el turismo comunitario mejora su calidad de vida (Educación, economía, salud y vivienda)? Fundamente su respuesta.	sí. Gracias nos ha dejado cuando vienen sábados domingos así a nosotros.

Comentario. La misión del TC es mejorar la calidad de vida, englobando la mejora de los estándares de educación de la comunidad, además de poder

manejar un control en el cuidado de su comunidad para poder hacerlo conocido en el ámbito que se requiera.

N°	Ítem	Respuesta
10	¿Cree usted que el turismo comunitario es una buena opción para crear un trabajo real y sostenido en el tiempo? Fundamente su respuesta.	Sí agradezco bastante, la señorita Gabi de Estados Unidos, quien se preocupa por todos nosotros.
<i>Comentario. El turismo busca la mejora de la economía de un determinado destino, teniendo en cuenta siempre que es una actividad complementaria a la habitual que desarrolla un destino, por ello es viable el desarrollo de un turismo responsable, donde todos se vean beneficiados desde los más grandes hasta los más pequeños.</i>		

3.1.2. Discusión de Resultados.

La investigación tuvo como instrumentos de recolección de datos a la guía de entrevista y fichas de observación, las cuales permitieron obtener una información cualitativa la cual pueda ser analizada y contrastada con resultados de investigaciones anteriores, ante ello la discusión de resultados que se presente se realizó por cada objetivo específico que se planteó.

Objetivo Especifico 1. Identificar la situación actual del desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.

La comunidad de Vicos en la actualidad cuenta con una infraestructura básica en buen estado, la comunidad desde el año 2010, ha ido trabajando en la mejora de ello. En la actualidad cuenta con servicios básicos de agua, luz, teléfono además de instalaciones privadas como es una casa hospedaje que la tiene a cargo el poblador Manuel Meza Evaristo, dicha casa hospedaje se encuentra en el sector Cachipachan. En términos generales esta comunidad cuenta con las condiciones

idóneas para el desarrollo del turismo comunitario, y lo viene desarrollando desde el año 2001, cumpliendo con los lineamientos estipulados por el Mincetur aprobó en el año 2008, los cuales han ido modificando su caracterización por el mismo desarrollo y éxito de comunidades rurales a lo largo de la sierra del país. (Mincetur, 2019) La Comunidad de Vicos, cumple con el lineamiento 1, donde se especifica que deben existir elementos que se vinculen con el medio rural además de componentes culturales y naturales que puedan generar el interés en el visitante, asimismo el lineamiento 3, el cual indica el liderazgo, participación e involucramiento de los miembros de la comunidad, siendo en Vicos un ejemplo de ello debido que existe una Asociación de TC, donde los integrantes se reúnen de forma periódica para poder capacitar a la comunidad y generar alianzas estratégicas con otras instituciones. En el lineamiento 6, cumple este requerimiento existiendo conectividad de una infraestructura básica, habiendo agua, luz, desagüe, servicios higiénicos que pueden ser utilizados por los visitantes que llegan a la comunidad, finalmente la comunidad cumple con el lineamiento 7, donde se especifica la existencia de servicios de alojamiento, alimentación e instalaciones complementarias, Vicos cuenta con una casa hospedaje en el sector de Cachipacham, además de pequeños comedores de los mismos pobladores donde el visitante puede degustar de la gastronomía del lugar destacándose entre ello la Pachamama.

Objetivo específico 2. Analizar la percepción de la Asociación TC Cuyaqui Wayi Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina de Vicos.

Se aplicó una guía de entrevista a dos integrantes de la comunidad de TC Cuyaqui Wayi siendo los entrevistados el Señor Pablo Tadeo Cilio, quien tiene el cargo de Primer Presidente de la Asociación TC Cuyaqui Wayi y actual Coordinador 2020 – 2021 y en segundo lugar al Señor Julián Evaristo Valerio, quien tiene el cargo de Fiscal de la Asociación TC Cuyaqui Wayi. Se plantearon 10 preguntas las cuales fueron enfocadas específicamente a la promoción turística de la Comunidad de Vicos.

La opinión vertida por el Señor Pablo Tadeo, manifiesta que la comunidad ha venido desarrollando el TC desde el 2001, recibiendo apoyo de empresas mas no

de los gobiernos locales o regionales, lo que causa cierta incertidumbre en la población para seguir con el proyecto más aun en estos tiempos de la pandemia, sus canales de comercialización que ellos emplean para ofertar o vender su servicio solo es a través de agencias de viaje o de la famosa “recomendación boca a boca”, debido que ellos no tienen redes sociales o el servicio de internet solo es limitado debido que solo tienen datos en sus celulares y muchos de los pobladores no lo tienen, y solo viajan hasta el distrito de Carhuaz para lo que es la revisión de su correo o de la página web que posee la asociación, y que a través de ella también se reciben algunas reservas. Este resultado de las preguntas de la guía de entrevista aplicada al coordinador de la asociación se pueden contrastar con la investigación de Ramírez (2018), quien indica que la promoción turística si influye en el desarrollo del turismo en Barranca, corroborando que la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones publicas son los elementos primordiales para llevar a cabo de forma viable la promoción turística lo que permitirá un mejor desarrollo del turismo y este pueda contribuir a la mejora de la calidad de vida del poblador. Si esta comunidad de Vicos tuviera algunas estrategias de promoción, el lugar se pudiera vender solo, sin embargo, por ciertas limitaciones de servicio y falta de capacitación a los mismos pobladores ellos están sujetos a las agencias de viaje o a las recomendaciones de otros turistas, lo que conlleva a que el TC no se desarrolle de forma sostenible en el tiempo.

Finalmente, en las especificaciones que manifiesta el señor Pablo Tadeo, menciona la no colaboración por parte de las autoridades locales y regionales en poder ayudarlos a gestionar recursos financieros para mejorar las instalaciones e infraestructura de la comunidad, la cual prácticamente ha ido mejorando gracias al trabajo de los mismos pobladores, los representantes de esta comunidad en búsqueda de ayuda a sus mismos gobiernos, quienes indican que el presupuesto esta direccionado para otros fines mas no para fines turísticos, esta investigación se contrasta con los resultados del estudio de Valverde (2016) quien se centró en la actual situación que refleja el Refugio de Vida Silvestre de Laquipampa, el cual posee un gran potencial turístico sobretodo en el disfrute del paisaje y las actividades turísticas que se pueden ejecutar, siendo el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas del Perú, entidad pública que trata de promocionar este

recurso sin embargo la problemática es más grande que el presupuesto que maneja dicha institución estatales.

3.2. Consideraciones finales.

i.Introducción.

La presente propuesta se enfoca en plantear estrategias de promoción para fortalecer el Turismo Comunitario en Vicos, el cual pertenece al distrito de Marcará, Provincia de Carhuaz. Se precisó un análisis situacional de la Comunidad basado en componentes turísticos como recursos, infraestructura y servicios turísticos; además de plantearse objetivos que permitieron el desarrollo de la propuesta siendo estos el proponer estrategias de promoción turística con líneas de acción direccionadas al producto turístico, alianzas estratégicas y canales de distribución del TC desarrollado en la Comunidad de Vicos. Finalmente se plantearon 6 estrategias y 14 líneas de acción que permitirán mejorar el desarrollo del TC y sobretodo estatificar la promoción que le hace falta a esta comunidad rural.

ii.Datos Generales del lugar.

Ubicación. A 40 kilómetros al noroeste de la ciudad de Huaraz y 5.6 km del distrito de Marcará.

Altitud. 3,100 a 3,400 m.s.n.m.

Población. 8 mil habitantes

Actividades Económicas.

Ganadería. Esta comunidad cría animales andinos entre ellos llamas y alpacas, además de ganado vacuno de los cuales el producto lácteo es comercializado en el distrito de Marcará.

Agricultura. Dentro de los productos agrícolas que cultivan y comercializan se tiene a los tubérculos siendo estos la papa nativa, papa huayro y oyuco, dentro de los cereales se tiene a la mashua, chochoca y trigo; entre las legumbres se tiene la alverjita serrana y el haba.

Artesanía. El arte del tejido en lana es unos de las líneas de producción artesanal que elaboran las mujeres de la comunidad de Vicos, entre las artesanías que se comercializan son las chompas y chalecos de lana de oveja y alpaca, entre otros productos se tiene las chalinas, gorros y guantes. Estos productos artesanales

se comercializan directamente a tiendas de artesanía del distrito de Marcará y también en ventas cuando llegan los turistas a la comunidad.

Turismo. Desde el 2001 el turismo vivencial se inició en la comunidad de Vicos, generando un ingreso económico extra para los pobladores. Dentro de las actividades turísticas que se pueden llegar a desarrollar en la comunidad son participación en festividades religiosas, caminatas o trekking por los diez sectores que pertenecen a Vicos, ciclismo, compra de artesanía, camping, paseos a caballo, degustación de platos y bebidas típicas, excursiones, observación de flora, rituales místicos o tradicionales. Por ultimo tomas fotográficas del lugar.

Organizaciones Locales.

La única organización que presenta la comunidad de Vicos es la Asociación de Turismo Comunitario Cuyaqui Wuayi, que al español se traduce como “Casa Bonita”, esta asociación nació en el año 2001, sin embargo, desde 1999 ya los comuneros se venían reuniendo con representantes de ONG´s como el Instituto de Montaña, quien fue aquella entidad que permitió el financiamiento del proyecto, dicho organismo mundial actualmente se dedica a la conservación de la flora y fauna, desarrollo sostenible de los recursos naturales y la preservación de la cultura de pueblos o comunidades. El objetivo de esta asociación es el poder desarrollar un turismo vivencial a través del TC, donde todos los miembros de las 8 familias que integran la asociación participen del turismo y de la experiencia que compartirían con los turistas o viajeros que tuviesen la oportunidad de conocer su hogar, y sobre todo de poder compartir costumbres y tradiciones.

iii.Análisis del contexto.

Recursos Turísticos. Se detalla en la siguiente tabla los nombres de los recursos turísticos, categoría, tipo, subtipo y código de registro. Las fichas completas de los recursos se encuentran en el Anexo 4.

Tabla 3. Recursos Turísticos dentro de la Comunidad de Vicos.

Nombre del recurso	Categoría	Tipo	Subtipo	Código de registro
Baños termales de Chancos	Sitios naturales	Agua termo – mineral	Aguas termales	1292
Laguna Winoyo	Sitios naturales	Cuerpo de aguas	Laguna	4636
Quebrada Pacchuri	Sitios naturales	Quebradas	Quebradas	4644
Quebrada Honda	Sitios naturales	Quebradas	Quebradas	4651

Fuente. Elaboración propia basada en el Registro de Recursos Turísticos de Ancash – MINCETUR (2016)

Accesibilidad. Para poder acceder a la Comunidad de Vicos se tiene que tomar los siguientes tramos que se presentan a continuación.

Tabla 4. Accesibilidad hacia el recurso.

Recorrido	Detalle	Medio de transporte	Distancia km / tiempo
1	Huaraz – Marcará	Combi	23 km / 40 min.
1	Marcará – Baños Termales de Chancos	Combi	3 km / 5 min
1	Baños Termales de Chancos – Comunidad Vicos	Combi	5 km / 10 min

Fuente. Elaboración propia basada en el Registro de Recursos Turísticos de Ancash – MINCETUR (2016)

Servicios Turísticos privados. Se detallan los servicios turísticos privados que presenta la comunidad de Vicos en la siguiente tabla.

Tabla 5. Instalaciones privadas en la Comunidad de Vicos.

Instalación	Servicio	Tipo de servicio
Instalaciones Privadas	Alojamiento	Casa Hospedaje
Instalaciones Privadas	Alimentación	Huariques / kioskos de comida y bebidas.
Instalaciones Privadas	Otros servicios	Venta de artesanía
Instalaciones Privadas	Otros servicios	Alquiler de caballos
Instalaciones Privadas	Otros servicios	Servicios higiénicos
Instalaciones Privadas	Otros servicios	Tópico.

Fuente. Elaboración propia basada

iv. Denominación.

Estrategias de Promoción para el Turismo Comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia de Carhuaz, Ancash – 2020.

v. Justificación.

La propuesta se justifica porque se basa en el diseño de estrategias directamente relacionadas a la promoción de la Comunidad Rural de Vicos, debido que desde el 2001 viene operando actividades turísticas, pero con ayuda de ONG´s y agencias de viaje como únicos aliados, y no manejando un conocimiento previo para que ellos como comunidad puedan mantener en el tiempo la publicidad de su comunidad y no estar sujetos solamente al contacto de una agencia o guía en turismo. Asimismo, las estrategias se enfocan en un presupuesto de bajo costo, debido que son convenios que se pueden realizar con instituciones públicas o privadas que contribuyen al turismo de la región.

vi. Objetivos.

Objetivo general.

Diseñar estrategias de promoción para mejorar el Turismo Comunitario a través de planteamiento de líneas de acción que fortalezcan el desarrollo social y económico en la Comunidad de Vicos.

Objetivos específicos.

Proponer estrategias de promoción turística con líneas de acción direccionadas al producto turístico del TC desarrollado en la Comunidad de Vicos.

Proponer estrategias de promoción turística con líneas de acción direccionadas a las alianzas estratégicas del TC desarrollado en la Comunidad de Vicos.

Proponer estrategias de promoción turística con líneas de acción direccionadas a los canales de distribución del TC desarrollado en la Comunidad de Vicos.

vii. Contenido de la Propuesta.

En la presente investigación el desarrollo de las estrategias se enfocará en el producto turístico, alianzas estratégicas y canales de comercialización; direccionadas a la actividad del turismo Comunitario que se ha venido desarrollando en la Comunidad de Vicos desde el año 2001, ante ello se hace un análisis situacional por cada elemento de la promoción turística.

Producto Turístico.

Tabla 6. Análisis situacional del Producto Turístico TC Vicos

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	F1. Recursos turísticos registrados en el Inventario de Recursos turísticos del MINCETUR: Baños termales de Chancos, Laguna Winoyo, Quebrada Pacchuri y Quebrada Honda.	D1. No cuenta con una señalética turística hacia la comunidad, ni dentro de ella.
	F2. Dentro de la comunidad posee instalaciones turísticas privadas como alojamiento siendo la casa hospedaje del señor Manuel Meza.	D2. Sólo cuenta con una casa hospedaje que posee 3 habitaciones con una capacidad máxima de 8 personas.
	F3. El camino hacia la comunidad (Carretera) es asfaltada, haciendo el acceso más fácil y rápido desde la ciudad de Huaraz hasta Vicos.	D3. Solo existe dos casas que alquilan servicios higiénicos, lo cual no abastece cuando hay delegaciones de más de 15 personas.
	F4. Existen una Asociación de Turismo Comunitario denominada	D4. Toda la comunidad de los 10 sectores que pertenecen a Vicos no

Cuyaqui Wuayi la cual fue creada desde el 2001, cuya finalidad fue generar un desarrollo de turismo comunitario en Vicos gracias a la ayuda de ONG´s.

F5. Existen tiendas de artículos de primera necesidad y venta de artesanía.

F7. Posee un pequeño centro de primeros auxilios ante cualquier emergencia que el visitante pueda tener.

F8. Dentro de las actividades complementarias que se realiza en la comunidad son: participación en rituales místicos, paseos a caballo, tomas fotográficas y participación en preparación de platos típicos.

se encuentra involucrada con la actividad turística, solo son 8 familias las que participan del TC y las cuales pertenecen a la asociación.

Estrategias Producto Turístico

EPT1. Capacitar a la población para generar conciencia sostenible.

EPT2. Generar nuevas actividades sostenibles para complementar la experiencia turística.

Fuente. Elaboración propia.

Alianzas estratégicas.

Tabla 7. Análisis situacional de las Alianzas estratégicas del TC Vicos

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	F1. La asociación de TC trabaja con agencias de viaje de Huaraz para la coordinación de turistas que lleguen a la comunidad.	D1. No recibe apoyo de la municipalidad de Marcará, a pesar de haber conversado con los gobernantes y trabajadores de turismo del gobierno distrital.
	F2. La asociación trabaja con guías en turismo, con quienes coordina para preparar la comunidad ante la llegada de visitantes.	D2. Dejaron de recibir el apoyo de la ONG española, ante la pandemia que azoto a todo el mundo. D3. Las agencias de viaje han dejado de trabajar con ellos temporalmente por la cuarentena focalizada dictaminada por el estado ante la emergencia sanitaria.

D4. Los guías de turismo dejaron de trabajar con ellos temporalmente por la cuarentena focalizada.

Estrategias Producto Turístico

EAE1. Generar alianzas estratégicas con empresas turísticas de alojamiento y restauración.

EAE2. Generar reuniones con entidades públicas ligadas al sector turístico.

Fuente. Elaboración propia.

Canales de comercialización.

Tabla 8. Análisis situacional de los canales de comercialización del TC Vicos

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	F1. Cuentan con una página web, creada desde el 2010, donde se exponen todas las actividades de la comunidad y lo que ofrece el TC.	D1. Las reservas que reciben es solo a través de llamadas telefónicas que son transmitidas por las agencias de viaje o guías de turismo.
	F2. Los visitantes se animan a visitar el lugar por los videos de YouTube que los viajeros anteriores han subido.	D2. Su página web, no es actualizada desde el año 2015.
	F3. Existen 3 reportajes de la comunidad, los cuales han sido elaborados por los canales de la región de Huaraz y por estudiantes de la ciudad de Lima.	D3. No cuentan con redes sociales: Facebook, Instagram y WhatsApp. D4. No cuentan con un canal de YouTube que pueda compartir las experiencias de los visitantes que han llegado a la comunidad. D5. No cuentan con material informativo como folletos o dípticos que puedan ser brindados a los visitantes o personas que desean información acerca del TC que se vive en Huaraz.

Estrategias Producto Turístico

ECC1. Generar alianzas estratégicas con universidades para especialistas en publicidad y marketing.

ECC2. Generar contactos con empresas de servicio para entrega de material informativo.

Fuente. Elaboración propia.

Objetivo	Estrategia	Actividades	Recursos	Fecha	Lugar	Responsable	Presupuesto
Proponer estrategias de promoción turística con líneas de acción direccionadas al producto turístico del TC desarrollado en la Comunidad de Vicos.	EPT1. Capacitar a la población en Quechua para generar conciencia sostenible.	<p>LA1. Generar programas de capacitación relacionado: Emprendimiento, Sostenibilidad, Costos y Presupuestos, sostenibilidad económica, técnicas de atención al cliente, Housekeeping y técnicas de restaurante.</p> <p>LA2. Búsqueda de especialistas que puedan contribuir con el desarrollo de las capacitaciones.</p> <p>LA3. Generar convenios con universidades de Huaraz a través de escuelas de turismo, para que sus estudiantes y docentes puedan contribuir con la capacitación a los integrantes de la asociación y a la comunidad entera de</p>	<p>Materiales de oficina.</p> <p>Papelografos</p> <p>Plumones</p> <p>Cintas</p>	Octubre 2021 a diciembre de 2023	Carhuaz – Huaraz Comunidad Vicos	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 2,000.00

		Vicos, para el involucramiento del TC.					
	EPT2. Generar nuevas actividades sostenibles para complementar la experiencia turística.	<p>LA4. Actividades agrícolas, conversar con pobladores que tengan cultivos para generar la actividad del Agroturismo, debido que las parcelas que tiene la comunidad no son utilizadas para la actividad turística, lo que conlleva a provechar un poco más el recurso y sobretodo el visitante pueda aprender acerca de la agricultura del lugar.</p> <p>LA5. Actividades ganaderas, el visitante debe ser partícipe del arado de la tierra para el cultivo a través de la guía con el ganado que es empleado para las parcelas, convivir un poco más con el criado de los animales de granja que posee la comunidad.</p>	<p>Libreta de notas</p> <p>Papelografos</p> <p>Plumones</p> <p>Papel bond</p>	Abril a diciembre de 2022	Carhuaz – Huaraz Comunidad Vicos	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 3,000.00

		<p>LA6. Actividades gastronómicas. ser partícipes de las actividades que se desarrollan en la parte culinaria como es la preparación de platos típicos del lugar.</p> <p>LA7. Actividades artesanales, la enseñanza de las artesanas de la comunidad hacia los visitantes en relación al tejido en lana de alpaca y oveja de sus diferentes productos artesanales que comercializa.</p>					
Proponer estrategias de promoción turística con líneas de acción direccionadas a las alianzas estratégicas del TC desarrollado en la	EAE1. Generar alianzas estratégicas con empresas turísticas de alojamiento y restauración.	<p>LA8. Establecer acuerdos con hoteles de la ciudad de Marcará, Carhuaz y Huaraz para la entrega de material informativo acerca de la Comunidad de Vicos y lo que ofrece en su medio rural.</p> <p>LA9. Establecer acuerdos con</p>	Viáticos de viajes de coordinación	Octubre de 2021 a enero de 2023	Carhuaz – Huaraz	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 200.00

Comunidad de Vicos.		restaurantes de la ciudad de Marcará, Carhuaz y Huaraz para la entrega de material informativo acerca de la Comunidad de Vicos y lo que ofrece en su medio rural.					
	EAE2. Generar reuniones con entidades públicas ligadas al sector turístico	LA10. Búsqueda de apoyo a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), para poder buscar una difusión del material publicitario de la comunidad de Vicos. LA11. Búsqueda de apoyo a los gobiernos provinciales y regionales para la difusión del material publicitario que se genere para hacer más conocida a la comunidad de Vicos.	Viáticos de viajes de coordinación	Enero 2022	Carhuaz – Huaraz	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 300.00
Proponer estrategias de promoción turística con líneas de	ECC1. Generar alianzas estratégicas con	LA12. Búsqueda de convenios con Universidades Particulares y Nacionales que tengan	Viáticos de viajes de coordinación.	Marzo y Setiembre de 2022	Carhuaz – Huaraz	Responsables de Investigación	S/. 300.00

<p>acción direccionadas a los canales de distribución del TC desarrollado en la Comunidad de Vicos.</p>	<p>universidades para especialistas en publicidad y marketing.</p>	<p>las carreras Diseño Gráfico o Marketing, para que estudiantes de dicha carrera puedan contribuir en el diseño del material bibliográfico, y la difusión a través de redes sociales que ellos puedan manejar como un trabajo de Responsabilidad Social. LA13. Generar un logo de la Comunidad de Vicos que contribuya a la representación del TC en la ciudad de Marcará. LA14. Crear un video promocional, que pueda ser difundido a través de redes sociales, canales de YouTube y empresas de servicios turísticos.</p>	<p>Honorario especialista en Diseño gráfico y marketing.</p>	<p>Marzo y Setiembre de 2023</p>		<p>Municipalidad de Carhuaz</p>	
	<p>ECC2. Generar contactos con empresas de servicio para</p>	<p>LA15. Acordar con empresas de transporte para la difusión de videos promocionales de la comunidad de</p>	<p>Viáticos de viajes de coordinación.</p>	<p>Marzo y Setiembre de 2022</p>	<p>Carhuaz – Huaraz</p>	<p>Responsable de Investigación</p>	<p>S/. 300.00</p>

	entrega de material informativo.	Vicos en sus buses interprovinciales que viajen de Lima – Huaraz. LA16. Generar acuerdos con hoteles, restaurantes, tiendas de artesanía del distrito de Marcará, provincia de Carhuaz y de la región Áncash para que contribuyan con la entrega de material informativo de la comunidad de Vicos.				Municipalidad de Carhuaz	
--	----------------------------------	--	--	--	--	--------------------------	--

Fuente. Elaboración propia.

Cronograma del Plan de Acción de la Propuesta.

Estrategia	Fecha	Lugar	Responsable	Presupuesto
EPT1. Capacitar a la población para generar conciencia sostenible.	Octubre 2021 a diciembre de 2023	Carhuaz – Huaraz Comunidad Vicos	Responsable de Investigación	S/. 2,000.00

			Municipalidad de Carhuaz	
EPT2. Generar nuevas actividades sostenibles para complementar la experiencia turística.	Abril a diciembre de 2022	Carhuaz – Huaraz Comunidad Vicos	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 3,000.00
EAE1. Generar alianzas estratégicas con empresas turísticas de alojamiento y restauración.	Octubre de 2021 a enero de 2023	Carhuaz – Huaraz	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 200.00
EAE2. Generar reuniones con entidades públicas ligadas al sector turístico	Enero 2022	Carhuaz – Huaraz	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 300.00
ECC1. Generar alianzas estratégicas con universidades para especialistas en publicidad y marketing.	Marzo y Setiembre de 2022 Marzo y Setiembre de 2023	Carhuaz – Huaraz	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 300.00
ECC2. Generar contactos con empresas de servicio para entrega de material informativo.	Marzo y Setiembre de 2022	Carhuaz – Huaraz	Responsable de Investigación Municipalidad de Carhuaz	S/. 300.00

Fuente. Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En primera instancia la investigación concluye indicando que la promoción si contribuye al desarrollo del Turismo comunitario en Vicos, debido que, gracias a los resultados obtenidos de los instrumentos empleados, la Comunidad tiene más de 15 años ejecutando actividades turísticas rurales de la mano con empresas privadas como agencias de viaje, sin embargo aún no ha logrado un desarrollo íntegro del Turismo Comunitario, es decir hacerse conocido por esta actividad turístico, siendo pieza fundamental el poder generar cierta publicidad y contenido que pueda ser difundido por los canales de distribución adecuados.

El desarrollo del Turismo Comunitario en Vicos, hoy en día se ha visto afectado por la emergencia sanitaria que experimenta el mundo, llevando a ello una parálisis de actividades que conllevaba a un trabajo de la comunidad, ante ello los pobladores han tenido que reinventarse en sus labores cotidianas para así poder generar ingresos económicos para sus familias; aún no se ha reactivado el turismo en esta comunidad, pro la falta de apoyo por parte de las entidades gubernamentales del distrito y la región.

La Asociación TC Cuyaqui Wayi, indico que ellos no manejaban un proyecto estructurado con respecto a turismo, sino que trabajaban de la mano con agencias de viaje para poder promocionar su servicio y tipo de turismo que desarrollan, además que toda la comunidad se encontraba dedicada a otras labores ante la reactivación del turismo de forma integral; finalmente los pobladores si se encontraban capacitados en ciertos puntos esenciales para el desarrollo del turismo comunitario, sin embargo muchos de ellos se encontraban desistiendo del turismo como una opción de desarrollo.

La propuesta de estrategias permitió poder realizar un análisis situacional de la Asociación, además del desarrollo del turismo comunitario, llevando a plantear estrategias basadas en producto turístico, alianzas estratégicas y canales de distribución; esta propuesta contiene líneas de acción a desarrollar por cada estrategia además de un cronograma de ejecución con su respectivo presupuesto,

el cual tendría como opción de ser ejecutado por los entes gubernamentales pertinentes.

Recomendaciones

A los gobiernos locales realizar proyectos que involucren a comunidades campesinas con potencial turístico, para apostar por una nueva forma de generar ingresos mostrando su cultura viva, y generar en el visitante un interés que permita ser recomendado a otras personas.

A los gobiernos locales generar planes estratégicos de desarrollo local direccionados a turismo, que permita poder identificar la situación actual del turismo para poder replantear ideas y/o estrategias de reactivación de actividades turísticas en las zonas rurales que en los últimos tiempos han tomado al turismo como una actividad económica secundaria.

A los estudiantes de universidades, generar proyectos de investigación en comunidades nativas, para poder identificar sus necesidades o problemas que no permiten un despegue del turismo de forma sostenible, además de ser un respaldo profesional para ellos, debido que sus gobiernos locales hacen caso omiso a sus pedidos de ayuda.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanquicett Montoya, M. y Yépez Pájaro, Y. (2017). Diseño De Una Propuesta De Turismo Comunitario En El Barrio Getsemaní De Cartagena De Indias, D.T. y C [Tesis de Grado, Fundación Universitaria Los Libertadores]. https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/3269/Blanquicett_Y%C3%A9pez_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- César Dachary, Alfredo, Stella Arnaiz (2006). "Estudio del turismo: ¿Un paradigma en formación?" *Revista Estudios y perspectivas del turismo*. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S185117322006000200004&script=sci_arttext
- Gallo Porras, J. A. (2019). Estrategias de City Marketing para la promoción turística del distrito de Chiclayo, 2018 [Tesis de Grado, Universidad Señor de Sipán]. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/6184>
- García, S., Orietta, R., Silva, L. y Joy, C. (2016). Promoción turística y desarrollo del turismo en la comunidad de Padre Cocha, distrito de Punchana, año 2016 [Tesis de Grado, Universidad Científica del Perú]. <http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/171>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. yBaptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc- Graw Hill de Plata.[Archivo PDF]. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Inmobiliare (10 de abril de 2019). *Falta de promoción turística podría afectar recepción de turistas*. <https://inmobiliare.com/falta-de-promocion-turistica-podria-afectar-recepcion-de-turistas/>
- Kotler, P., Madariaga Miranda, J., Flores Zamora, J., Bowen, T. y Makens, J. (2011). *Marketing Turístico*. Pearson. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>
- Ley N° 29408 de 2009. *Ley General de Turismo*. 18 de setiembre de 2009. D.O. N° 599

- Lastra, X. y Pamiño, J. (2017). El turismo doméstico ¿Demanda potencial de los centros de turismo comunitario en Ecuador? [Artículo de Revista Científica]. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.039>
- Malvas Silvestre, S. F. (2018). Propuesta de desarrollo del turismo rural en la provincia de Asunción distrito de Chacas – Ancash, 2018 [Tesis de Grado, Universidad Norbert Wiener]. <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2648/TESIS%20Malvas%20Silvia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019). Lineamientos para el desarrollo de Turismo Rural Comunitario en el Perú [Archivo PDF]. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/433729/Lineamientos%20para%20el%20Desarrollo%20del%20Turismo%20Comunitario%20en%20el%20Per%C3%BA.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2019). Panorama de Turismo Internacional Edición 2019 [Archivo PDF]. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Ramírez Céspedes, A. M. (2018). Promoción turística y desarrollo del turismo en el distrito de Barranca, año 2017 [Tesis de Grado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3162/RAM%C3%8DREZ%20C%C3%89SPEDES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sobrino Vidal, E. J. (2018). EL DESARROLLO DEL TURISMO EN ESPACIOS RURALES: Estudio y análisis del potencial ecoturístico como alternativa de desarrollo en el distrito de Pomabamba, departamento de Ancash [Tesis de Grado, Pontífice Universidad Católica del Perú]. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13317/Sobrino_Vidal_Desarrollo_turismo_espacios1.pdf?sequence=1
- Tarabini, V. D. (2016). El Turismo Comunitario en pequeñas localidades rurales: análisis de los impactos económicos en Carlos Keen a partir de la implementación del Programa “Pueblos Turísticos” [Tesis de Grado, Universidad Nacional de La Plata].

<file:///C:/Users/angel/Downloads/Tarabini.%20El%20turismo%20comunitario%20en%20peque%C3%B1as%20localidades%20rurales.pdf>

Valverde Sánchez, R. Y. (2017). Plan de Promoción Turística Para El Incremento De La Afluencia De Turistas En El Refugio De Vida Silvestre Laquipampa – Incahuasi. Enero - Setiembre 2016 [Tesis de Grado, Universidad Juan Mejía Baca].

<http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/87/1/Valverde%20Sanchez%20Rosa%20Yessenia%20Tesis.pdf>

Vara, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa*. Lima: Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Guía de Entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A LA COMUNIDAD TC VICOS

Objetivo. Analizar la percepción de la Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina.

Datos Generales:

Nombre del Entrevistado	
Cargo del entrevistado	
Tiempo de Desempeño	
Fecha – Hora – Lugar	

Preguntas.

1. ¿Considera que la promoción que utiliza la Asociación de TC es adecuada para llegar a convencer al visitante? Fundamente su respuesta.
2. ¿Cree usted que las redes sociales son los mejores canales para emitir publicidad de su comunidad de TC?
3. ¿Qué tipo de incentivos o premios han empleado para poder generar cierta fidelización con los visitantes que se hospedaron en la comunidad?
4. ¿El gobierno municipal de Vicos, ha trabajado con ustedes en proyectos que permita reforzar la promoción turística de la comunidad?
5. ¿Cuáles son las empresas u organismos con los cuales ustedes han generado alianzas estratégicas para la mejora de la Comunidad TC Vicos?
6. ¿Considera que la comunidad campesina Vicos es uno de los emprendimientos más representativos de Carhuaz? Fundamente su respuesta.
7. ¿Cuáles son sus estrategias de sostenibilidad que actualmente emplea la Comunidad Vicos?

8. ¿Considera que el Turismo Comunitario, es una actividad que ha servido como oportunidad para la generación de empleo de su comunidad?
9. ¿Cree usted que el turismo comunitario mejora su calidad de vida (Educación, economía, salud y vivienda)? Fundamente su respuesta.
10. ¿Cree usted que el turismo comunitario es una buena opción para crear un trabajo real y sostenido en el tiempo? Fundamente su respuesta.

Anexo 02

Ficha de Observación de Infraestructura

FICHA DE EXISTENCIA Y SITUACIÓN ACTUAL DE LA INFRAESTRUCTURA

Comunidad de Vicos-Marcará Provincia de Carhuaz- Áncash		Cantidad	SI	NO	Condición		
					Buena	Regular	Mala
INFRAESTRUCTURA	Servicio De Salud	2					
	Sanidad Ambiental						
	Agua						
	Luz						
	Alcantarillado						
	Vías Terrestres						
	Señalización Turística						
	Terminal Terrestre						
	Centro de información Turística						
	Internet						
	Teléfono						
	Correo						
	Prensa						
	Banco						
	Comisaria						
	Instituciones Educativas.						
Oficina de Poder Judicial							

Fuente: Ficha de observación.

Existencia de servicios turísticos en la Comunidad de Vicos- Marcará- Carhuaz- Áncash

Escala: 2= si existe 1=no existe

Criterios	Escala	
	1	2
Servicio de hospedaje		
Hoteles		
Hostales		
Apart hoteles		
Hospedajes		
Servicio de alimentación		
Restaurante con servicio a la mesa		
Anticuchería / picantería		
Chifa / comida china		
Comida peruana variada / criolla		
Menú del día solamente		
Pescados / mariscos / Cebicherías		
Pollos a la brasa		
Comida al paso / comida rápida / autoservicio		
Catering		
Cafés / heladerías / juguerías / dulcerías		
Bar / pub / cantina		
Agencias de Viaje		

Fuente: Ficha de Observación MINCETUR-TC 2015

Anexo 03
Validación Experto 1

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Palma Vallejo Juana Graciela
2. ESPECIALIDAD	Turismo y Negocios
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestra en Administración de Negocios – MBA
4. EXPERIENCIA (AÑOS)	8 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	UCV Lima
6. CARGO	Docente catedrático de investigación
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	González León Zizi Mariela
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de entrevista
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Analizar la percepción de la Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	9 Ítems.
7. INSTRUCCIONES	
Leer detenidamente cada una de las preguntas y macar con una X la alternativa que usted considere conveniente. Se le recomienda responder con la mayor veracidad posible, el presente instrumento respeta la confidencialidad del encuestado siendo este de carácter anónimo SUS SUGERENCIAS.	
PREGUNTAS	
1. ¿Considera que la promoción que utiliza la Asociación de TRC es adecuada para llegar a convencer al visitante? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿Cree usted que las redes sociales son los mejores canales para emitir publicidad de su comunidad de TRC?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____

3. ¿Qué tipo de incentivos o premios han empleado para poder generar cierta fidelización con los visitantes que se hospedaron en la comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. ¿El gobierno municipal de Vicos, ha trabajado con ustedes en proyectos que permita reforzar la promoción turística de la comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5. ¿Cuáles son las empresas u organismos con los cuales ustedes han generado alianzas estratégicas para la mejora de la Comunidad TRC Vicos?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. ¿Considera que la comunidad campesina Vicos es uno de los emprendimientos más representativos de Carhuaz? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
7. ¿Cuáles son sus estrategias de sostenibilidad que actualmente emplea la Comunidad Vicos?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
8. ¿Considera que el Turismo Rural Comunitario, es una actividad que ha servido como oportunidad para la generación de empleo de su comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
9. ¿Cree usted que el turismo comunitario mejora su calidad de vida (Educación, economía, salud y vivienda)? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
10. ¿Cree usted que el turismo comunitario es una buena opción para crear un trabajo real y sostenido en el tiempo? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	Nº TA: 9 Nº TD: 0
COMENTARIOS GENERALES: Preguntas de acuerdo para aplicar.	
OBSERVACIONES: Levanto observaciones anteriores, puede aplicar instrumento.	


Aracely Paloma Vallejo
 M.Sc. Aracely Paloma Vallejo
 ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS
 TURISMO Y NEGOCIOS
 CLY - Lima N° 323

Validación Experto 2



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Sánchez Gamarra Astrid Poulett
2. ESPECIALIDAD	Turismo y Negocios
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestra en Empresas Turísticas y Hoteleras
4. EXPERIENCIA (AÑOS)	7 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	USAT Chiclayo
6. CARGO	Docente catedrático
<u>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	
PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	González León Zizi Mariela
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de entrevista
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Analizar la percepción de la Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	9 Ítems.
7. INSTRUCCIONES Leer detenidamente cada una de las preguntas y macar con una X la alternativa que usted considere conveniente. Se le recomienda responder con la mayor veracidad posible, el presente instrumento respeta la confidencialidad del encuestado siendo este de carácter anónimo SUS SUGERENCIAS.	
PREGUNTAS	
1. ¿Considera que la promoción que utiliza la Asociación de TRC es adecuada para llegar a convencer al visitante? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿Cree usted que las redes sociales son los mejores canales para emitir publicidad de su comunidad de TRC?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____

3. ¿Qué tipo de incentivos o premios han empleado para poder generar cierta fidelización con los visitantes que se hospedaron en la comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. ¿El gobierno municipal de Vicos, ha trabajado con ustedes en proyectos que permita reforzar la promoción turística de la comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5. ¿Cuáles son las empresas u organismos con los cuales ustedes han generado alianzas estratégicas para la mejora de la Comunidad TRC Vicos?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. ¿Considera que la comunidad campesina Vicos es uno de los emprendimientos más representativos de Carhuaz? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
7. ¿Cuáles son sus estrategias de sostenibilidad que actualmente emplea la Comunidad Vicos?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
8. ¿Considera que el Turismo Rural Comunitario, es una actividad que ha servido como oportunidad para la generación de empleo de su comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
9. ¿Cree usted que el turismo comunitario mejora su calidad de vida (Educación, economía, salud y vivienda)? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
10. ¿Cree usted que el turismo comunitario es una buena opción para crear un trabajo real y sostenido en el tiempo? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: 9 N° TD: 0
COMENTARIOS GENERALES: Preguntas de acuerdo para aplicar.	
OBSERVACIONES: Levanto observaciones anteriores, puede aplicar instrumento.	


Firma

DNI N° 46486221

Validación Experto 3



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS
CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS**

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Marco Agustín Arbulú Ballesteros
2. ESPECIALIDAD	Doctor en Administración
3. TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestro en Administración con mención en Gerencia Empresarial
4. EXPERIENCIA (AÑOS)	16 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	UTP Chiclayo.
6. CARGO	Docente catedrático
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	
PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH	
A. NOMBRE DE LOS TESISISTAS	González León Zizi Mariela
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de entrevista
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Analizar la percepción de la Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	9 Ítems.
7. INSTRUCCIONES	
Leer detenidamente cada una de las preguntas y macar con una X la alternativa que usted considere conveniente. Se le recomienda responder con la mayor veracidad posible, el presente instrumento respeta la confidencialidad del encuestado siendo este de carácter anónimo SUS SUGERENCIAS.	
PREGUNTAS	
1. ¿Considera que la promoción que utiliza la Asociación de TRC es adecuada para llegar a convencer al visitante? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿Cree usted que las redes sociales son los mejores canales para emitir publicidad de su comunidad de TRC?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____

3. ¿Qué tipo de incentivos o premios han empleado para poder generar cierta fidelización con los visitantes que se hospedaron en la comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. ¿El gobierno municipal de Vicos, ha trabajado con ustedes en proyectos que permita reforzar la promoción turística de la comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5. ¿Cuáles son las empresas u organismos con los cuales ustedes han generado alianzas estratégicas para la mejora de la Comunidad TRC Vicos?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. ¿Considera que la comunidad campesina Vicos es uno de los emprendimientos más representativos de Carhuaz? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
7. ¿Cuáles son sus estrategias de sostenibilidad que actualmente emplea la Comunidad Vicos?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
8. ¿Considera que el Turismo Rural Comunitario, es una actividad que ha servido como oportunidad para la generación de empleo de su comunidad?	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
9. ¿Cree usted que el turismo comunitario mejora su calidad de vida (Educación, economía, salud y vivienda)? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
10. ¿Cree usted que el turismo comunitario es una buena opción para crear un trabajo real y sostenido en el tiempo? Fundamente su respuesta.	A (X) D () SUGERENCIAS: _____ _____ _____
PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: 9 N° TD: 0
COMENTARIOS GENERALES: Preguntas de acuerdo para aplicar.	
OBSERVACIONES: Preguntas de acuerdo para aplicar.	



Marco Agustín Arbulú Ballesteros
 INGENIERO DE SISTEMAS - CIP 236031
 MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

Anexo 4

Validación Propuesta

VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Estimado MBA. Juana Graciela Palma Vallejo.

Solicito apoyo de su sapiencia y excelencia profesional para que emita juicios sobre la Propuesta que se ha elaborado en el marco de la ejecución de la tesis titulada **“PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH”**

Realizado por: González León Zizi Mariela

Para alcanzar este objetivo lo hemos seleccionado como experto en la materia y necesitamos sus valiosas opiniones. Para ello debe marcar con una (X) en la columna que considere para cada indicador.

Evalúe cada aspecto con las siguientes categorías:

- MA** : Muy adecuado.
- BA** : Bastante adecuado.
- A** : Adecuado
- PA** : Poco adecuado
- NA** : No Adecuado

N°	Aspectos que deben ser evaluados	MA	BA	A	PA	NA
I.	Redacción		X			
1.1	La redacción empleada es clara, precisa, concisa y debidamente organizada		X			
1.2	Los términos utilizados son propios de la especialidad.		X			
II.	Estructura de la Propuesta					
2.1	Las áreas con los que se integra la Propuesta son los adecuados.		X			
2.2	Las áreas en las que se divide la Propuesta están debidamente organizadas.		X			
2.3	Las actividades propuestas son de interés para los trabajadores y usuarios del área.		X			
2.4	Las actividades desarrolladas guardan relación con los objetivos propuestos.		X			
2.5	Las actividades desarrolladas apoyan a la solución de la problemática planteada.		X			

III	Fundamentación teórica					
3.1	Los temas y contenidos son producto de la revisión de bibliografía especializada.	X				
3.2	La propuesta tiene su fundamento en sólidas bases teóricas.	X				
IV	Bibliografía					
4.1	Presenta la bibliografía pertinente a los temas y la correspondiente a la metodología usada en la Propuesta.	X				
V	Fundamentación y viabilidad de la Propuesta					
5.1.	La fundamentación teórica de la propuesta guarda coherencia con el fin que persigue.	X				
5.2.	La propuesta presentada es coherente, pertinente y trascendente.	X				
5.3.	La propuesta presentada es factible de aplicarse en otras organizaciones.	X				

Mucho le agradeceré cualquier observación, sugerencia, propósito o recomendación sobre cualquiera de los propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

Levanto observaciones indicadas.

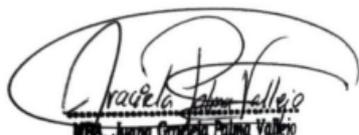
Validado por el Magister: **MBA. Juana Graciela Palma Vallejo.**

Especializado: Proyectos y desarrollo de trabajos de investigación; planes de negocios y Turismo.

Tiempo de Experiencia en Docencia Universitaria: 5 años

Cargo Actual: Docente de Investigación de la Universidad Cesar Vallejo de Lima Este.

Fecha: 30 de junio de 2021.


 Mg.
 DNI N°: 46853518

Anexo 5
Consentimiento Informado

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de independencia”

AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Vicos, 15 de Mayo de 2021

Quien suscribe:

Sr.

Presidente de la Asociación de Turismo Rural Comunitario Cuyaqui Wayi de Vicos- Marcará- Carhuaz

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: **PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH**

Por el presente, el que suscribe, señor:

PABLO TADEO CILIO

Presidente de la Asociación de Turismo Rural Comunitario Cuyaqui Wayi de Vicos ,
AUTORIZO al alumno: **Zizi Mariela González León** , identificado con DNI N°031680917, estudiante de la Escuela Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipán, y autor del trabajo de investigación denominado: **Promoción del Turismo Comunitario en Vicos del Distrito Marcará, provincia Carhuaz – Ancash** al uso de dicha información que conforma el expediente técnico así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de GRADO, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

Asec. TRC. "Cuyaqui Wayi" de Vicos

Fermín P. Tadeo Cilio
COORDINADOR

Pablo Tadeo Cilio

DNI N°

Anexo 6
Fotografías de Trabajo de Campo

Figura1 *Fotografía de entrevistado 1, Comunidad Vicos*



Figura 2. *Fotografía de entrevistado 2, Comunidad de Vicos*



Anexo 8

MATRIZ DE CONSISTENCIA PROMOCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN VICOS DEL DISTRITO MARCARÁ, PROVINCIA CARHUAZ – ANCASH

Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Unidad de Análisis	Categoría	Subcategoría	Metodología
¿De qué manera la promoción contribuye al desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash?	Determinar de qué manera la promoción contribuye en el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash	La promoción contribuye en el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia de Carhuaz, Ancash.	Promoción	Publicidad	Publicidad informativa Publicidad digital Publicidad audiovisual	Enfoque. Cualitativo Tipo. Aplicado Diseño. Fenomenológico. Técnica /Instrumento Entrevista / Guía de Entrevista. Participantes. Comuneros de la Asociación TRC Cuyaqui Wayi.
Problemas específicos	Objetivos específicos			Promoción de ventas	Producto Servicio	
¿Cuál es la situación actual del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash?	Identificar la situación actual del desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.			Relaciones Públicas	Redes de contacto	
¿Cuál es la percepción de la Asociación TRC Cuyaqui Wayi Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina de Vicos?	Analizar la percepción de la Asociación TRC Cuyaqui Wayi Comunidad Vicos con respecto a la promoción y el actual desarrollo del turismo comunitario de la comunidad campesina de Vicos.		Venta Personal	Marketing directo Marketing indirecto		
¿Cómo la promoción puede mejorar el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash.	Proponer estrategias de promoción para mejorar el desarrollo del turismo comunitario en Vicos, distrito de Marcará, Provincia Carhuaz – Ancash		Turismo Rural Comunitario	Capital Social	Capital activo Calidad de vida Emprendimiento	