UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete-2022

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA: Lucero Haydee Bautista Gutiérrez
ORCID 0009-0002-4272-1781

ASESORA: Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva
ORCID: 0000-0001-8929-2916

TIPO DE INVESTIGACIÓN:
Investigación Básica

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión empresarial y desarrollo turístico sostenible

Cañete- Perú

2024

Firmado digitalmente por:
BUENDIA APARCANA ROBERTO
REYMUNDO FIR 21576727 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 09/01/2025 11:36:12-0500

Dr. Roberto Reymundo Buendía Aparcana
Presidente

Firmado digitalmente por:
BAÑOS CHAPARRO NIEVES
ELVA FIR 41331759 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 18/03/2025 10:55:32-0500

Dra. Nieves Elva Baños Chaparro
Secretario

Firmado digitalmente por:
TASAYCO JALA Abel Alejandro FAU
20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 24/03/2025 17:10:36-0500

Dr. Abel Alejandro Tasayco Jata
Vocal

Firmado digitalmente por:
ÑAÑEZ SILVA Miriam
Viviana FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 18/03/2025 17:46:11-0500

Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva
Asesor(a)

Dedicatoria

A Dios por sus bendiciones; mis padres quienes confiaron en mi acompañándome en cada proyecto de mi vida.

Agradecimiento

Expresar mi gratitud a mi asesora de Tesis Dr. Miriam Ñañez por su enseñanza y paciencia. A todas las personas que participaron como entrevistados, sus voces y perspectivas han contribuido de manera invaluable a los hallazgos de este trabajo.

ÍNDICE

Dedicatoria i
Agradecimiento ii
ÍNDICE iii
Lista de tablas vi
Lista de figuras vii
Resumen ix
Abstract x
Introducción xi
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13
1.1. Descripción de la realidad problemática 13
1.2. Formulación del problema 16
1.2.1. Problema general 16
1.2.2. Problemas específicos 16
1.3. Objetivos 17
1.3.1. Objetivo general 17
1.3.2. Objetivos específicos 17
1.4. Justificación 17
1.4.1. Justificación teórica 17
1.4.2. Justificación práctica 18
1.4.3. Justificación metodológica 18
1.5. Delimitación de la investigación 18
1.5.1. Delimitación teórica 18
1.5.2. Delimitación temporal 19
1.5.3. Delimitación espacial 19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO 20
2.1. Marco teórico 20
2.1.1. Categoría I: Promoción turística 20
A. Definición 20

B. Subcategorías 20
C. Teorías. 22
2.1.2. Categoría II: Desarrollo turístico 23
A. Definición 23
B. Subcategorías. 24
C. Teorías. 26
2.2. Antecedentes 27
2.2.1. Antecedentes internacionales 27
2.2.2. Antecedentes nacionales 29
2.3. Definición y términos básicos 31
CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y CATEGORÍAS 34
3.1. Hipótesis 34
3.1. Definición conceptual de las categorías 34
3.1.1. Categoría: Promoción turística. 34
3.1.2. Categoría: Desarrollo turístico. 34
3.2. Operacionalización de las categorías 34
3.2.1. Promoción turística. 34
3.2.2. Desarrollo turístico 35
CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO 37
4.1. Tipo de investigación 37
4.2. Diseño de investigación 37
4.3. Método de investigación 37
4.4. Población y muestra 38
4.5. Lugar de estudio 39
4.6. Técnicas e instrumento para recolección de datos 40
4.7. Análisis y procesamiento de datos 43
CAPÍTULO V: RESULTADOS 45
5.1. Resultados descriptivos 45
5.2. Resultados inferenciales 51
5.3. Triangulación de datos 93
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS 99

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES 103
CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES 104
REFERENCIAS 106
ANEXOS 116

Lista de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la Categoría 1 35
Tabla 2 Operacionalización de la Categoría II 35
Tabla 3 Criterio de selección de la muestra 39
Tabla 4 Aspectos de validación del instrumento de investigación 41
Tabla 5 Ficha técnica de la entrevista semiestructurada 42
Tabla 6 Ficha técnica de observación 42
Tabla 7 Potencial y desafíos de la promoción turística en Cerro Azul: perspectivas locales y necesidades 51
Tabla 8 Estrategias de marketing como oportunidad de desarrollo en el turismo de Cerro Azul 54
Tabla 9 La planeación de marketing como estrategia de la promoción turística de Cerro Azul 59
Tabla 10 Reconocimiento e identificación de mercados objetivo. 64
Tabla 11 Calidad de los servicios turísticos para el desarrollo del turismo 69
Tabla 12 Importancia del patrimonio turístico para el desarrollo turístico 74
Tabla 13 Los proyectos de las actividades turísticas para el desarrollo del turismo 81
Tabla 14 La importancia de la participación comunitaria para el turismo local 87
Tabla 15 Matriz de categorización 117

Lista de figuras

Figura 1 Ubicación del distrito de Cerro Azul, Cañete. 40
Figura 2 Categoría promoción turística 45
Figura 3 Promoción turística en el desarrollo turístico de Cerro Azul 46
Figura 4 Percepciones clave sobre servicios turísticos en Cerro Azul 47
Figura 5 Contribución del patrimonio turístico al desarrollo de Cerro Azul 48
Figura 6 Contribución de las actividades turísticas al desarrollo turístico 49
Figura 7 Participación comunitaria en el desarrollo turístico 50
Figura 8 Patrones transversales de la promocion turistica en Cerro Azul 53
Figura 9 Panel de información turística 57
Figura 10 Zona arqueológica el Huarco 58
Figura 11 Patrones transversales de las estrategias de marketing en Cerro Azul 58
Figura 12 Red de códigos de establecimiento de marketing 63
Figura 13 Red de códigos de identificación del mercado objetivo 68
Figura 14 Interconexión estratégica: Servicios turísticos y gestión municipal en Cerro Azul 72
Figura 15 Patrones transversales de los servicios turisticos en Cerro Azul 73
Figura 16 Red de códigos de la subcategoría Patrimonio turístico 77
Figura 17 El primer faro solar de América del Sur 78
Figura 18 Herencia arqueológica muelle de Cerro Azul 79
Figura 19 Conclusiones abordadas de los actores claves respecto al patrimonio 80
Figura 20 Red de códigos de la subcategoría actividades turísticas 84
Figura 21 Patrones transversales de las actividades turisticas en Cerro Azul 86
Figura 22 Red de códigos de la subcategoría participación comunitaria 91
Figura 23 Patrones transversales de la participacion comunitaria 92
Figura 24 Perspectivas integradas: Impacto de la promoción turística en el desarrollo de Cerro Azul, Cañete 94
Figura 25 Triangulación de datos sobre la contribución de los servicios turísticos al desarrollo de Cerro Azul, Cañete 95

Figura 26 Triangulación de perspectivas sobre el patrimonio turístico y desarrollo turìstico en Cerro Azul 96
Figura 27 Triangulación sobre la contribución de las actividades turísticas en el desarrollo turístico de Cerro Azul 97
Figura 28 triangulación sobre la contribución de la participación comunitaria en el desarrollo turístico de Cerro Azul 98

Resumen

La promoción turística es fundamental para el desarrollo del sector, generando impactos positivos en la economía local y la calidad de vida. Sin embargo, su implementación efectiva requiere abordar una serie de desafíos. Por ello, este estudio buscó analizar las percepciones y experiencias de los actores clave en relación con la promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022. El enfoque fue cualitativo, específicamente el diseño fenomenológico, y se enmarca como una investigación básica. El instrumento utilizado fue una guía de entrevista, que permitió explorar las percepciones y experiencias de siete representantes clave en la industria turística, incluyendo gestores de hoteles, restaurantes, agencias de viaje, trabajadores municipales del área de turismo, turistas y residentes del distrito. Se utiliza el software Atlas.ti para el procesamiento de la información. Los resultados indican que la promoción turística ha atraído visitantes interesados en la cultura y el patrimonio local, logrando diversificar la oferta y atraer un público más interesado en experiencias culturales. Además, agencias de viaje y empresarios locales han mejorado la infraestructura y servicios turísticos. Sin embargo, persisten desafíos que requieren atención para garantizar un crecimiento sostenible del sector. Se concluye que una promoción turística efectiva es clave para atraer un segmento específico de turistas y diversificar la oferta, lo que puede contribuir significativamente al desarrollo integral del distrito.

Palabras clave: Promoción turística, participación comunitaria, desarrollo turístico, servicios turísticos, actividades turísticas.

Abstract

Tourism promotion is essential for the development of the sector, generating positive impacts on the local economy and quality of life. However, its effective implementation requires addressing a number of challenges. Therefore, this study sought to analyze the perceptions and experiences of key actors in relation to tourism promotion as an instrument for tourism development in Cerro Azul, Cañete- 2022. The approach was qualitative, specifically the phenomenological design, and is framed as a basic investigation. The instrument used was an interview guide, which allowed exploring the perceptions and experiences of seven key representatives in the tourism industry, including managers of hotels, restaurants, travel agencies, municipal workers in the tourism area, tourists and residents of the district. The Atlas.ti software is used for information processing. The results indicate that tourism promotion has attracted visitors interested in local culture and heritage, managing to diversify the offer and attract an audience more interested in cultural experiences. In addition, travel agencies and local entrepreneurs have improved tourist infrastructure and services. However, challenges remain that require attention to ensure sustainable growth of the sector. It is concluded that effective tourism promotion is key to attracting a specific segment of tourists and diversifying the offer, which can contribute significantly to the comprehensive development of the district.

Keywords: Tourism promotion, community participation, tourism development, tourism services, tourism activities.

Introducción

El turismo constituye un sector en el cual las personas pueden disfrutar con una diversidad de actividades turísticas que fomentan la exploración de distintos destinos. Para lograr este propósito, resulta esencial una gestión eficiente tanto por parte de entidades de carácter público como privado. En este contexto, la promoción turística adquiere un rol primordial al contribuir a la creación y fortalecimiento de la auténtica imagen de un lugar turístico. Como consecuencia, el ámbito turístico no se limita únicamente a la implementación de estas campañas promocionales, sino que también engloba la noción más amplia de desarrollo turístico. Este proceso de desarrollo se concreta mediante la ejecución de iniciativas concertadas entre los diversos actores de la industria, en colaboración directa con la participación activa de las comunidades locales. El objetivo último radica en mejorar la calidad de vida en general de dichas comunidades.

La investigación surge a raíz de la identificación de una problemática en el distrito de Cerro Azul, donde se evidencia la ausencia de una promoción turística efectiva y realista. Esta impacta de manera significativa en el progreso turístico del lugar. Resaltar el desarrollo turístico cobra una relevancia crucial, ya que representa el resultado de un esfuerzo colectivo que implica la mejora continua y la excelencia en la calidad del destino. De lo contrario, la falta de avances podría conllevar a un retroceso y la pérdida de valiosos recursos.

Es importante destacar que el objetivo general de esta investigación es “Analizar las percepciones y experiencias de los actores clave en relación con la promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete-2022.”. Asimismo, se plantean objetivos específicos que buscan analizar cómo los servicios turísticos, el patrimonio turístico y las actividades turísticas contribuyen con la promoción turística.

La estructura de la investigación se organiza en los siguientes capítulos: Capítulo I: Planteamiento del Problema, donde se aborda la situación problemática actual del distrito; Capítulo II: Marco Teórico y Empírico, en el que se incorporan investigaciones nacionales e internacionales, así como las bases teóricas que explican en detalle las categorías y subcategorías de la investigación; Capítulo III: Categorías, aquí se presenta la operacionalización de las categorías establecidas; Capítulo IV: Diseño Metodológico, que comprende el tipo de investigación, el método empleado, el enfoque y diseño de investigación, además del alcance,

nivel y periodo de la investigación; Capítulo V: Resultados, en el que se lleva a cabo un análisis descriptivo e inferencial de los hallazgos; Capítulo VI: Discusión de Resultados, aquí se profundiza en la interpretación y análisis de los resultados obtenidos; seguido de las Conclusiones y Recomendaciones, en el que se ofrecen orientaciones prácticas basadas en los resultados. Esta estructura permite abordar de manera ordenada y coherente cada aspecto clave de la investigación.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

La promoción turística se configura como una estrategia dirigida a informar a posibles clientes sobre la gama de productos y servicios disponibles en el ámbito turístico. Su objetivo principal radica en persuadir a estos clientes potenciales a tomar la decisión de adquirir o consumir dichos productos y servicios. Al mismo tiempo, esta estrategia busca influir de manera positiva en la percepción que los clientes tienen respecto al destino turístico o la empresa en cuestión, con la finalidad de atraer a nuevos consumidores (Acerenza, 2005, como se citó en Bernal, 2018). Es evidente que la promoción turística ha ido ganando relevancia y ha ejercido un impacto significativo en el sector. No obstante, es esencial resaltar que su implementación efectiva demanda la ejecución de diversas actividades, como difusión y promoción, entre otras. Estas actividades se llevan a cabo con el propósito de garantizar la eficacia de la estrategia y, como consecuencia, lograr un aumento sustancial en el flujo de turistas.

Por otro lado, el desarrollo turístico se configura como un procedimiento constante de evolución y perfeccionamiento de las infraestructuras y servicios relacionados con el turismo. Este proceso, a su vez, contribuye a fortalecer la sociedad y a mejorar la calidad de vida de aquellos involucrados en el sector. Además, tiene un impacto altamente positivo en la economía local, generando un aumento en la generación de ingresos y puestos de trabajo, mientras que simultáneamente fomenta la preservación y conservación del patrimonio ambiental y cultural, resaltando así su relevancia en la sostenibilidad del sector turístico (Cuba, 2019).

El turismo desempeña un papel significativo tanto en el ámbito económico como social. En este contexto, la promoción turística emerge como una herramienta esencial para impulsar el crecimiento y desarrollo de esta industria. A pesar de su trascendencia, varios destinos enfrentan desafíos considerables, como el crecimiento económico sostenible, la preservación ambiental y cultural. Según las Naciones Unidas (ONU, 2020), el turismo encapsula la riqueza global de culturas y tradiciones, siendo una motivación primordial para

viajar debido a su diversidad. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 ha generado un impacto significativo en el turismo, ejerciendo presión adicional sobre los actores turísticos para ofrecer servicios de alta calidad y aplicar protocolos adecuados con el fin de revitalizar la industria turística. Es imperativo colaborar de manera conjunta para lograr un desarrollo turístico efectivo y restaurar la vitalidad de este sector.

En su estudio en México, Heredia (2020) destaca que en Ciudad Juárez se observa una carencia en la difusión de los atractivos turísticos entre los ciudadanos y visitantes debido a la falta de promoción turística. Esta deficiencia conduce a que los turistas no dispongan de información suficiente sobre los atractivos de la ciudad, lo que podría llevarlos a percibir erróneamente como una ciudad dedicada, simplemente a la manufactura. Esta debilitada difusión contribuye al subaprovechamiento de los recursos turísticos. Además, se evidencia un conocimiento deficiente de los atractivos turísticos tanto por parte de los residentes como de los turistas, siendo la escasez de centros de información turística un problema notable.

Por otro lado, Tobar y Valencia (2020) en Ecuador resaltan la existencia de atractivos turísticos notables en el Cantón San Miguel de Urcuquí, como las Termas de Chachimbiro y Timbuyacu, la Cascada de Conrayaro, las Lagunas Piñan y Donoso, así como expresiones culturales inmateriales como la Semana Santa, Chagrería y San Juanes. A pesar de su potencial para consolidarse como un destino de primer orden, la falta de medios adecuados de difusión ha limitado su crecimiento, siendo en algunos casos lento e incluso nulo.

La promoción turística actúa como la ventana de presentación de un destino en el mundo del turismo. Sin embargo, a nivel internacional, es común que esta promoción no siempre refleje la realidad del destino, ya que factores como la calidad del servicio, el clima y las fluctuaciones económicas pueden modificar lo que se intenta comercializar. Cuando no se cumple con lo prometido como agente de turismo, esto perjudica la imagen y complica el desarrollo turístico local debido a promociones inadecuadas o proporcionar información errónea a los viajeros.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR, 2020), ha destacado la relevancia de la promoción turística para el desarrollo del turismo, como se refleja en su Plan Estratégico Nacional Exportador 2020-2023. En este documento la resalta como una estrategia fundamental para impulsar la oferta exportable en el sector turístico. El

organismo ha identificado desafíos que requieren abordarse para lograr un desarrollo sostenible en el ámbito turístico peruano.

Entre estos, se destaca la necesidad de diversificar la oferta turística, no solo mediante la expansión de destinos, sino también mediante la ampliación de productos turísticos como el turismo rural, de aventura y cultural. En segundo lugar, se resalta la importancia de mejorar la calidad de los servicios turísticos a través de capacitación y mejoras en la infraestructura. Finalmente, se enfatiza que la mejora de la competitividad del sector es crucial para atraer un mayor número de turistas extranjeros y competir a nivel global.

La Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR, 2021), ha reiterado la importancia de la promoción turística y el desarrollo en el país. Esta institución destaca que esta es vital para la economía peruana y subraya la necesidad de implementar políticas y estrategias que reactiven el sector después de la crisis originada por la pandemia. Acentúa la relevancia de mejorar la conectividad aérea y terrestre, así como fomentar el turismo local y sostenible como pilar fundamental en la recuperación del ámbito turístico.

Por otra parte, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU, 2021), ha enfatizado la importancia de diversificar la oferta turística y mejorar la calidad de los servicios en el país. Destaca la necesidad de impulsar el turismo sostenible y la creación de nuevas oportunidades comerciales para el sector turístico peruano.

Ttupa (2021), en su estudio en Cusco, señala que en el distrito de Santa Ana se evidencia una deficiente implementación de la promoción turística. El trabajo conjunto de los encargados no cumple con las expectativas, y se observa una falta de aprovechamiento de instrumentos para favorecer el conocimiento de este lugar. En relación con la publicidad, se constata una carencia debido a la ausencia de profesionales y al desinterés generalizado de invertir, lo que limita el alcance más allá del entorno regional.

Por otro lado, Menéndez (2019) en su estudio en Cajamarca, señala que existe una publicidad no capacitada y mal manejada en lugares turísticos. Los habitantes, por falta de preparación e interés, no han enfatizado la publicidad y difusión adecuadas, resultando en el abandono y la escasez de turistas en la región del "Valle del Chota". La importancia de este estudio radica en la utilidad del rol de los influencers para dar a conocer los lugares turísticos

más significativos y elevar su categoría mediante el diseño y la publicidad, buscando un reconocimiento turístico en el mapa geográfico.

En el distrito de Cerro Azul, Cañete, se encuentra un atractivo destino turístico reconocido por su playa, muelle, restaurantes, sitios arqueológicos y actividades como el surf y el uso de cuatrimotos. Sin embargo, a pesar de la presencia de actores turísticos locales, la calidad del servicio es deficiente, lo que impacta la percepción de los turistas y dificulta el crecimiento turístico. La experiencia durante la pandemia del Covid-19 también reveló que no todos los establecimientos turísticos en esta ubicación cumplen con protocolos de bioseguridad y medidas para garantizar un servicio adecuado. La promoción turística del distrito es insuficiente y requiere estrategias de desarrollo turístico y una mayor promoción.

Se sugiere incrementar la promoción y difusión de su potencial turístico, creando un ambiente seguro, cultural y atractivo. Además, se propone involucrar a la comunidad en actividades que mejoren su calidad de vida y conviertan a los residentes en efectivos promotores de información turística. Es crucial capacitar a los actores clave del sector, tanto públicos como privados, para mejorar la calidad del servicio y asegurar el desarrollo turístico. Por esta razón, nace esta investigación, cuyo desarrollo conllevó al análisis de las perspectivas y experiencias de actores clave, permitiendo reconocer la promoción turística como una herramienta para el desarrollo de este distrito.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el impacto de la promoción turística en el desarrollo turístico de Cerro Azul, Cañete - 2022, ¿según las percepciones y experiencias de los actores clave?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo los servicios turísticos contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?

¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo el patrimonio turístico contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?

¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo las actividades turísticas contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?

¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo la participación comunitaria contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar el impacto de la promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete en el año 2022, según las percepciones y experiencias de los actores clave.

1.3.2. Objetivos específicos

Identificar de qué manera los servicios turísticos contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave

Describir cómo el patrimonio turístico contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave.

Describir de qué forma las actividades turísticas contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave.

Evaluar de qué manera la participación comunitaria contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave.

1.4. Justificación

El turismo es una actividad que impulsa el desarrollo de comunidades y ejerce influencia en la calidad de vida de sus habitantes. Además, el sector turístico ha cobrado relevancia y se ha destacado por su impacto positivo. A continuación, establecemos el por qué se realiza este estudio.

1.4.1. Justificación teórica

La presente investigación se justifica en la necesidad de analizar el papel de la promoción turística como herramienta para el desarrollo turístico del distrito de Cerro Azul en Cañete - 2022. Se considera que el desarrollo turístico local es fundamental para mejorar la calidad de vida de los pobladores, generar empleo y atraer inversión a la zona. En este sentido, la investigación pretende dejar un precedente en cuanto a la importancia de la promoción turística para el desarrollo local, así como estimular a los empresarios del rubro turístico a brindar mayor atención y cuidado a las tradiciones, costumbres y patrimonio del distrito. Se

espera que los resultados obtenidos en la investigación sirvan como base para futuras políticas y estrategias de promoción turística, logrando un impacto positivo en el desarrollo turístico local.

1.4.2. Justificación práctica

Esta investigación tiene una relevancia práctica significativa. Los resultados obtenidos serán útiles para los empresarios dueños de empresas turísticas, quienes podrán mejorar la calidad de la promoción turística, conocer las tradiciones y el patrimonio, lo que a su vez generará un impacto turístico positivo en la zona. Además, la población local se beneficiará del desarrollo turístico, lo que puede mejorar su calidad de vida y crear oportunidades de empleo en el sector turístico. El estudio también es relevante para la Tesista, el asesor, el jurado y la universidad, ya que permitirá ampliar el conocimiento sobre la relación entre la promoción y el desarrollo turísticos en el contexto específico de Cerro Azul.

1.4.3. Justificación metodológica

Este estudio se basa en la necesidad de contar con un análisis riguroso y sistemático de las categorías y subcategorías establecidas. Se buscó identificar los factores críticos que intervienen en la promoción turística y su impacto en el desarrollo turístico, con el fin de establecer recomendaciones prácticas y efectivas que permitan a los empresarios y actores involucrados en el turismo mejorar la promoción y la oferta turística del distrito. La metodología de investigación incluyó el análisis de fuentes documentales, la realización de entrevistas a los actores involucrados en el turismo local, y la aplicación de técnicas de análisis cualitativos para procesar y evaluar los datos obtenidos. De esta forma, se obtuvo información valiosa y confiable.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación teórica

La delimitación teórica para esta investigación cualitativa se centra en los conceptos y teorías relacionadas con la promoción turística y su papel como instrumento para el desarrollo turístico. Se exploró enfoques teóricos sobre el impacto de los servicios turísticos, el patrimonio turístico, las actividades turísticas y la participación comunitaria en el desarrollo

turístico. La investigación se basó en la literatura académica y teorías pertinentes a estos temas.

1.5.2. Delimitación temporal

El marco temporal de la investigación correspondió al año 2022. Se indagaron las percepciones y experiencias de los actores clave en cuanto a cómo los servicios turísticos, el patrimonio turístico, las actividades turísticas y la participación comunitaria contribuyeron al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete, durante ese año en particular. Cualquier análisis de periodos anteriores o posteriores a 2022 quedaron fuera del alcance de este estudio.

1.5.3. Delimitación espacial

El enfoque espacial se limitó al distrito de Cerro Azul, ubicado en Cañete, Perú. Todas las percepciones y experiencias de los actores clave se examinaron dentro de este contexto geográfico. Cualquier referencia a otros destinos turísticos o ubicaciones quedaron fuera del alcance de la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

2.1. Marco teórico

2.1.1. Categoría I: Promoción turística

A. Definición

La promoción turística abarca actividades con el propósito de transmitir las cualidades del producto y convencer a posibles compradores para que lo adquieran. El autor enfatiza que esta promoción es crucial en la Comunicación del Marketing Integrado y debe ser eficaz para alcanzar su objetivo (Kotler, 2018). Esto implica comunicar e informar a turistas o consumidores sobre las particularidades del producto que se busca vender.

Según Bernal (2018), el objetivo principal de la promoción turística es aumentar las ventas de una empresa, y se utiliza como una estrategia de comunicación de la empresa al cliente y de comercialización de productos. Es una herramienta importante para aprovechar los atributos de un producto y aumentar las ventas de un negocio. Sin embargo, es importante tener en cuenta que requiere tiempo y una inversión significativa.

En términos generales, la promoción turística tiene un impacto significativo en la adquisición de productos o servicios, utilizando canales de información y distribución adecuados. Es fundamental para cualquier organización turística que busque aumentar sus ventas, ya que aprovecha los atributos y valores del producto o servicio para atraer a los consumidores. Es importante destacar que una promoción veraz y adecuada es crucial para impulsar la venta de productos y servicios turísticos.

B. Subcategorías

Establecimiento de estrategias de marketing

Según Kotler y Armstrong (2018), las estrategias de marketing se refieren al proceso de planificación y puesta en marcha de la concepción, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, con el objetivo de crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. En otras palabras, se trata de un conjunto de acciones planificadas que buscan lograr los objetivos de una organización a través de la oferta de productos y servicios al mercado.

Según Bernal (2018), las estrategias de marketing abarcan todas las acciones necesarias para aumentar las ventas, incluyendo la planificación y ejecución de tácticas de marketing operativo para lograr resultados positivos y eficientes. Estas estrategias implican la utilización de las líneas maestras de comercialización y comunicación para llegar a los consumidores del mercado objetivo y tomar las acciones pertinentes para impulsar las ventas de la empresa. Además, es importante que las estrategias elegidas cumplan con los lineamientos establecidos para asegurar un mayor éxito en el resultado final.

Planeación de marketing turístico

Cruz (2019). Señala que la planeación de marketing turístico implica la elaboración de estrategias y planes de acción orientados a anticipar, identificar y satisfacer las demandas de los turistas, así como cumplir con los objetivos de la organización en cuestión. Este proceso implica la identificación del mercado objetivo, la definición de los objetivos de marketing, la elaboración de estrategias de producto, precio, distribución y promoción, así como la implementación y evaluación de las acciones de marketing. Su objetivo final es crear y ofrecer productos turísticos que satisfagan las necesidades y deseos de los turistas y que generen rentabilidad para la organización.

La planeación de marketing, también conocida como mercadotecnia, es un proceso administrativo y social que busca satisfacer las necesidades de los consumidores a través del intercambio de bienes y servicios. Es una filosofía que busca alcanzar los objetivos de la organización y adaptarse a un mercado cambiante ofreciendo productos y servicios eficientes con un valor agregado para satisfacer a los clientes y competir en el mercado. Esta es clave para las empresas turísticas ya que establece la estrategia de comercialización y comunicación para aprovechar las oportunidades del mercado, trazar objetivos y pasos para lograr resultados eficientes con inversión y esfuerzo adecuados. Además, permite definir el posicionamiento de la organización frente al mercado objetivo y aumentar las ventas (Bernal, 2018).

Identificación de un mercado objetivo

La identificación del mercado objetivo se refiere al proceso de seleccionar un segmento específico del mercado al que una empresa dirigirá su esfuerzo de marketing y promoción. De acuerdo a Kotler y Armstrong (2017), la selección del mercado objetivo consiste en analizar el potencial de cada segmento de mercado y elegir uno o varios como el mercado objetivo. Esta

selección se basa en características demográficas, psicográficas y comportamentales, así como en la capacidad de la empresa para atender y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores de ese segmento en particular. La identificación adecuada del mercado objetivo es esencial para el éxito de la estrategia de marketing y la rentabilidad a largo plazo de la empresa.

Según Bernal (2018), la identificación de un mercado objetivo en el campo del marketing implica seleccionar un área específica para estudiarla y comprender cómo afectan las ofertas, la demanda y los intercambios de bienes y servicios. Esta selección implica considerar elementos importantes como el alcance geográfico, los canales de distribución y las categorías de los productos que se comercializan. Además, es fundamental conocer a los competidores en el mercado para identificar posibles obstáculos en el futuro. En el estudio de un mercado objetivo, la publicidad y los anglicismos como "target grupo" se vuelven relevantes para identificar el público ideal para una campaña de productos o servicios.

C. Teorías.

La teoría del marketing mix o de las 4P.

Según Castañeda y Jaime (2019) esta teoría originalmente propuesta por McCarthy en 1960 y “posteriormente” expandida por Kotler y Armstrong (2018), establece que una estrategia de marketing efectiva debe considerar cuatro elementos esenciales: producto, precio, promoción y distribución. El (i) Producto se refiere a las características, diseño y calidad del producto o servicio ofrecido por la empresa; (ii) Precio, se refiere al valor monetario establecido por la empresa para su producto o servicio; (iii) Promoción se refiere a las actividades publicitarias y distribución o "place", en inglés, se refiere a cómo la empresa hace llegar su producto o servicio al mercado, incluyendo los canales de distribución y la logística.

La teoría del marketing mix o de las 4P es una herramienta ampliamente aceptada en el campo del marketing, y se considera una de las bases fundamentales del marketing moderno. Cabe precisar que la teoría de alguna manera atribuye al nacimiento al profesor de contabilidad estadounidense en la Michigan State University, Jerome McCarthy quien ha sido el primero en hablar y contar sobre la promoción, dentro del 27 concepto de las 4P donde estas son sin lugar a duda puntos esenciales al área de marketing. Así mismo, indica que la promoción es el proceso de dar información de vendedor o a clientes potenciales logrando

influenciar y convencer para ejecutar su compra, y donde esta demuestra una actitud de satisfacción.

2.1.2. Categoría II: Desarrollo turístico

A. Definición

Según Cooper et al. (2017), el desarrollo turístico es un proceso que implica el aprovechamiento de los recursos naturales, culturales, sociales y económicos de un destino turístico para mejorar la calidad de vida de los habitantes, al mismo tiempo que se crea valor para los visitantes. De esta manera, se busca mejorar la oferta turística del destino, aumentar su competitividad y generar beneficios tanto para los habitantes como para los turistas.

El sector turístico es una oportunidad destacable para el desarrollo económico y social. A pesar del uso de tecnología e Internet, el placer de viajar y experimentar nuevas aventuras al aire libre, así como probar platos típicos de diferentes regiones, no puede ser reemplazado. Se espera que el sector turístico se convierta en una de las actividades más importantes del mundo en el futuro y, por lo tanto, se necesitará más esfuerzo y disciplina por parte de los habitantes de la comunidad que ofrecen sus servicios en el lugar. Además, el turismo es una actividad altamente productiva para mejorar y desarrollar una comunidad (Cuba, 2019).

El término desarrollo turístico se refiere a la mejora de la calidad de vida de la población local que ofrece y vende servicios turísticos. Esto involucra diversas disciplinas orientadas a generar un impacto positivo que beneficie a la población local. Es importante tener en cuenta que la planificación turística debe incluir programas y actividades que sean factibles y contribuyan al desarrollo de la comunidad anfitriona. Al hacerlo, la comunidad se vuelve más competitiva y asume un papel proactivo en la promoción de su propio crecimiento y desarrollo (Bernal, 2018).

Se busca que los gobiernos locales atraigan inversiones en sectores como restaurantes, alojamiento, agencias de viajes y transporte turístico, pero siempre con una visión sostenible. Es fundamental la colaboración entre la comunidad y el sector privado para lograr un desarrollo turístico competitivo. Para esto, es necesario llevar a cabo un estudio de mercado para conocer el perfil de los turistas y ofrecer nuevas tendencias. Además, se debe hacer

hincapié en la importancia del cuidado ambiental para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y preservar el patrimonio en las mejores condiciones posibles.

Se puede entender que el desarrollo turístico es uno de los principales objetivos del turismo, ya que este influye y tiene un impacto en la vida de los habitantes del destino turístico. Esto implica valorar y cuidar el patrimonio del lugar para utilizarlo como una herramienta de trabajo en la comunidad. Asimismo, el desarrollo tiene un impacto en la calidad de vida, el nivel socioeconómico y la evolución y competitividad de los profesionales del turismo. Es importante destacar que el desarrollo turístico aumenta el sentido de orgullo en la comunidad y fortalece su competitividad.

B. Subcategorías.

Servicios Turísticos.

Según Cuba (2019), los servicios turísticos son aquellos que son proporcionados por empresas turísticas con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas del turista en el destino. Son aquellas prestaciones ofrecidas a los turistas durante su viaje y alojamiento en el lugar turístico. Por otro lado, Flores et al. (2019), lo definen como los define como aquellas actividades y servicios que tienen como finalidad satisfacer las necesidades y deseos de los turistas, y que son proporcionados por empresas turísticas. En otras palabras, se trata de una variedad de prestaciones y actividades que tienen como propósito ofrecer satisfacción a los turistas en el destino turístico. En resumen, ambos resaltan la relevancia de las empresas turísticas en la oferta de servicios al turista, con el fin de satisfacer sus necesidades y expectativas durante su visita y estadía en el destino turístico.

Patrimonio Turístico.

Muñoz et al. (2018) definen el patrimonio turístico como la combinación de elementos tangibles e intangibles que conforman el patrimonio histórico y cultural de una comunidad o región, y que se utilizan para atraer visitantes y fomentar el turismo. Este incluye tanto bienes materiales como inmateriales. Según Muñoz, Moure y Revilla. (2018), se refiere a todos los recursos, elementos y manifestaciones culturales, históricas, arqueológicas, arquitectónicas y naturales presentes en un territorio, que son utilizados para la realización de actividades turísticas. Estos elementos pueden ser considerados como atractivos o productos turísticos, y

en su conjunto conforman el conjunto de características únicas que definen a una región o comunidad.

Al respecto, Valenzuela (2017), añade que la identidad y los valores que respaldan la memoria son delineados por el patrimonio, abordando aspectos inmateriales como las tradiciones y creencias, los cuales confieren significado a los elementos memorables.

Actividades Turísticas.

OMT (2018), define las actividades turísticas como la acción de trasladarse de su lugar de residencia habitual y permanecer en un destino, motivados por actividades relacionadas con el ocio, los negocios u otras motivaciones. Baca (2021), nos informa que son las actividades realizadas por el visitante durante su estancia en un destino turístico, ya sea en forma individual o en grupo, que pueden incluir actividades culturales, entretenimiento, compras, entre otras. Además, que dicha acción genera diversión y placer por visitar el destino.

En conclusión, las actividades turísticas son una parte esencial de la industria del turismo y son la razón principal por la que muchas personas viajan a diferentes lugares del mundo. Desde actividades de aventura hasta visitas culturales, estas ofrecen una amplia gama de opciones para los turistas de todo el mundo. Al elegir las adecuadas, los viajeros pueden enriquecer su experiencia de viaje y crear recuerdos inolvidables. Es importante destacar que, a medida que la industria del turismo sigue evolucionando, también lo hacen las actividades turísticas, lo que permite a los turistas explorar nuevos destinos y disfrutar de experiencias únicas. De ahí que, las actividades turísticas son una parte fundamental de la experiencia de viaje y seguirán siendo una parte importante de la industria turística en el futuro.

Participación Comunitaria.

La participación comunitaria se refiere a la involucración activa y colaborativa de los miembros de una comunidad en la toma de decisiones y acciones que afectan su bienestar colectivo y el desarrollo de su entorno. Cuba (2019), la define como una acción que involucra a las personas en la identificación de problemas, evaluación de las políticas y necesidades de su comunidad. En este proceso, la población colabora en la toma de decisiones sobre comunidad siendo participe de las actividades sociales.

La participación comunitaria en los últimos años inicia a ser objeto de estudio e investigación como práctica de la democracia dado que la opinión de los miembros de una comunidad juega un rol importante en el desarrollo de los pueblos, asimismo la participación comunitaria tiene hoy en día injerencia en las decisiones gubernamentales para su posterior formulación de políticas públicas. En este marco, el estado en el nivel local está más próxima a los ciudadanos y por ende la participación comunitaria aparece como lugar privilegiado. Esta cercanía permitiría una participación de los actores locales en la formulación de planes, programas y proyectos de desarrollo turísticos, posibilitando que los miembros de la comunidad realicen un análisis profundo de la realidad local, participen en los niveles de decisión, formulación y evaluación de las políticas públicas

Asimismo, García, et al. (2020). Destacan que la participación comunitaria es un elemento clave para el desarrollo sostenible, ya que permite que los habitantes locales se conviertan en actores y beneficiarios activos del turismo en sus comunidades.

La participación comunitaria se ha convertido en una herramienta fundamental en el desarrollo sostenible de las comunidades. A través de este proceso, las personas pueden identificar y solucionar los problemas y necesidades de su entorno de manera colaborativa y efectiva. Además, fomenta la inclusión de todas las voces y perspectivas, lo que resulta en soluciones más equitativas y sostenibles. De esta manera, promueve la toma de decisiones conjunta y responsabilidades compartidas en la construcción y el mantenimiento de comunidades más resilientes y prósperas. Por tanto, es fundamental que se promueva y se fomente la participación comunitaria en todas las iniciativas de desarrollo local y sostenible.

C. Teorías.

(i) La Teoría del desarrollo sostenible.

La teoría del desarrollo sostenible sostiene que el desarrollo económico y social debe ir de la mano con la preservación del medio ambiente y la protección de los recursos naturales para satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Uno de los autores más destacados en esta teoría es el economista británico Dasgupta (2001), quien en su libro "Human Well-being and the Natural Environment" presenta un enfoque integral del desarrollo sostenible que aborda la relación entre la economía, el medio ambiente y la sociedad.

La autora noruega Brundtland (1987) es un personaje importante en la teoría del desarrollo sostenible, ya que en su informe "Nuestro Futuro Común" propuso una definición del desarrollo sostenible como "aquel que busca satisfacer las necesidades del presente sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas propias". Además, otros autores como Fonseca (2019), Gómez y Nava (2018) han contribuido a la teoría del desarrollo sostenible con sus trabajos sobre la economía ecológica y la ecología política.

En resumen, la Teoría del Desarrollo Sostenible es una propuesta que busca equilibrar el crecimiento económico, la protección ambiental y la justicia social. Esta teoría es fundamental en el turismo porque permite la promoción de un turismo responsable y sostenible que tenga en cuenta las necesidades presentes y futuras de las comunidades locales y el medio ambiente. Por tanto, es necesario que el sector turístico continúe trabajando en la implementación de políticas y prácticas sostenibles para asegurar que el turismo sea responsable y sostenible a largo plazo. De esta manera, se podrá garantizar que el turismo no solo contribuya al desarrollo económico, sino que también respete los valores culturales, la biodiversidad y la calidad de vida de las comunidades locales.

2.2. Antecedentes

2.2.1. Antecedentes internacionales

Espinoza (2022), en su tesis de pregrado, se planteó el objetivo de "Proponer estrategias que promuevan el desarrollo del sector turístico del Ecuador después de la pandemia de COVID-19". La metodología de investigación empleada fue de enfoque cualitativo y cuantitativo de tipo documental. La muestra la aplicó a tres fuentes locales: gubernamentales, organismos internacionales y artículos científicos. Los resultados obtenidos revelaron que, a pesar del surgimiento del turismo en Ecuador, aún se carece de métodos sólidos de control y seguimiento para lograr un desarrollo constante y un uso adecuado de los recursos turísticos. Se subraya la necesidad de establecer proyectos con metas específicas para las gestiones gubernamentales a nivel distrital. Además, se destaca el respaldo de la comunidad a favor del turismo. Llegó a la conclusión que el desarrollo turístico de Ecuador, después del COVID-19, ha experimentado un aumento en la demanda de atractivos turísticos a nivel internacional, con un notorio incremento en la visita de estadounidenses y españoles.

Ecuador posee un gran potencial turístico, pero sus estrategias aún están en proceso de consolidación para generar un turismo comprometido. Asimismo, se señala que el enfoque principal de su estrategia de promoción turística se centra en los canales digitales de comunicación.

Heredia (2020) se propuso analizar la implementación del desarrollo de la planeación y la promoción turística en la determinación del desarrollo local de Ciudad Juárez. La metodología empleada fue de enfoque mixto con un diseño no experimental, aplicando el instrumento a siete corredores comerciales en el lugar de estudio. Los resultados que obtuvo revelaron deficiencias en la gestión de la planeación turística y la falta de implementación de políticas y estrategias para el desarrollo local. Además, señaló la ausencia de una elaboración de programas turísticos que generen un aumento significativo de turistas. La conclusión principal destaca la importancia de la promoción y la planeación en la generación de desarrollo turístico. Como recomendación, sugiere la implementación de programas digitales con el objetivo de aumentar el índice de turistas y reflejar así mejoras en la calidad de vida de los ciudadanos locales.

Sailema (2021), en su tesis de pregrado tuvo como objetivo: "Investigar la artesanía en el desarrollo turístico del cantón Pelileo". La metodología empleada fue de enfoque cualitativo, diseño no experimental de corte transversal, utilizando el instrumento ficha de registro para encuestar a 10 personas del sector turístico. Los resultados obtenidos señalan que la artesanía del cantón Pelileo no goza de una posición destacada ni se difunde lo suficiente para contribuir al desarrollo, tanto desde la perspectiva de los pobladores como de los maestros del arte. Además, se evidencia la falta de compromiso por parte de las autoridades gubernamentales y la sociedad en general en cuanto a la promoción de la cultura local. La conclusión principal destaca la importancia de la artesanía en el sector turístico, ya que refleja la riqueza cultural y tradicional de la localidad. Sin embargo, se observa una carencia de conciencia social sobre la relevancia de difundir y promover estos recursos, lo que sugiere la necesidad de generar mayor conciencia y compromiso en este aspecto.

Tobar y Valencia (2020), se propusieron diseñar un Plan de Promoción Turística para el Cantón San Miguel de Urcuquí, en la Provincia de Imbabura. La metodología de la investigación adoptada fue de tipo mixto con un enfoque descriptivo. Para llevar a cabo el

estudio, aplicaron encuestas a 380 personas, incluyendo tanto turistas como pobladores. Los resultados obtenidos revelaron que el turismo en el Cantón San Miguel de Urcuquí está en pleno auge gracias a la diversidad de servicios, productos y lugares que ofrece a los visitantes. El lugar destaca por ofrecer una variedad de experiencias turísticas, que van desde lo cultural y de aventura hasta opciones de relajación y entretenimiento. No obstante, se observó la falta de un respaldo absoluto por parte de MINTUR (Ministerio de Turismo). En conclusión, destacaron la necesidad de impulsar el movimiento y flujo turístico en los Cantones turísticos de Imbabura para generar empleo, mejorar la competitividad, ampliar la oferta y, de esta manera, impactar positivamente en proyectos, obras de infraestructura local y el desarrollo general de la región.

Zambrano (2021), en su tesis de pregrado se propuso analizar la importancia del marketing digital para la reactivación del turismo en el cantón Cevallos. Su enfoque metodológico fue cualitativo, y para obtener datos aplicó encuestas a cuatro actores relacionados con el sector turístico. Los resultados revelaron que, durante la época de crisis sanitaria en el Cantón Cevallos, el turismo experimentó una disminución casi total, afectando drásticamente las divisas y la calidad de vida. Sin embargo, en la fase post-COVID19, se evidenció la importancia y utilidad del marketing digital como herramienta para la promoción turística del destino. Llegó a la conclusión de que el marketing digital desempeña un papel vital en la reactivación de cualquier sector generador de ingresos en la economía, siendo el turismo uno de los más afectados por la pandemia de 2019, causada por el COVID-19. Destaca que las redes sociales, al ser utilizadas como herramientas dentro del plan de marketing digital, han demostrado ser la opción más efectiva y de mayor alcance, dada la amplia interacción de usuarios a nivel mundial en estas plataformas.

2.2.2. Antecedentes nacionales

Díaz (2023), en su tesis de pregrado, tuvo como objetivo describir la percepción de la aplicación de estrategias de promoción turística y sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete, en el año 2021. Utilizó una metodología con enfoque cualitativo y diseño fenomenológico, aplicando la muestra a 5 representantes de Asociaciones de Agentes de Viajes (AAVV) del distrito de Lunahuaná. Los resultados indican que el distrito gestiona la promoción turística de manera individualizada por cada agente turístico, como restaurantes,

AAVV, hoteles y transporte turístico. Además, se evidenció la falta de compromiso social en apoyo a la promoción turística local. La conclusión principal señala que ha habido avances en las estrategias de promoción turística a través de canales digitales, especialmente en redes sociales, donde los diversos actores presentan sus servicios y productos. Adicionalmente, se destacó que la sostenibilidad económica se encuentra en desarrollo, gracias a sus inversiones significativas. Este aspecto sugiere un progreso hacia la consolidación de estrategias sostenibles en el ámbito económico del destino turístico de Lunahuaná.

Meneses (2020), en su tesis de posgrado, tuvo como objetivo determinar el rol de los influencers para la promoción de los lugares más importantes del "Valle del Chota", durante los años 2019-2020. La metodología adoptada fue de carácter descriptivo con un enfoque cualitativo, y se administró el cuestionario a 9 influencers. Los resultados revelaron que, a pesar de ser un potencial turístico, el Valle del Chota tiene escaso reconocimiento entre las personas, siendo considerado más como una zona de paso. Los ciudadanos locales indicaron que falta respaldo por parte de las autoridades municipales y una estrategia publicitaria efectiva para destacar y dar a conocer el atractivo del lugar a los turistas, buscando así beneficios turísticos locales. Como conclusión, el estudio señaló que los destinos turísticos en el Valle del Chota carecen de estrategias promocionales adecuadas, tanto a nivel nacional como internacional, debido a la falta de involucramiento por parte de los habitantes locales en la preservación de su valiosa herencia cultural. Este hallazgo destaca la necesidad de una mayor colaboración y enfoque estratégico para potenciar el turismo en la región.

Hoyos (2020), en su tesis de posgrado tuvo como objetivo: “Formular un plan de promoción Turística para el distrito Santiago de Surco que fomente el desarrollo turístico sostenible”. La metodología que utilizó fue de enfoque cualitativo y diseño exploratorio. Aplicó el instrumento al alcalde y Gerente de la Subdirección de Turismo. Como resultado el distrito de Surco ofrece diversas opciones de actividades en la naturaleza. Además, que las estrategias planteadas actuales favorecen al desarrollo turístico sostenible de la localidad. Sin embargo, La ausencia de un plan operativo promocional es el motivo del débil impulso turístico local. Se concluyó que las ventajas obtenidas al formular un Plan de Promoción Turística si contribuirá con la sostenibilidad económica, social y Ambiental del distrito.

Huarand (2020), en su tesis de posgrado tuvo como objetivo: "Explorar como la propuesta de plan de promoción y circuitos turísticos incentivará el turismo en el distrito de Chalhuanca – Aymaraes, 2020". Utilizó una metodología con enfoque cualitativo y diseño etnográfico. Aplicó el instrumento a cinco personas de la municipalidad. La participación del sector privado y público con el sector turístico aun es escasa en la cual indica que el turismo recién está iniciando. Los resultados de dicha investigación refleja que Chalhuanca es gran potencial turístico para explotar y dar a conocer su cultura a través los circuitos. Asimismo, se añade que no tiene una demanda turística marcada. Se considera que le falta innovación y estrategias de publicidad. Su investigación llegó a la siguiente conclusión, que la participación del sector público y privado es muy escasa, reflejando que el interés por el turismo recién se está iniciando por parte de las autoridades locales a través de un plan de desarrollo turístico y promocionando con mayor hincapié en fechas festivas.

Yabar (2020), se propuso analizar las estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos. Para ello, empleó una metodología con enfoque cualitativo de tipo aplicado, con diseño fenomenológico y de nivel descriptivo, aplicando la muestra a 12 personas vinculadas al sector turístico. Los resultados obtenidos revelan que las estrategias que Iquitos implementa para la promoción turística en tiempos de pandemia se centran en la publicidad realizada por las empresas turísticas en sus medios de comunicación digitales, utilizando videos, reels y reportajes locales. Estas estrategias proporcionan información valiosa sobre la cultura, entretenimiento y medidas de bioseguridad. Como conclusión, destacó que, el uso de estrategias publicitarias digitales durante la pandemia ha contribuido a la fidelización de clientes a pesar de la crisis sanitaria. Además, resalta la importancia de estas estrategias para aumentar la conciencia ambiental y la conservación del patrimonio tanto para los visitantes como para los residentes locales.

2.3. Definición y términos básicos

Actividades turísticas. Experiencias que se ofrecen al turista, desde el traslado al destino hasta la realización de actividades en el lugar, incluyendo excursiones a lugares de interés cultural o natural, oportunidades de compra, entretenimiento, deportes y cualquier otra acción que contribuya a satisfacer las necesidades del visitante (Buhalis y Costa, 2006).

Auge de ventas. Periodo en el que se experimenta un rápido crecimiento en las ventas, que puede estar impulsado por diversos factores, tales como la alta demanda de los consumidores, la entrada de nuevos competidores o productos, la implementación de mejores estrategias de marketing y promoción de ventas, y el mejoramiento de la economía en general (Kotler y Keller, 2016).

Comunicación fluida. Intercambio libre y abierto de información y opiniones entre dos o más personas, caracterizado por una retroalimentación inmediata y una comprensión común del mensaje transmitido (Robbins y Judge, 2019).

Desarrollo turístico. Representa una estrategia destinada a optimizar la administración de los recursos y atender las demandas económicas, sociales y estéticas, al mismo tiempo que se preserva la integridad cultural, se respeta el proceso ecológico esencial, se conserva la diversidad biológica y se protegen los sistemas fundamentales de la vida. (Pereyra et al.,2021)

Entes reguladores turísticos. Instituciones gubernamentales o no gubernamentales que se encargan de regular, promover y desarrollar el turismo en un destino particular, a fin de asegurar la sostenibilidad ambiental, social y económica del sector turístico (Novelli et al., 2012).

Estrategias de marketing. Conjunto de acciones que se planifican y ejecutan con el objetivo de alcanzar metas específicas del marketing, tales como el incremento en las ventas, la construcción de una marca sólida y el establecimiento de una ventaja competitiva. Estas acciones se llevan a cabo mediante la creación, implementación y control de programas que implican la adecuada selección y combinación de los componentes del marketing mix (Kotler y Armstrong, 2017).

Mercado objetivo. Conjunto de individuos con una necesidad específica que desean satisfacer y que están dispuestos a adquirir los productos o servicios ofrecidos por una empresa en particular. (Juárez, 2018).

Participación comunitaria. Proceso en el que los miembros de una comunidad están involucrados activamente en la planificación, toma de decisiones y gestión de iniciativas y proyectos que impactan en su calidad de vida y bienestar, con el propósito de alcanzar un desarrollo sostenible y equitativo en la comunidad (Vàzquez et al., 2018).

Patrimonio turístico. Conjunto de valores culturales y naturales de un territorio que poseen un interés turístico debido a su singularidad y relevancia, y que son administrados de manera sostenible y planificada para asegurar su preservación y disfrute por las actuales y futuras generaciones (Tene, 2019).

Posicionamiento de marca. Proceso de desarrollar la oferta y la imagen de una empresa con el objetivo de ocupar un lugar específico y destacado en la mente de los consumidores a los que va dirigida (Kotler y Armstrong, 2017).

Promoción turística. La promoción turística engloba un conjunto de estrategias y tácticas de marketing cuyo propósito es informar, persuadir y recordar a la audiencia objetivo acerca de las atracciones turísticas de un destino. A través de esta iniciativa, se brinda a las personas la oportunidad de acceder a información sobre los lugares que desearían visitar, teniendo en cuenta sus motivaciones de viaje. Además, se promueve el conocimiento de los diversos servicios que ofrece una atracción específica (Maldonado et al., 2021).

CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y CATEGORÍAS

3.1. Hipótesis

No aplica

3.1. Definición conceptual de las categorías

3.1.1. Categoría: Promoción turística.

Según Bernal (2018), la promoción turistica se refiere que es todo un conjunto de trabajo de enfoques y tácticas con el cuyo objetivo de difundir y establecer posición como un destino turístico a tal forma de aumentar el nivel de demanda y oferta del atractivo.

3.1.2. Categoría: Desarrollo turístico.

El concepto según Cuba (2019) nos indica que es un proceso integral de productividad y bienestar tanto a la ciudadanía local y a los patrimonios del dicho lugar. Así mismo, es el proceso de planificación y administración de los recursos turísticos a beneficios sociales, económicos y ambientales. A efecto, se requiere de trabajo de planificación y eficiencia para garantizar una evolución sólida.

3.2. Operacionalización de las categorías

3.2.1. Promoción turística.

La promoción turística la podemos definir como la combinación de técnicas, herramientas y estrategias de marketing utilizadas en la planeación y ejecución de campañas publicitarias y de comunicación, dirigidas a un mercado objetivo específico, con el objetivo de posicionar y promover un destino turístico, sus atractivos y servicios, generando así una demanda turística sostenible y rentable a largo plazo.

Tabla 1

Operacionalización de la Categoría 1

Categoría	Subcategorías	Ítems
Promoción turística	Estrategias de marketing	¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul?
	Planeación de marketing	¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?
		¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?
	Mercado objetivo	¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionará como destino turístico a Cerro Azul?

Nota: La información corresponde al proceso de operacionalización de la categoría promoción turística

3.2.2. Desarrollo turístico

El desarrollo turístico se refiere al proceso de planificación, gestión y mejora continua de los servicios turísticos, la conservación y promoción del patrimonio turístico, la creación y diversificación de actividades turísticas sostenibles y la participación de la comunidad local en la toma de decisiones, con el fin de garantizar un desarrollo turístico equilibrado y sostenible que beneficie tanto a la comunidad como a los visitantes.

Tabla 2

Operacionalización de la categoría II

Categoría	Subcategorías	Ítems
	Servicios turísticos.	¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?

Desarrollo turístico	Patrimonio turístico	¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?
		¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro Azul?
	Actividades turísticas.	¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?
	Participación comunitaria	¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?

Nota: La información corresponde al proceso de operacionalización de la categoría desarrollo turístico

CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de investigación

La investigación se llevó a cabo bajo el enfoque cualitativo, tal como lo explica Arias (2021), esta perspectiva es de escala nominal y ordinal. Este tipo de estudio se caracteriza por no ser susceptible de medirse de manera numérica, sino a través de la observación y entrevista. Además, su metodología permite obtener información detallada y rica en experiencia de campo.

Asimismo, se clasifica como investigación básica, según lo establece Arias (2021), este tipo de estudio busca establecer una base teórica en el conocimiento y comprensión fundamental de un tema. Proporciona explicaciones teóricas y básicas de una situación, sin tener como objetivo resolverla, sino más bien servir como punto de partida para investigaciones más profundas.

4.2. Diseño de investigación

Este estudio se desarrolla bajo el diseño fenomenológico, es decir, se basa en la investigación de las vivencias de un individuo en relación con un evento, visto desde la perspectiva del propio sujeto. Este método implica la investigación de los aspectos más complejos de la vida humana, indagando en lo que va más allá de las mediciones cuantitativas (Fuster, 2019). Busca representar la estructura de la experiencia tal como está concebida en la conciencia, prescindiendo de teorías, deducciones o suposiciones de otras disciplinas (Guzmán, 2021).

4.3. Método de investigación

El método de investigación es el inductivo y en investigación se puede definir como un proceso de razonamiento que parte de la observación de casos particulares y, a partir de ellos se llega a la formulación de conclusiones generales. La interacción entre el investigador y la recopilación de datos lleva naturalmente a que la investigación cualitativa tienda a utilizar el enfoque inductivo (Valle et al., 2022), que inicia con la observación y el análisis de la realidad para la creación de conceptos y teorías (Gil, 2016).

En este estudio fenomenológico, se ha buscado comprender la esencia y la estructura de las experiencias tal como son vividas por los participantes. Se recopilaron datos a través de

entrevistas abiertas que permitió a los participantes expresar sus experiencias de manera rica y detallada. Luego, a través de un proceso de análisis, el investigador identificó patrones y significados comunes, construyendo gradualmente una comprensión más profunda del fenómeno estudiado.

4.4. Población y muestra

Población

La población para este estudio cualitativo estuvo conformada por gerentes del área de turismo, representantes de empresas de servicios de restauración, representantes de empresas de servicios hoteleros, representantes de agencias de viaje, turistas nacionales con experiencia en la zona, y pobladores locales de Cerro Azul, Cañete. En este tipo de estudios, la población no se define en términos de tamaño, sino más bien en términos de quiénes son las personas u objetos que pueden proporcionar la información necesaria para responder a las preguntas de investigación (Hernández et al., 2014).

Muestra

La muestra estuvo conformada por siete personas clave elegidas para participar en entrevistas en profundidad. La selección de estos participantes se fundamenta en su relevancia y conocimiento específico en relación con el fenómeno de estudio. Durante la investigación, se empleó el concepto de "punto de saturación", deteniendo la recolección y análisis de datos cuando no surgían nuevas categorías, lo que indicaba la saturación de la muestra. Este enfoque permite una exploración exhaustiva de las percepciones, experiencias y conocimientos de aquellos que desempeñan roles cruciales en el contexto de la investigación (Fuster, 2019).

El tipo de muestreo utilizado fue por conveniencia y bola de nieve. De acuerdo con Martínez (2012), este enfoque de muestreo es selectivo, de juicio o intencional. A diferencia de las metodologías cualitativas convencionales, no se eligen casos al azar, sino aquellos que sirven para profundizar en la descripción y comprensión del fenómeno de interés.

Asimismo, se aplicó el principio de representatividad socioestructural, donde se realizó un análisis teórico previo a la recolección de la muestra, utilizando la literatura disponible para identificar las estructuras sociales presentes en el campo muestral. En base a estos hallazgos, se seleccionó al menos un participante que representara estas estructuras sociales dentro del universo de estudio (Katayama, 2014).

En la Tabla 3 se presenta los diversos criterios que se ha utilizado.

Tabla 3

Criterio de selección de la muestra

Criterio socio estructural	Criterios de inclusión	Código
Gerente del área de turismo	Experiencia Reputación Disponibilidad	IG1
Representante de empres de serviciode restauración	Experiencia Reputación Disponibilidad	IR2
Representante de empresa deservicios hoteleros	Experiencia Reputación Disponibilidad	IH3
Representante de agencia de viaje	Experiencia Reputación Disponibilidad	IAV 4
Turista nacional	Experiencia Reputación Disponibilidad	ITN 5
Poblador 01	Experiencia Diversidad Disponibilidad	IP6
Poblador 02	Experiencia Diversidad Disponibilidad	IP7

Nota: Criterios de selección de cada persona clave que proporcionarán la información necesaria para su procesamiento y toma de decisiones.

4.5. Lugar de estudio

La investigación se desarrollará en Cerro Azul, un distrito que se sitúa en la provincia de Cañete, en la región de Lima, Perú. De acuerdo con el último censo del INEI realizado en 2017, cuenta con una población aproximada de 23,000 habitantes y abarca un área de 670.24 km². Su ubicación frente al Océano Pacífico y su riqueza natural, que incluye playas, islas y

reservas ecológicas, hacen del turismo, la pesca y la agricultura las principales actividades económicas de la zona. Este distrito se encuentra a unos 131 km al sur de la ciudad de Lima.

Figura 1

Ubicación del distrito de Cerro Azul, Cañete.

Nota: Mapa del distrito de Cerro Azul ubicado en Google Maps (2023)

4.6. Técnicas e instrumento para recolección de datos

Las técnicas que se emplearon fueron la entrevista a profundidad y la observación participante. Romero (2019) señala que, la entrevista a profundidad es una estrategia de investigación cualitativa que se caracteriza por ser una conversación en la que el investigador y el entrevistado intercambian información detallada sobre las experiencias, creencias, valores y perspectivas del entrevistado en relación con un tema específico. Este tipo de entrevista se enfoca en explorar el mundo subjetivo del entrevistado y entender su perspectiva en profundidad. La técnica se basa en preguntas abiertas y permite una gran flexibilidad para seguir las respuestas del participante. La técnica de entrevista es frecuentemente utilizada para una investigación social, cuyo propósito es recoger información de los participantes, determinados durante el estudio y que además se interpreta en base de la realidad (Meneses 2020).

Jocile (2018), la observación participante es una técnica de investigación cualitativa que involucra la participación del investigador en la situación o contexto que se está observando para obtener una comprensión más profunda y detallada de la perspectiva de los

participantes y las dinámicas del grupo o comunidad. El investigador se involucra en las actividades y relaciones sociales del grupo para recopilar datos de primera mano y tener una experiencia directa de la situación estudiada. La observación participante implica una inmersión profunda en el contexto y se basa en la flexibilidad y adaptación a los cambios que puedan surgir en la situación observada.

Se utilizó como instrumento una Guía de entrevista y según Hernández et al. (2014), esta es una lista de preguntas que se elabora, y que permite obtener información relevante y pertinente sobre el tema de investigación. Es una herramienta útil para el investigador en la recopilación de datos, ya que permite estructurar y planificar las preguntas que se realizarán durante la entrevista, lo que aumenta la consistencia y la objetividad de los resultados obtenidos. También se utilizó una Ficha de observación que "Permite al investigador anotar las situaciones o eventos que el investigador observa durante el estudio" (Arias, 2021).

La validación del instrumento se realizó siguiendo el Juicio de experto, es decir la evaluación de la calidad y relevancia del contenido. Según Hernández et al. (2021), es el nivel en que el contenido del instrumento es percibido como representativo, pertinente y útil para medir el concepto o constructo que se desea medir. Para lograr esto, los expertos en el tema evaluaron la claridad, coherencia y relevancia del contenido.

Tabla 4

Aspectos de validación del instrumento de investigación

Aspectos de validación	Descripción
Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.
Consistencia	Basado en aspectos científicos y teóricos.
Coherencia	Existe correspondencia entre las categorías, subcategorías y dominios.
Pertinencia	Adecuado al tema de investigación.

Nota: La información corresponde a los criterios de validación del instrumento.

Tabla 5

Ficha técnica de la entrevista semiestructurada

Objetivo del estudio	Analizar las percepciones y experiencias de los actores clave en relación con la promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete-2023
Fuente de información	Representantes turísticos del distrito de Cerro Azul, Cañete- Perú
Método de recolección de datos	Entrevista personal
Instrumento de recolección	Guía de entrevista
Población	Pobladores y empresarios del distrito de Cerro Azul involucrados en la gestión turística.
Muestra	Representante de: 01 servicio de restauración. 01 servicio Hotelero, 01 servicio de Agencia de viaje, 01 área de turismo de la municipalidad, 01 turista 02 pobladores del distrito involucrados con el sector turístico.
Método de selección de la muestra	No probabilística por conveniencia
Fecha de campo	Del 05 noviembre al 05 de diciembre

Nota: Datos esenciales que contempla la Ficha de la entrevista semiestructurada utilizada a lo largo de la investigación.

Tabla 6

Ficha técnica de observación

Objetivo del Estudio	Analizar las percepciones y experiencias de los actores clave en relación con la promoción turística

	como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete-2023
Fuente de información	Representantes turísticos del distrito de Cerro Azul, Cañete- Perú
Método de recolección de datos	Observación participante
Instrumento de recolección	Ficha de observación
Muestra	Representante de: 01 servicio de restauración. 01 servicio hotelero, 01 servicio de agencia de viaje, 01 área de turismo de la municipalidad, 01 turista 02 pobladores del distrito involucrados con el sector turístico.
Método de selección de la muestra	No probabilística por conveniencia
Fecha de campo	Del 05 noviembre al 05 de diciembre

Nota: Datos esenciales que contempla la Ficha de observación utilizada a lo largo de la investigación.

4.7. Análisis y procesamiento de datos

En el análisis y procesamiento de datos de la investigación, se empleó un diseño fenomenológico el que "se caracteriza por adoptar una posición reflexiva sobre la experiencia vivida bajo estudio" (Sanguino,2020, p.10), respaldado por el software Atlas.ti, específicamente diseñado para el análisis de datos cualitativos. Este programa facilitó la codificación, organización y visualización de la información en diversos formatos.

A nivel descriptivo, se utilizaron nubes de palabras para identificar términos y conceptos frecuentes. Esta herramienta ofreció una visión detallada de los elementos clave que emergieron en los datos.

En el análisis inferencial, se aplicó la matriz de coocurrencia o redes para descubrir relaciones más complejas entre los códigos. Además, se utilizaron tablas de registros de entrevistas y la triangulación para fortalecer la validez de los hallazgos, comparando y contrastando datos de diversas fuentes.

En conjunto, estas estrategias y herramientas permitieron obtener un análisis exhaustivo y riguroso de los datos recopilados durante la investigación, respaldando la comprensión profunda de las percepciones y experiencias de los actores clave en relación con la promoción turística y su contribución al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete-2022.

Para la validez y confiabilidad del instrumento se siguió las directrices de Borjas (2020), enfatizando la importancia de la categorización, diseñé y rediseñé constantemente, integrando y reintegrando el conjunto y las partes. Este proceso dinámico permitió una evolución continua a medida que revisaba el material, emergiendo el significado de cada hecho o dato.

Además, durante la fase de estructuración, me esforcé en relacionar, interpretar y teorizar con la información recopilada, estableciendo conexiones significativas entre los elementos del estudio. La contrastación fue crucial, ya que relacioné y contrasté los resultados con estudios similares presentados en el marco teórico-referencial, garantizando coherencia y validez.

La teorización me permitió integrar los resultados en un conjunto coherente y lógico. Mejoré continuamente el trabajo mediante la incorporación de aportes de los autores del marco teórico-referencial después de la fase de contrastación. Este enfoque riguroso se alinea con la orientación de Morse et al. (2018) sobre la responsabilidad de incorporar y sostener las evaluaciones de observadores externos.Para aumentar aún más la validez y confiabilidad, implementé las recomendaciones adicionales de Borjas (2020), quien propone la triangulación en métodos y técnicas, datos provenientes de diferentes fuentes de información, investigadores, teorías, empleando varias perspectivas para interpretar estructurar un mismo conjunto de datos, y disciplinas dentro de la investigación. Estas prácticas adicionales contribuyeron a fortalecer la robustez y la calidad general de la investigación.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

Los resultados del análisis de la información recopilada de las entrevistas se procesaron mediante el empleo del software Atlas Ti. Versión 9. Este software nos facilitó la identificación, y organización de los datos. A continuación, se exponen los hallazgos clave que servirán como base para deducir algunas conclusiones.

5.1. Resultados descriptivos

Frecuencia de códigos sobre el impacto de la promoción turística en el desarrollo turístico de Cerro Azul

Se realizó una exploración minuciosa de las entrevistas y observaciones recopiladas, identificando temas significativos, patrones y elementos clave que emergen de las experiencias de los participantes. Se utilizó una nube de palabras para resaltar la frecuencia de ciertos términos. La Figura 2 revela las palabras más comunes de los datos obtenidos sobre la promoción turística en el desarrollo turístico de Cerro Azul.

Figura 2

Categoría Promoción turística

Nota: La figura muestra la frecuencia de códigos de la información obtenida para medir el impacto de la promoción turística en el desarrollo turístico

Estos códigos fueron desarrollo turístico, promoción, turismo, servicios, compromiso, calidad, importancia y destino. Otros términos frecuentes incluyeron cultura, estrategias, turísticos, turistas y acceso. Aunque menos frecuentes, palabras como productos, necesidad,

empresarios, datos, medios, actores, crucial, efectiva y autoridades también surgieron y son relevantes.

Esta representación visual ofrece una visión panorámica de los datos y destaca la importancia relativa de diferentes conceptos, ayudando a visualizar las conexiones entre ellos. La combinación de análisis textual detallado contribuye a una comprensión más profunda y holística de las experiencias fenomenológicas, estableciendo así una base sólida para el análisis ulterior. Estos resultados destacan la relevancia de diversos factores y agentes en el desarrollo turístico de la zona, subrayando tanto los elementos positivos como los desafíos que deben abordarse.

Frecuencia de códigos relacionados con el reconocimiento del mercado objetivo y estrategias de marketing turístico

En relación con el reconocimiento e identificación del mercado objetivo y la creación de estrategias de marketing turístico para la promoción turística, los datos obtenidos a través de la nube de palabras revelan los códigos más frecuentes asociados a estos temas. Los términos más destacados fueron turísticos, mercado, estrategias y marketing, indicando una clara focalización en la planificación y ejecución de actividades para atraer a los turistas adecuados.

Figura 3

Promoción turística en el desarrollo turístico de Cerro Azul

Nota: La figura muestra la frecuencia de códigos clave, resaltando la importancia de estas áreas en la promoción turística de Cerro Azul.

Otros términos significativos incluyen turistas, atraer, efectiva, destino, calidad, colaboración y promoción, subrayando la importancia de acciones concertadas y colaborativas para mejorar la visibilidad del destino. Además, palabras como necesidades, fundamental, servicios, mejorar, identificación, desarrollo, específicas, segmento y crucial reflejan la necesidad de comprender las particularidades del mercado objetivo y adaptar las estrategias de marketing para satisfacer dichas necesidades y fomentar un desarrollo turístico sostenible y efectivo.

Frecuencia de códigos relacionados con el servicio turístico y desarrollo turístico

Los datos procesados para identificar cómo los servicios turísticos contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, según las percepciones de los actores clave, se presentan en la nube de palabras. Se observa una alta frecuencia de palabras como servicios, calidad, bioseguridad, desarrollo, protocolos, seguridad, y operadores, indicando la importancia de estos aspectos en la percepción de los actores clave. Códigos como estándares, visitantes, fiscalización, turismo, capacitaciones, y figura también se destacan, mientras que términos más periféricos pero relevantes incluyen a rigurosa, empresas, ámbito, y contribuir, señalando la variedad de temas abordados sobre el desarrollo turístico en la zona.

Figura 4

Percepciones clave sobre servicios turísticos en Cerro Azul

Nota: La figura destaca los códigos más frecuentes de los servicios turísticos relacionados al desarrollo turístico.

Frecuencia de códigos sobre el patrimonio turístico y su contribución al desarrollo turístico.

La Figura 5 representa la frecuencia de códigos obtenidos de las entrevistas al formular preguntas sobre cómo el patrimonio turístico contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul. Los códigos más frecuentes son patrimonio, turístico, promoción y desarrollo, subrayando la relevancia de estos elementos en la percepción de los entrevistados. En un segundo nivel, aparecen términos como comunidad, valor, historia, local, gestión, culturales, difusión y turistas, indicando la importancia de la interacción entre el patrimonio y la comunidad local. Palabras con menos frecuencia, pero igualmente significativas, incluyen preservación, turismo, valorización, zona, bienes, señalización, identidad, económico, destino y oferta.

Figura 5

Contribución del patrimonio turístico al desarrollo de Cerro Azul

Nota: La Figura destaca los códigos más frecuentes de las entrevistas sobre cómo el

patrimonio turístico contribuye al desarrollo de Cerro Azul.

Esta representación refleja una amplia gama de aspectos considerados por los actores clave. Aquí se destaca la interconexión entre el patrimonio turístico y el desarrollo, enfatizando la necesidad de una gestión integral y la valorización del patrimonio para potenciar el desarrollo turístico en este lugar.

Frecuencia de códigos sobre contribución de las actividades turísticas al desarrollo de Cerro Azul

La Figura 6 representa la frecuencia de códigos obtenidos de las entrevistas al formular preguntas sobre cómo las actividades turísticas contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul. Los códigos que con mayor frecuencia se presentan son actividades turísticas, visitantes, experiencia, fundamental y servicios. En un segundo nivel, encontramos palabras como promoción, eventos, local, desarrollo, turismo e importancia, que también juegan un papel crucial en la percepción de los entrevistados. Por último, encontramos las palabras menos frecuentes, pero igualmente importantes, como turistas, efectiva, constante, protocolos, impulsar, visita, gastronómicas, extranjero, empresarios, danza, concursos, artesanal, charlas y difundir atractivos.

Esta figura revela que las actividades turísticas y la experiencia de los visitantes son percibidas como fundamentales para el desarrollo turístico. Además, la promoción y la realización de eventos locales son vitales para impulsar el turismo y, en consecuencia, el desarrollo económico y cultural de la región.

Figura 6

Contribución de las actividades turísticas al desarrollo turístico

Nota: La Figura muestra los códigos más frecuentes obtenidos de las entrevistas, destacando la importancia de actividades turísticas sobre el desarrollo turístico en Cerro Azul.

Frecuencia de códigos sobre evaluación de la contribución de la participación comunitaria al desarrollo turístico de Cerro Azul

La Figura 7 representa la frecuencia de códigos obtenidos de las entrevistas al formular preguntas para evaluar de qué manera la participación comunitaria contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul. Los códigos con mayor frecuencia son participación comunitaria, comunidad, local, turismo, desarrollo y visitantes. En un segundo nivel, se encuentran palabras como residentes, promover y actividades. Otros términos relevantes, aunque menos frecuentes, incluyen zona, turistas, experiencia, distrito, sostenible, promoción, activa, amabilidad y región.

Este organizador revela que la participación comunitaria es percibida como un factor crucial para el desarrollo turístico de este lugar. La implicación activa de la comunidad local y la promoción de actividades turísticas contribuyen significativamente al atractivo y crecimiento sostenible del distrito.

Figura 7

Participación comunitaria en el desarrollo turístico

Nota: La Figura ilustra los códigos más frecuentes obtenidos de las entrevistas, destacando la importancia de la participación comunitaria y otros factores clave en el desarrollo turístico de Cerro Azul

5.2. Resultados inferenciales

Influencia de la promoción turística en el desarrollo de Cerro Azul

En el ámbito del turismo, la promoción es fundamental para atraer visitantes y mostrar los recursos y servicios de un destino. Esta investigación fenomenológica explora las experiencias y percepciones clave sobre la promoción turística en Cerro Azul, revelando desafíos y oportunidades. A continuación, presentamos en la Tabla 7 los datos más resaltantes derivados de las entrevistas en profundidad realizadas como parte integral de este estudio.

Tabla 7

Potencial y desafíos de la promoción turística en Cerro Azul: perspectivas locales y necesidades

Entrevistado	Respuesta
IG1	(…) Se ha inventariado los recursos turísticos, el museo y los puntos turísticos del distrito, se está trabajando conjuntamente con la Universidad de Cañete, con lospracticantes y promocionando los recursos que tenemos. También hemos formado unas asociaciones y se le ha dado valor para poder ingresar a un proyectodel Estado. (…) hemos creado las rutas turísticas del distrito de Cerro Azul, y seha enviado al Gobierno Regional de Lima para que a través de una ordenanza tenga la difusión del caso.
IR2	(…) Le falta mayor promoción. La administración de la municipalidad debe hacer promociones y propaganda al distrito de Cerro Azul para que haya afluencia de turistas, porque aquí solo se ve en temporada de verano y en inviernono, por lo tanto, debería establecer estrategias para generar mirada a nuestro destino turístico. La promoción es una herramienta para el turismo. Sin embargo, aquí en el distritono se percibe como si lo usaran de manera muy eficiente. Además, le falta demasiada difusión por las redes sociales, los medios de comunicación, ahora losagentes turísticos como son los restaurantes, hoteles y agencias de viaje, transporte turístico debe promocionarse y dar a conocer sus productos, sus eventos o

	servicios que ofrece en el mercado turístico a través de su ventana de venta (…).
IAV4	(…) Cerro Azul es una potencia turística, pero ahora que no es temporada solo hay afluencia los sábados y domingos. En su mayoría de visitantes solo tiene como una parada a Cerro Azul, pero no como un destino final para gozar de su estadía. Ahora se están yendo directo a Lunahuaná debido a que allá hay variedad y diferentes servicios que se le ofrece al viajero (…).
ITN 5	(…) El distrito de Cerro Azul alberga un inmenso potencial como un destino turístico de calidad. Sin embargo, lo que realmente se necesita es una inversión en relación a las playas y la infraestructura. Si bien es cierto que el malecón cuenta con una buena iluminación, adolece de mantenimiento y conservación adecuados. Además, aunque existen hoteles capaces de acoger a los turistas, sería fundamental que las autoridades municipales supervisen la calidad del servicio proporcionado, generando así la confianza y la seguridad de que los visitantes disfrutarán de una experiencia increíble y auténtica, sin ninguna forma de engaño (…).
IP6	La promoción turística que se lleva a cabo no me resulta particularmente eficaz y muestra deficiencias significativas. No percibo un compromiso notable por parte de la municipalidad hacia el turismo (…). Si realmente tuvieran un genuinointerés, estarían al tanto de la situación y organizarían eventos, promociones y actividades que destaquen nuestra cultura de manera más proactiva.
IP7	(…) La promoción que realiza la gestión municipal no es muy visible, pero se están esforzando por brindarle valor a nuestro distrito. Aparte considero que debería haber mayor compromiso sólido por parte de los gestores de hotelería para que logre ofrecer sus servicios y productos a través de sus medios de promoción.

Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes involucrados al sector turismo en el distrito de Cerro Azul.

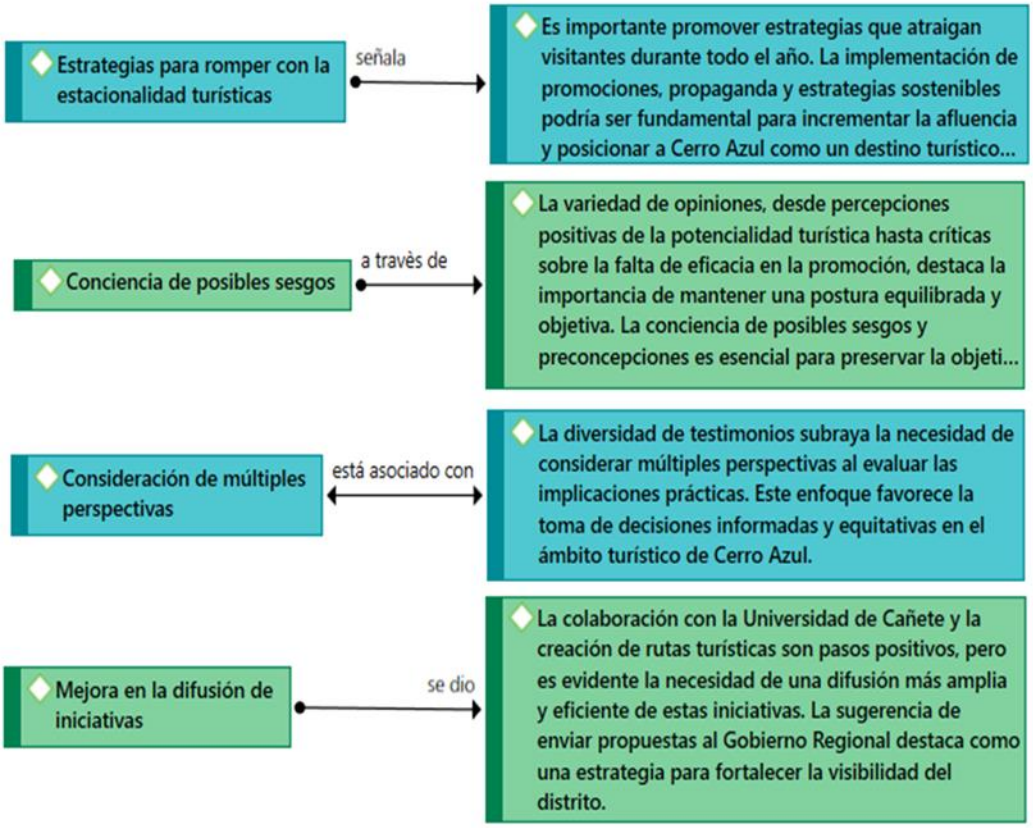
A través de la exploración fenomenológica, los hallazgos revelan una perspectiva compartida entre los participantes, destacando la importancia de la promoción turística como una fuente crucial de información para los visitantes en Cerro Azul. Sin embargo, se observa una discrepancia en la implementación efectiva y consistente de estas estrategias a través de loscanales de comunicación, como la página oficial y las plataformas en redes sociales. Por ejemplo, el participante IP7 expresó: "(...) La promoción realizada por la administración municipal no logra una visibilidad destacada, a pesar de sus esfuerzos por mejorar nuestra localidad. Además, considero necesario un mayor compromiso por parte de los administradores en el ámbito hotelero para dar visibilidad a sus servicios y productos mediantesus propios medios promocionales". Esta perspectiva destaca la importancia de la participaciónactiva tanto de las autoridades municipales como de los empresarios hoteleros.

Este punto de vista se refuerza con las palabras de IH3, quien señala: "La promoción actúa como una herramienta esencial para el turismo. Sin embargo, en nuestra localidad, pareceque no se está aprovechando de manera eficaz. Además, se observa una marcada falta de coherencia en las estrategias a través de los medios sociales, los canales de comunicación y, actualmente, por parte de los actores turísticos como restaurantes, hoteles y agencias de viajes.El medio orientado al turismo debería mejorar su presencia y dar a conocer sus productos, eventos o servicios disponibles en el mercado turístico, aprovechando su plataforma de comercialización (...)".

La convergencia de opiniones entre los participantes destaca la relevancia de la promoción turística como fuente informativa clave para los turistas. No obstante, se subraya la necesidad de mejorar las estrategias de promoción, involucrando tanto a las autoridades municipales como a los empresarios hoteleros, para optimizar la visibilidad y eficacia de estas iniciativas en beneficio del crecimiento turístico en Cerro Azul, así se resalta en la Figura 6, donde se organiza los aspectos que los entrevistados marcan como puntos comunes.

Figura 8

Patrones transversales de la promoción turistica en Cerro Azu



Nota: La tabla muestra patrones transversales de la información recopilada sobre la promoción turística en Cerro Azul.

El propósito central del turismo es impulsar el desarrollo local, lo que incluye preservar la herencia histórica. Este enfoque fenomenológico reconoce la importancia de la historia en el progreso local, y destaca cómo el desarrollo turístico impacta la calidad de vida, el estatus socioeconómico y el crecimiento profesional de los especialistas en turismo. La Tabla 8, contiene los datos proporcionados por los entrevistados sobre este tema.

Tabla 8

Estrategias de marketing como oportunidad de desarrollo en el turismo de Cerro Azul

Entrevistado	Respuesta

IG1	El liderazgo es crucial en nuestra región, y esperamos el respaldo de la comunidad para promover el desarrollo, ya que muchos dependen del turismo. Hago un llamado a la colaboración y compromiso de todos.
IR2	La falta de participación en las reuniones locales afecta nuestra gestión. A pesar de convocar conferencias desde Lima, la presencia es limitada. Formamos el grupo AHORA, pero la inscripción inicial de 20 personas disminuyó notablemente. El desarrollo turístico de Cerro Azul carece de dirección clara, aunque después de la pandemia, que ocasionó la caída de diversos negocios, se ha observado cierta mejoría.
IH3	Percibo que el desarrollo turístico en Cerro Azul está en una fase de mejora significativa. Tras la pandemia, muchos empresarios experimentaron dificultades, pero esta situación ha generado un impulso para el desarrollo local. Los pobladores están cada vez más involucrados en la mejora del distrito, mostrando una creciente preocupación por el medio ambiente y por valorizar nuestra rica cultura y tradiciones locales.
IAV4	La municipalidad ofrece charlas y capacitaciones para los operadores turísticos, mayormente a través de plataformas virtuales como Zoom. Sin embargo, a veces la falta de acceso a internet dificulta la participación. A pesar de esto, con la reactivación post pandemia, estamos viendo un resurgimiento y un crecimiento gradual en el turismo local. Aunque el desarrollo está en marcha, aún se necesitan mejoras en temas de seguridad y servicios básicos para todos, lo que fortalecería aún más nuestra posición.
ITN 5	(…) Consulté a jóvenes de la zona si disponían de acceso a servicios básicos como electricidad, agua y alcantarillado, y lamentablemente no pudieron proporcionarme una respuesta clara. Es muy probable que estos servicios escaseen en este lugar. Como bien sabemos, tales servicios resultan fundamentales para ofrecer un nivel de calidad adecuado y fomentar el desarrollo del turismo. A pesar de que Cerro Azul ostenta el estatus de destino turístico, resulta ineludible asegurar el acceso a servicios esenciales para

	todos sus residentes.
IP6	(…) Es importante los proyectos y programas que generan los líderes locales. El desarrollo del turismo está subiendo a paso lento, pero hay movimiento de visitantes, además nosotros los pobladores también buscamos un distrito seguro para nuestras familias.
IP7	En esta área, es notorio que cada individuo sigue su propio camino y se preocupa principalmente por sus intereses personales. Sería altamente beneficioso contar con un equipo de trabajo comprometido con el desarrollo turístico, encargado de diseñar programas y proyectos que favorezcan tanto alas empresas turísticas como a los visitantes. La presencia de líderes en este ámbito, sin duda, impulsaría el turismo de manera efectiva y segura. A pesar de que la riqueza cultural local se mantiene, es evidente que aún queda por hacer en cuanto a su divulgación. Sentimos un profundo orgullo por nuestra cultura, pero todavía existe un vacío en cuanto a su difusión. Cerro Azul posee todas las capacidades necesarias para emerger y prosperar.

Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul, para la categoría denominada desarrollo turístico.

La Tabla 08 revela las perspectivas de los entrevistados sobre el desarrollo turístico, destacando mejoras en la calidad del turismo, la participación de actores del sector y su transformación general. Se menciona también el liderazgo de los actores clave en este proceso. En este sentido, IP6 destaca la importancia de reconocer los proyectos generados por líderes locales, como la municipalidad, para promover el turismo en el distrito. Sin embargo, señala que esta dinámica es más común en verano que en invierno.

Por otro lado, ITN5 menciona la falta de servicios básicos como electricidad, agua y alcantarillado, elementos esenciales para brindar un servicio de calidad y desarrollar el turismo. Se enfatiza la necesidad de atender estas necesidades de la población, ya que el funcionamiento de las instalaciones turísticas depende de ello. Finalmente, IG1 destaca la importancia del liderazgo en la zona, resaltando la necesidad de compromiso político y el respaldo de la población para generar desarrollo en el distrito, especialmente en la temporada

de invierno.

La promoción turística, cuando se planifica y ejecuta adecuadamente, puede ser un factor crucial para impulsar el desarrollo turístico en una región. Al generar interés y atraer visitantes, no solo se aumenta la actividad económica relacionada con el turismo, sino que también se crea un efecto positivo en la infraestructura local, los servicios y la calidad de vida de los residentes. Una promoción efectiva puede dar a conocer los atractivos de un destino, destacar su cultura y patrimonio, y crear una reputación positiva que atraiga a más turistas y, en última instancia, fomente el desarrollo sostenible de la región, como se observa en la Figura 09 que muestra el cartel turístico de los puntos a visitar en el distrito de Cerro Azul y la Figura 10 Muro de bienvenida e ingreso a la Zona Arqueológica del Huarco.

Figura 9

Panel de información turística

Nota: Foto tomada por la investigadora (2023, 27 de junio) del cartel turístico en Cerro Azul que permite ubicar los centros turísticos del lugar como Plaza del distrito, Zona arqueológica elHuarco, muelle, museo, entre otros atractivos.

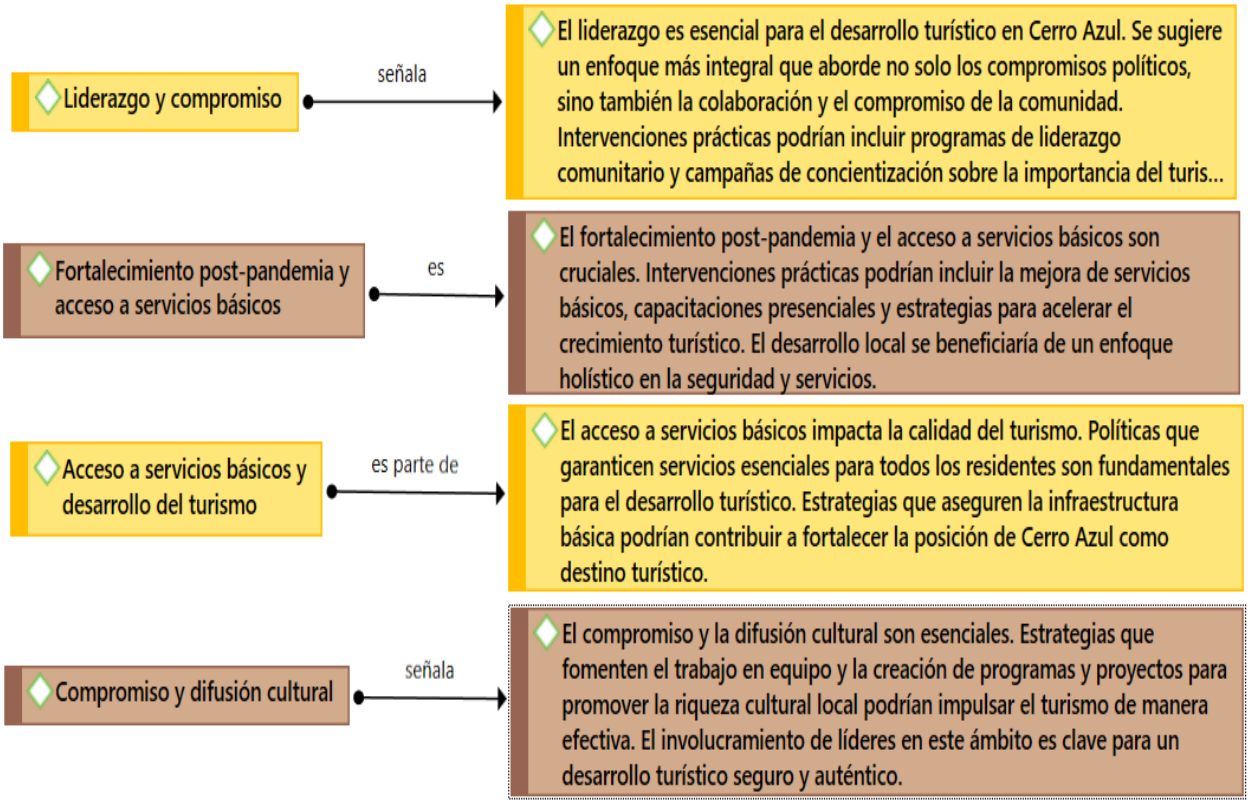
Figura 10

Zona arqueológica el Huarco

Nota: Foto tomada por la investigadora (2023, 27 de junio). Muro de bienvenida e ingreso a la Zona Arqueológica del Huarco.

Figura 11

Patrones transversales de las estrategias de marketing en Cerro Azul



Nota: Esta figura resume los puntos clave de las entrevistas sobre el fortalecimiento postpandemia, acceso a servicios básicos y desarrollo turístico en Cerro Azul.

Estos puntos clave emergen de las entrevistas realizadas a informantes expertos en el tema del turismo en Cerro Azul. Sus percepciones y conocimientos han revelado la importancia del fortalecimiento post-pandemia y el acceso a servicios básicos como pilares fundamentales para el desarrollo turístico. Asimismo, resaltan la necesidad de estrategias integrales que aborden tanto la mejora de los servicios básicos como la promoción de la cultura local, destacando el compromiso y la difusión cultural como elementos esenciales para impulsar el turismo de manera auténtica y sostenible.

Creación de estrategias de marketing turístico para la promoción turística.

La promoción turística juega un papel fundamental en el desarrollo de destinos turísticos como Cerro Azul. Este pueblo costero, con su rica historia, cultura y hermosos paisajes naturales, posee un potencial turístico notable. Sin embargo, para aprovecharlo al máximo es crucial implementar estrategias de marketing turístico efectivas y adaptadas a las características y necesidades del destino En este sentido, se analizará en la Tabla 9, la información recopilada de los entrevistados, personas comprometidas en el ámbito turístico.

Tabla 9

La planeación de marketing como estrategia de la promoción turística de Cerro Azul

Entrevistado	Respuesta
IG1	Actualmente, nos enfocamos en la utilización estratégica de plataformas de redes sociales para llegar a una audiencia más amplia y diversa. Además, colaboramos estrechamente con promotores turísticos locales, muchos de los cuales son jóvenes aprendices que forman parte de nuestro programa de capacitación. Esta colaboración nos ha permitido implementar exitosas campañas de difusión, especialmente a través de medios televisivos como los canales Willax y Televisión Nacional de Perú, amplificando así nuestro alcance y promoviendo de manera efectiva las atracciones y servicios turísticos de Cerro Azul, Cañete.
IR2	Las estrategias de marketing son fundamentales no solo para posicionar

	un producto, sino también para captar la atención del cliente y convertir esa atención en ventas. En el contexto turístico de Cerro Azul, Cañete, la colaboración entre el sector privado y la municipalidad puede ser clave para el desarrollo turístico sostenible. Por ejemplo, la municipalidad podría organizar reuniones periódicas con los gestores hoteleros y otros actores turísticos para compartir información sobre las tendencias del mercado y las oportunidades de promoción. Además, podrían colaborar en la creación de paquetes turísticos que incluyan experiencias únicas y auténticas de la zona, lo que podría atraer a un segmento más amplio de visitantes y aumentar la afluencia turística.
IH3	La municipalidad de Cerro Azul, Cañete, podría mejorar la efectividad de sus planes turísticos mediante la implementación de estrategias de marketing más estructuradas y orientadas a resultados. Por ejemplo, podrían realizar estudios de mercado para comprender mejor las necesidades y preferencias de los turistas, y así desarrollar campañas de promoción más efectivas y personalizadas. Además, podrían trabajar en colaboración con los gestores hoteleros y otros actores turísticos para crear paquetes y ofertas atractivas que destaquen las características únicas de Cerro Azul y que incentiven a los visitantes a regresar en el futuro.
IAV4	El marketing desempeña un papel crucial al guiar al turista en su ruta hacia Cerro Azul, al mismo tiempo que le proporciona un entendimiento más amplio de la gama de servicios que los distintos operadores, incluyéndome. En este sentido, es fundamental utilizar estrategias de marketing digital efectivas para llegar a los potenciales visitantes. Personalmente, opto por difundir mis servicios a través de mis propias plataformas de comunicación, como mi página web y redes sociales, especialmente mi fan page, donde comparto contenido relevante y atractivo sobre las experiencias únicas que pueden vivir los turistas en Cerro Azul. Además, considero importante colaborar con

	otros actores turísticos locales para crear paquetes y promociones que agreguen valor a la experiencia del visitante y generen mayor interés en nuestro destino.
ITN 5	Como turista que llegó por curiosidad a Cerro Azul, he tenido la oportunidad de explorar personalmente todas las ofertas promocionales que este destino tiene para ofrecer. Una de las características distintivas que he notado es la amabilidad de sus habitantes, quienes han sido fundamentales al brindarme orientación y consejos durante mi estadía. Sin embargo, también he percibido que durante la temporada de invierno la oferta turística es más limitada. Por ello, considero que sería de gran interés para los turistas como yo que se realicen eventos en la plaza que permitan conocer con más profundidad las tradiciones y la cultura local. Estos eventos podrían incluir actividades culturales, gastronómicas y artísticas que resalten la identidad de Cerro Azul y atraigan a más visitantes durante todo el año. Además, sería beneficioso promocionar estos eventos a través de campañas de marketing digital y colaboraciones con influenciadores locales para amplificar su alcance y generar mayor interés en la comunidad turística.
IP6	Un plan de marketing bien estructurado para Cerro Azul debe comprender una serie de estrategias diseñadas específicamente para el sector turístico. Este plan es fundamental porque traza las pautas a seguir para alcanzar los objetivos establecidos en un marco de tiempo específico, con la finalidad de introducir y posicionar el destino en el mercado turístico. A pesar de que Cerro Azul ya realiza actividades promocionales, sería beneficioso mejorar y extender estas iniciativas tanto durante la temporada de verano como en invierno. Para lograrlo, se pueden implementar estrategias como la creación de paquetes turísticos especiales para la temporada de invierno, la organización de eventos culturales y tradicionales que atraigan a turistas incluso en los meses menos concurridos y la colaboración con agencias de viajes y

	operadores turísticos para promocionar el destino de manera más efectiva. Además, es importante utilizar herramientas de marketing digital como redes sociales, blogs de viajes y campañas de correo electrónico para llegar a una audiencia más amplia y diversa. Con estas estrategias, Cerro Azul puede mantener su atractivo turístico durante todo el año y seguir atrayendo a visitantes interesados en explorar sus encantos naturales y culturales.
IP7	La administración debe contar con un plan de acción; si bien la municipalidad lo tiene, los resultados tangibles no son evidentes. Existe una falta de promoción y, sobre todo, de involucrar activamente a la ciudadanía para colaborar en mejoras conjuntas.

Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul,para la subcategoría denominada establecimiento de estrategias de marketing.

Los entrevistados reconocen la importancia del marketing en la promoción turística de Cerro Azul. Se destaca el uso estratégico de plataformas de redes sociales, la colaboración con promotores turísticos locales y la implementación de campañas de difusión efectivas como elementos clave en las estrategias de marketing. Asimismo, Se hace hincapié en la colaboración entre el sector privado, la municipalidad y otros actores turísticos para desarrollar estrategias de marketing efectivas. Esta colaboración se ve como fundamental para el desarrollo turístico sostenible y la creación de paquetes turísticos atractivos.

Se reconoce la importancia de utilizar estrategias de marketing digital efectivas, como el uso de redes sociales, blogs de viajes y campañas de correo electrónico, para llegar a una audiencia más amplia y diversa de turistas potenciales. Por otro lado, se sugiere la necesidad de diversificar la oferta turística de Cerro Azul, especialmente durante la temporada de invierno, a través de la organización de eventos culturales y tradicionales que atraigan a turistas durante todo el año.

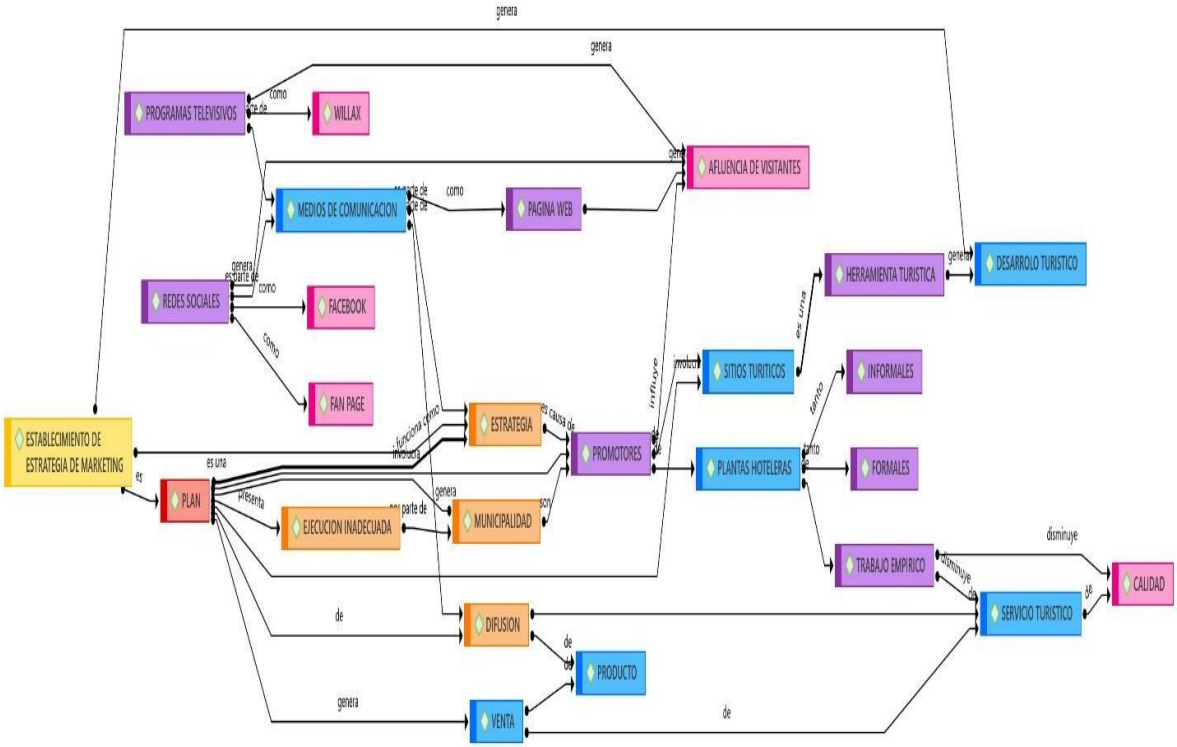
Se destaca la importancia de mejorar y estructurar las estrategias de marketing para que sean más efectivas y orientadas a resultados, incluyendo la realización de estudios de mercado y la creación de paquetes turísticos personalizados. Los entrevistados concuerdan en la necesidad de involucrar activamente a la comunidad en las iniciativas de promoción

turística, para colaborar en mejoras conjuntas y aumentar el sentido de pertenencia hacia el destino turístico.

Por lo expuesto, podemos concluir que, para alcanzar el desarrollo turístico de Cerro Azul, es necesario implementar estrategias de marketing bien estructuradas y orientadas a resultados, que involucren la colaboración entre diferentes sectores y que aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el marketing digital. Además, es importante diversificar la oferta turística y promover la participación activa de la comunidad en las iniciativas turísticas.

Figura 12

Red de códigos de establecimiento de marketing



Nota: Red de códigos extraído al procesar en el Atlas TI la información obtenida en la entrevistareferente a la subcategoría establecimiento de estrategias de marketing.

De acuerdo a la Figura 12, en el contexto del desarrollo turístico de Cerro Azul, se ha identificado la importancia de implementar estrategias de marketing efectivas. Esto incluye la utilización de programas televisivos como medio de promoción, así como el uso estratégico de

redes sociales como Facebook y páginas de seguidores (fan page) para llegar a una audiencia más amplia y diversa. Además, se destaca la relevancia de contar con una presencia en línea sólida a través de páginas web atractivas y funcionales que brinden información detallada sobre los productos turísticos disponibles en el distrito.

Otra estrategia clave es la mayor presencia de promotores turísticos locales, especialmente jóvenes aprendices, que puedan colaborar en la difusión de los productos turísticos y en la creación de experiencias únicas para los visitantes. Todo esto debe estar respaldado por un plan integral para el desarrollo turístico que incluya acciones específicas para promover la difusión y venta de los productos turísticos de Cerro Azul. Esta combinación de estrategias busca posicionar a Cerro Azul como un destino turístico atractivo y competitivo, capaz de ofrecer experiencias memorables a sus visitantes.

Identificación del mercado objetivo en el sector turístico

La identificación del mercado objetivo en el sector turístico de Cerro Azul es un proceso fundamental que implica la búsqueda minuciosa, reconocimiento y delimitación del perfil de los posibles clientes. Este enfoque permite localizar con precisión el segmento de individuos cuyos deseos y necesidades pueden ser satisfechos por los productos o servicios ofrecidos en el ámbito turístico. Es importante destacar que este proceso va más allá de un reconocimiento superficial; implica comprender a fondo al cliente, adentrándose en la esencia de sus motivaciones, expectativas y peculiaridades.

En las entrevistas realizadas con los actores clave, se profundizó en estos aspectos, explorando las experiencias y perspectivas que delinean la comprensión fenomenológica de la identificación de clientes en Cerro Azul. La Tabla 10 organiza de manera sistemática los detalles extraídos de estas conversaciones. Cada información en la tabla no solo representa datos tangibles, sino también las voces y percepciones que contribuyen en el sector turístico.

Tabla 10

Reconocimiento e identificación de mercados objetivo

Entrevistado	*Respuestas*
IG1	El posicionamiento de Cerro Azul como un destino turístico es crucial para

	atraer tanto a visitantes nacionales como internacionales. Nuestra visión es atraer a personas de diversas nacionalidades cada año, pero para lograr este objetivo, es fundamental establecer una colaboración conjunta. Esto implica una estrecha cooperación tanto de nuestra parte como gestión municipal, así como con las empresas turísticas locales. Cerro Azul cuenta con una rica diversidad de atractivos para ofrecer, y es importante destacarlos de manera efectiva para captar la atención de nuestro mercado objetivo.
IR2	Cerro Azul representa un potencial turístico significativo, con la capacidad de atraer no solo visitantes nacionales, sino también extranjeros. Para mejorar nuestra calidad turística, es crucial trabajar en conjunto con todos los restaurantes y hoteles locales. Mi visión es crecer y desarrollar mi negocio en este entorno, pero para lograrlo, necesitamos el apoyo municipal para contar con más herramientas y estrategias de superación que nos permitan destacarnos en el mercado y satisfacer las necesidades de nuestro mercado objetivo de manera más efectiva.
IH3	Identificar el mercado objetivo en el sector turístico de Cerro Azul es fundamental para la promoción efectiva. El mercado objetivo no es solo una elección, sino una comprensión profunda de quiénes son los turistas que visitan la zona, ya sean locales o extranjeros. Es necesario reforzar los productos y servicios ofrecidos, mejorando la calidad para atraer a turistas internacionales, que suelen tener expectativas más exigentes. Esto implica no solo mejorar la infraestructura turística, sino también la promoción adecuada para llegar a este segmento de mercado con eficacia y destacarse en un mercado competitivo. La identificación del mercado objetivo en el sector turístico de Cerro Azul es esencial para desarrollar estrategias efectivas de promoción. Actualmente, se observa una falta de marketing y de estrategias específicas para atraer turistas extranjeros y de diferentes partes del Perú. Es necesario implementar campañas de marketing adecuadas, así como desarrollar

IAV4	estrategias de promoción que incluyan invitaciones y propuestas atractivas para estos segmentos de mercado. Como distrito, contamos con una variedad de atractivos que pueden ser de interés para los turistas, pero es crucial mejorar la administración de los recursos turísticos disponibles. Se requiere un enfoque más organizado y eficiente en la gestión de los recursos para garantizar su sostenibilidad y maximizar su potencial para atraer visitantes.
ITN 5	Las autoridades de turismo en el distrito de Cerro Azul deberían estar proyectadas en atraer turistas extranjeros, conociendo mejor sus exigencias para hacer de Cerro Azul un destino eficiente y que ofrezca una buena calidad en sus productos y servicios. Identificar el mercado objetivo es crucial para adaptar la oferta turística y satisfacer sus necesidades específicas. Las empresas turísticas locales deben estar empeñadas en difundir más los atractivos del lugar, promocionando sus servicios de manera efectiva y utilizando estrategias de marketing adecuadas para llegar a este segmento de mercado.
IP6	Cerro Azul tiene la ambición de atraer a clientes extranjeros de alto nivel (categoría A). Para lograrlo, debe dar prioridad al desarrollo integral de sus instalaciones turísticas, fomentando una colaboración cohesionada entre ellas. Identificar el mercado objetivo es crucial para adaptar la oferta turística y satisfacer las necesidades específicas de este segmento de clientes. Por otro lado, este destino turístico posee un potencial considerable para satisfacer demandas en términos de alimentación y alojamiento. No obstante, sería prudente que trabajara en la mejora continua de su calidad para garantizar experiencias excepcionales a los visitantes. Es importante también considerar estrategias de marketing específicas para llegar a este segmento de mercado y destacar los atributos únicos de Cerro Azul que pueden atraer a estos clientes exigentes.
IP7	Es crucial reforzar la colaboración entre todos los representantes involucrados en el sector turístico de Cerro Azul, con el propósito de

	ofrecer un servicio al visitante que sea significativamente superior. Esta colaboración podría traducirse en una mejora notable en la calidad del servicio, lo que a su vez contribuiría al estímulo del turismo y a la atracción de visitantes. Mientras que Cerro Azul tiene como objetivo atraer a turistas extranjeros durante el verano, es durante el invierno cuando la mayoría de los visitantes son de origen nacional y local. Identificar y satisfacer las necesidades específicas de cada segmento de mercado es fundamental para el éxito de la estrategia de promoción turística de Cerro Azul.

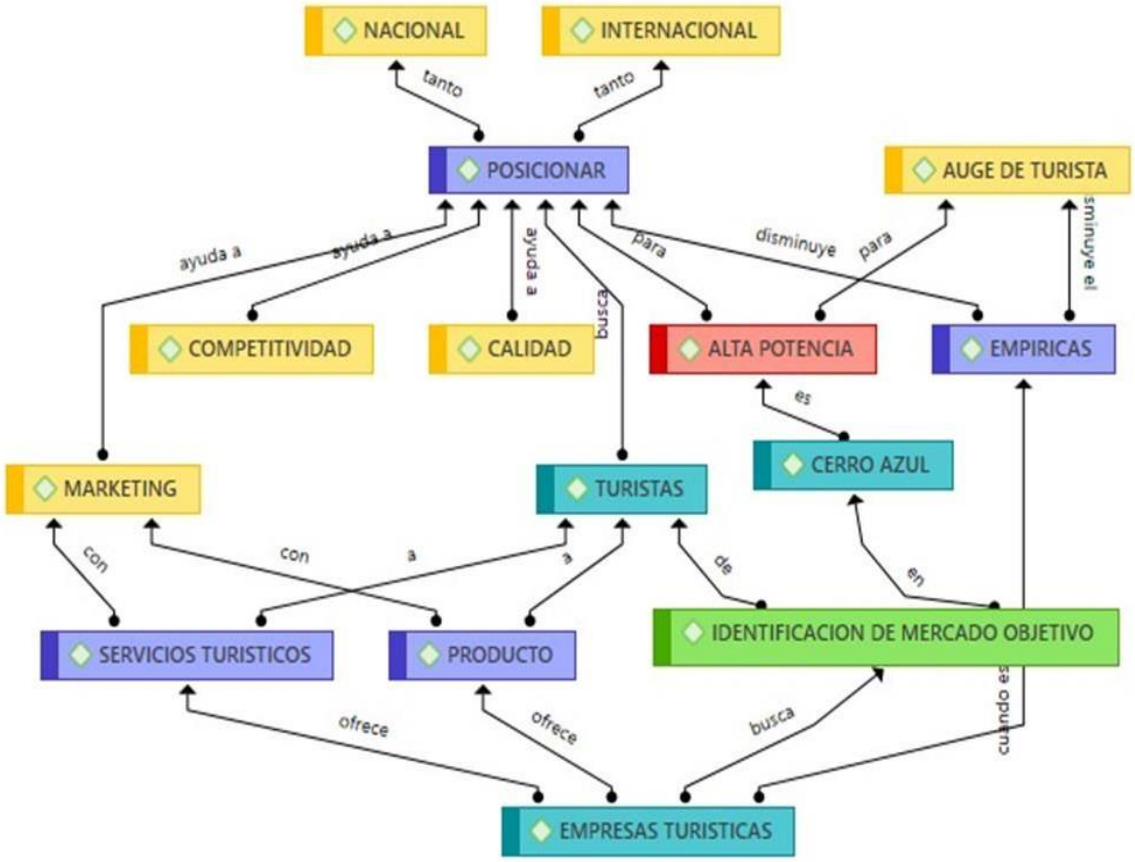
Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul,para la subcategoría denominada establecimiento de mercado objetivo.

Los datos obtenidos sugieren que Cerro Azul tiene un potencial significativo para atraer a turistas tanto nacionales como internacionales, pero es necesario un esfuerzo coordinado y enfocado para lograrlo. La identificación del mercado objetivo es fundamental para adaptar la oferta turística y satisfacer las necesidades específicas de cada segmento de clientes. La colaboración entre las autoridades municipales, las empresas turísticas locales y otros actores del sector es crucial para mejorar la calidad de los servicios turísticos y desarrollar estrategias de marketing efectivas. Con un enfoque adecuado en la identificación y satisfacción de las necesidades del mercado objetivo, este distrito puede convertirse en un destino turístico de alto nivel, atrayendo a visitantes de diversas nacionalidades y contribuyendo al desarrollo económico y cultural de la región.

En consecuencia, es fundamental que en Cerro Azul se establezcan estrategias claras y coordinadas para identificar y atraer a su mercado objetivo. Esto incluye mejorar la calidad de los servicios turísticos, promover eficazmente los atractivos del lugar y trabajar en colaboración con todas las partes interesadas, como autoridades municipales, empresas turísticas locales y la comunidad en general. Se deben desarrollar campañas de marketing específicas para llegar a turistas nacionales e internacionales, adaptando la oferta turística a sus necesidades y expectativas. Además, es importante mantener un enfoque continuo en la mejora de la calidad y la diversificación de los servicios, para garantizar experiencias excepcionales a los visitantes y posicionarlo como un destino turístico de alto nivel y sostenible.

Figura 13

Red de códigos de identificación del mercado objetivo



Nota: Red de códigos extraído al procesar en el Atlas TI la información obtenida en la entrevista referente a la subcategoría identificación de mercado objetivo.

Basándonos en los códigos interrelacionados de la Figura 13, podemos inferir que Cerro Azul tiene como objetivo posicionarse como un destino turístico de alta calidad y competitividad tanto a nivel nacional como internacional. Para lograrlo, es crucial identificar y entender a fondo el mercado objetivo, adaptando la oferta turística para satisfacer sus necesidades y expectativas. Esto implica no solo mejorar la calidad de los servicios turísticos y la promoción efectiva de los atractivos del lugar, sino también trabajar en colaboración con las empresas turísticas locales y las autoridades municipales. La implementación de estrategias de marketing adecuadas es fundamental para destacar los atributos únicos de Cerro Azul y atraer

a turistas exigentes. Por ello, la identificación del mercado objetivo y el desarrollo de una oferta turística de calidad son clave para posicionar a Cerro Azul como un destino turístico destacado a nivel nacional e internacional.

Contribución de los servicios turísticos al desarrollo de Cerro Azul, Cañete.

Los servicios turísticos, que incluyen hoteles, restaurantes, transporte, agencias y guías, forman una red interconectada crucial para los viajeros al ofrecer experiencias integrales. Esta dinámica permite a los actores turísticos ofrecer una amplia gama de servicios que satisfacen las necesidades y deseos de los visitantes. La Tabla 11 organiza las respuestas dadas por lo informantes.

Tabla 11

Calidad de los servicios turísticos para el desarrollo del turismo

Entrevistado	Respuesta
IG1	(…) Aunque actualmente los servicios turísticos ofrecidos en Cerro Azul no alcanzan los estándares de calidad deseados, estamos comprometidos con un proceso constante de mejora. En mi rol como representante del área de turismo, estoy empeñado en impartir charlas con el objetivo de elevar la calidad de los servicios brindados. Asimismo, quiero enfatizar la importancia de mantener estándares uniformes y seguir estrictos protocolos de bioseguridad. Además de esto, estamos llevando a cabo una supervisión rigurosa de los operadores turísticos para asegurar que ofrezcan un servicio de la más alta calidad. Nuestro objetivo es proporcionar experiencias óptimas para quienes visitan nuestra localidad, y esto solo puede lograrse a través de un compromiso constante con la mejora y la excelencia en cada aspecto de los servicios turísticos que ofrecemos.
	Se debería trabajar con productos e insumos frescos y hacer sentir al cliente que come un potaje bueno y donde se cumple con los protocolos de bioseguridad y la buena manipulación de alimentos. Además, fomentar el

IR2	compromiso de los representantes con el turismo sería un buen aporte y mejorapara brindar un servicio uniforme y de calidad. Mi negocio brinda un excelente servicio.
IH3	La calidad del servicio ofrecido en el distrito de Cerro Azul, en términos generales, presenta deficiencias significativas. Un ejemplo palpable es la situación en los restaurantes, donde resulta fundamental que las autoridades municipales intensifiquen su labor de fiscalización para garantizar la correctamanipulación de alimentos. Es innegable que se requiere un esfuerzo sostenidoen aras de la mejora y elevación de la calidad de los servicios brindados en la localidad.
IAV4	Me considero al frente de una empresa que se distingue por ofrecer servicios de calidad a nuestros clientes. Como agencia turística, nos preocupamos por proveer los elementos de seguridad necesarios, tales como cascos, guantes y, especialmente después de la experiencia que vivimos en tiempos de pandemia,suministramos alcohol en gel. Es importante mencionar que nuestra empresa cumple rigurosamente con todas las normativas de bioseguridad establecidas.No obstante, es necesario señalar que existen otros negocios que carecen de capacitaciones y charlas sobre bioseguridad. Esta falta de preparación se traduce en un descuido en la calidad del servicio que se ofrece en Cerro Azul,especialmente durante las temporadas de alta afluencia turística. Además, en la temporada de invierno, la oferta de servicios por parte de los operadores turísticos es limitada, lo que impacta en la experiencia de los visitantes
ITN 5	(…) Lo que tendría que haber es un control de lo que se utiliza para cocinar, vale decir la calidad de pescado, la frescura del pescado porque puede ocurriruna intoxicación. Cerro Azul es toda una potencia para ser un destino turísticosólido, falta mayor compromiso y liderazgo e innovación de los negocios turísticos.
	Todavía nos falta desarrollarnos como localidad turística. Los visitantes

IP6	necesitan encontrar nuevos y creativos productos a favor del turismo, el servicio que brinda mi distrito es ocasiones son limitadas y en otras súper revalorada. Es indispensable que en la actualidad haya desarrollo, evolución ycrecimiento para los pobladores y negocios desde lo más pequeño al grande, porque en conjunto nosotros brindamos un servicio. Además, falta fiscalización continua a los operadores del turismo
IP7	En el ámbito de restaurantes, hospedaje y agencias de viaje, lamentablemente,la informalidad es más común de lo deseado. Esta situación refleja de maneraevidente la carencia de calidad tanto en la infraestructura como en el servicio brindado. Además, es importante señalar que estas empresas no cumplen con los estándares y protocolos necesarios para operar de manera adecuada. Es desuma importancia subrayar que todas las empresas deben cumplir con ciertas normas, incluyendo la utilización de uniformes y la demostración de cordialidad hacia los visitantes, incluso cuando la capacidad de suestablecimiento está en su máximo aforo. Es evidente que hay un déficit en lacalidad del turismo en general, pero es alentador constatar que se están dando pasos hacia la mejora y el progreso en esta dirección.

Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul,para la subcategoría denominada servicios turísticos.

En la Tabla 11 se reflejan las percepciones de los entrevistados sobre los servicios turísticos. Estos testimonios indican que la calidad de los servicios ofrecidos no siempre cumple con las expectativas deseadas. Sin embargo, se observa una clara intención de realizar mejoras, ya sea a través de enfoques empíricos o con recursos propios. En algunas instancias, la municipalidad interviene proporcionando charlas y capacitaciones, como lo evidencia nuestro entrevistado IG1, quien menciona que, si bien se reconoce que la calidad actual de los servicios turísticos en Cerro Azul no es óptima, existe un esfuerzo continuo por mejorar. En mi rol como representante del área de turismo, busco impartir charlas que contribuyan a elevar la calidad del servicio, enfatizando la importancia de detalles como uniformes y protocolos de

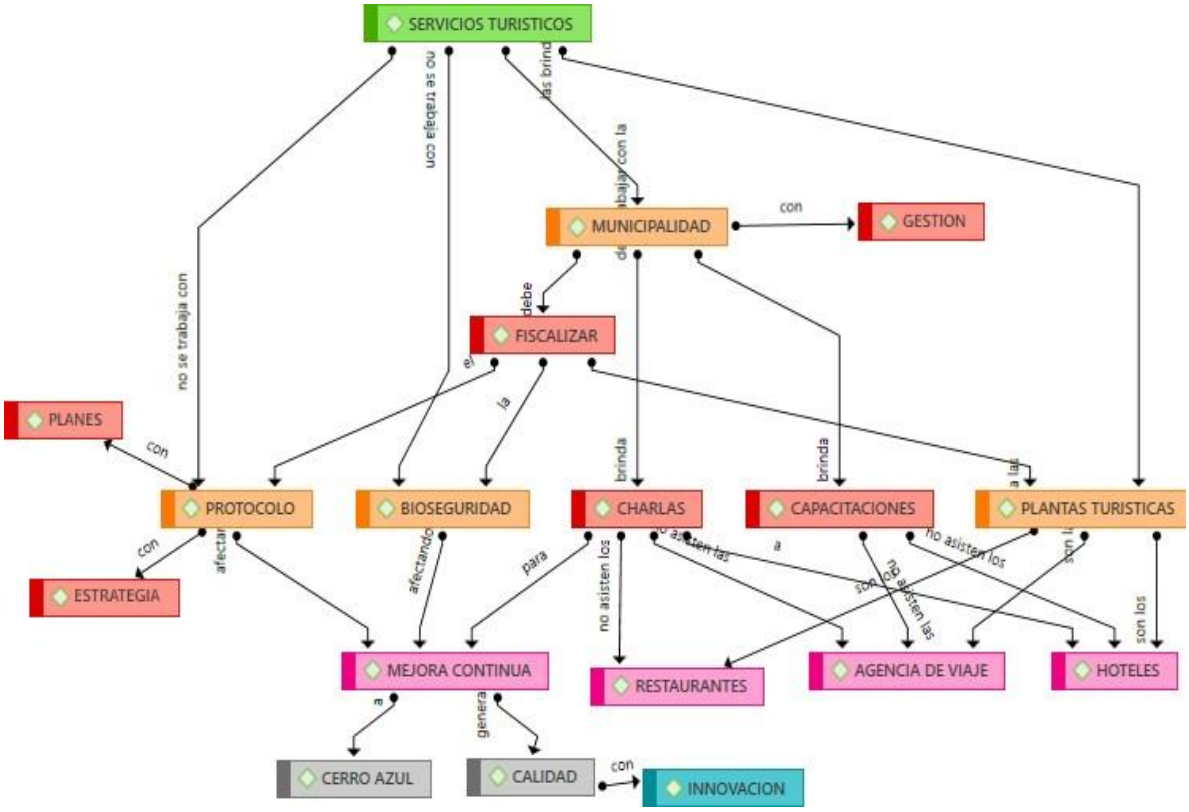
bioseguridad. Además, se realiza una supervisión constante de los operadores turísticos con el fin de garantizar un servicio óptimo y de calidad.

Respaldando estos puntos de vista, nuestra entrevistada IP6 destaca que en Cerro Azul como destino turístico aún hay espacio para el desarrollo. Los visitantes esperan encontrar propuestas novedosas y creativas en el ámbito turístico. Sin embargo, la oferta de servicios en su distrito a veces es limitada. En este sentido, es fundamental fomentar el desarrollo, la evolución y el crecimiento tanto para los residentes como para los negocios, independientemente de su tamaño, ya que juntos están proporcionando un servicio. Además, IP6 señala la necesidad de una supervisión más constante a los operadores turísticos.

En resumen, resulta evidente que se requiere una gestión más eficiente y una supervisión más rigurosa por parte de las autoridades municipales, con el fin de impulsar la evolución y la calidad de los servicios dirigidos a los consumidores. Se debe focalizar en mantener los suministros en condiciones óptimas y prevenir cualquier tipo de engaño o estafa.

Figura 14

Interconexión estratégica: Servicios turísticos y gestión municipal en Cerro Azul



Nota: Red de códigos extraído al procesar en el Atlas TI la información obtenida en la entrevista referente a la subcategoría servicios turísticos.

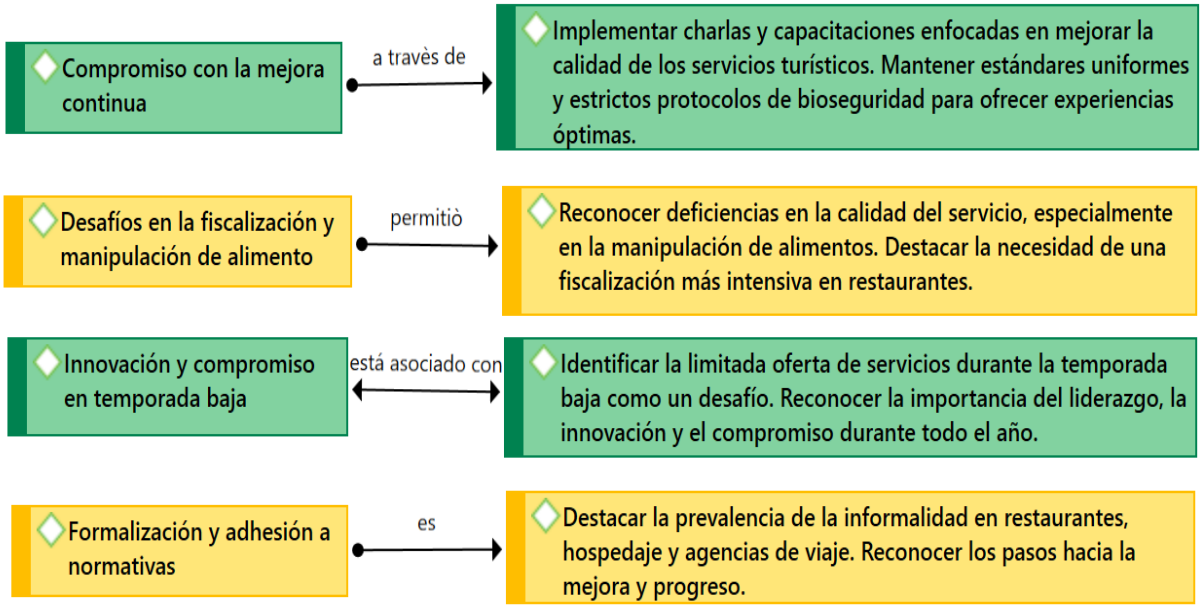
En la Figura 14 se observa como el desarrollo turístico de Cerro Azul, se ve influenciado por una serie de factores interconectados que incluyen la gestión de la municipalidad, la fiscalización de los servicios turísticos y la implementación de protocolos de bioseguridad. La gestión municipal se destaca por su papel en la supervisión y control, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y seguridad.

Los protocolos de bioseguridad juegan un papel crucial en este proceso, ya que garantizan la seguridad de los visitantes y contribuyen a la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos, además, se promueven charlas y capacitaciones para los actores clave de la industria turística, como restaurantes, agencias de viajes y hoteles, con el objetivo de mejorar sus servicios y contribuir al desarrollo turístico de la zona.

Esta red de códigos refleja un enfoque integral hacia el desarrollo turístico, donde la gestión municipal, la fiscalización, los protocolos de bioseguridad y las capacitaciones juegan roles clave en la mejora continua de la calidad de los servicios turísticos y en la promoción de un turismo seguro y sostenible.

Figura 15

Patrones transversales de los servicios turísticos en Cerro Azul



Nota: La figura destaca áreas críticas como estándares de calidad y fiscalización, resaltando estrategias clave para mejorar el turismo, según los datos proporcionados por los entrevistados.

Basándonos en la Figura 15 y el objetivo del estudio, podemos inferir que los servicios turísticos en Cerro Azul están enfocados en la mejora continua, tanto en la calidad de los servicios como en la seguridad de los visitantes. Se destaca la implementación de charlas y capacitaciones como una estrategia clave para alcanzar estos objetivos. Además, se reconoce la necesidad de una fiscalización más rigurosa, especialmente en la manipulación de alimentos, para garantizar estándares uniformes.

La innovación y el compromiso durante la temporada baja son aspectos valorados para mejorar la oferta de servicios y mantener la atracción turística durante todo el año. Esto sugiere una preocupación por la sostenibilidad y la diversificación de la oferta turística en este lugar. La formalización y la adhesión a normativas se perciben como elementos importantes para garantizar la calidad y seguridad de los servicios turísticos. Esto indica un compromiso con el cumplimiento de regulaciones y normas establecidas, lo que puede contribuir al desarrollo turístico sostenible de la zona.

Contribución del patrimonio turístico al desarrollo de Cerro Azul, Cañete.

El patrimonio turístico de Cerro Azul, Cañete representa un legado invaluable de bienes naturales y culturales transmitidos por nuestros antepasados. Estos elementos no solo narran una historia rica en acontecimientos y tradiciones, sino que también poseen un valor especial reconocido por la sociedad, entidades turísticas y los propios habitantes. El patrimonio turístico no solo es un legado cultural, sino también una herramienta de trabajo para los profesionales del sector turismo, ya que, bien administrado, puede generar divisas y formar parte de rutas turísticas destacadas. Su promoción y difusión son fundamentales para resaltar la importancia de la cultura local, impactando positivamente en la vida de la comunidad.

Tabla 12

Importancia del patrimonio turístico para el desarrollo turístico

Entrevistado	Respuesta

IG1	Cerro Azul atesora un patrimonio turístico de gran riqueza, sustentado en unacultura singular que nos distingue. El florecimiento del sector turístico se nutrede los legados que nos legaron nuestros ancestros. Como embajadores del turismo, realizamos labores de supervisión y elaboramos inventariosutilizando los recursos disponibles. Nuestro propósito es preservarlos y gestionarlos con el fin de que las generaciones venideras puedan apreciarlos en su esencia. La trascendencia del patrimonio cultural y natural es innegable en el desarrollo turístico y para el enriquecimiento de la comunidad local.
IR2	Cerro Azul tiene como patrimonio y cultura El Huarco, pero no hay un guía disponible cuando se le va a visitar (…). No hay señalizaciones, (…). La municipalidad y entidades involucradas debe darle el valor que se amerita (…).Es indispensable que haya recursos y patrimonios turísticos porque es lo que atrae a los visitantes a mi distrito y genere ingreso monetario a los negocios locales y el mío.
IH3	Los patrimonios naturales y culturales son muy importante dentro de una localidad debido a que ellos son esencial para contar nuestra historia, cultura y gastronomía (…) Cerro Azul le falta cuidar y dar valor a nuestros patrimonios tanto naturales y culturales, Asimismo, debería resaltar la gastronomía porque nosotros somos un distrito que realmente brindamos un potaje de pescados y mariscos exquisito y sería muy bueno resaltar todo nuestro patrimonio en lo que involucrar la gastronomía.

IAV4	Es de importancia total, porque nosotros hacemos el recorrido de una ruta muycerca a al patrimonio cultural. Contar con ello hace que nuestro servicio de agencia de viaje cuente con un plus y genere la curiosidad de conocerlo. Aposté por Cerro Azul con mi negocio por se perfila a crecer, pero en temporada de invierno requiere de ideas buenas por parte de la gestión municipal para atraer turistas.
ITN 5	Yo he visto el museo de Cerro Azul y no observo promoción y difusión, tampoco he notado que promuevan el sitio arqueológico El Huarco, solo unpoblador me lo recomendó. pero a solas no pude llegar (…). Es importante que haya panel o carteles que indique con qué servicio turístico se cuenta para visitarlo. El desarrollo local que observo no es de gran novedad, pero hay mejoras. Tengo altas expectativas de este lugar.
IP6	Es muy importante el patrimonio tanto natural como cultural dentro del distritoporque es un lugar y pedacito de nosotros en la cual hace que se fomente el turismo y que han marcado historia, tradición en Cerro Azul (…) El desarrollo local está evolucionando, pero a paso lento.
IP7	Es muy importante porque narra la historia de la localidad y eso es lo que se vende al turista, pero aun así Cerro Azul contando con recursos debería también ponerle en valor y promocionarlo. A veces dejamos en el olvido diferentes patrimonios y esperemos la municipalidad haga algo al respecto, requiere repotenciar.

Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul, para la subcategoría denominada patrimonio turístico.

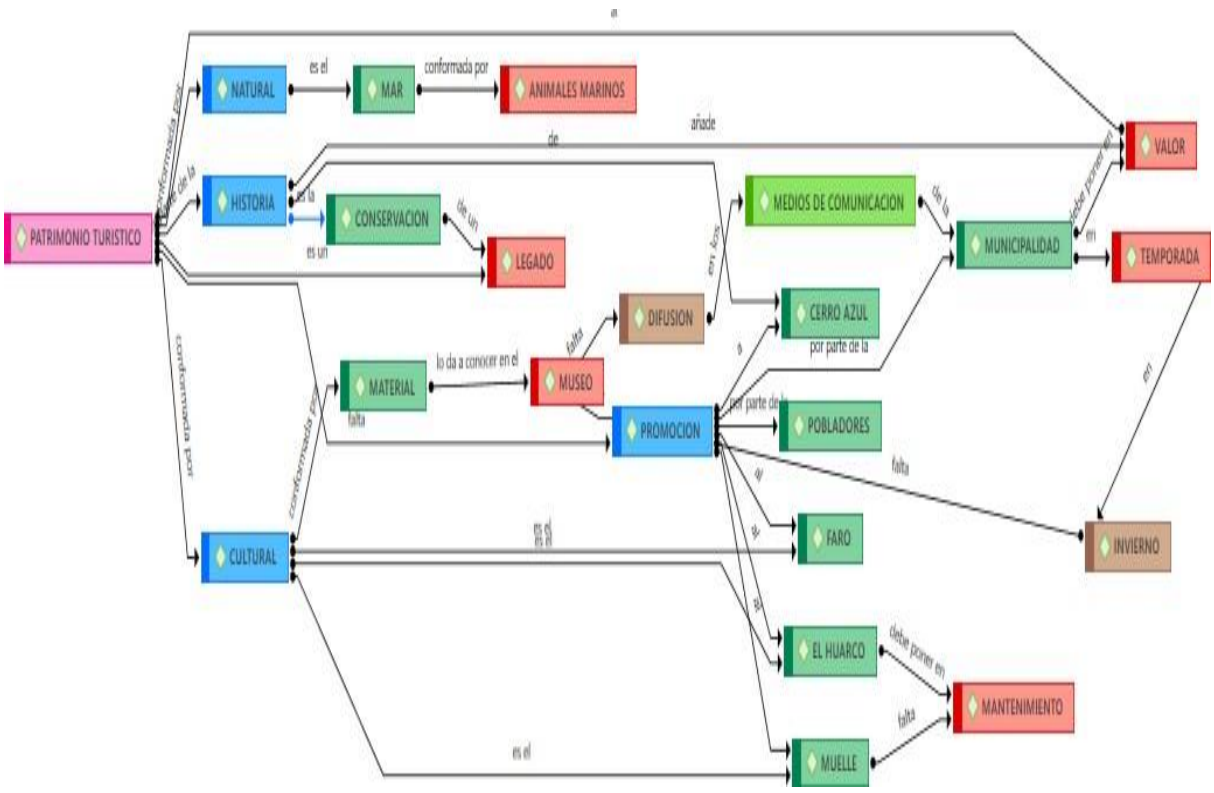
La Tabla 12 revela un aspecto crucial para el desarrollo turístico de Cerro Azul: su Patrimonio Turístico. Este patrimonio, que abarca tanto bienes naturales como culturales transmitidos por generaciones, se presenta como un recurso de gran valor para las empresas turísticas y la población local. Sin embargo, a pesar de su importancia, se observa una falta de promoción adecuada, lo que sugiere una subutilización de este recurso.

Las percepciones de los entrevistados resaltan la necesidad de mejorar la valorización y promoción del patrimonio. Por ejemplo, IP7 destaca que el patrimonio turístico, al narrar la historia local, es un aspecto atractivo para los turistas. Sin embargo, señala que se requiere un mayor esfuerzo por parte de la municipalidad y la comunidad para promover y revitalizar este patrimonio. De manera similar, IR2 menciona la falta de guías y señalización en sitios de interés turístico, como El Huarco, lo que demuestra una falta de atención hacia la infraestructura y la experiencia del visitante.

Estos testimonios reflejan una preocupación más profunda sobre la gestión y conservación del patrimonio. La falta de promoción y valorización adecuada no solo afecta la atracción de turistas, sino también la generación de ingresos para los negocios locales. Es evidente que el patrimonio turístico de este lugar necesita ser reconocido y aprovechado de manera más efectiva para contribuir al desarrollo sostenible de la zona y a la mejora de la experiencia turística.

Figura 16

Red de códigos de la subcategoría patrimonio turístico



Nota: La red organiza información referente a patrimonio turístico incluyendo su historia, valor cultural y promoción.

La Figura 16 revela una perspectiva esencial sobre el Patrimonio Turístico en Cerro Azul. Los entrevistados reconocen su papel fundamental como parte integral de la identidad cultural e histórica local. Este patrimonio no solo es valorado por su significado histórico, sino también por su capacidad para atraer turistas, siendo considerado un elemento clave en la promoción del destino.

A pesar de esta conciencia sobre su valor, existe una clara falta de atención y cuidado hacia estos activos. Se destaca que lugares emblemáticos como el muelle y el faro están experimentando un deterioro debido a la falta de mantenimiento adecuado. Esta falta de cuidado no solo afecta la imagen de estos sitios, sino que también tiene un impacto directo en la atracción de turistas y, por ende, en la economía local.

Además, se observa que la oferta de rutas y servicios turísticos en la zona es limitada, lo que representa un obstáculo adicional para el desarrollo turístico de Cerro Azul. Esta limitación en la oferta puede afectar la experiencia del turista y disminuir la competitividad del destino en el mercado turístico.

Estos resultados destacan la importancia del Patrimonio Turístico y la necesidad urgente de mejorar su conservación y promoción. El cuidado adecuado de estos no solo preserva la identidad cultural e histórica de la localidad, sino que también impulsa el desarrollo económico y turístico de la zona.

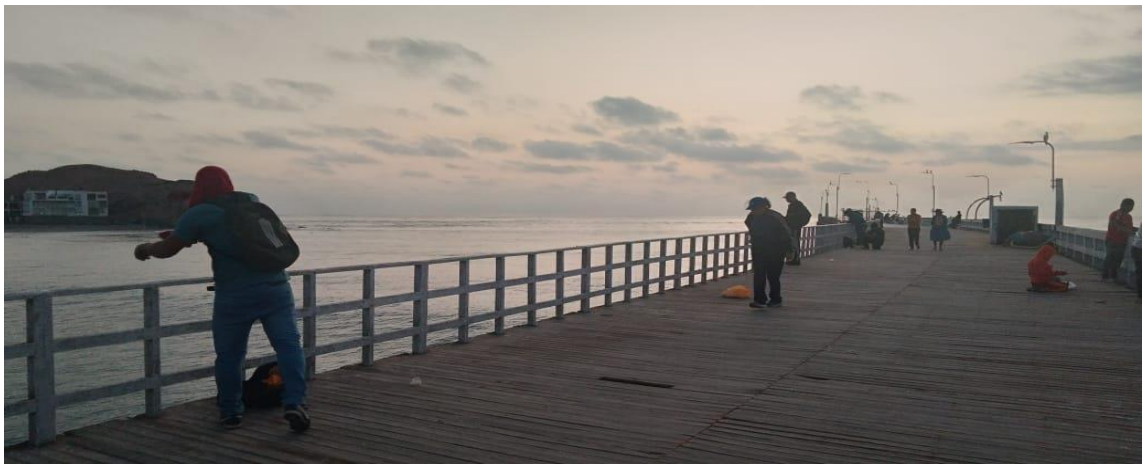
Figura 17

El primer faro solar de América del Sur

Nota: Foto tomada por la investigadora (2023, 27 de junio) del faro de Cerro Azul, se muestra el daño a un patrimonio por parte de los visitantes y la falta de inversión y mantenimiento por parte de los gestores.

Figura 18

Herencia arqueológica muelle de Cerro Azul



Nota: Foto tomada por la investigadora (2023, 28 de junio) del muelle de Cerro Azul, mostrándose que aún se conserva la actividad de la pesca y la visita de turistas locales.

Los datos proporcionados en la Figura 18 sugieren que el desarrollo turístico de Cerro Azul, está intrínsecamente ligado a la gestión y promoción efectiva de su patrimonio turístico, según las percepciones de los actores clave. La preservación y gestión del patrimonio emergen como aspectos fundamentales. La percepción de que el patrimonio cultural y natural impulsa el desarrollo turístico resalta la necesidad de acciones concretas, como programas de preservación y gestión efectiva de los recursos. Estas acciones no solo protegen el patrimonio, sino que también pueden mejorar la oferta turística y atraer visitantes interesados en la historia y la cultura de la región.

La falta de valorización y señalización adecuada de los patrimonios culturales es identificada como una oportunidad para políticas de promoción. La asignación de recursos adecuados, la mejora de la señalización y la integración del patrimonio en las iniciativas municipales pueden aumentar la visibilidad y accesibilidad de estos sitios, atrayendo a más

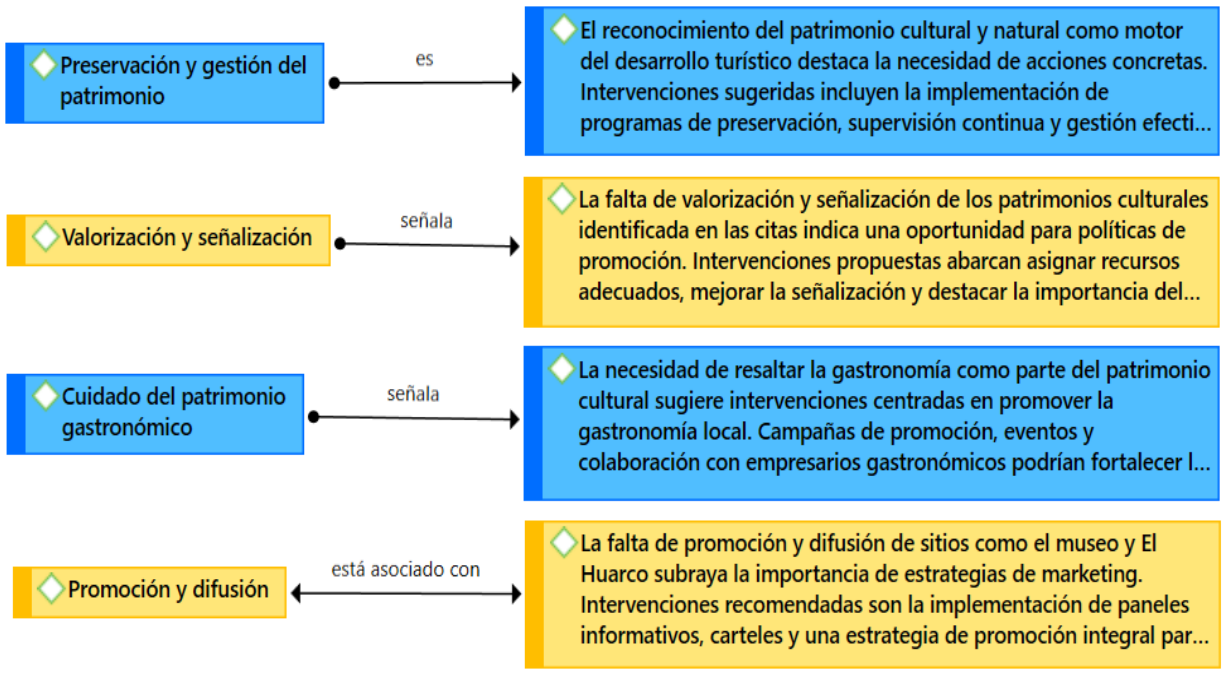
turistas y generando un mayor impacto económico.

El cuidado del patrimonio gastronómico también se destaca como un aspecto importante. La promoción de la gastronomía local a través de campañas, eventos y colaboraciones puede fortalecer la identidad culinaria de Cerro Azul, ofreciendo a los visitantes una experiencia única y contribuyendo al desarrollo económico de la región.

Por todo lo expuesto, la gestión adecuada y la promoción efectiva del patrimonio turístico, tanto cultural como gastronómico, son fundamentales para el desarrollo turístico del distrito. Estas acciones pueden mejorar la experiencia del turista, aumentar la atracción del destino y generar beneficios económicos y culturales para la comunidad local.

Figura 19

Conclusiones abordadas de los actores claves respecto al patrimonio



Nota: Se presenta las conclusiones extraídas de la subcategoría Patrimonio turístico basados enla preservación patrimonial, promoción gastronómica y estrategias de difusión. Datos obtenidosde las personas clave a través de la entrevista.

Contribución de las actividades turísticas al desarrollo de Cerro Azul.

Las actividades turísticas desempeñan un papel crucial en la experiencia de los viajeros, ya que representan las acciones que realizarán durante su estadía en el destino elegido. Es

importante destacar que la elección de actividades está influenciada por las preferencias, intereses y horarios particulares de cada visitante. Como resultado, estas conforman un conjunto dinámico, en constante evolución y personalizado, que se adapta a las elecciones individuales de cada turista. La Tabla 13 organiza los aportes de los entrevistados.

Tabla 13

Los proyectos de las actividades turísticas para el desarrollo del turismo

Entrevistado	Respuesta
IG1	En los últimos meses, hemos realizado 5 capacitaciones en Cerro Azul, un encantador destino turístico de playa. La respuesta ha sido muy positiva, con una asistencia de alrededor de 50 a 60 personas en cada sesión. Es interesante destacar que el interés predominante proviene de personas involucradas en el comercio ambulatorio. Quisiera resaltar la relevancia de lugares emblemáticos como la Plaza de Armas, el mercado, el muelle artesanal, el faro, Punta de Fraile, Playa Los Lobos, Playa Cerro Azul y Playa Los Reyes en la atracción turística de la zona. Como representante del área turística de la municipalidad, mi objetivo es fomentar el trabajo conjunto para impulsar el desarrollo turístico sostenible de Cerro Azul.
IR2	Las actividades turísticas desempeñan un papel fundamental como principal atractivo y motivo de visita para los turistas en Cerro Azul. Sin embargo, se observa que las agencias de viaje ofrecen un número limitado de rutas. Sería recomendable que estas agencias consideren ampliar sus opciones de rutas para ofrecer a los visitantes experiencias más variadas y enriquecedoras. En este contexto, como empresarios locales, tenemos la responsabilidad de mejorar continuamente los servicios que brindamos a los visitantes. Es fundamental que la municipalidad juegue un papel de supervisión, realizando una fiscalización integral de los negocios turísticos, sin importar su tamaño. De esta manera, se puede garantizar un estándar de calidad consistente en toda la localidad,

	asegurando que tanto los turistas como los locales disfruten de experiencias turísticas seguras y satisfactorias. En este sentido, propongo incluir actividades turísticas como visitas y recorridos por el Taller Municipal de Arte y el Sitio Arqueológico 'El Huarco', que pueden enriquecer la oferta turística de la zona y ofrecer a los visitantes una experiencia más completa y memorable.
IH3	Las actividades turísticas son esenciales en el sector, ya que representan los servicios ofrecidos por los operadores, quienes constantemente buscan innovar y crear productos atractivos que despierten el interés de los turistas y los motiven a regresar. Es fundamental promocionar y difundir los servicios locales para atraer a los visitantes. Entre las actividades ofrecidas se encuentra la visita a la Plaza Óscar Chocano, donde destaca una glorieta coronada por un reloj gigante, el recorrido por el Muelle Artesanal de Cerro Azul y la visita al Museo Municipal de la localidad. La calidad de los servicios ofrecidos es crucial, ya que los clientes compartirán sus experiencias. Es importante garantizar un servicio de alta calidad para asegurar la satisfacción del cliente y promover una imagen positiva de la localidad como destino turístico.
IAV4	Sería estratégico reevaluar el impacto del campeonato de surf y contemplar la incorporación de actividades complementarias, como paseos en bote, para incrementar la atracción de visitantes a la localidad. Es fundamental que cada operador o gestor turístico elabore planes y estrategias efectivas para promover y difundir sus servicios. Cerro Azul se destaca como un destino predilecto para los amantes del surf, además de ofrecer experiencias como paseos en cuatrimoto.
ITN 5	Durante la temporada de invierno, las opciones de actividades turísticas son limitadas, y en ocasiones, las agencias de viaje no ofrecen rutas turísticas. A pesar del potencial considerable de Cerro

	Azul, carece de una promoción efectiva tanto para sus patrimonios turísticos como para sus servicios. Es fundamental que la municipalidad desempeñe un papel activo al ofrecer charlas e impulsar ideas innovadoras para atraer al turista extranjero.
IP6	El gobierno local ha desarrollado proyectos turísticos, aunque de manera limitada debido a la pandemia de COVID-19 que ha afectado al turismo. Sería necesario reforzar estos proyectos y programas, asegurando el cumplimiento estricto de los protocolos de bioseguridad y el distanciamiento social, aspectos críticos en estos tiempos de contagio. Además, se podría considerar la realización de eventos en apoyo al turismo, destacando la gastronomía local, las tradiciones y la danza en el distrito de Cerro Azul.
IP7	Durante la temporada de verano, se promueve el turismo; sin embargo, es necesario organizar eventos a lo largo de todo el año para mantener el interés turístico. Se podrían ofrecer rutas turísticas gastronómicas, concursos de danza u otras actividades en el parque de Cerro Azul. Es crucial que estas iniciativas se lleven a cabo cumpliendo estrictamente con los protocolos de bioseguridad y limitando el aforo, especialmente para atraer al público extranjero.

Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul, para la subcategoría denominada actividades turísticas.

En la Tabla 13, se observa una representación detallada de la subcategoría de actividades turísticas en Cerro Azul, Cañete, donde los entrevistados resaltan la limitación y falta de innovación en las opciones de actividades disponibles, lo que resulta en la repetición constante de los mismos servicios año tras año. Este panorama refuerza la necesidad de revalorizar la oferta turística mediante la introducción de concursos gastronómicos y la implementación de nuevos proyectos de servicios, como propone IG1.

Además, se destaca la importancia de lugares emblemáticos como la Plaza de Armas, el mercado, el muelle artesanal, el faro, Punta de Fraile, Playa Los Lobos, Playa Cerro Azul y

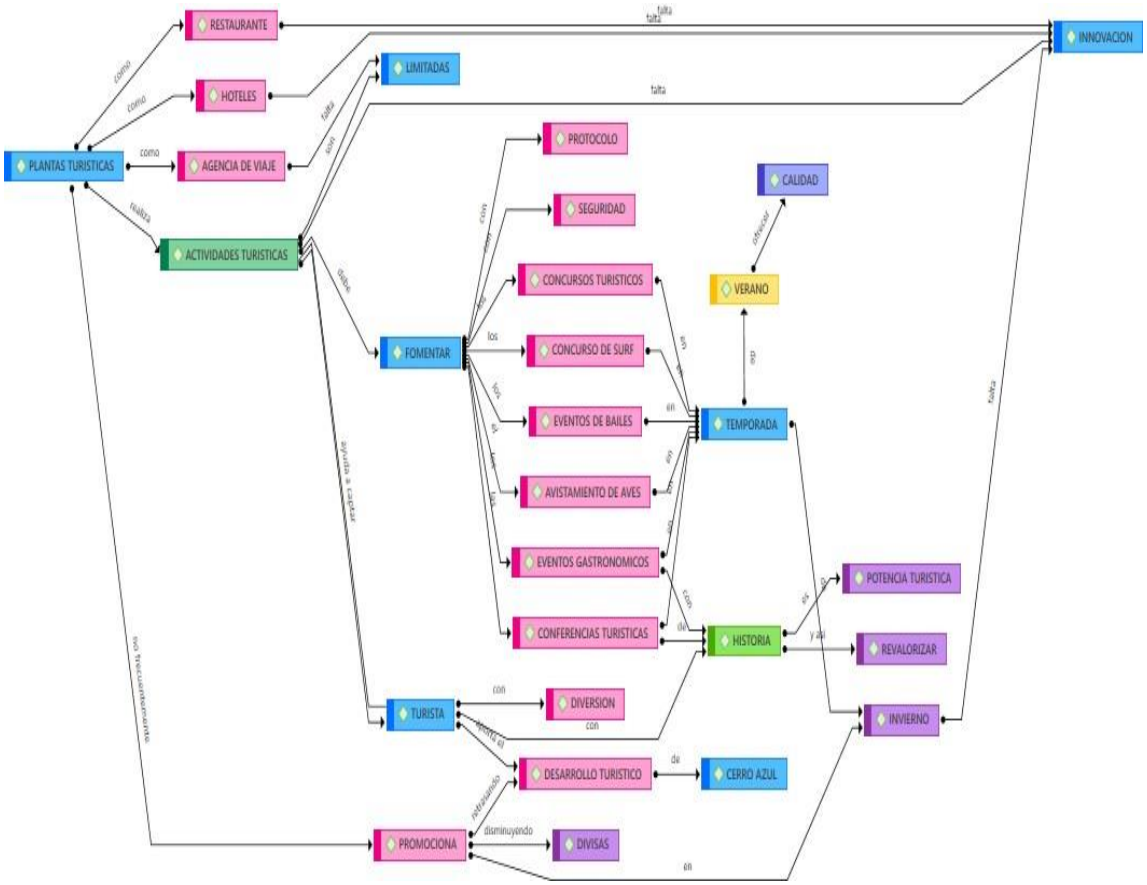
Playa Los Reyes en la atracción turística de la zona, como señala IG1. Este enfoque sugiere que la diversificación de las actividades turísticas a lo largo de todo el año, con propuestas como rutas gastronómicas, concursos de danza u otras iniciativas en el parque de Cerro Azul, podría atraer tanto a visitantes locales como extranjeros, manteniendo estrictos protocolos de bioseguridad y controlando el aforo, como plantea IP7.

Por otro lado, se resalta la importancia de que cada operador o administrador turístico elabore planes y estrategias efectivas para promocionar y difundir sus servicios, como menciona IR2. Asimismo, la propuesta de incluir actividades turísticas como visitas y recorridos por el Taller Municipal de Arte y el Sitio Arqueológico 'El Huarco', presentada por IR2, podría enriquecer la oferta turística de la zona y ofrecer a los visitantes una experiencia más completa y memorable.

Estos testimonios subrayan la importancia de una promoción turística innovadora que pueda impactar positivamente tanto en la temporada alta como en la baja, beneficiando así a la economía local y a la experiencia del visitante. Es fundamental que la municipalidad juegue un papel activo al ofrecer charlas e impulsar ideas innovadoras para atraer al turista extranjero, como sugiere ITN 5.

Figura 20

Red de códigos de la subcategoría actividades turísticas



Nota: Red de códigos extraído al procesar en el Atlas TI la información obtenida en la entrevistareferente a la subcategoría actividades turísticas.

Basándonos en la información proporcionada en la Figura 20, podemos inferir que las actividades turísticas en Cerro Azul, Cañete, son fundamentales para mantener el interés de los turistas y enriquecer su experiencia. Estas actividades son diseñadas y ofrecidas por las instalaciones turísticas locales, como hoteles, restaurantes y agencias de viaje, con el objetivo de proporcionar entretenimiento y conocimiento a los visitantes.

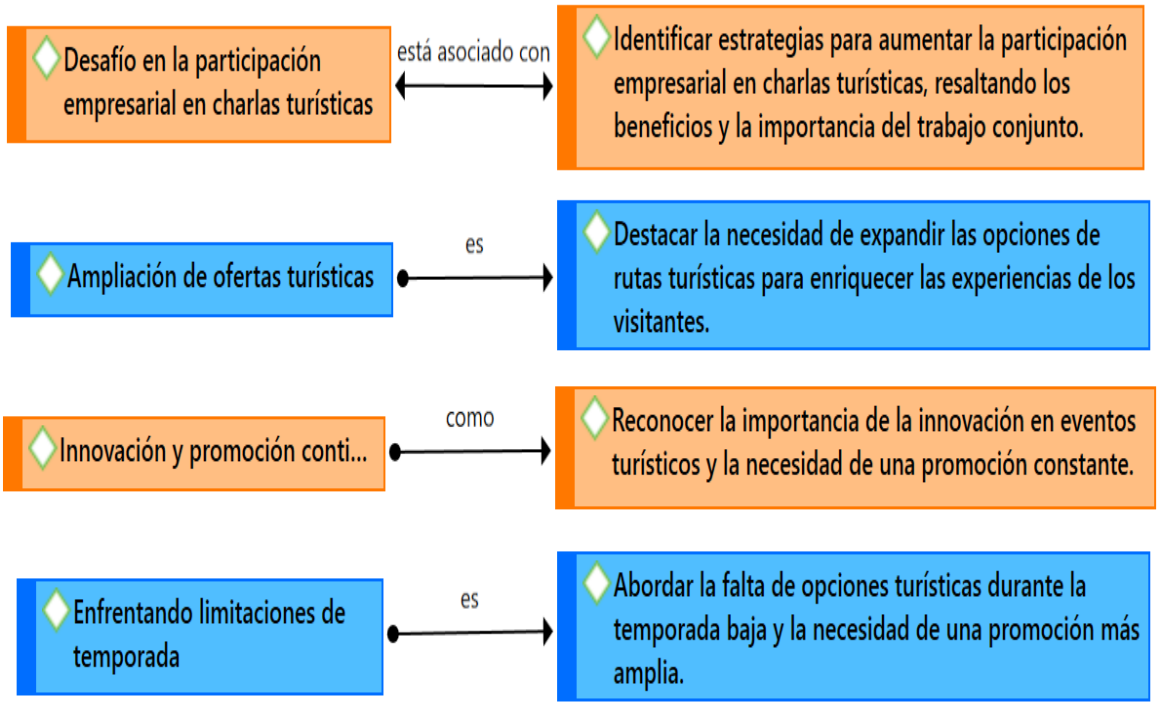
Sin embargo, se observa que la temporada invernal representa una etapa de menor afluencia turística en el distrito, lo que resalta la necesidad de que los gestores hoteleros diversifiquen y revaloren su oferta turística. Introducir nuevos tipos de turismo, como conferencias, avistamiento de aves, competencias gastronómicas y paseos en bote, podría ser

especialmente beneficioso en este sentido. Es crucial que estos cambios se realicen manteniendo un enfoque riguroso en la promoción de los protocolos de bioseguridad y el mantenimiento del orden en la localidad.

Por ello, para impulsar el desarrollo turístico es importante que las actividades turísticas sean variadas, atractivas y promocionadas de manera efectiva. Esto no solo atraerá a nuevos clientes, sino que también generará un impacto positivo en la economía local y en la experiencia del visitante.

Figura 21

Patrones transversales de las actividades turísticas en Cerro Azul



Nota: La Figura representa cómo fomentar la colaboración empresarial, diversificar ofertas turísticas, innovar en eventos y promocionar de manera continua son clave para potenciar las actividades turísticas.

De la Figura 21, podemos inferir varias estrategias para proponer actividades turísticas que permitan mejorar el desarrollo turístico en Cerro Azul. En primer lugar, es crucial promover una mayor participación empresarial en charlas turísticas, destacando los beneficios y la importancia del trabajo conjunto entre la municipalidad y los empresarios turísticos. Esto podría lograrse mediante la creación de incentivos y la comunicación clara de los beneficios

mutuos de la colaboración. Además, se debe ampliar las opciones de rutas turísticas para enriquecer las experiencias de los visitantes. Esto implica el desarrollo de nuevas rutas, la incorporación de actividades adicionales en las rutas existentes y la promoción de lugares menos conocidos, pero igualmente atractivos en la zona.

Por otro lado, se reconoce la importancia de la innovación en eventos turísticos y la necesidad de una promoción constante. Se sugiere desarrollar eventos turísticos innovadores que destaquen los aspectos únicos de este distrito y promoverlos de manera efectiva a través de diversos canales de comunicación. Asimismo, para abordar la falta de opciones turísticas durante la temporada baja, se recomienda desarrollar estrategias específicas para atraer visitantes en épocas de menor afluencia. Esto podría incluir la organización de eventos especiales, la promoción de actividades alternativas y la creación de paquetes turísticos atractivos para incentivar la visita durante todo el año.

En resumen, para promover mayores actividades turísticas se requiere una colaboración estrecha entre la municipalidad, los empresarios turísticos y la comunidad en general. La ampliación de las ofertas turísticas, la innovación en eventos y la promoción continua son pilares fundamentales para atraer y retener visitantes. A través de una planificación estratégica y un compromiso conjunto, este distrito puede convertirse en un destino turístico próspero y atractivo durante todo el año, beneficiando tanto a la comunidad local como a los visitantes.

El rol de la participación comunitaria en el desarrollo turístico de Cerro Azul.

La participación comunitaria emerge como un factor crucial para el desarrollo sostenible del turismo en la zona, destacando la importancia de la colaboración entre la comunidad local y las autoridades turísticas. En la Tabla 14 presentamos los aportes más significativos.

Tabla 14

La importancia de la participación comunitaria para el turismo local

Entrevistado	Respuesta
	Indudablemente, la unidad dentro de la comunidad juega un papel sumamente significativo y, sin duda alguna, será un factor determinante para el progreso de la comunidad. Este esfuerzo

IG1	colectivo se manifestará de manera evidente cuando los turistas lleguen y sean recibidos con un servicio de alta calidad. Esta encomiable estrategia no solo incentiva a más visitantes a mostrar interés, sino que también les garantiza una experiencia turística excepcional. Ser atendidos y tratados con amabilidad por los lugareños les permite llevar consigo memorables impresiones tanto del entorno natural como de la hospitalidad que caracteriza a la población local.
IR2	Es crucial que la municipalidad realice capacitaciones para impulsar el turismo, tomando como referencia el notable crecimiento experimentado por otras comunidades. Durante la temporada de verano, la presencia de personas, especialmente los surfistas que participan en campeonatos, dinamiza la economía de todo Cerro Azul. Es fundamental aprovechar la experiencia de los residentes, quienes han llevado a cabo diversas actividades de forma empírica durante muchos años, para que juntos puedan proponer nuevas actividades y propuestas turísticas.
IH3	La participación activa de toda la comunidad reviste una importancia fundamental, ya que es una parte integral de su identidad. La cultura y las tradiciones que se ofrecen son elementos que enriquecen la atracción turística de Cerro Azul de manera significativa. Además, resulta notable que la mayoría de los residentes dependen del turismo para su sustento. En consecuencia, es nuestra responsabilidad primordial impulsar y promover la calidad turística del distrito.
IAV4	El turismo es un pilar fundamental en Cerro Azul, siendo la principal fuente de sustento para muchos de sus habitantes. Nos enorgullece nuestra rica cultura y tradición, por lo que es esencial promover activamente estas cualidades. Utilizando tanto las redes sociales como la interacción personal, podemos difundir y enaltecer nuestros valores turísticos. Sería muy interesante convocar a la comunidad, ya

	que su participación enriquecerá las propuestas para mejorar el turismo en la zona.
ITN 5	s importante y esencial la participación comunitaria, pues debería de existir diversas asociaciones comunales u organizaciones que tengan el objetivo de fomentar e incrementar el turismo en el distrito. Estas asociaciones podrían desempeñar un papel clave al involucrar a los residentes en la promoción de los atractivos turísticos locales, así como en la preservación y difusión de la cultura y tradiciones de la zona. Además, podrían colaborar estrechamente con las autoridades locales y los empresarios turísticos para desarrollar estrategias y proyectos que impulsen el turismo de manera sostenible y responsable. Asimismo, estas asociaciones podrían organizar eventos y actividades que fomenten la participación activa de la comunidad en la industria turística, creando un sentido de pertenencia y orgullo por los recursos naturales y culturales del distrito.
IP6	Actualmente, el compromiso por parte de la comunidad es bueno, mostrando educación y amabilidad hacia los visitantes. La población local es consciente de que depende en gran medida del desarrollo del sector turístico, ya que este impulsa la economía local y crea oportunidades de empleo. Sin embargo, también reconocen que un desarrollo descontrolado del turismo podría afectar negativamente la calidad de vida de los ciudadanos, especialmente en lo que respecta a la conservación del entorno natural y cultural, la congestión del tráfico y la preservación de la identidad local. Por ello, es importante buscar un equilibrio entre el crecimiento turístico y la preservación de los valores y recursos locales.
IP7	Los ciudadanos desempeñan un papel fundamental al promover el turismo en nuestra región. Su contribución resulta invaluable, ya que guían y orientan a los visitantes de manera personalizada, ofreciendo recomendaciones únicas y compartiendo historias locales que

	enriquecen la experiencia de los turistas. En numerosas ocasiones, me he encargado de señalar las rutas a seguir o de sugerir destinos, con el propósito de asegurar que su experiencia de viaje sea sumamente gratificante. Además, su cálido recibimiento y hospitalidad son aspectos que destacan en la memoria de los visitantes, fomentando así la reputación positiva de nuestra región como destino turístico. Es importante reconocer y valorar la labor de los ciudadanos en la promoción del turismo local, ya que su participación activa contribuye significativamente al desarrollo económico y cultural de nuestra comunidad.

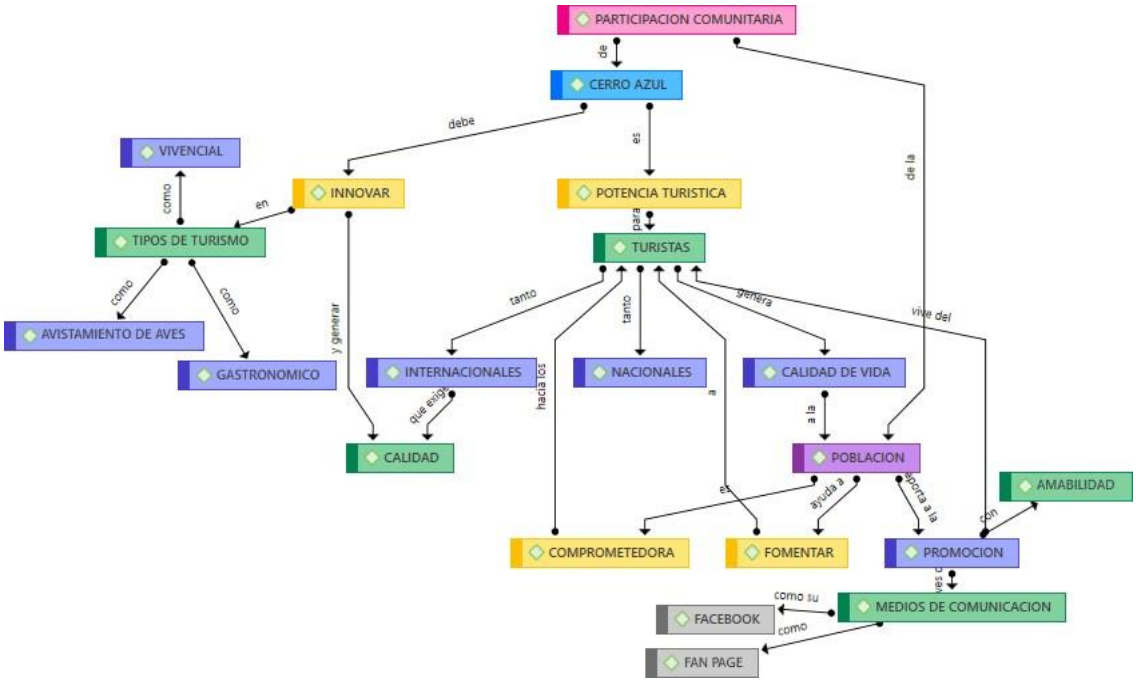
Nota: Datos obtenidos de la entrevista a representantes del turismo en el distrito de Cerro Azul,para la subcategoría denominada participación comunitaria.

De acuerdo a la Tabla 14, podemos inferir que la participación comunitaria juega un papel crucial en el desarrollo turístico de Cerro Azul. La unidad y esfuerzo colectivo dentro de la comunidad son fundamentales para garantizar un servicio de alta calidad a los turistas, lo que a su vez incentiva a más visitantes a mostrar interés en la región. La experiencia empírica de los residentes en diversas actividades turísticas durante muchos años es un recurso invaluable que puede ser aprovechado para proponer nuevas actividades y propuestas, enriqueciendo así la oferta turística local.

Además, la cultura, tradiciones y valores de la comunidad son elementos enriquecedores que atraen a los turistas y sustentan la economía local. La dependencia del turismo para el sustento de muchos habitantes resalta la importancia de promover activamente estas cualidades. La participación comunitaria, tanto en la promoción turística como en la preservación de la identidad local, es esencial para garantizar el desarrollo sostenible del turismo en la zona. La colaboración entre asociaciones comunales u organizaciones dedicadas al turismo, las autoridades locales y los empresarios turísticos es clave para desarrollar estrategias que impulsen el turismo de manera responsable y beneficiosa para la comunidad en su conjunto.

Figura 22

Red de códigos de la subcategoría participación comunitaria



Nota: Red de códigos extraído al procesar en el Atlas TI la información obtenida en la entrevistareferente a la subcategoría participación comunitaria.

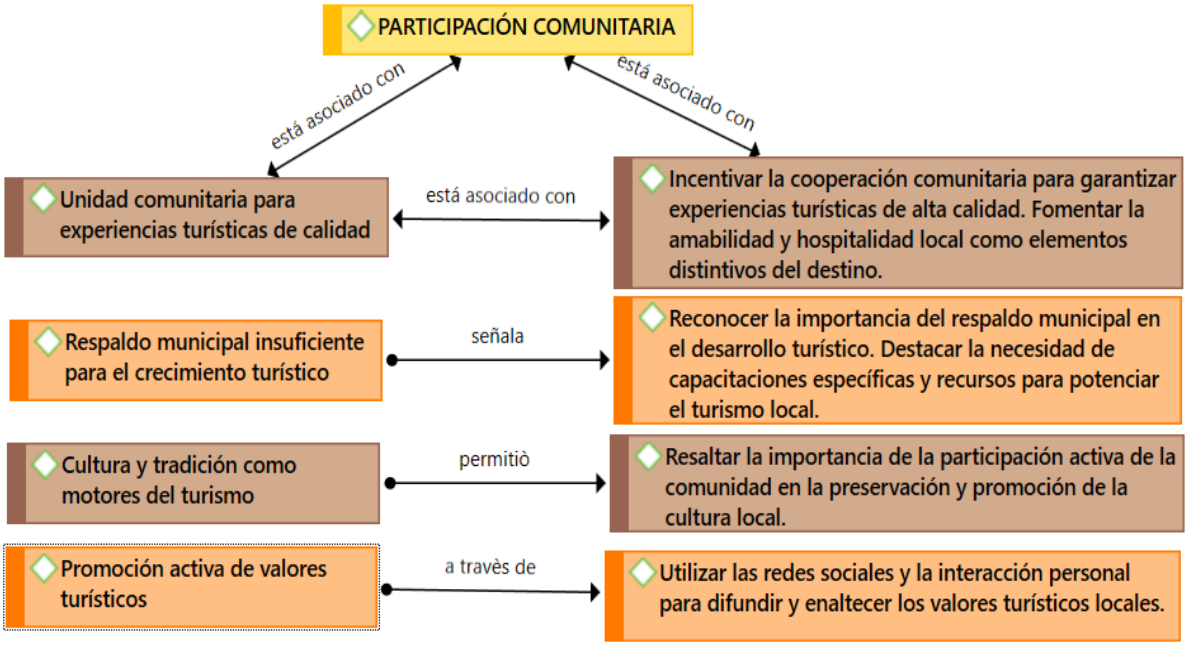
Basándonos en la figura 22, podemos inferir que la participación comunitaria en el distrito de Cerro Azul es un factor fundamental en el desarrollo turístico de la zona. Aunque el nivel de compromiso no alcanza el máximo, la actitud general de la comunidad es de amabilidad y cordialidad al guiar a los visitantes hacia los encantos locales. Muchos ciudadanos también contribuyen a la promoción del turismo a través de sus plataformas en redes sociales, lo que demuestra un interés activo en difundir y enaltecer los valores turísticos de la región.

Por otro lado, la participación comunitaria tiene un impacto directo en la calidad de vida de los residentes, ya que influye en la adquisición de productos y servicios ofrecidos por las instalaciones turísticas locales. Esto resalta la importancia de un compromiso sólido por parte de la comunidad para potenciar el desarrollo turístico en el ámbito local. En resumen,

la participación comunitaria no solo es clave para la promoción y difusión de la cultura local, sino que también es un factor determinante en el crecimiento económico y en la mejora de la calidad de vida de los habitantes.

Figura 23

Patrones transversales de la participación comunitaria



Nota: La figura presenta los aspectos que más resaltan los entrevistados de la participación comunitaria y su contribución en el desarrollo turístico.

De acuerdo a la Figura 23, podemos inferir que la participación comunitaria es un factor determinante para garantizar experiencias turísticas de calidad en Cerro Azul. Incentivar la cooperación entre los residentes locales es fundamental para asegurar que los visitantes sean recibidos con amabilidad y hospitalidad, elementos distintivos que contribuyen a la satisfacción y fidelización de los turistas. La unidad comunitaria también es crucial para promover la cultura local y enriquecer las experiencias turísticas, convirtiendo a este lugar en un destino único y memorable.

Por otro lado, es crucial reconocer la importancia del apoyo de las autoridades locales en el desarrollo turístico, ya que este respaldo puede marcar la diferencia en la calidad de los servicios y en la promoción efectiva del destino. Se destaca la necesidad de capacitaciones

específicas y la asignación de recursos para potenciar el turismo local, garantizando así un crecimiento sostenible y beneficioso para la comunidad.

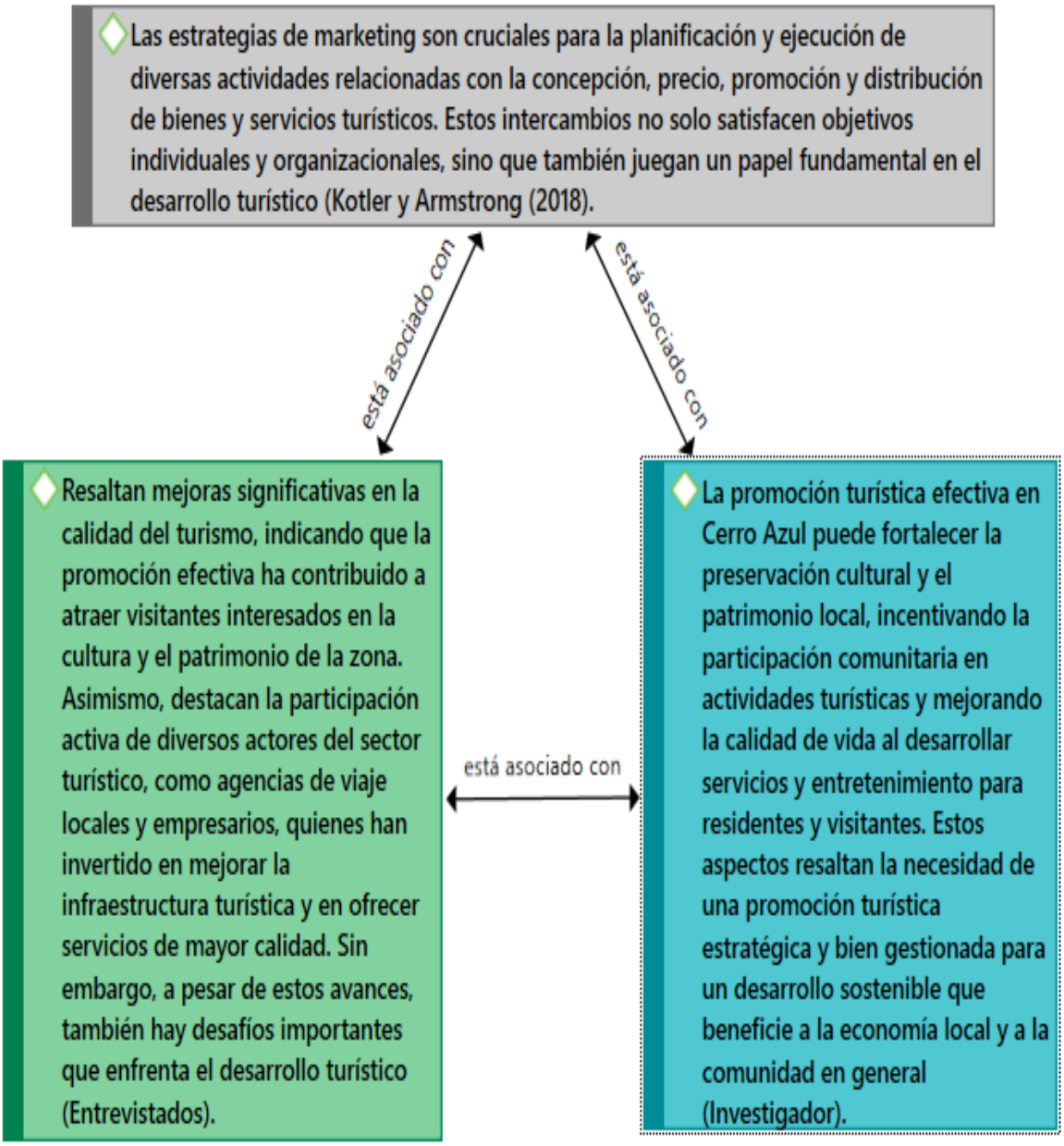
En conclusión, la participación comunitaria en el desarrollo turístico de Cerro Azul, es un factor crucial para garantizar experiencias turísticas de calidad. La unidad y colaboración entre los residentes son elementos clave para enriquecer la oferta turística y promover la cultura local. A través de la promoción activa en redes sociales y la hospitalidad característica, la comunidad puede desempeñar un papel fundamental en el crecimiento sostenible del turismo en la región, asegurando beneficios tanto para los visitantes como para los habitantes locales.

5.3. Triangulación de datos

La triangulación de datos es una estrategia metodológica ampliamente utilizada en investigación que consiste en combinar diferentes fuentes, métodos o perspectivas para estudiar un fenómeno desde múltiples ángulos. En el contexto del desarrollo turístico en Cerro Azul, la hemos empleado para integrar datos obtenidos de entrevistas con actores locales, observaciones directas en la zona y teorías fundamentales del marketing turístico. Esta combinación de fuentes nos ha permitido obtener una comprensión más profunda y rica de los desafíos y oportunidades que enfrenta el turismo en esta región, así como de las estrategias potenciales para impulsar su desarrollo de manera sostenible y efectiva.

Figura 24

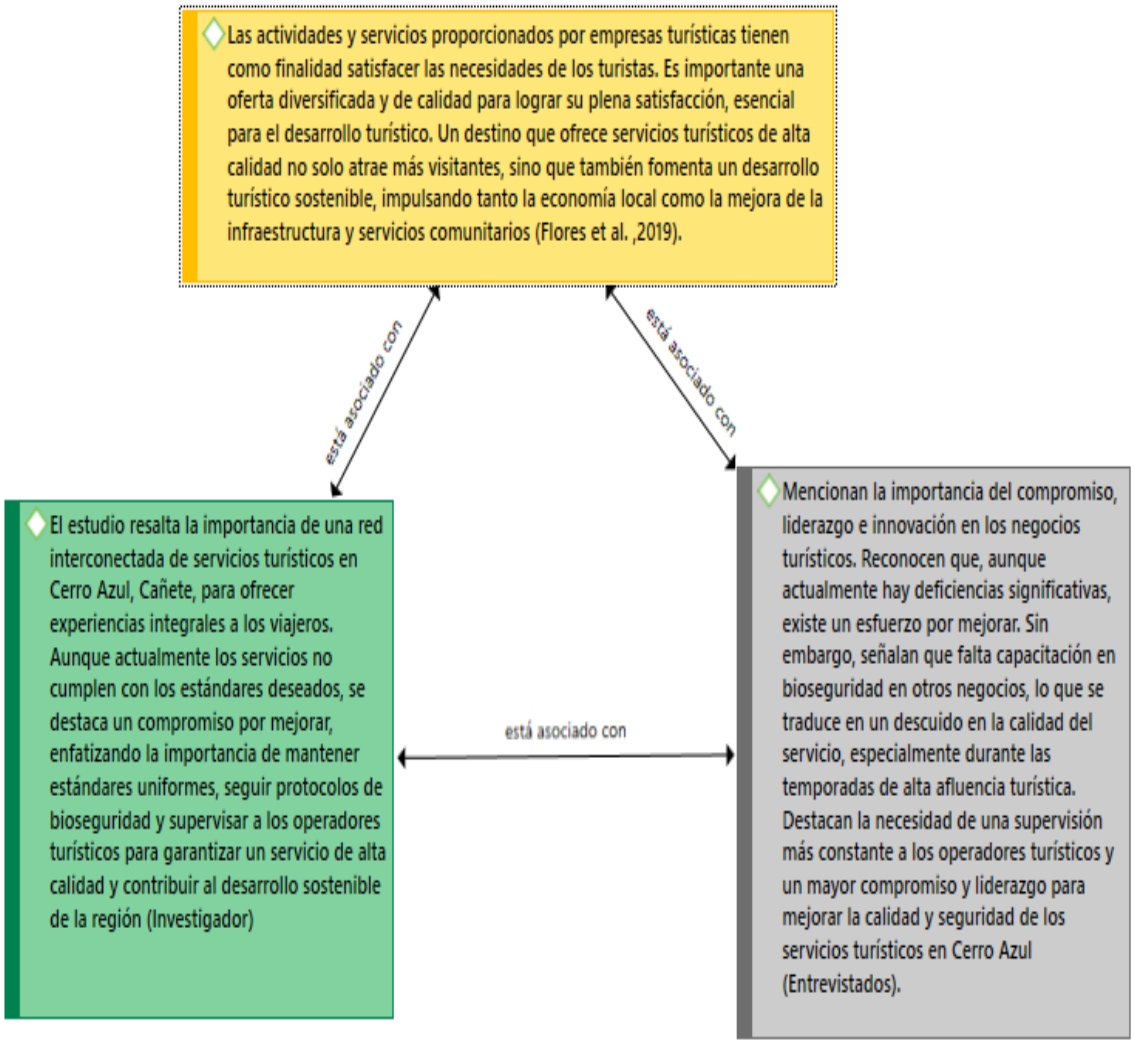
Perspectivas integradas: Impacto de la promoción turística en el desarrollo de Cerro Azul, Cañete



Nota: La información incluye una visión integral del desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete, basada en datos de la triangulación de entrevistas, observaciones y teorías de marketing turístico.

Figura 25

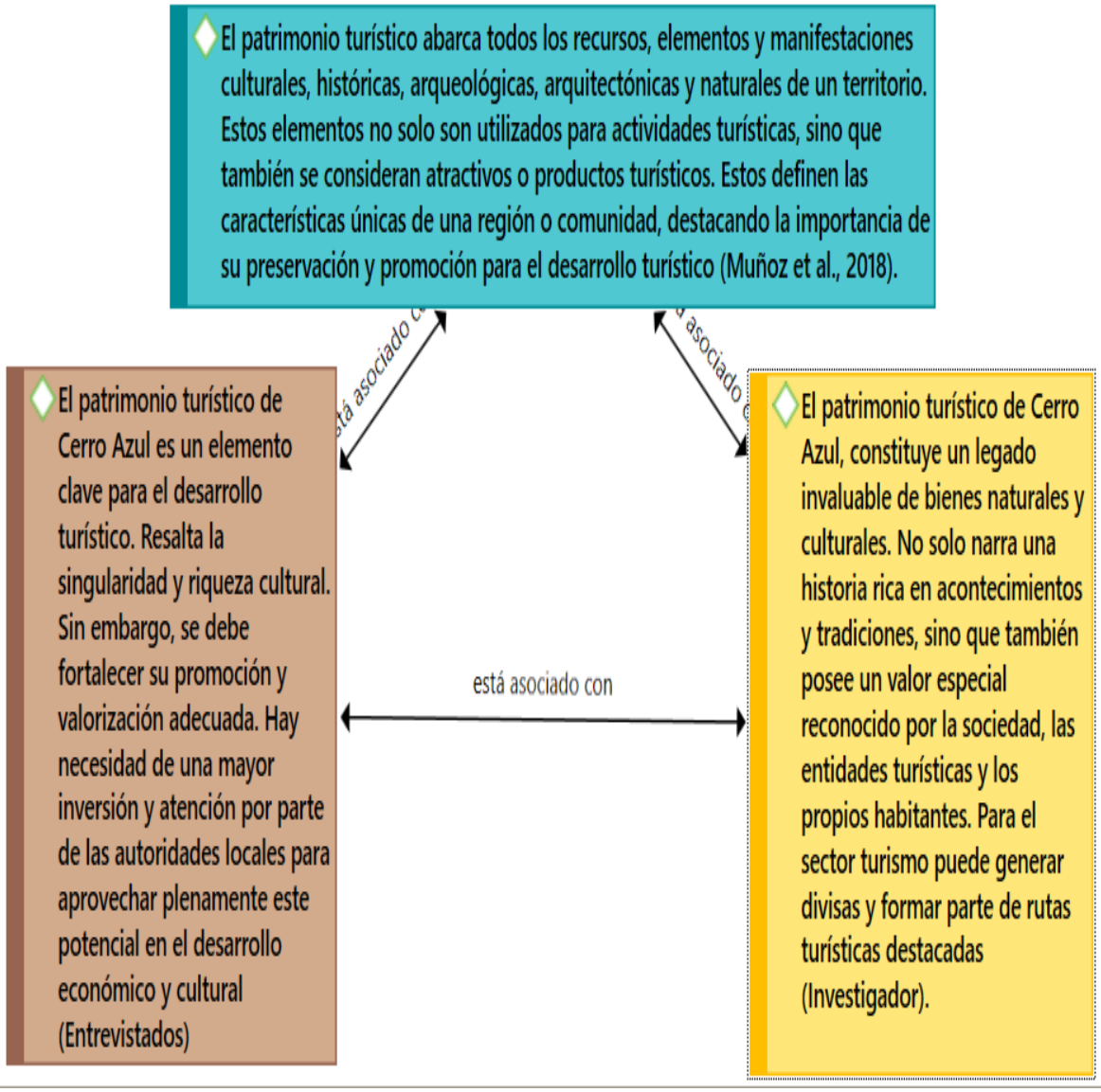
Triangulación de datos sobre la contribución de los servicios turísticos al desarrollo de Cerro Azul, Cañete



Nota: Organización de información que muestra la triangulación de datos entre las perspectivas de los entrevistados, el investigador y la teoría sobre la contribución de los servicios turísticos al desarrollo de Cerro Azul, Cañete.

Figura 26

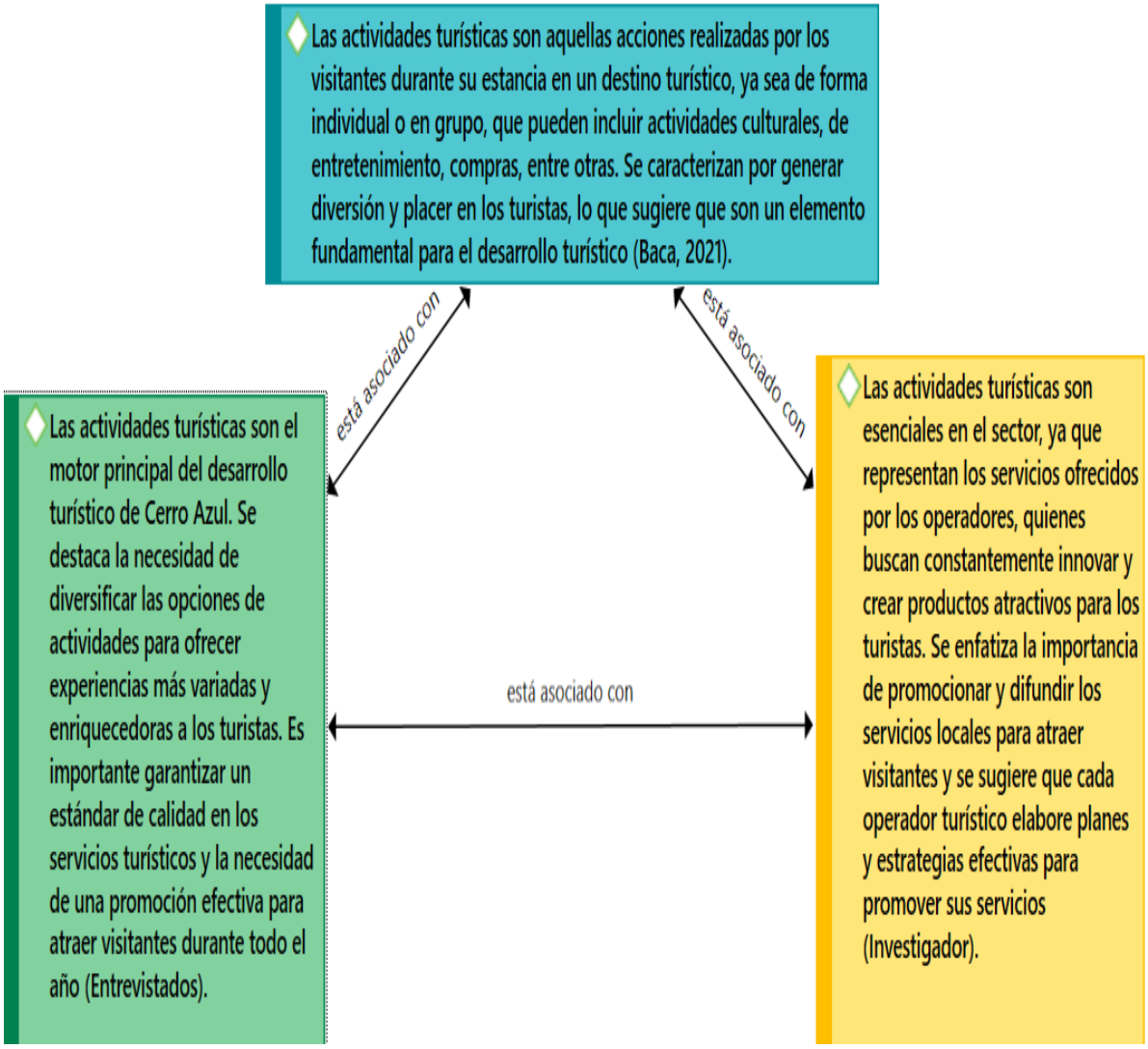
Triangulación de perspectivas sobre el patrimonio turístico y desarrollo turístico en Cerro Azul



Nota: Perspectivas de los actores clave y expertos sobre el papel del patrimonio turístico en el desarrollo de Cerro Azul, Cañete.

Figura 27

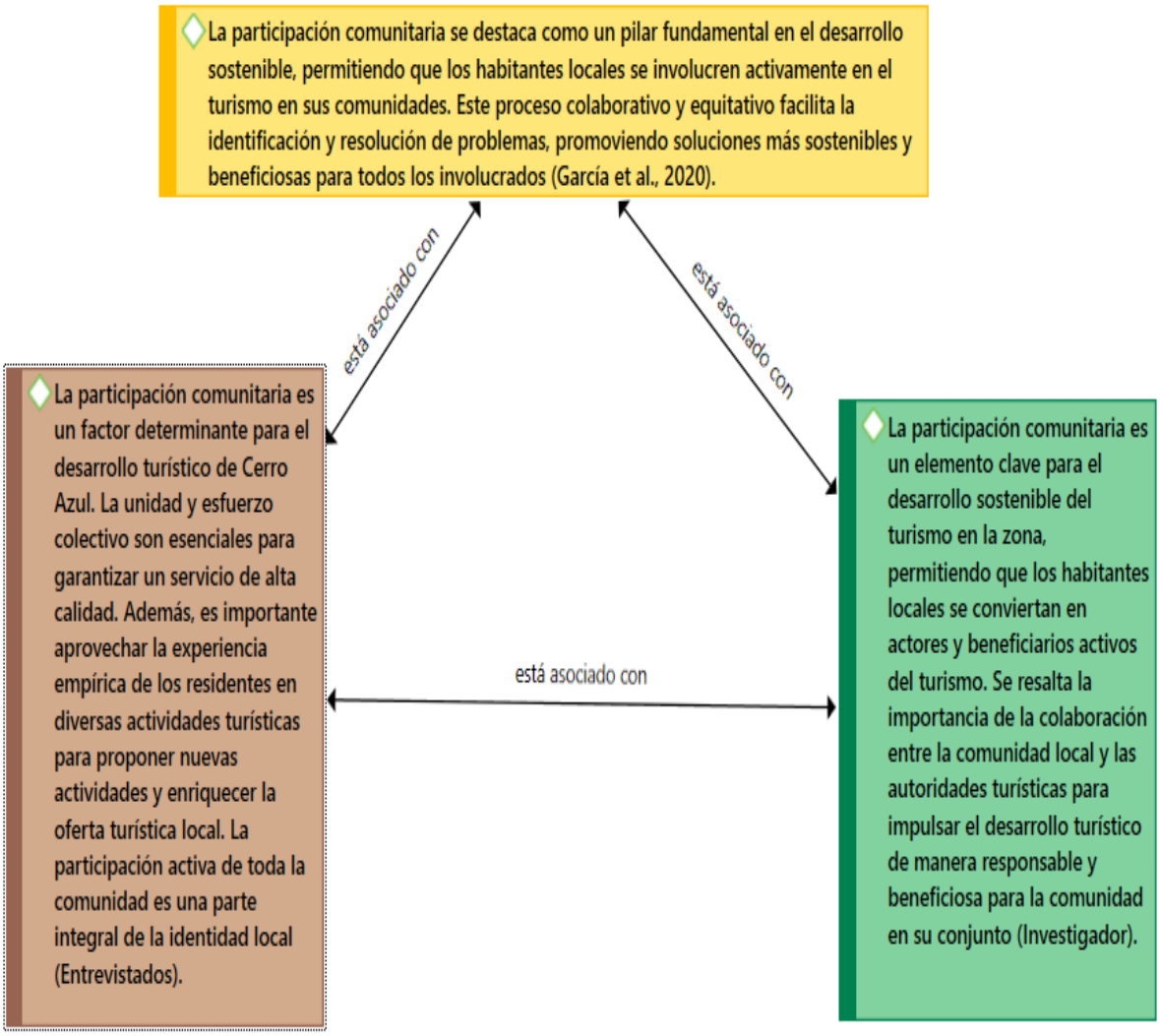
Triangulación sobre la contribución de las actividades turísticas en el desarrollo turístico de Cerro Azul



Nota: Estrategias propuestas por los actores clave para diversificar las actividades turísticas y potenciar el desarrollo en Cerro Azul.

Figura 28

Triangulación sobre la contribución de la participación comunitaria en el desarrollo turístico de Cerro Azul



Nota: Aportes significativos de la participación comunitaria en el desarrollo turístico de Cerro Azul, resaltando la postura del investigador, autor y entrevistados.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con el objetivo general " Analizar el impacto de la promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete en el año 2022, según las percepciones y experiencias de los actores clave", los resultados obtenidos de los actores clave resaltan la promoción turística como un instrumento fundamental para el desarrollo local en el Puerto de los Ensueños. Esta promoción desempeña un papel crucial al servir como carta de presentación del destino turístico. Además, funciona como un canal informativo y persuasivo dirigido a los turistas, generando curiosidad e interés por descubrir los atractivos turísticos y participar en las propuestas de los operadores turísticos. El resultado de esta interacción se traduce en la creación de intercambios culturales, adquisición de divisas y, en última instancia, un efecto positivo en el desarrollo local. Las experiencias de los turistas subrayan la necesidad de intensificar la promoción durante la temporada baja, con el objetivo de continuar fomentando el desarrollo turístico. Estos hallazgos se alinean con la investigación realizada por Bernal (2018), donde se establece que la promoción turística tiene como finalidad primordial aumentar las ventas en una empresa y servir como herramienta de comunicación entre los negocios hoteleros y sus clientes. Esta estrategia de comunicación se utiliza para destacar los atributos del producto o servicio, requiriendo un enfoque persuasivo y estratégico para lograr que el producto sea consumido y apreciado por los turistas.

En relación al objetivo específico 1, " Identificar de qué manera los servicios turísticos contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave. ", los resultados indican que los servicios turísticos y la calidad con la que son proporcionados juegan un papel influyente en el desarrollo turístico en el distrito de Cerro Azul. Se destaca la importancia de este aspecto dentro del sector, ya que es esencial y necesario para satisfacer las necesidades de los visitantes. Por otra parte, se señala que los gestores hoteleros carecen de enfoques innovadores y creativos en sus servicios, aunque existe una clara voluntad de superación y búsqueda de formas para continuar atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales. Los servicios actuales ofrecen opciones como restauración, alojamiento, recorridos de día completo, surf y avistamiento de fauna marina. Se

observa que durante la temporada de verano la demanda es alta, mientras que, en invierno, debido a la menor afluencia de turistas, la diversidad y disponibilidad de servicios turísticos es más limitada. Sin embargo, no se están implementando estrategias de manera constante para mejorar esta situación. Además, se ha notado que las costumbres locales se están perdiendo, lo que impacta en la autenticidad cultural del Puerto de los Ensueños. Estos hallazgos coinciden con los de Cuba (2019), quien sugiere la necesidad de impulsar los servicios turísticos para el desarrollo local. Esto involucra fomentar inversiones turísticas, generar empleo y establecer estrategias y programas para atraer visitantes, al mismo tiempo que se mantienen las tradiciones de la población y su compromiso con el sector turístico. También se destaca la relación entre la calidad del servicio y la capacidad de atraer turistas de alto nivel y extranjeros.

Los resultados obtenidos en el objetivo específico 2, “Describir cómo el patrimonio turístico contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave", indican que los patrimonios turísticos tienen un impacto positivo en el desarrollo del turismo en la localidad. Sin embargo, se identifica una falta de mantenimiento constante y una falta de realce en su valor. Los actores clave enfatizan que el patrimonio heredado es esencial para la comunidad, ya que muchas personas dependen del turismo para su sustento. Estos elementos forman parte integral de la cultura local, y representan los objetos y estructuras que cuentan la historia y tradiciones de la comunidad a lo largo del tiempo, transmitiéndose de generación en generación. Se ha observado que el distrito posee una rica historia y tradiciones, pero aún queda un potencial por explotar, especialmente en lo que respecta a ofrecer un recorrido turístico histórico. Por ejemplo, el sitio arqueológico El Huarco cuenta con poca promoción y accesibilidad para los turistas debido a la ausencia de guías o orientadores turísticos. Las danzas y celebraciones locales también están en riesgo de caer en el olvido, a pesar de la necesidad de revitalizarlas, especialmente tras el período de la pandemia. Se destaca la falta de compromiso por parte de la gestión municipal en el mantenimiento y la falta de conciencia por parte de los pobladores para conservar estos elementos.

No obstante, estas observaciones contrastan con los hallazgos de la investigación de Yabar (2020), quien concluye que, a pesar de la preocupante imagen de Iquitos como destino

turístico debido a la contaminación visual y ambiental, los visitantes se sienten atraídos por la calidez humana y la hospitalidad ofrecida por los pobladores y operadores turísticos. El trato cordial y amable se convierte en un multiplicador de recomendaciones para el lugar. Estos resultados sugieren que, a pesar de desafíos como el entorno y las costumbres locales, la actitud positiva y el trato amigable puede influir significativamente en la percepción del destino turístico. Asimismo, se respalda la idea de que los patrimonios contribuyen al desarrollo local al representar la historia y las costumbres de una comunidad.

En relación al objetivo específico 3, " Describir de qué forma las actividades turísticas contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete ", los resultados indican que las actividades turísticas locales desempeñan un papel crucial en el desarrollo del turismo al dar a conocer las costumbres y tradiciones de la comunidad. Sin embargo, se observa que las opciones de actividades actualmente son limitadas y carecen de diversidad. Aunque Cerro Azul ofrece actividades turísticas, se percibe la necesidad de una mejora en la gestión tanto a nivel empresarial como administrativo por parte del municipio. Los actores clave resaltan que, desde su perspectiva, el distrito posee un gran potencial para convertirse en un destino turístico sólido y atractivo. Sin embargo, hacen hincapié en la necesidad de implementar proyectos y estrategias de promoción que atraigan visitantes tanto en la temporada de verano como en invierno.

Estos resultados concuerdan con la investigación de Yela (2019), que también destaca el papel de las actividades turísticas en el desarrollo local. Esta investigación sugiere que el éxito depende de la colaboración de los empresarios hoteleros, quienes deben aprovechar los medios de comunicación digital para captar a un público objetivo, especialmente aquellos de clase A. Además, un plan publicitario efectivo puede llevar a un aumento en las visitas, transformando un destino potencial en un destino turístico sólido. Es esencial que las actividades turísticas sean innovadoras, entretenidas y confiables, manteniendo altos estándares de calidad para fomentar un desarrollo comprometido y sostenible. Para lograr esto, también se debe mejorar la infraestructura y garantizar la seguridad, lo que a su vez generará rentabilidad para los propietarios y un aumento en la afluencia de visitantes.

En relación al objetivo específico 4, " Evaluar de qué manera la participación comunitaria contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete ", los resultados subrayan

la importancia vital de la participación comunitaria en el sector turístico, ya que los ciudadanos locales desempeñan un papel fundamental en el fomento y fortalecimiento del turismo. En la actualidad, la participación de la comunidad es notablemente significativa, ya que actúan como guías y orientadores para los turistas, proporcionando información valiosa y ayudando en la navegación hacia los diferentes puntos de interés. Los actores claves destacan que la participación comunitaria es esencial para el desarrollo integral del distrito, impactando en aspectos sociales, económicos y culturales. La colaboración activa de los residentes de Cerro Azul es fundamental para la generación de nuevos proyectos y para que puedan ser partícipes en la construcción del futuro de su comunidad. Además, su amor y pasión por su cultura contribuye a la preservación de las tradiciones y costumbres locales.

Estos hallazgos coinciden con el respaldo proporcionado por Zavala y Cruz (2018) en su artículo, quienes enfatizan que la participación comunitaria es un pilar esencial para el crecimiento y desarrollo de una localidad en el ámbito turístico. Esta colaboración entre la sociedad y el municipio resulta en una relación beneficiosa para ambos, el sector público y privado, lo que a su vez conduce a la ejecución exitosa de planes y proyectos municipales. Además, subrayan la importancia de que los residentes mantengan vivas sus tradiciones y fomenten los recursos culturales para atraer a los turistas, lo que no solo contribuye a la estabilidad económica, sino también a la preservación de la identidad cultural del lugar.

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES

1. Se concluye que la promoción turística impacta significativamente en el desarrollo turístico de Cerro Azul, y es importante fortalecerla mediante estrategias más efectivas que incluyan inversión en promoción digital y preservación del patrimonio, ya que, a pesar de las mejoras en infraestructura y servicios turísticos gracias a una promoción efectiva y la participación de actores del sector, persisten desafíos.

2. Los servicios turísticos contribuyen esencialmente al desarrollo turístico del distrito, por lo que es crucial el compromiso, liderazgo e innovación en los negocios turísticos para mejorar la calidad y variedad de los servicios ofrecidos, dado que, aunque se reconocen deficiencias, existe un esfuerzo por elevar los estándares, lo cual es fundamental para el desarrollo de este lugar.

3. El patrimonio turístico contribuye al desarrollo de Cerro Azul al contar con un valioso legado de bienes naturales y culturales que narran la historia y tradiciones locales, por lo que es esencial establecer estrategias efectivas para dar a conocer estos recursos, involucrando a la comunidad y a las autoridades locales en su preservación y promoción.

4. Las actividades turísticas desempeñan un papel crucial en el desarrollo turístico de Cerro Azul al generar diversión y placer en los turistas, siendo fundamentales para atraer visitantes y enriquecer su experiencia en el destino; por tanto, es importante promocionarlas y diversificar las ofertas con actividades innovadoras que atraigan a un público más amplio, fomentando así un crecimiento sostenible en la región.

5. La participación comunitaria juega un papel fundamental en el desarrollo turístico de Cerro Azul, al permitir que los habitantes locales se involucren activamente en sus comunidades, facilitando la identificación y resolución de problemas, y promoviendo soluciones más sostenibles y beneficiosas para todos los involucrados; por tanto, se debe impulsar un mayor involucramiento, educando a la comunidad sobre la importancia de su participación activa en la promoción y preservación del turismo local, ya que esta sinergia puede convertirse en un pilar esencial para un desarrollo turístico sostenible y enriquecedor en este lugar.

CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES

1. Se sugiere a los empresarios turísticos , autoridades locales y a la comunidad en general, establecer una colaboración sinérgica que pueda dar lugar a la creación de enfoques auténticos e innovadores en la promoción turística, además de implementar una estrategia integral de promoción digital para llegar a un público más amplio y diverso, destacando el rico patrimonio cultural del distrito como diferenciador clave para atraer visitantes y brindarles una experiencia enriquecedora, así como invertir en estrategias de marketing y promoción que resalten los atractivos únicos de Cerro Azul, y diversificar la oferta turística y mejorar la infraestructura para asegurar una experiencia satisfactoria para los visitantes.
2. La Municipalidad distrital de Cerro Azul debe establecer alianzas estratégicas entre el sector público y privado, así como con instituciones educativas, para ofrecer programas de capacitación y asesoría en áreas clave como calidad de servicio e innovación, acciones que pueden contribuir a elevar los estándares de los servicios turísticos, fortaleciendo así la oferta turística y atrayendo a un mayor número de visitantes.
3. Las autoridades locales y promotores turísticos deben mejorar la promoción y preservación del patrimonio turístico de Cerro Azul mediante una mayor inversión y colaboración entre autoridades locales, entidades turísticas y la comunidad, con el objetivo de destacar su singularidad y riqueza cultural, así como desarrollar rutas turísticas que integren estos recursos para mejorar la experiencia del visitante y generar un impacto positivo en la economía local y la comunidad.
4. La Municipalidad de Cerro Azul con sus áreas de turismo correspondiente debe establecer un programa de incubación y apoyo a emprendedores locales para fomentar la creación de nuevas actividades turísticas innovadoras en Cerro Azul, respaldado por autoridades locales y empresas turísticas, promoviendo la colaboración y el intercambio de ideas para enriquecer la oferta turística, incluyendo la creación de nuevos productos, la ampliación de rutas y la promoción de lugares menos conocidos pero atractivos, junto con el desarrollo de planes y estrategias efectivas para promover servicios de calidad en toda la localidad.

5. Los operadores turísticos deben establecer un plan integral de fortalecimiento del compromiso comunitario en el desarrollo turístico de Cerro Azul, mediante la implementación de talleres y capacitaciones para concienciar sobre su rol en la promoción y preservación del turismo, fomentando la creación de grupos de trabajo colaborativos entre la comunidad, autoridades y empresas turísticas para la planificación y ejecución de proyectos, lo que puede llevar a un desarrollo turístico más sólido y sostenible, generando beneficios para todos los actores involucrados, aprovechando la experiencia empírica de los residentes en diversas actividades turísticas para enriquecer la oferta local.

REFERENCIAS

Aparicio Salas, V. L. (2021). Turismo y desarrollo local: Un estudio de caso en el distrito de Pisac-Cusco. *Comunicación, 12*(4), 296-309. http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587

Arias Gonzáles, J. L. (2021). Guía para elaborar la operacionalización de variables. *Espacio I+D: Innovación más desarrollo, 10*(28), 42-46. https://doi.org/10.31644/IMASD.28.2021.a02

Basile, G., Tani, M., Sciarelli, M., & Ferri, M. A. (2021). La participación comunitaria como motor del turismo sostenible. El caso de un pueblo italiano: la isla de Marettimo. Sinergie *Revista Italiana de Gestión, 39*(1), 81-102. https://doi.org/10.7433/s114.2021.06

Bernal Hananel, A. (2018). *Factores que influyen en la promoción turística de la zona arqueológica Puruchuco, Ate - Lima, y su relación con un plan estratégico de promoción turística, 2018* [Tesis de maestría, Universidad de posgrado Universidad Nacional Federico Villarreal, Perú]. Repositorio de la UNFV. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNF_b03a2bf1cfb8dc74f59f7a818118e7d5

Blangy, S., Cañada, E. y Tapia, M. (2018). Turismo de naturaleza y turismo rural en México. https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/10856/14403

Brigham, E. F. (2016). Gestión financiera: Teoría y práctica. Cengage Learning Canadá Inc. *Revista Geográfica de América Central*, (60), 1-19. https://researchdirect.westernsydney.edu.au/islandora/object/uws:20527/

Brundtland, G. H. (1987). *Nuestro futuro común.* Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. https://www.cambioclimatico.org/contenido/el-informe-brundtland-nuestro-futuro-en-comun

Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Fronteras empresariales turísticas: consumidores, productos e industria*. Butterworth-Heinemann. https://doi.org/10.4324/9780080455914

Cadena Mejía, E.; Yela Chávez, D. (2019). *Promoción turística para incentivar el turismo en El complejo "El molino", parroquia Tababela, Cantón Quito, provincia Pichincha*

[Tesis de pregrado, Universidad tecnológica Israel]. Repositorio institucional de UTI. http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2271/1/UISRAEL-EC-ADMH378.242-2019-008.pdf

Cámara Nacional de Turismo [CANATUR]. (2021, 15 de marzo). *Comunicado: Importancia de la promoción turística y el desarrollo turístico en el Perú.* https://www.canaturperu.org/

Cantú-Martínez, P. C. (2018). Desarrollo sustentable: cultura, patrimonio cultural y natural en México. *Turismo y sociedad*, 23, 25-40. https://doi.org/10.18601/01207555.n23.01

Cardet Fernández, E., Palao Fuentes, R., & González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la Dirección, 12(*1), 1-16. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552018000100001&script=sci_arttext

Chinchay-Villarreyes, S. S., Córdova, J. I. C., Tume, A. A. A., & Sanz, R. S. S. (2020). Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), 26(3), 272-283. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063519020

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERU]. (2021, 23 de marzo). *PROMPERÚ promueve la diversificación y mejora de calidad de la oferta turística peruana*. https://www.gob.pe/promperu

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A. y Wanhill, S. (2017). *Tourism: Principles and practice*. Pearson. https://doi.org/10.1177/004728759403200326

Corzo, J. L. y Rivero, E. (2018). Modelo para la evaluación del tiempo de respuesta en los sistemas de seguridad y emergencias. *Revista Cubana de Ingeniería*, *9*(2), 57-68. https://www.redalyc.org/journal/959/95956735006/html/

Crespo Castellanos, J. M., Gómez Ruiz, M. L., & Cruz Naïmi, L. A. (2018). Una aproximación a los Parques Nacionales y sus paisajes a través de itinerarios didácticos.

Espacio, tiempo y forma. *Serie VI, Geografía*, (11), 121–140. https://doi.org/10.5944/etfvi.11.2018.22359

Cruz, E. (2019). *Gestión de destinos turísticos*. Editorial Elearning, SL. https://acortar.link/vjzYaX

Cuba Carbajal, N. (2019). *Desarrollo turístico, gestión municipal y desarrollo local en la provincia de Huarochirí, región Lima* [Tesis de doctorado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30893

Cunha, S. (2018). Turismo gastronómico, un factor de diferenciación. *Millenium*, *2*(5), 9. https://doi.org/10.29352/mill0205.09.00157

Dasgupta, P. (2001). *Bienestar humano y el entorno natural.* Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/0199247889.001.0001

Diaz Ramírez, M. (2023). *La promoción turística y la sostenibilidad en el destino turístico de Lunahuaná, Cañete,2021* [Tesis de pregrado, Universidad privada del Norte]. Repositorio institucional de UTI. https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/35329/Diaz%20Ramirez%2c%20Stefanny%20Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Domínguez, D. C., García, E. G., & Báez, A. B. (2019). La importancia del turismo cultural como medio de dignificacion del turista y de la industria. *Mediaciones Sociales*, 18, 59-69. https://dx.doi.org/10.5209/meso.65117

Espinoza Macas, A. (2022). *Estrategias de desarrollo para el sector turístico del ecuador, post pandemia covid-19* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de UTI.

https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5aae0c55-1492-4626-aa20-3533d125554d/content

Feria Ávila, H. D. C., Blanco Gómez, M. R. D. C. y Valledor Estevill, R. F. D. C. (2019). *La dimensión metodológica del diseño de la investigación científica.* Editorial Académica Universitaria. http://edacunob.ult.edu.cu/handle/123456789/90MBRANO%20BRYAN.pdf

Fernández, G. M. Q., Nina, V. D. A., & Vargas, R. M. (2018). Participación de los actores en el desarrollo local en entornos rurales. *Revista de ciencias sociales*, *24*(3), 62-82. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7025048

Flores, J. C. G., Cedillo, J. G. G., Plata, M. Á. B., & Pérez, J. I. J. (2019). Análisis del conocimiento ecológico tradicional y factores socioculturales sobre huertos familiares en el Altiplano Central Mexicano. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada, 58*(3), 260-281. http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i3.7867

Fonseca Hernández, R. (2019). El desarrollo sostenible humano local: La evolución de la inclusión del territorio en las teorías del desarrollo. *Economía y Desarrollo, 162*(2), 1-18. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842019000200003&script=sci_arttext

García, C. M., Ramírez-Casallas, J. F., & Riveros, O. C. V. (2020). La participación ciudadana, factor asociado al desarrollo del turismo sostenible: caso ciudad de Ibagué (Colombia). *In Anales de Geografía de la Universidad Complutense 40*(1), 135 -158. http://dx.doi.org/10.5209/AGUC.69336

Gil, J. (2016). *Métodos y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Ediciones Paraninfo. https://www.academia.edu/5873924/METODOLOG%C3%8DA_DE_INVESTIGACI%C3%93N_EN_CIENCIAS_SOCIALES?uc-g-sw=28381297

Gómez, G. E. C., & Nava, R. M. M. (2018). Descripción de las teorías del desarrollo económico y desigualdad. Revista *Tiempo Económico, XIII* (40), 53-64. https://tiempoeconomico.azc.uam.mx/wp-content/uploads/2020/01/te40.pdf#page=51

Google Maps (2023). Mapa del distrito de Cerro Azul [Mapa]. https://acortar.link/vOy6GU

Heredia Mendoza, E. (2021). *Análisis de la planeación y promoción turística, su influencia en el desarrollo local de Ciudad Juárez, Chihuahua, México* [Tesis de Doctoral, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez]. Repositorio institucional de UACJ. https://acortar.link/kRhtLT

Hernández Ayala, H., Tobón Tobón, S., & Juárez-Hernández, L. G. (2021). Estudio de validez de contenido y confiabilidad de un instrumento para diagnosticar el proceso de inclusión en las Escuelas Normales. *Diálogos sobre educación. Temas actuales en investigación educativa, 12(22), 1-16.* https://doi.org/10.32870/dse.v0i22.698

Hoyos Macedo, V. (2020). *Propuesta de un plan de promoción turística para lograr el fortalecimiento del turismo sostenible en el distrito de Santiago de Surco* [Tesis de maestría, Universidad San Martin de Porres] Repositorio institucional USMP. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7106/HOYOS_MV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huarand Gonzales, S. (2020). *Propuesta de plan de promoción turística y circuitos turísticos para incentivar el turismo en el distrito de Chalhuanca - Apurímac, 2020* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional UCV https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47579/Huarand_GS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Jociles Rubio, M. I. (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista colombiana de antropología, 54(1), 121-150.* http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S048665252018000100121&script=sci_arttext

Juárez, F. (Ed.). (2018). *Principios de marketing.* Editorial Universidad del Rosario. https://doi.org/10.12804/ta9789587841183

Katayama, R. J. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa: Fundamentos, métodos, estrategias. Lima, Perú*. Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Perú. http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/559.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (13a ed.). Pearson. https://pubhtml5.com/dizf/mlgp/basic/

Kotler, P. y Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing (*18ª edición). Pearson. https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/5/0135766605.pdf

Kotler, P. y Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing (14ª ed.).* Pearson Educación. https://latam.casadellibro.com/libro-direccion-de-marketing-14 ed/9786073212458/2049173

Kotler, P. y Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing.* Educación Pearson. https://short-link.me/xmZn

Loya, M. M., & Fusté-Forné, F. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México). *Turismo y patrimonio*, (17), 45-60. https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03

Maldonado, J. D., Loja, K. M., & Grunauer, M. N. (2021). Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador. 593 *Digital Publisher CEIT, 6(3), 57-75.* https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.542

Meneses Santos, A. (2019). *El rol del influencer para la promoción de los lugares más importantes de Valle del Chota 2018-2019* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio institucional UTN. http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10493/2/05%20FECYT%203661%20TRABAJO%20GRADO.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2020, 01 de enero). *Flujo de turistas internacionales e ingreso de divisas por turismo receptivo.* http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (2020). *Plan estratégico nacional exportador 2020-2023: Hacia una economía abierta y sostenible.* https://www.gob.pe/mincetur

Muñoz, D. M., Moure, O. M., & Revilla, M. R. G. (2018). Turismo cultural en la región de Murcia (España). *International Journal of scientific management and tourism, 4(1), 549-567.* https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6358773

Novelli, M., Schmitz, B., Spencer, T., & Prasad, E. (2012). Redes, clusters e innovación en turismo: una experiencia en el Reino Unido. *Anales de Investigación Turística, 39(1), 1653 al 1657.* https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.005

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021, 15 de julio). *Convención para la protección del patrimonio mundial, cultural y natural.* https://es.unesco.org/about-us/legal-affairs/convencion-proteccion-del-patrimonio-mundial-cultural-y-natural

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021, 30 de julio). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.* https://ich.unesco.org/es/convencion

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021, 30 de julio). *Sinergias turísticas y culturales*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114211_spa

Organización Mundial del Turismo (2014). *Turismo religioso: Una perspectiva mundial*. https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-12-11/el-turismo-puede-proteger-y-promover-el-patrimonio-religioso

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2018, 15 de agosto). *Cumbre global de spa y bienestar. Turismo de salud y bienestar.* https://www.unwto.org/es/press-release/2018-12-20/la-omt-y-la-cet-publican-uninforme-sobre-turismo-de-salud

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2018, 6 de julio). *Conceptos y definiciones de turismo*. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876

Pereyra Gonzales, T., Palomino Alvarado, G.., & Gárate Ríos, J. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista Científica Ecociencia, 8*(2), 71–86. https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483

Prentkovskis, O., Erceg, Ž., Stević, Ž., Tanackov, I., Vasiljević, M., & Gavranović, M. (2018). Una nueva metodología para mejorar la medición de la calidad del servicio: modelo

Delphi-FUCOM-SERVQUAL. *Simetría*, *10(12*), 757. https://doi.org/10.3390/sym10120757

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019*). Comportamiento organizacional* (15a ed.). Pearson Educación. https://n9.cl/vtfhno

Rodríguez Peñaloza, M., & Nieto Moreno, M. (2020). *Epistemología diferenciada de desarrollo sostenible y desarrollo sustentable.* http://hdl.handle.net/11191/8006

Rojas, J. y Rodríguez, M. (2019). Evaluación de la calidad del servicio al cliente a través del tiempo de respuesta en una empresa de servicios. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad, 11*(21), 43-54. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7043271

Romero, M. D. C. G. (2019). Patrimonio Cultural. Conceptos, debates y problemas. Trocadero. *Revista del Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América y del Arte*, (31), 362-364. https://doi.org/10.25267/Trocadero.2019.i31.21

Sailema Toro. M. (2021). *La artesanía en el desarrollo turístico del cantón Pelileo* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional de UTA. http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/33637

Sampieri, R. H., Collado, C. F. y Lucio, P. B. (2018*). Metodología de la investigación (6a ed.). McGraw*-Hill.

Sarabia, M. Y., García, L. C., & Bravo, O. M. (2019). Responsabilidad social y turismo comunitario en la provincia Santa Elena. *Revista espacios, 40(30)2.* https://www.revistaespacios.com/a19v40n30/19403002.html

Tene Bravo, M. (2019). *Identidad cultural y patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, Cantón Riobamba* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional UNACH http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5495

The World Tourism Organization. Turismo [UNWTO]. (2021, 1 de enero). *COVID-19 y el sector turístico.* https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020

Tobar Salinas, B.; Valencia Prado, F. (2020). *Plan de promoción turística para el Cantón San Miguel de Urcuquí* [Tesis de magister, Universidad Tecnológica Israel]. Repositorio institucional de UTI. http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2415/1/UISRAEL-EC-MASTERTURIS-378.242-2020-001.pdf

Ttupa Carbajal, R. (2021). *Análisis de la promoción turística en el distrito de Santa Ana, provincia de la Convención, Cusco – 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Andina del Cusco]. Repositorio institucional UANDINA. https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4293/Ruth_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2020, 15 de enero). *El turismo antes de la pandemia.* https://www.unwto.org/es/covid-19-ysector-turistico-2020

Valenzuela Aguilera, A. (2017). Patrimonio, turismo y mercado inmobiliario en Tepoztlán, México. *Revista Pasos, 15(1), 181-193.* http://www.pasosonline.org/Publicados/15117/PASOS51.pdf#page=181

Van Broeck, A. M., Guasca, M., & Vanneste, D. (2019). Iniciativas Turísticas como Estímulo para la Reintegración de los Combatientes de las Antiguas FARC en Colombia. Via. Tourism Review, (15). https://doi.org/10.4000/viatourism.3869

Vázquez Luis, M. M., Rojas Hernández, B., & Sánchez Santamaría, A. G. (2018). Participación comunitaria de los jóvenes en Cuba para el desarrollo social. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 6*(2), 178-204. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2308013220180002000010&script=sci_arttext&tlng=en

Villegas Angulo, M. (2018). *Medicina ancestral como recurso para potenciar el desarrollo del turismo de salud y bienestar: caso comunidad Shuar, Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27609

Yabar Macahuachi, W. (2020). *Estrategias de promoción turística en época de crisis sanitaria en Iquitos, 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55980/Yabar_MWMSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yépez-Franco, J. E., Cuétara-Sánchez, L. M., & Chávez-Franco, J. A. (2021). Turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local sostenible en Manabí, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, *6*(12), 912-935. https://doi.org/10.23857/pc.v6i12.3415

Zambrano Zambrano, B. (2021). *Marketing digital para la reactivación del turismo en el Cantón Cevallos* [Tesis de pregrado, Universidad tecnológica Israel]. Repositorio institucional de UTI. https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33739/1/TESIS%20FINAL%20ZAMBRANO%20BRYAN.pdf

ANEXOS

Tabla 15

Matriz de categorización

<table>
<tr><th colspan="5">MATRIZ DE CATEGORIZACION</th></tr>
<tr><td>TITULO</td><td colspan="4">PROMOCIÓN TURÍSTICA COMO INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO: PERCEPCIONES Y EXPERIENCIAS DE ACTORES CLAVE EN CERRO AZUL, CAÑETE - 2022</td></tr>
<tr><td>AUTOR</td><td colspan="4">LUCERO HAYDEE BAUTISTA GUTIERREZ</td></tr>
<tr><td>PROBLEMA DE INVESTIGACION</td><td>OBJETIVOS</td><td>CATEGORIA</td><td>SUB CATEGORIAS</td><td>METODOLOGIA</td></tr>
<tr><td rowspan="6">PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es el impacto de la promoción turística en el desarrollo turístico de Cerro Azul, Cañete - 2022, según las percepciones y experiencias de los actores clave?

PROBLEMAS ESPECÍFICOS
¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo los servicios turísticos contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?

¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo el patrimonio turístico contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?</td><td rowspan="6">OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de la promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete en el año 2022, según las percepciones y experiencias de los actores clave.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
Identificar de qué manera los servicios turísticos contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave

Describir cómo el patrimonio turístico contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave.</td><td rowspan="3">PROMOCION TURISTICA</td><td>Estrategia de marketing</td><td rowspan="6">Enfoque:
- Cualitativo
Tipo de investigación:
- Básica
Diseño:
- Fenomenológico
Método:
- Inductivo
Población:
- Actores claves involucrados con el sector turístico
Muestra: 07 informantes

Un Gerente de desarrollo económico, turismo y promoción del empleo, un representante de restaurante, un representante de hotel, un representante de agencia de viaje, un turista nacional, 02 pobladores

Lugar de estudio:
- Distrito de Cerro Azul - Cañete
Técnica:</td></tr>
<tr><td>Planeación e marketing</td></tr>
<tr><td>Planeación de mercado objetivo</td></tr>
<tr><td rowspan="4">DESARROLLO TURISTICO</td><td>Servicios turísticos</td></tr>
<tr><td>Patrimonio turístico</td></tr>
<tr><td>Actividades turísticas</td></tr>
<tr><td>Participación comunitaria</td></tr>
</table>

¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo las actividades turísticas contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022? ¿Cuáles son las percepciones de los actores clave respecto a cómo la participación comunitaria contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022?	Describir de qué forma las actividades turísticas contribuyen al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave. Evaluar de qué manera la participación comunitaria contribuye al desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete- 2022, según las percepciones de los actores clave.			- **E**ntrevista y observación participante **Instrumento:** - Guía de entrevista - Ficha de observación

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FICHA TÉCNICA DE INSTRUMENTO: Guía de entrevista

Tabla No 1: **datos informativos sobre guía de entrevista**

I. Datos informativos:

Denominación:	Guía de entrevista
Objetivo General	Analizar: ¿La promoción turística como herramienta para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete durante la pandemia?
Fuente:	Guía de entrevista semi estructurada
Institución:	Universidad Nacional de Cañete
Grupo de aplicación:	- 01 representante de restaurante - 01 representante de hotel - 01 representante de agencia de viaje - 01 turista - 02 pobladores - 01 El gerente del área de turismo del distrito de Cerro Azul
Tiempo de aplicación:	25-30 minutos
Forma de aplicación:	Personal
Fecha de aplicación:	Semestre académico 2021-2

II. Objetivo general: Analizar la promoción turística como herramienta para el desarrollo turístico en Cerro Azul, Cañete en la pandemia.

III. Objetivo específico

Analizar la promoción turística desde los servicios turísticos de Cerro Azul, Cañete, 2021.

Analizar promoción turística desde los patrimonios turísticos de Cerro Azul, Cañete, 2021.

Analizar la promoción turística desde las actividades turística de Cerro Azul, Cañete, 2021

Analizar la promoción turística desde la participación comunitaria de Cerro Azul, Cañete, 2021

IV. Descripción: El instrumento consta de preguntas orientadoras que están relacionadas con las categorías de análisis de la investigación.

Tabla No 2: **instrumento: Guía de entrevista: funciones ejecutivas y compresión de lectura**

Preguntas orientadoras	Preguntas derivadas del diálogo	Preguntas derivadas del diálogo	Preguntas derivadas del diálogo
1. ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul?			
2. ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?			
3. ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?			
4. ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?			
5. ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo turístico?			
6. ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?			
7. ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?			
8. ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?			
9. ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?			

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE CAÑETE

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

1.1 Nombre y apellidos del experto: Dr. Julio César Quispe Calderòn
1.2 Nombre del instrumento: Guia de entrevista
1.3 Autor del instrumento: Bautista Gutierrez Lucero Haydee
1.4 Especialidad: Administración de turismo y hoteleria
1.5 Número de colegio profesional:
1.6 Titulo del Proyecto de Tesis: "Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete- 2022"

II. ASPECTOS DE LA VALIDACIÓN

Se presentan los aspectos considerados para la validación del instrumento de este proyecto de investigación de " Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete- 2022"

Aspecto de validación	Descripción
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado.
2. Consistencia	Basado en aspectos teóricos, científicos de pedagogía
3. Coherencia	Entre las variables, categorías y dominios.
4. Pertinencia	Adecuado para tratar el tema de la Investigación

Asimismo, los aspectos de validación serán calificadas considerando los siguientes criterios a continuación: Luego, se muestra a continuación los ítems y aspectos de validación para la entrevista a utilizar en la investigación: *"Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete- 2022"*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

REVISIÒN D E PREGUNTAS PARA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

N°	Preguntas	CRITERIO				Conformidad	Observación
		Claridad	Consistencia	Coherencia	Pertinencia		
01	¿Ud. Qué opina sobre la promoción turistica del distrito de Cerro Azul?	X	X	X	X	X	
02	¿Cree Ud. Que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de cerro Azul?	X	X	X	X	X	
03	¿Considera Ud. Que el gobierno local. Las empresas de servicio turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	X	X	X	X	X	
04	¿Cree Ud. Que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	X	X	X	X	X	
05	¿Qué opina sobre el compromiso de lideres locales para fomentar el desarrollo turístico?	X	X	X	X	X	
06	¿Considera Ud. Los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	X	X	X	X	X	
07	¿Usted que opina sobre la importancia de patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro Azul?	X	X	X	X	X	
08	¿considera Ud. Que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	X	X	X	X	X	
09	¿Podría Ud. Dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	X	X	X	X	X	

Validación de instrumento por experto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

III. RESULTADOS

A.- Valoración de preguntas de Entrevista: BUENO

B.- Opinión de aplicabilidad: ACEPTABLE

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: CUBA CARBAJAL Nestor FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 13/11/2021 21:02:43-0500

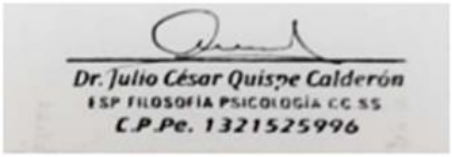
Firma
Fecha: 13 de noviembre de 2021
Nombres y Apellidos: Nestor Cuba Carbajal
Carrera Profesional: Turismo y Hoteleria
Grado Académico: Doctor
Colegiatura:123
D.N.I:40029894
Telf:967145922

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE CAÑETE

III. RESULTADOS

A.- Valoración de preguntas de Entrevista: BUENO

B.- Opinión de aplicabilidad: ACEPTABLE



- Instrumento

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

GUIA DE ENTREVISTA

Sr. Sra. Srta. Mediante el presente cuestionario, me presento ante usted, a fin de que me brinde su respuesta a las preguntas formuladas. Esta información relevante servirá para el desarrollo de la tesis titulada: "Análisis de la promoción turística y su impacto en el desarrollo turístico en el distrito de Cerro Azul, Cañete, 2021". El único propósito es conocer su opinión para el desarrollo de mi investigación. Apelo a su buen criterio de respuestas con toda honestidad; quedando agradecida por su intervención.

Representante de …
Nombres y apellidos:
Firma:

PREGUNTAS
CATEGORIA I: PROMOCION TURISTICA
1. ¿Ud. qué opina sobre la promoción turistica del distrito de Cerro Azul?
2. ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turistica en el distrito de Cerro Azul?
3. ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turisticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?
4. ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionará como destino turistico a Cerro Azul?

PPREGUNTAS
CATEGORIA II: DESARROLLO TURÍSTICO
1. ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?
2. ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?
3. ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro Azul?
4. ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?
5. ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?

Entrevista del informante 01

RELATOS DEL REPRESENTANTE DE AREA DE TURISMO, CERRO AZUL			
Categoría/Subcategoría	**Preguntas**	**Respuesta**	**Palabras clave**
CATEGORIA PROMOCION TURISTICA	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	La promoción turística realizada por la municipalidad ha experimentado mejoras significativas en este último periodo, a partir del año 2020 en adelante. Se ha llevado a cabo un inventario exhaustivo de los recursos turísticos, incluyendo el museo y los puntos de interés del distrito. La colaboración activa con la Universidad de Cañete y la participación de practicantes ha fortalecido estas iniciativas, promoviendo de manera efectiva los recursos turísticos disponibles. Además, se ha trabajado en la promoción de asociaciones locales, otorgándoles el reconocimiento necesario para participar en proyectos estatales. Se han creado y establecido las rutas turísticas del distrito de Cerro Azul, un esfuerzo conjunto que ya está en desarrollo. Esta información ha sido remitida al gobierno regional de Lima, y mediante una ordenanza, se busca asegurar la difusión adecuada de estos proyectos. Un avance significativo ha sido la elaboración del Plan de Turismo Local (PTL), detallando las acciones a realizar durante un periodo de cinco años. Este plan proporciona una visión clara de las metas y proyectos futuros, permitiendo evaluar y orientar el desarrollo turístico del distrito de Cerro Azul. En resumen, estas iniciativas marcan un importante paso hacia adelante para el futuro turístico de la región..	- Promoción - Municipalidad - Promoción - Recursos turísticos - Museo - Turísticos - Recursos - Asociaciones - Valor - Proyecto - Ruta - Cerro Azul - Gobierno local - Ordenanza

Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	Sí, el tema del marketing es crucial en este momento. Actualmente, nos enfocamos principalmente en las redes sociales y contamos con la colaboración de jóvenes practicantes y promotores turísticos para llevar a cabo nuestras iniciativas. Hemos logrado difundir información a través de medios de comunicación televisiva, especialmente en programas de gastronomía y turismo, con la participación de dos televisoras, Willax y Televisión Nacional de Perú, para brindarle al distrito la visibilidad que necesita. En cuanto a la reacción, al principio, en 2019, cuando comenzamos nuestras iniciativas, notamos cierta resistencia por parte de los operadores turísticos. Parecía que no se había trabajado en la difusión turística y gastronómica en ese momento, y algunos operadores mostraban escepticismo. Sin embargo, a medida que han observado nuestro progreso y mejoras, la situación ha cambiado. Ahora, estos operadores se han convertido en aliados estratégicos, colaborando de manera conjunta para llevar a cabo diversas actividades. Este cambio en la percepción demuestra cómo nuestra estrategia de marketing ha contribuido a establecer alianzas sólidas con los operadores turísticos locales y ha generado una mayor participación en las actividades turísticas del distrito.	- Marketing - Redes sociales - Promotores - Turísticos - Difusión - Marketing - Operadores - Aliados estratégicos - Actividades.
Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3 ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	Los operadores turísticos a menudo carecen de una planificación estructurada en su trabajo, llevando a cabo sus actividades de manera desorganizada y sin una visión a largo plazo. En respuesta a esta situación, hemos implementado capacitaciones orientadas al fortalecimiento de capacidades, con el objetivo de dotarlos de habilidades para planificar de manera efectiva su trabajo. Estas	- Operadores turísticos - Capacitaciones - Planificación - Organización - Ganancias - Población

		sesiones abordan aspectos clave, como la planificación financiera, el arqueo de caja, el análisis de ganancias y utilidades. El propósito de estas capacitaciones es brindar a los operadores turísticos las herramientas necesarias para gestionar sus actividades de manera más eficiente, permitiéndoles generar beneficios y mejoras notables en sus servicios. Además, buscamos que, al adquirir estas habilidades, los operadores turísticos puedan destacar y promocionar de manera efectiva los servicios que ofrecen tanto a la población local como a los turistas, contribuyendo así al desarrollo sostenible del turismo en la región.	- Turistas - utilidades
Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	Es crucial posicionar a Cerro Azul como un distrito destacado en el ámbito turístico, con el objetivo de atraer no solo a turistas nacionales sino también generar un auge de visitantes extranjeros que encuentren atractivo el destino. Contamos con una amplia oferta turística que nos distingue y nos hace únicos, y es fundamental comunicar este potencial de manera efectiva para atraer la atención de una audiencia internacional.	- Cerro Azul, - Turismo - Auge de ventas - Servicios turísticos - Paquetes turísticos
CATEGORIA DESARROLLO TURISTICO	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?	El tema del liderazgo en nuestra zona se ha limitado principalmente al ámbito político, centrándose en compromisos políticos específicos en lugar de abordar el liderazgo de manera más amplia y proactiva. Existe una confusión generalizada en cuanto a la naturaleza del liderazgo, ya que a menudo se asocia exclusivamente con el sistema político. Este enfoque estrecho ha llevado a que las personas se desgasten y desilusionen, generando un impacto negativo en el desarrollo general de la comunidad. Sería beneficioso que el liderazgo no se limitara únicamente al ámbito político, sino que se entendiera como	- Liderazgo - Compromisos - Políticos - Voluntad - Sistema político - Desarrollo - Lideres - Vocación

		una cualidad que implica la voluntad de desarrollar y mejorar la comunidad en su conjunto. Es importante destacar que el liderazgo puede surgir de diversas áreas y no debería limitarse exclusivamente a la esfera política. Fomentar esta comprensión más amplia del liderazgo podría generar un impacto positivo en el desarrollo sostenible y la mejora continua de nuestra comunidad.	
Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	Actualmente, no puedo afirmar que contemos con un estándar de calidad establecido; sin embargo, estamos enfocados en lograr una mejora continua. En mi papel como representante del área de turismo, busco proporcionar charlas informativas con el objetivo de elevar la calidad del servicio. Durante estas sesiones, hago hincapié en la importancia de cumplir con los protocolos de bioseguridad y en la necesidad de mantener uniformes profesionales. Además, como parte de nuestros esfuerzos para garantizar un servicio de calidad, llevamos a cabo procesos de fiscalización en los operadores turísticos. Esta medida tiene como fin principal garantizar que brinden un servicio óptimo y cumplan con los estándares establecidos. Estamos comprometidos con la excelencia en el servicio turístico y continuaremos implementando medidas y proporcionando capacitación para lograr una mejora constante en la calidad de nuestra oferta turística.	- Calidad - Mejora continua - Representante del área de turismo - Servicio - Uniformes - Protocolos - Operadores turísticos
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	Creo firmemente que lo más fundamental que poseemos como comunidad es nuestra rica cultura y tradición, y es esencial fomentar la exploración de nuestras áreas naturales, como el avistamiento de aves en puntos turísticos específicos. Hemos respaldado esta idea mediante una ordenanza, un acuerdo del consejo, que establece dos rutas distintas: Huanco y Puente Tabla. Estas	- Cultura - Tradición - Partes naturales - Avistamiento de aves - Puntos Turísticos - Ordenanza

		rutas ofrecen atractivos diversos, desde entornos naturales hasta caminos más desafiantes y aventureros que atraen especialmente a los jóvenes, hasta tramos más serenos y extensos, que permiten disfrutar de la naturaleza en su máxima expresión, con vistas a cerros, avistamiento de aves y zonas que reflejan la cultura y tradición local. En cuanto a la preservación de sitios arqueológicos como El Huarco, estamos tomando medidas concretas. En este sentido, la municipalidad ha organizado una actividad programada para el 24 de este mes, en la que se invitará a participar en un programa de Trabaja Perú. Este evento tiene como objetivo mejorar las infraestructuras alrededor de El Huarco y aumentar los ingresos locales. Además, se planea un recorrido para aproximadamente 85 personas, destacando la importancia de nuestro patrimonio histórico y cultural. Sin embargo, reconozco que aún falta una mayor promoción de estos sitios arqueológicos. Estamos trabajando en estrategias para difundir de manera más efectiva la riqueza cultural y turística de nuestra región, para que los visitantes sepan que contamos con un centro histórico valioso y significativo.	- Rutas - Naturaleza - Esplendor - Actividad municipal - Promoción - Difusión - Estrategias
Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	Ellos han accedido a un total de 160,000 para mejorar esta cadena productiva, en la que participan 25 socios comprometidos con la mejora de instalaciones, servicios y bienes, según lo proyectado en su iniciativa. Esta inversión tiene como objetivo fortalecer y potenciar la cadena productiva local. En cuanto a la participación de representantes de hoteles y restaurantes en las capacitaciones y charlas promovidas por la municipalidad, debo corregir la	- Turismo - Cadena Productiva - Instalaciones Turísticas - Servicios - Bienes - Proyecto - Capacitaciones

		información previa. En los últimos tres meses, hemos llevado a cabo 5 capacitaciones, con una participación activa de alrededor de 50 a 60 personas en cada sesión. Es importante destacar que, contrariamente a lo mencionado anteriormente, la mayoría de los participantes demuestran un interés significativo, particularmente aquellos involucrados en el comercio ambulatorio. Esta respuesta positiva refleja el compromiso y el interés de la comunidad en mejorar sus conocimientos y habilidades para fortalecer el sector turístico local.	- Comercio Ambulatorio - Hoteles - Restaurantes - Poblador
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9 ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	La participación comunitaria es esencial, ya que contribuye significativamente a las mejoras necesarias. Se les explica a los miembros de la comunidad que cuando se atiende bien a un turista, esto no solo atraerá a esa persona nuevamente, sino que también puede resultar en la llegada de 10 personas más o incluso familias enteras. La participación comunitaria se convierte así en una herramienta poderosa para dar a conocer nuestro destino turístico. Cuando la comunidad demuestra una respuesta positiva y una actitud receptiva, proporcionando información precisa y siendo amigable, los turistas se van satisfechos y llevan consigo un recuerdo positivo de la experiencia. Es crucial fomentar la participación de toda la población para que cada persona tenga la oportunidad de interactuar con turistas, ya sean nacionales o internacionales, que visitan nuestro lugar. Este contacto directo contribuye a fortalecer la conexión entre la comunidad y los visitantes, creando una experiencia memorable y positiva para todos.	Participación comunitaria - Contribuir al turismo - Sensibilidad - Valor agregado - Poblador - Turistas nacionales - Turista internación - Buen trato

Entrevista del infórmate 02 – Representante de restaurante Don Satu

RELATOS DEL REPRESENTANTE DEL RESTAURANTE DON SATU			
Categoría/Subcategoría	Preguntas	RESPUESTAS	CÒDIGOS UTILIZADOS
CATEGORIA PROMOCION TURISTICA	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	En cuanto a la zona turística, considero que se requiere una mayor promoción. A mi parecer, la municipalidad debería implementar estrategias más efectivas de promoción para atraer a más visitantes a Cerro Azul. Actualmente, la actividad turística parece limitarse principalmente al verano, y en invierno se observa una disminución en la afluencia de turistas. Creo que un enfoque más sólido en la promoción turística durante todo el año podría generar un impacto positivo en la llegada de visitantes, diversificando las temporadas de alta afluencia y brindando un impulso constante al turismo local.	- Zona turística - Promoción - Municipalidad - Cerro Azul - Turismo - Verano - invierno
Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	Sí, es un punto importante a considerar. Por ejemplo, notamos que los restaurantes varían en cuanto a los precios de sus platos, lo que podría afectar la afluencia de turistas. Una posible solución sería coordinar con todos los negocios locales para establecer precios uniformes, de manera que no solo se mantenga la competitividad, sino que también se ofrezca una experiencia gastronómica equitativa para los visitantes. Es entendible que la presentación de los platos y la calidad de los ingredientes puedan influir en los costos, pero podríamos explorar opciones para estandarizar ciertos aspectos. Sería beneficioso organizar una reunión entre la municipalidad y los propietarios de restaurantes para discutir estrategias que permitan trabajar de manera colaborativa en pro del turismo. Esto podría incluir la implementación de	- Restaurantes - Precio - Turistas - Negocios - Municipalidad - Reunión - Restaurante - Turistas - Quejas - Precios

		iniciativas que atraigan a más turistas y mejoren la experiencia gastronómica en general.	
Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3 ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	Es evidente que la participación en las charlas y capacitaciones no es satisfactoria, ya que, de un total de 20 negocios, solo asisten 5. Esta falta de asistencia no solo afecta a los comerciantes ausentes, sino que también perjudica a la población y a las plantas turísticas en general. En este sentido, considero que las autoridades municipales podrían implementar medidas para incentivar la participación y asegurar que los beneficios de las charlas y capacitaciones se extiendan a todos. Una posible medida podría ser establecer consecuencias, como no otorgar el certificado de sanidad u otras molestias administrativas, para aquellos comerciantes que no cumplan con la asistencia. Esto no solo crearía un mayor compromiso por parte de los negocios locales, sino que también garantizaría que todos se beneficien de las oportunidades de aprendizaje y mejora ofrecidas por la gestión municipal.	- Cerro Azul - Comerciantes - Charlas - Negocios - Autoridades - Carné de sanidad - Gestión municipal - Población - Plantas turísticas
Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	Estoy de acuerdo contigo, creo que Cerro Azul posee un gran potencial turístico que podría atraer no solo visitantes nacionales, sino también extranjeros. Para aprovechar al máximo esta oportunidad, sería beneficioso enfocarse en mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por todos los restaurantes y hoteles en el distrito. Esto no solo contribuiría a una experiencia más positiva para los visitantes, sino que también fortalecería la reputación turística de Cerro Azul, generando un impacto a largo plazo en el desarrollo del turismo local.	- Cerro Azul - Potencial - Visitantes - Nacionales y extranjeras - Calidad - Restaurantes - Hoteles
CATEGORIA DESARROLLO TURISTICO	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales	Entiendo que la falta de participación en las charlas y capacitaciones en Cerro Azul puede deberse a diversas razones, como la percepción de que siempre se repiten los	- Líderes - Representantes - Cerro Azul

	para fomentar el desarrollo Turístico?	mismos temas, la falta de tiempo o compromiso, y la necesidad de incentivos. Es crucial abordar estos desafíos para lograr una mayor colaboración y mejorar la gestión en el área turística del distrito. La propuesta de proporcionar incentivos, como certificados o beneficios, a aquellos que participen activamente en las charlas podría ser una estrategia efectiva. Esto no solo motivaría a los propietarios de negocios y representantes turísticos a asistir, sino que también fortalecería el compromiso general de la comunidad en la mejora continua. Además, destacar la importancia de estas capacitaciones para el crecimiento y la calidad de los negocios locales puede generar conciencia sobre los beneficios a largo plazo. La colaboración y el intercambio de experiencias entre los participantes pueden ser herramientas valiosas para el desarrollo sostenible del turismo en Cerro Azul.	- Gerente - Turismo - Gestión - Alcalde - Población - Charlas - Propietarios - Capacitaciones
Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	Es evidente que la mejora en la calidad de los servicios turísticos en Cerro Azul es necesaria. Trabajar con productos e insumos de calidad, garantizando que se cumplan los protocolos de bioseguridad, es fundamental para ofrecer a los clientes una experiencia positiva y segura. Además, fomentar el compromiso de los representantes del turismo contribuiría significativamente a garantizar un servicio uniforme y de alta calidad en todo el distrito. Un esfuerzo conjunto en este sentido podría elevar la reputación de Cerro Azul como destino turístico, atrayendo a más visitantes y generando un impacto positivo en la economía local.	- Productos - Insumos - Cliente - Protocolos - Bioseguridad - Compromiso - Turismo - Servicio
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el	Cerro Azul cuenta con un valioso patrimonio, como el Huarco, pero lamentablemente, carece de un guía turístico que pueda resaltar adecuadamente estos atractivos. Actualmente, se ha gestionado una vía de acceso hacia los	- Patrimonio - Cerro Azul - Guía - Familia

	desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	cerros para que los visitantes puedan subir, pero algunos negocios locales se oponen debido a los riesgos que representan los empinados cerros, especialmente para los niños. Aunque la municipalidad ha autorizado el acceso, persisten problemas con la oposición de algunos residentes. Se ha sugerido a la municipalidad establecer un acceso claro y seguro mediante la colocación de un letrero que indique la entrada. Además, se plantea la necesidad de intervenir para garantizar un paso libre y seguro, quizás implementando una estructura como una estera para facilitar el tránsito. Esta iniciativa no solo beneficiaría a los visitantes, sino que también podría convertirse en una fuente adicional de ingresos para la municipalidad. Es esencial coordinar y tomar medidas concretas para mejorar la accesibilidad a estos lugares y promover adecuadamente el patrimonio local.	- Municipalidad - Negocios
Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	Es evidente que uno de los desafíos en Cerro Azul es la falta de compromiso y participación por parte de los pobladores, lo que se traduce en la pérdida de oportunidades para el progreso y la promoción del distrito. A pesar de los esfuerzos realizados, como la organización de eventos gastronómicos con chefs reconocidos, la respuesta de la comunidad ha sido limitada, incluso cuando se ofrece gratuitamente. El problema radica en la percepción de los pobladores, quienes parecen tener una mentalidad estacional, enfocándose únicamente en la temporada de verano y olvidando las oportunidades que podrían generar ingresos durante todo el año. La falta de asistencia a charlas y eventos organizados por la municipalidad de Cañete también refleja la falta de interés en mejorar y aprender.	- Pobladores - Gestión - Restaurante - Negocio - Marketing - Invierno

		En el contexto de un proyecto gastronómico, se propone revalorizar los platos típicos de Cerro Azul, como el "picante de yuyo" y la "sopa atómica". La idea es rescatar y promover estas recetas tradicionales que forman parte de la identidad culinaria del lugar. Es fundamental involucrar a los jóvenes en este proceso para preservar y transmitir las costumbres a las futuras generaciones. Este enfoque no solo contribuiría a la diversificación de la oferta gastronómica sino también a la preservación de la rica herencia cultural de Cerro Azul.	
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9 ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	Es evidente que la municipalidad de Cerro Azul debe emprender acciones más contundentes para impulsar el turismo y garantizar el crecimiento del distrito. Realizar charlas y campañas de concientización fuertes y efectivas podría ser una estrategia clave para involucrar a la población en este esfuerzo colectivo. La idea es destacar la importancia de la participación comunitaria y cómo cada individuo puede contribuir al desarrollo turístico de Cerro Azul. Un enfoque específico podría ser resaltar el éxito de otros lugares cercanos, como Santa Bárbara, que han experimentado un crecimiento significativo. Esta comparación podría servir como motivación para que los habitantes de Cerro Azul se den cuenta de las oportunidades que tienen y de los posibles riesgos si no se actúa. Es necesario transmitir la noción de que el turismo no solo beneficia a los negocios locales, como los restaurantes, sino que también tiene un impacto positivo en la economía general del distrito. La participación activa de la comunidad puede ayudar a crear una experiencia turística más enriquecedora, donde los pobladores no solo actúan como anfitriones sino que también se benefician directamente del aumento de visitantes.	- Municipalidad - Charla - Turismo - Historia - Cerro Azul - Municipalidad - Calidad - Participación Comunitaria, - Restaurante.

Entrevista del infórmate 03 – Representante de Hotel Puerto Azul

Relatos del representante del hospedaje restaurante Puerto Azul			
Categoría/Subcategoría	Preguntas	Respuesta	Palabras clave
CATEGORIA PROMOCION TURISTICA	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	La promoción turística en Cerro Azul enfrenta desafíos evidentes, principalmente atribuidos a una gestión municipal que, hasta el momento, ha carecido de un enfoque efectivo para difundir nuestros atractivos turísticos y resaltar tanto nuestro patrimonio cultural como natural. Observo una oportunidad de mejora significativa en la creación de una asociación que reúna a representantes de las diversas instalaciones turísticas locales. Esta colaboración podría constituir un equipo de trabajo dinámico, comprometido en fomentar el turismo no solo a nivel individual, sino también colectivo, empleando estrategias efectivas de promoción a través de redes sociales y medios de comunicación. La percepción actual es que la promoción no se ha considerado como una herramienta positiva para impulsar el turismo en nuestro distrito. Personalmente, encuentro que existe una falta notable de cohesión y coordinación en la difusión de nuestros atractivos, tanto en plataformas digitales como en medios tradicionales. Es esencial reconocer que la promoción efectiva puede ser un catalizador poderoso para atraer visitantes, y en este momento, parece subestimarse su impacto potencial. En este contexto, los agentes turísticos, incluyendo restaurantes, hoteles, agencias de viajes y servicios de transporte turístico, desempeñan un papel fundamental. La promoción individual de sus productos, eventos y servicios es esencial para destacar las ofertas únicas que nuestro distrito tiene para ofrecer a los turistas. Este enfoque descentralizado	- Asociación - Equipo de trabajo - Plantas turísticas - Redes sociales - Medio de comunicación, - Promoción, - Turismo - Agentes turísticos - Restaurante - Hoteles - Agencias de viaje - Transporte turístico - Eventos - Servicios

		de promoción podría fortalecerse mediante la creación de una plataforma común que agrupe estas iniciativas, generando así una presencia más robusta y cohesionada en el mercado turístico. Además, invoco a la gestión municipal a revisar y mejorar su estrategia de promoción turística. La eficiencia en este aspecto es crucial, y es fundamental que la administración local asuma un papel más proactivo en la promoción del distrito. Los propietarios de hoteles y restaurantes, siendo parte integral de la oferta turística, reconocen la necesidad de un esfuerzo conjunto y están dispuestos a colaborar, pero también expresan la necesidad de una mayor orientación y liderazgo por parte de las autoridades municipales. Considero que hay un consenso generalizado entre los propietarios de diversos establecimientos turísticos en Cerro Azul de que la promoción turística requiere una revisión profunda y una estrategia más coordinada. A través de la colaboración activa y la mejora de la comunicación entre los distintos actores involucrados, podemos aprovechar plenamente el potencial turístico de nuestro distrito y brindar experiencias inolvidables a quienes nos visitan.	
Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	Indudablemente, considero que las estrategias de marketing desempeñan un papel crucial, ya que constituyen un plan integral que no solo delinean nuestros objetivos, sino que también proporcionan un detallado mapa de los pasos necesarios para alcanzar esas metas. Es fundamental reconocer que un plan de marketing no solo debería estar bajo la dirección de la gerencia municipal, sino que también nosotros, como propietarios de diversos hoteles y restaurantes, deberíamos tener un papel activo en su formulación y	- Estrategias de marketing - Plan - Objetivos - Plan de marketing - Agentes turísticos - Municipalidad - Hoteles

		ejecución. La importancia de esta participación no puede subestimarse. Este plan estratégico de marketing no solo se convierte en una guía esencial para la gerencia municipal, sino que también se erige como una herramienta valiosa para nosotros como empresarios turísticos. Nos ofrece la claridad necesaria sobre los objetivos que buscamos alcanzar y traza un camino claro para lograrlos. La coherencia entre la visión municipal y los objetivos individuales de los propietarios de establecimientos turísticos se traduce en un esfuerzo conjunto y coordinado que maximiza el impacto de nuestras acciones de promoción. El plan de marketing, al ser una hoja de ruta compartida, establece las bases para una colaboración efectiva. Nos brinda la oportunidad de alinear nuestras estrategias de promoción con las metas más amplias del distrito. Además, al ser propietarios de hoteles y restaurantes, nuestra participación activa no solo es relevante sino también beneficiosa, ya que nadie conoce mejor los atractivos y fortalezas específicas de nuestros establecimientos que nosotros mismos. Considero que la importancia de las estrategias de marketing radica en su capacidad para unificar esfuerzos y optimizar los recursos disponibles. Este enfoque colaborativo entre la gerencia municipal y los empresarios turísticos contribuye no solo a la visibilidad del distrito, sino también al éxito individual de cada establecimiento. La participación activa en la formulación y ejecución de estas estrategias no solo es un deber, sino también una oportunidad para fortalecer nuestra comunidad turística y elevar la experiencia del visitante en Cerro Azul.	- Restaurantes

Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3 ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	Es importante señalar que, si bien se llevan a cabo algunos planes en nuestro distrito, lamentablemente, su ejecución tiende a ser más empírica y, en muchos casos, se improvisa. Esta falta de planificación estructurada a menudo se traduce en resultados menos predecibles y no siempre positivos. Reconocer la necesidad de mejorar este enfoque es esencial, ya que impacta directamente en la calidad de los servicios y la representación de nuestro distrito. Desde mi perspectiva como representante, observo que hay margen para un aumento significativo en la calidad de las iniciativas implementadas. Para lograr esto, es imperativo que nos equipemos con las habilidades y conocimientos necesarios mediante capacitaciones. La falta de capacitación puede ser una barrera para alcanzar el potencial completo de nuestros esfuerzos, y abordar esta carencia se vuelve fundamental para elevar la representación del distrito. Hablar de efectividad en el contexto actual de Cerro Azul podría parecer ambicioso, pero considero que, a medida que implementamos mejoras en la planificación y ejecución, el distrito tiene el potencial de convertirse en un destino turístico competitivo y de alta calidad en el futuro. Este proceso requerirá esfuerzos continuos, pero la visión de Cerro Azul como un destino turístico destacado está respaldada por el reconocimiento de las áreas que necesitan mejoras y la disposición a invertir en el desarrollo necesario. Al reconocer las limitaciones actuales en la planificación y ejecución de planes, podemos enfocarnos en la mejora continua. La capacitación, la planificación estratégica y el compromiso con la calidad son elementos clave que, una vez abordados, pueden transformar la percepción de Cerro Azul y elevarlo a un destino turístico de excelencia.	- - Planes - Calidad - Capacitaciones - Cerro azul - Competencia - Calidad - Promoción - Estrategia de ventas

Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	La selección de un mercado objetivo se asemeja a elegir a quiénes consideramos como nuestros clientes ideales. En la actualidad, la mayoría de nuestros turistas son visitantes nacionales, lo cual indica una oportunidad latente de expansión hacia el mercado internacional. Sin embargo, para captar la atención y satisfacer las expectativas de turistas extranjeros, es necesario mejorar significativamente en términos de competitividad, oferta de productos óptimos y la calidad de nuestros servicios. Los turistas internacionales son conocidos por ser más exigentes al momento de elegir y disfrutar de un servicio. Esta realidad destaca la importancia de elevar nuestros estándares y competir a nivel global para atraer a este segmento de visitantes. La visión amplia de la importancia del servicio es fundamental; no solo se trata de ofrecer un producto, sino de brindar una experiencia completa y memorable. Es esencial abordar la falta de competitividad actual en nuestros servicios y productos, reconociendo que la excelencia es clave para atraer a un mercado más amplio y diverso. El énfasis en la calidad del servicio no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también contribuye a construir una reputación positiva para el distrito de Cerro Azul en el ámbito internacional. Además, es crucial abordar la cuestión de las promociones engañosas por parte de algunas instalaciones turísticas, como restaurantes y agencias de viaje. Estas prácticas no solo afectan la imagen de Cerro Azul, sino que también socavan la confianza de los turistas. La transparencia en las promociones es fundamental para construir una reputación sólida y atraer a visitantes que buscan experiencias auténticas y honestas.	- Mercado objetivo - Turistas - Cliente - Visitantes - Nacionales - Competitividad - Productos ópticos - Turistas internacionales - Servicio - Plantas turísticas - Restaurantes - Agencias de viajes - Promoción - Cerro Azul - Desarrollo turístico

		Es importante, creo yo, la identificación de un mercado objetivo más amplio, que incluya turistas internacionales, requiere un enfoque integral para mejorar la competitividad y calidad de los servicios en Cerro Azul. La honestidad en la promoción y la entrega de experiencias auténticas contribuirán no solo a la satisfacción del cliente, sino también a la creación de una reputación positiva que impulse el atractivo turístico del distrito a nivel global.	
CATEGORIA DESARROLLO TURISTICO	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?	La labor de la Municipalidad Distrital de Cerro Azul es notable, sin embargo, se podría mejorar la eficiencia de su gestión. Aunque he observado algunos resultados positivos, estos parecen ser limitados. A pesar de mi participación en diversas capacitaciones y charlas organizadas por la municipalidad, donde claramente se esfuerzan por promover mejoras en nuestra comunidad, a veces percibo una falta de respuesta por parte de los pobladores. Esta aparente falta de reacción puede atribuirse a los intereses personales predominantes entre la población, lo que dificulta lograr una respuesta unificada a las iniciativas propuestas. Entiendo que cada individuo tiene sus propias prioridades y enfoques, lo que puede obstaculizar el establecimiento de una calidad uniforme entre todos los agentes turísticos. Esta falta de cohesión puede afectar la experiencia del turista, quien debería tener la capacidad de elegir de manera tranquila y segura entre diversas opciones de servicios turísticos. En cuanto al compromiso de la municipalidad, es evidente que existe un esfuerzo considerable. Sin embargo, considero que aún hay áreas en las que se podría mejorar. La falta de algunas iniciativas clave podría estar afectando la efectividad general de las medidas implementadas hasta ahora. Sería beneficioso explorar vías adicionales de compromiso que	- Municipalidad - Cerro Azul - Gestión - Capacitaciones - Charlas - Pobladores - Agentes turísticos - Calidad turista - Promoción

		fomenten una participación más activa y colaborativa de la comunidad en el desarrollo turístico del distrito. Considero que, a pesar de los esfuerzos de la Municipalidad Distrital de Cerro Azul, hay oportunidades para fortalecer la eficiencia de su gestión y mejorar la respuesta de la comunidad a las iniciativas propuestas. Esto podría lograrse mediante una mayor cohesión entre los agentes turísticos, una comprensión más profunda de los intereses locales y una exploración más amplia de estrategias de compromiso para impulsar un desarrollo turístico sostenible y exitoso.	
Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	La calidad del servicio proporcionado en el distrito de Cerro Azul deja mucho que desear en términos generales. En mi opinión, este aspecto podría ser objeto de un desarrollo constante, permitiendo mejoras sustanciales si todos nos unimos y fomentamos un enfoque colaborativo y de trabajo en equipo. La creación de una corporación orientada a beneficiar el turismo podría ser un paso significativo en esta dirección, generando un efecto positivo para atraer a turistas. Como mencioné anteriormente, algunas plantas turísticas en nuestro distrito están haciendo esfuerzos para promover el turismo y sus servicios a través de las redes sociales. Sin embargo, la realidad es que estas promociones no siempre son verídicas, lo que perjudica la imagen del distrito. Es imperativo abordar esta falta de transparencia para preservar la reputación de Cerro Azul y garantizar la autenticidad de las experiencias ofrecidas a los turistas. Por otro lado, destaco la importancia de la fiscalización de restaurantes por parte de la municipalidad. La verificación rigurosa de la manipulación de alimentos es esencial para garantizar que se lleve a cabo de manera correcta y segura. Esto no solo contribuiría a la seguridad alimentaria, sino que también fortalecería la calidad del	- Calidad de Servicio - Cerro Azul - Plantas turísticas - Turismo - Redes sociales - Restaurantes - Fiscalizados - Planes - Seguridad - Calidad - Promoción - Desarrollo - Evolución

		servicio ofrecido a los visitantes. La implementación de planes y el uso de diversos medios para asegurar la calidad en los establecimientos turísticos son elementos clave para mejorar la percepción de los turistas. Pienso que, existe un claro déficit de calidad en el servicio turístico de Cerro Azul. Sin embargo, creo firmemente que este aspecto puede mejorar significativamente mediante la colaboración, la transparencia en la promoción, la fiscalización adecuada y la implementación de medidas que aseguren la calidad y seguridad en la manipulación de alimentos. El trabajo conjunto y un enfoque proactivo pueden transformar positivamente la experiencia del turista en nuestro distrito.	
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	Considero que los patrimonios naturales y culturales juegan un papel sumamente crucial en el contexto de una localidad, ya que son elementos esenciales que encierran historias, cultura, gastronomía y otros aspectos fundamentales. La preservación y valorización de estos patrimonios no solo son esenciales para mantener viva la identidad local, sino que también contribuyen de manera significativa al atractivo turístico de la zona. Cuando un turista visita un lugar, se ve inmerso en la riqueza y diversidad de sus patrimonios, lo que enriquece su experiencia y conocimiento. Sin embargo, en el caso específico del distrito de Cerro Azul, observo que se necesita un mayor cuidado y aprecio por nuestros patrimonios, tanto naturales como culturales. Resaltar y conservar estos elementos no solo preserva nuestra historia y tradiciones, sino que también fortalece nuestra oferta turística. En particular, destaco la importancia de resaltar nuestra gastronomía, ya que somos un distrito que se enorgullece de ofrecer exquisitos platillos de pescados y	- Patrimonios naturales - Cultura - Gastronomía - Turismo - Cerro Azul - Desarrollo - Historia

		mariscos. En este sentido, sería beneficioso destacar y promover de manera más efectiva nuestro patrimonio gastronómico. Esto no solo atraerá a más turistas interesados en explorar la diversidad culinaria de la región, sino que también elevará la imagen del distrito como un destino que valora y destaca sus elementos distintivos. Considero que, la preservación y promoción de los patrimonios naturales, culturales y gastronómicos son aspectos clave para el desarrollo turístico de Cerro Azul. Al cuidar y dar valor a estos elementos, no solo enriquecemos la experiencia de los visitantes, sino que también fortalecemos la identidad local y la posición del distrito como un destino turístico atractivo y distintivo.	
Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	Desde mi perspectiva personal, percibo una carencia en el enfoque turístico que el gobierno local, como la municipalidad, generalmente brinda a través de proyectos y programas. A menudo, estas iniciativas se centran principalmente en la temporada de verano, dejando de lado el potencial turístico que podría explotarse durante el invierno. Esta temporada presenta una oportunidad valiosa para la promoción y el funcionamiento de nuestro destino turístico, y considero que se requiere una mayor atención y esfuerzo durante este período. Falta un compromiso más robusto tanto por parte de las entidades públicas como de las privadas en esta cuestión. Es esencial que ambos sectores trabajen de la mano para desarrollar estrategias turísticas más integrales y sostenibles a lo largo de todo el año. El compromiso constante de estas partes interesadas podría impulsar la promoción turística de Cerro Azul de manera continua, maximizando así su potencial y atrayendo a visitantes en todas las estaciones.	- Gobierno local - Municipalidad - Proyectos - Programas - promoción - destino turístico - Compromiso - Entes públicos - Entes privados - Desarrollo

		Sugiero que se realice un análisis más detenido y una planificación estratégica que abarque tanto la temporada de verano como la de invierno. Este enfoque equitativo no solo optimizará la afluencia turística, sino que también fortalecerá la posición de Cerro Azul como un destino turístico atractivo durante todo el año. Además, insto a una colaboración más estrecha entre los sectores público y privado para garantizar un compromiso sostenido y efectivo en el desarrollo turístico del distrito.	
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9 ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	Desde mi punto de vista, la participación comunitaria desempeña un papel de suma importancia dentro de una localidad, especialmente en nuestro distrito, donde vivimos del sector turístico. Los residentes locales son fundamentales para fomentar y respaldar la industria turística, ya que desempeñan un papel activo en la orientación de los visitantes, facilitando que descubran diversos lugares en el encantador distrito de Cerro Azul. Es relevante destacar que el turismo no solo es una fuente de ingresos, sino que también tiene un impacto significativo en la vida de los pobladores locales. Esta interacción constante contribuye al desarrollo turístico, ya que los residentes no solo fomentan la visita de turistas, sino que también actúan como guías y orientadores, compartiendo su conocimiento y amor por la localidad. Pienso que, la participación activa de la comunidad es esencial para el florecimiento del turismo en Cerro Azul. Los residentes, al fomentar, orientar y guiar a los turistas, desempeñan un papel clave en la promoción del distrito. Además, el impacto positivo del turismo en la vida de los pobladores y su contribución al desarrollo turístico subrayan	- Pobladores - Desarrollo turístico - Evolución - Crecimiento turístico

		la importancia de la participación comunitaria en el crecimiento sostenible de nuestro distrito.	

Entrevista del infórmate 04 – Representante de Agencia de viaje

RELATOS DEL REPRESENTANTE DE AAVV CERRO AZUL			
Categoría/Subcategoría	**Preguntas**	**Respuesta**	**Palabras clave**
CATEGORIA PROMOCION TURISTICA	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	En Cerro Azul, actualmente, no se realizan muchas actividades turísticas durante los fines de semana, excepto por las agencias de turismo que ofrecen excursiones en cuatrimotos. Estas excursiones, en su mayoría, se dirigen a Lunahuaná, centradas en ese tipo de aventura. La ausencia de una variedad más amplia de deportes de aventura plantea la pregunta sobre la efectividad de la promoción del distrito de Cerro Azul. Parece que hay una falta de diversificación en las opciones turísticas y, además, no se observa una promoción significativa, especialmente por parte de la municipalidad. En este contexto, podría ser beneficioso para Cerro Azul explorar y promocionar más activamente otras actividades de aventura que la región tiene potencial para ofrecer. Además, sería crucial que la municipalidad desempeñara un papel más proactivo en la promoción de estas oportunidades, colaborando con las agencias de turismo y otros actores locales. La falta de diversificación y la ausencia de una promoción efectiva podrían estar afectando el potencial turístico de Cerro Azul. La implementación de estrategias más sólidas de marketing y promoción, junto con la introducción de una variedad de actividades turísticas, podrían contribuir significativamente al desarrollo del turismo en la región.	- Cerro Azul - Agencia de turismo - Lunahuaná - Deportes - Aventura - Promoción - Municipalidad. - Marketing - Turista

Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	Ciertamente, el marketing desempeña un papel crucial para atraer turistas a Cerro Azul. Sin una estrategia de marketing efectiva, es difícil que los turistas descubran y elijan visitar el distrito. Personalmente, hace aproximadamente dos años, tuve la oportunidad de participar en una charla organizada por la municipalidad, que abordaba temas relacionados con riesgos. Aunque esta charla proporcionó información valiosa sobre aspectos de seguridad, considero que sería beneficioso que la municipalidad también incluyera capacitaciones y charlas que se centren en estrategias de promoción turística. Estos eventos podrían ser fundamentales para educar a los actores locales sobre cómo participar activamente en la promoción de Cerro Azul como destino turístico, aprovechando las oportunidades de desarrollo económico que ello conlleva. Pienso que, mientras que las capacitaciones sobre riesgos son importantes, sería valioso ampliar la oferta formativa para incluir aspectos relacionados con la promoción turística. Esto podría empoderar a la comunidad local y a los empresarios para contribuir activamente al crecimiento sostenible del turismo en Cerro Azul.	- Marketing - Turista - Cerro Azul - Promoción - Difusión - Municipalidad
Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3 ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	La belleza de Cerro Azul es innegable, y esta característica desempeña un papel crucial en atraer turistas. La promoción efectiva, a menudo a través de redes sociales como Facebook, es vital para que las personas descubran y se interesen en visitar el distrito. La curiosidad generada por eventos y actividades específicas puede ser un imán adicional para atraer a más visitantes.	- Marketing - Publicidad - Turismo - Facebook, - Promoción - Difusión - Cerro Azul - Playa

		En cuanto a los eventos para publicitar Cerro Azul, considero que son esenciales. En comunidades como esta, donde la economía depende en gran medida del turismo, la organización de eventos puede ser una estrategia efectiva para atraer la atención y generar interés en la región. La falta de turismo durante la cuarentena resalta la vulnerabilidad de la economía local y destaca la importancia de implementar iniciativas que impulsen la afluencia de visitantes. La idea de ofrecer actividades turísticas, como la pesca en barcos con turistas, es muy interesante. Esto no solo diversificaría las opciones de entretenimiento, sino que también capitalizaría la belleza y la limpieza de la playa en Cerro Azul. La seguridad que se siente en un entorno al aire libre y la relativa ausencia de contaminación podrían ser factores adicionales que atraigan a los visitantes. Considero que, la promoción activa de Cerro Azul a través de eventos y actividades turísticas puede ser crucial para revitalizar la economía local. La diversificación de las opciones turísticas y la explotación de la belleza natural de la región son estrategias clave para garantizar un flujo constante de turistas y, por ende, un desarrollo sostenible para Cerro Azul.	- Cuarentena,
Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	La falta de estrategias de marketing es evidente y se presenta como un obstáculo para atraer tanto a turistas extranjeros como a visitantes de diversas regiones del Perú. Implementar un enfoque sólido en marketing es esencial para destacar los atractivos de Cerro Azul y captar la atención de audiencias más amplias.	- Marketing - turistas extranjeros - turistas nacionales

		Con campañas de marketing bien diseñadas, Cerro Azul podría resaltar sus bellezas naturales, actividades turísticas, y la autenticidad de su cultura local. La promoción efectiva en plataformas digitales, redes sociales y otros canales podría llegar a potenciales turistas, despertar su interés y convertir a Cerro Azul en un destino atractivo y memorable. La diversificación de las estrategias de marketing para llegar a audiencias tanto locales como internacionales contribuiría significativamente al desarrollo turístico sostenible de Cerro Azul. Es necesario reconocer el potencial del distrito y aprovecharlo a través de una presencia activa y efectiva en el mundo del marketing turístico.	
CATEGORIA DESARROLLO TURISTICO	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?	La municipalidad ha realizado charlas, pero todas se llevan a cabo a través de plataformas virtuales como Zoom. Sin embargo, en ocasiones, surgen dificultades debido a problemas de conectividad, lo que impide la participación de algunos interesados debido a la falta de acceso a Internet. La implementación de charlas vía Zoom, aunque es una solución práctica en ciertos aspectos, pone de manifiesto los desafíos relacionados con la conectividad. La falta de acceso a Internet puede limitar la participación de la comunidad y crear barreras para la transmisión efectiva de información importante. Sería valioso para la municipalidad considerar alternativas o complementos a las charlas virtuales, asegurándose de que la información y las capacitaciones estén disponibles de manera accesible para todos, incluso para aquellos que enfrentan limitaciones de conectividad. Esto podría involucrar la creación de	- Municipalidad - Charlas - Desarrollo

		materiales impresos, sesiones presenciales o la grabación y difusión posterior de las charlas para garantizar que la información llegue a la mayor cantidad de personas posible.	
Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	Me considero una empresa comprometida con ofrecer una alta calidad de servicio al cliente, especialmente en este momento en el que nos enfrentamos a desafíos relacionados con la enfermedad. Nuestra prioridad es garantizar que nuestros clientes disfruten de una experiencia segura y satisfactoria, cumpliendo rigurosamente con todas las normas y protocolos de bioseguridad. En el contexto actual, la salud y seguridad de nuestros clientes y colaboradores son de suma importancia. Por lo tanto, hemos implementado medidas y procedimientos específicos para prevenir la propagación de la enfermedad, asegurando un entorno seguro para todos. Estamos comprometidos a adaptarnos continuamente a las mejores prácticas y a seguir las directrices locales y nacionales para garantizar la protección de la comunidad. Además de proporcionar un servicio de calidad, nuestra empresa se esfuerza por mantener altos estándares de bioseguridad, contribuyendo así a la prevención de la propagación de la enfermedad y garantizando la confianza y satisfacción de nuestros clientes.	- Calidad - Cliente - Normas de bioseguridad - Publicidad - Servicios - Protocolos de bioseguridad - Difusión
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el	La importancia de este aspecto es fundamental para nosotros, ya que realizamos recorridos en las cercanías del cerro, y gran parte de nuestros visitantes se dirigen al sitio arqueológico de Huarco y a la playa. La belleza de estos lugares radica en su entorno natural, donde la espalda del cerro, el sitio arqueológico y la playa	- Sitio arqueológico el Huarco - Playa - Patrimonio natural - Patrimonio cultural.

	desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	ofrecen escenarios impresionantes y libres de contaminación. Este entorno no solo contribuye a la experiencia positiva de nuestros visitantes, sino que también resalta la singularidad y la autenticidad de Cerro Azul como destino turístico. La preservación de la belleza natural y la ausencia de contaminación se convierten en características distintivas que añaden un valor significativo a la oferta turística de la región. Pienso que, la importancia de mantener la pureza y la belleza del entorno cercano al cerro, el sitio arqueológico y la playa no solo impacta positivamente en la experiencia del visitante, sino que también contribuye a la preservación y promoción del patrimonio natural de Cerro Azul.	- Contaminación Ambiental .
Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	Actualmente, nos enfrentamos a la preocupación de que, debido a las restricciones para el Año Nuevo, las playas se cerrarán, lo que resulta perjudicial para las agencias, restaurantes y hoteles. Estos días suelen ser una oportunidad crucial para generar ingresos, y el cierre afectaría negativamente a todos los involucrados. Para incrementar el ingreso de visitantes extranjeros, propongo la implementación de programas de promoción intensiva. La publicidad efectiva es esencial para atraer la atención de turistas internacionales. Asimismo, podríamos considerar reactivar eventos exitosos del pasado, como los campeonatos de surf. Estos eventos no solo eran populares, sino que también atraían a numerosos visitantes. La revalorización de estos programas podría	- Publicidad - Campeonato de surf - Cerro Azul - Turismo - Playa - Actividades de relajación - Difusión - Costumbre

		revitalizar el interés turístico y contribuir al desarrollo económico de Cerro Azul. Considero que, es crucial implementar estrategias que beneficien a los negocios locales, especialmente en momentos críticos como el cierre de playas durante el Año Nuevo. Además, para incrementar la afluencia de turistas extranjeros, se sugiere una intensa campaña publicitaria y la reactivación de eventos exitosos en el pasado, como los campeonatos de surf.	
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9 ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	La importancia de mantener las playas abiertas es innegable, especialmente considerando que la mayoría de los pobladores dependen del turismo como fuente de ingresos. El cierre de las playas tendría un impacto directo en los ingresos, ya que cada vez que se cierran, se pierden oportunidades económicas. Indudablemente, es de gran importancia contar con la participación activa de los pobladores en la orientación y sugerencias a los turistas. Estas interacciones no solo mejoran la experiencia del visitante, sino que también proporcionan información valiosa sobre la riqueza cultural y natural de Cerro Azul. La orientación local no solo enriquece la visita del turista, sino que también contribuye al sentido de comunidad y conexión entre los habitantes locales y quienes visitan la región. Pienso que, la participación activa de los pobladores en la orientación turística no solo es importante para la economía local, sino que también enriquece la experiencia del visitante y fortalece los lazos comunitarios en Cerro Azul.	- Pobladores - turismo. - Participación comunitaria - Poblador - Servicios turísticos

Entrevista del infórmate 05 – Turista nacional

Relatos del representante turista nacional			
Categoría/Subcategoría	Preguntas	Respuesta	Palabras claves
Categoría Promoción Turística	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	El distrito de Cerro Azul posee un potencial inmenso, aunque podría beneficiarse significativamente de inversiones adicionales, especialmente en lo que respecta a las playas. A pesar de que el malecón cuenta con una buena iluminación, es evidente que se requiere una mayor atención a la conservación de las veredas y las pistas para mejorar la experiencia general de los visitantes. En cuanto a la hotelería, es cierto que hay una considerable cantidad de hoteles disponibles para acoger a los turistas. Sin embargo, considero crucial que la autoridad municipal supervise esta área para prevenir robos o pérdidas. Aunque Cerro Azul es conocido por su tranquilidad y la amabilidad de sus habitantes, una supervisión municipal más activa garantizaría un entorno seguro y protegido para los visitantes. Es admirable que, a pesar del paso del tiempo, la esencia de la antigua hospitalidad en Cerro Azul aún se conserve, y fortalecer esta característica contribuirá a mantener el encanto distintivo del distrito. Considero que, la inversión focalizada en las playas y una supervisión más rigurosa en la hotelería por parte de la autoridad municipal podrían realzar aún más el potencial turístico de Cerro Azul. La preservación de la tranquilidad y la hospitalidad característica del distrito son aspectos valiosos que, cuando se potencian, contribuyen a consolidar su atractivo como destino turístico.	- Cerro Azul - Potencial - Inversión - Playas - Malecón - Conservación - Hoteles - Turistas - Autoridad Municipal

Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	estoy de vacaciones, aprovechando un fin de semana para relajarme y disfrutar de las actividades en Cerro Azul. Estoy explorando las promociones turísticas de los establecimientos locales, como hoteles y restaurantes, ya sea a través de sus páginas de Facebook, WhatsApp u otras plataformas. En este momento, estoy conociendo personalmente las promociones de manera presencial y me sorprende cómo se presenta el lugar. Aunque no estoy seguro de cómo esté en pleno verano, me han comentado que hay una gran afluencia de turistas en ese período.	- Municipalidad - Estrategia de marketing - Vacaciones - Actividades - Promociones - Verano - Turistas
Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3 ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	Sí, desde Lima sabemos muy poco acerca de Cerro Azul, y he venido aquí a pescar hace unos 40 años, notando que no existía toda la infraestructura actual. A mi parecer, sería beneficioso impulsar más el movimiento comercial, ya que he comparado la situación con San Vicente, que es notablemente más comercial. Allí, encuentras todo lo que necesitas, sin necesidad de ir a Lima. Sin embargo, aquí en Cerro Azul, creo que falta un impulso en términos de marketing para convertirse en un verdadero emporio turístico.	- Plan de marketing - Cerro Azul - Comercial - Movimiento comercial - Marketing - Emporio turístico.
Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	Sin lugar a dudas, considero que Cerro Azul posee un potencial turístico impresionante. Es notable que, hasta ahora, no se ha logrado atraer significativamente a la comunidad venezolana, al menos según mi observación. Creo firmemente que, si las autoridades turísticas y las empresas del sector, incluida la municipalidad, emprenden esfuerzos más enérgicos, el desarrollo turístico puede experimentar un crecimiento considerable. El principal atractivo de Cerro Azul radica en sus hermosas playas y la serenidad que ofrece. Estos elementos, combinados con la ausencia de violencia, podrían convertirse en un diferenciador clave para el distrito. Creo que destacar estos aspectos en campañas de promoción y marketing podría atraer a una audiencia más amplia y diversa. Además, la inclusión y atención específica a la	- Mercado turístico - Cerro Azul - Potencial - Autoridades turísticas - Turismo - Violencia - Municipalidad - Atractivo

		comunidad venezolana podrían abrir nuevas oportunidades. Al entender sus necesidades y preferencias, se podrían diseñar estrategias específicas para acoger a este segmento de turistas, contribuyendo así al crecimiento económico y fortaleciendo la identidad turística de Cerro Azul. Considero que, el mercado turístico de Cerro Azul tiene un potencial significativo que aún no se ha aprovechado por completo. Con un enfoque estratégico, es posible aprovechar los atractivos naturales del distrito y su ambiente tranquilo para atraer a visitantes, incluidos los provenientes de Venezuela. Un esfuerzo coordinado entre las autoridades y las empresas turísticas puede impulsar el desarrollo del turismo en la región de manera notable.	
Categoría Desarrollo Turístico	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?	La desconfianza hacia los políticos en cuanto a cumplir sus promesas es una preocupación compartida, ya que a menudo vemos que las acciones no reflejan las palabras. Esto se agrava aún más cuando se habla de presupuestos que, en ocasiones, regresan debido a una gestión deficiente, un problema recurrente en muchos lugares, incluido este. Recientemente, tuve la oportunidad de conversar con algunos residentes y al preguntarles sobre la presencia de jóvenes en la comunidad, obtuve respuestas afirmativas. Sin embargo, al profundizar y preguntar sobre servicios básicos esenciales como luz, agua y desagüe, lamentablemente, no pudieron proporcionar respuestas concretas. Este desconocimiento sugiere que es posible que la comunidad no cuente actualmente con estos servicios cruciales. Es crucial reconocer que la disponibilidad de luz, agua y desagüe es esencial para ofrecer servicios de calidad y desarrollar el turismo de manera sostenible. Estos servicios son fundamentales tanto para la vida cotidiana de los residentes como para la experiencia de los visitantes. La falta de información sobre estos servicios es un aspecto que debe abordarse, ya que su ausencia podría afectar	- Políticos - Presupuesto - Gestión - Jóvenes - Servicio hotelero - Servicios básicos - Desarrollo - Evolución

		negativamente la calidad de vida en la comunidad y limitar las oportunidades de desarrollo turístico. Considero que, la situación plantea la necesidad de una mayor transparencia y responsabilidad por parte de las autoridades y líderes locales. La provisión de servicios esenciales es un componente clave para el crecimiento sostenible y la atracción de turistas, y es crucial que se aborden estas deficiencias para garantizar un desarrollo integral y exitoso en la región.	
Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	En relación con los restaurantes ubicados en la playa, es alentador saber que cumplen con los protocolos, lo cual debería contribuir a la seguridad del turista al elegir un lugar para disfrutar de una comida. Sin embargo, es importante destacar que el cumplimiento de protocolos no debe limitarse únicamente a medidas de salud pública; también es crucial considerar la calidad de los ingredientes utilizados en la cocina. En este sentido, sería beneficioso implementar controles más estrictos sobre la procedencia y frescura de los productos, especialmente en el caso del pescado. Garantizar la calidad y frescura del pescado es esencial para prevenir posibles problemas de salud, como intoxicaciones alimentarias, que podrían afectar negativamente la experiencia del turista y dañar la reputación de los establecimientos.	- Restaurantes - Playa - Protocolos - Control - Calidad - Hoteles - Cerro Azul

		Resulta sorprendente que, a pesar de contar con un muelle, no se ofrezca pescado o que la oferta sea limitada. Este aspecto podría ser una oportunidad de mejora para aprovechar los recursos locales y proporcionar a los visitantes una experiencia más auténtica y fresca. Sería interesante explorar la posibilidad de establecer asociaciones con pescadores locales confiables para garantizar un suministro constante de pescado fresco y de calidad. Considero que, mientras el cumplimiento de los protocolos sanitarios es esencial, también es crucial enfocarse en la calidad de los ingredientes utilizados en la cocina, especialmente en lugares donde el pescado es un componente central del menú. La optimización de la oferta de pescado, aprovechando los recursos locales de manera responsable, podría mejorar significativamente la experiencia gastronómica de los turistas y fortalecer la reputación culinaria de Cerro Azul.	
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	He tenido la oportunidad de ver el museo de Cerro Azul, aunque no he tenido la oportunidad de entrar; sin embargo, he notado que no hay una difusión adecuada en torno a él. Además, no tengo conocimiento acerca de la existencia de un centro turístico, como una huaca o un sitio arqueológico en la zona.Es interesante mencionar que mi interés por Cerro Azul se despertó después de ver un reportaje en el canal 7 hace unas semanas, lo cual me motivó a visitar la zona. Ahora, al hablar sobre el sitio arqueológico, creo que sería beneficioso resaltarlo y darle mayor difusión. La promoción y difusión de estos lugares históricos pueden ser clave para atraer a más visitantes. La creación de una narrativa en torno a la riqueza cultural y arqueológica de Cerro Azul podría ser un componente valioso para revitalizar el turismo en la región. Es necesario destacar estas características únicas y ponerlas en el centro de las estrategias de promoción para atraer no solo visitantes locales, sino también turistas de otras regiones.	- Museo - Cerro Azul - Difusión - Centro turístico - Sitio arqueológico - Turistas - Turismo - Dinero

		En importante, resaltar y difundir lugares como el museo y el sitio arqueológico El Huarco podría ser una estrategia efectiva para impulsar el turismo en Cerro Azul. La venta y promoción de estas atracciones pueden reactivar el interés turístico, generando ingresos y empleo que beneficien a la comunidad local.	
Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	Durante la semana que he pasado aquí, no he tenido la oportunidad de presenciar ninguna feria o actividad. ¿Cree que esto es algo que falta en la dinámica local? Desde mi perspectiva, podría ser beneficioso incorporar eventos regulares, como ferias o actividades gastronómicas directamente en el muelle. Estos eventos no solo ofrecerían una experiencia única para los visitantes, sino que también podrían tener un impacto significativo en el desarrollo turístico de Cerro Azul. La realización de eventos gastronómicos en el muelle podría atraer a turistas y locales por igual, creando un ambiente animado y atrayente. Estas actividades no solo resaltarían la riqueza culinaria de la región, sino que también proporcionarían oportunidades para la participación comunitaria y el fortalecimiento de la identidad local. Además, la planificación estratégica de eventos puede contribuir a la diversificación de las actividades turísticas a lo largo del año, aprovechando distintas temporadas y festividades. Esto podría generar un flujo constante de visitantes, promoviendo la economía local y brindando una experiencia más completa a quienes eligen Cerro Azul como destino. Considero que la implementación de eventos, especialmente gastronómicos en el muelle, sería una manera efectiva de atraer y retener la atención de los turistas, impactando positivamente en el desarrollo turístico del distrito.	- Feria - Actividad turística - Eventos Gastronómicos - Muelle - Promoción - Difusión - Turistas - Desarrollo local
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9	La participación comunitaria se erige como un componente esencial en el desarrollo local. Supongo que en esta área deben existir diversas asociaciones comunales y organizaciones, como	- Participación Comunitaria

	¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	Vaso de Leche u ollas comunes, que podrían coordinarse para organizar y resaltar los patrimonios presentes en la playa. Los pobladores, al impulsar la visita a ciertos lugares, desempeñan un papel crucial en la promoción turística. La actitud de la comunidad hacia esta iniciativa es muy positiva. A diferencia de otras áreas donde esto no se evidencia, aquí la gente demuestra una habilidad notable para responder a las necesidades de la región. Esto sugiere un alto nivel de conciencia comunitaria y colaboración, aspectos que podrían aprovecharse para impulsar proyectos de desarrollo y promoción turística de manera más efectiva. Pienso que, la participación activa de la comunidad, con la colaboración de diferentes asociaciones y organizaciones, puede ser un motor fundamental para resaltar los patrimonios locales y fomentar el turismo en la zona. La actitud positiva y receptiva de la población es un activo valioso que podría potenciar el desarrollo sostenible de Cerro Azul como destino turístico.	- Asociaciones Comunales - Organizaciones - Vaso de leche - Patrimonios - Pobladores - Desarrollo local - Promoción - Difusión

Entrevista del infórmate 06 – Representante poblador I

RELATOS DEL REPRESENTANTE: POBLADOR I			
Categoría/Subcategoría	Preguntas	Respuesta	Palabras clave
Categoría Promoción Turística	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	La promoción turística ofrecida por la municipalidad de Cerro Azul parece carecer de eficacia y compromiso. Observo que, aunque se lleva a cabo alguna promoción, aún hay un considerable margen de mejora en el enfoque y la dedicación que la municipalidad destina a este aspecto crucial del desarrollo local. Sería beneficioso que la municipalidad implementara estrategias más proactivas y enfocadas en su promoción turística. Esto podría incluir la participación en ferias turísticas, la creación de campañas publicitarias atractivas, el uso de plataformas digitales para llegar a un público más amplio y la colaboración con empresas turísticas y otros actores del sector. Además, la municipalidad debería considerar la creación de eventos especiales, actividades culturales o festivales que no solo atraigan a los turistas, sino que también destaquen la rica oferta turística y cultural del distrito. Un enfoque más comprometido y creativo en la promoción turística puede tener un impacto significativo en la atracción de visitantes y, por ende, en el desarrollo económico local.	- Promoción turística - Eficiente - Turismo - Municipalidad - Difusión - Estrategias Publicitarias

Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	En el ámbito de la gestión, considero que la elaboración y ejecución de planes son elementos cruciales para el desarrollo exitoso de cualquier iniciativa. Uno de los componentes fundamentales dentro de estos planes es el plan de marketing, ya que proporciona una guía clara sobre los pasos y requisitos necesarios para alcanzar los objetivos establecidos en un tiempo determinado. La identificación de estrategias específicas es esencial, ya que estas estrategias delinean los enfoques y tácticas que se implementarán para lograr los objetivos propuestos. Conocer dónde promocionarse es igualmente crucial, ya que permite llegar de manera efectiva al cliente objetivo. La planificación estratégica y la ejecución de un plan de marketing bien estructurado son elementos clave para el éxito, proporcionando dirección y claridad en el camino hacia la consecución de metas específicas.	Gestión - Plan de marketing - Estrategias - Promoción - Cliente - Objetivo
Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3 ¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	La ejecución de planes efectivos parece ser una debilidad actualmente, ya que muchos de los enfoques parecen ser empíricos. Se observa una necesidad de un mayor desarrollo y crecimiento, tanto en la calidad del servicio como en la gestión administrativa. Es posible que, con el tiempo, se puedan implementar mejoras significativas para elevar el nivel de la oferta turística y optimizar la eficiencia en la administración. Es crucial dedicar esfuerzos a la profesionalización y al perfeccionamiento de los procesos para lograr un desarrollo sostenible en el ámbito turístico.	- Planes - Desarrollo - Tiempo calidad - Servicio - Administración - Difusión - Promoción - Desarrollo

Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	Para atraer a clientes extranjeros, Cerro Azul debería enfocarse en el desarrollo conjunto de las instalaciones turísticas. Aunque ya se percibe como un destino turístico con potencial para satisfacer necesidades alimentarias y de hospitalidad, es aconsejable que se trabaje en la mejora continua de la calidad. Esto podría involucrar iniciativas para fortalecer la infraestructura turística y promover la colaboración entre los diferentes establecimientos para ofrecer una experiencia integral y atractiva para los visitantes extranjeros.	- Cerro azul - Clientes - Extranjeros - Desarrollo - Planes turísticos - Destino turístico - Potencia - Hospitalidad - Calidad
Categoría Desarrollo Turístico	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?	Es evidente que la gestión municipal está comprometida con el desarrollo turístico, ya que constantemente promueve a través de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp. Sin embargo, desde la perspectiva de un poblador, se podría observar que la comunidad local no le da la misma importancia al turismo. Sería crucial que los líderes locales, como la municipalidad, implementen proyectos y programas no solo en verano, sino también en temporada de invierno, ya que esto podría ser un factor clave para impulsar el turismo en el distrito.	- Compromiso - Gestión - Redes sociales - Facebook - Instagram - WhatsApp - Poblador - Turismo - Proyecto - Programas - Líderes locales - Turismo

Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	Los servicios turísticos ofrecidos por las diferentes empresas dentro del distrito de Cerro Azul, en mi opinión, podrían recibir una calificación de 7 en una escala del 1 al 10. Aunque hay espacio para desarrollo en la localidad, la calidad del servicio aún no alcanza el 100%. Es importante destacar la necesidad de fiscalización por parte de la municipalidad para identificar y reconocer a aquellos que cumplen con los estándares de manufactura y ofrecen un trato adecuado al cliente.	- Servicio turístico - Oferta - Empresas turísticas - Cerro Azul - Desarrollo - Servicio de calidad - Fiscalización - Municipalidad - Manufactura - Buen trato cliente
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	Sin duda, considero que el patrimonio, tanto natural como cultural, es extremadamente importante para el distrito, ya que representa una parte invaluable de nuestra identidad. Estos lugares, ya sean restos arqueológicos o sitios con una rica historia y tradición, juegan un papel crucial en el fomento del turismo. Es innegable que la presencia de patrimonios en una localidad es un atractivo fundamental que impulsa la llegada de visitantes y contribuye al desarrollo turístico.	- Patrimonio natural - Patrimonio cultural - Turismo - Restos arqueológicos - Tradición - Localidad - Desarrollo - Promoción

Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas para el desarrollo turístico del distrito?	El gobierno local ha mencionado proyectos turísticos, aunque de manera más simple debido a la situación del Covid-19 y la pandemia que está afectando. Sin embargo, en términos de proyectos de gran envergadura, podría sugerirse que se refuercen programas y proyectos, siempre cumpliendo con los protocolos de bioseguridad y distanciamiento social, que son especialmente sensibles en estos tiempos de pandemia. Además, quiero destacar la importancia de realizar eventos que impulsen el turismo, resaltando los platos típicos, tradiciones y danzas propias del distrito de Cerro Azul.	- Gobierno local - Proyecto turístico - Covid-19 - Pandemia - Proyecto - Programas - Protocolos de Bioseguridad - Distanciamiento Social - Evento - Turismo - Potajes - Tradiciones - Cerro Azul
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9 ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	Falta un mayor compromiso, especialmente en la participación comunitaria. Considero que, si todos trabajan como equipo, podríamos fortalecer el turismo en nuestro distrito. El desarrollo turístico también impacta en la calidad de vida de los habitantes, ya que el turismo abarca aspectos como el sol, la playa, los restaurantes, hoteles, entre otros. Además, quiero destacar que la participación comunitaria es fundamental para el crecimiento del turismo. Este sector no solo implica evolución, sino que también contribuye al desarrollo general de la localidad.	- Compromiso - Participación Comunitaria - Turismo - Desarrollo turístico - Calidad - Poblador - Restaurantes - Hoteles - Participación Comunitaria - Evolución - Promoción - Difusión

Entrevista del infórmate 07 – Representante poblador II

RELATOS DEL REPRESENTANTE: POBLADOR II			
Categoría/Subcategoría	Preguntas	Respuesta	Palabras clave
CATEGORIA PROMOCION TURISTICA	PREGUNTA 1 ¿Ud. qué opina sobre la promoción turística del distrito de Cerro Azul??	Uno de los aspectos clave que merece atención es el compromiso de los gestores de la hotelería en esta empresa conjunta. La colaboración estrecha entre la municipalidad y los representantes de la industria hotelera es esencial para optimizar los resultados de la promoción turística. Sería beneficioso fomentar una participación más activa por parte de los gestores de hoteles, no solo en términos de apoyo financiero, sino también en la implementación de programas y promociones que complementen las iniciativas municipales. Además, sugiero considerar la retroalimentación directa de los actores involucrados, incluidos los turistas y la comunidad local, para obtener una comprensión más completa de la efectividad de las campañas de promoción. La información cualitativa recopilada a través de entrevistas y encuestas puede ofrecer valiosos conocimientos sobre las percepciones, expectativas y áreas de mejora específicas. Aunque se aprecian mejoras en la promoción turística municipal, hay oportunidades para potenciar la efectividad de estas iniciativas, especialmente mediante la colaboración más activa de los gestores de hoteles y la obtención de retroalimentación directa de todas las partes interesadas involucradas	- Promoción turística - Municipalidad - Compromiso - Gestores - Hotelería - Promoción - Turismo - Difusión - Estrategias de venta
Sub C1: Establecimiento de estrategias de marketing	PREGUNTA 2 ¿Cree Ud. que es necesario establecer estrategias de	Indudablemente, las estrategias de marketing desempeñan un papel fundamental en el éxito de las iniciativas turísticas. No solo proporcionan un marco organizativo más sólido, sino que también delinean claramente la dirección hacia la que se busca avanzar. En este contexto, la importancia radica	- Estrategias de marketing - Objetivos - Gestión - Plan de trabajo

	marketing en la promoción turística en el distrito de Cerro Azul?	en la capacidad de establecer un plan detallado que guíe el camino hacia los objetivos deseados y, en última instancia, hacia el logro de metas específicas. La gestión efectiva de cualquier proyecto, incluida la promoción turística, requiere un plan de trabajo bien estructurado. Si bien es alentador observar que la municipalidad cuenta con un plan, la eficacia de este se refleja en los resultados tangibles que se puedan alcanzar. Es necesario evaluar de cerca cómo se están implementando estas estrategias y si están generando el impacto deseado en términos de aumento del turismo y participación de la comunidad. Además, sería beneficioso examinar la alineación entre el plan de trabajo de la municipalidad y las expectativas de los actores clave, incluidos los empresarios locales, la comunidad y los turistas. Una gestión efectiva no solo se trata de tener un plan, sino de adaptarlo y ajustarlo según la retroalimentación y las condiciones cambiantes del entorno. En este sentido, recomendaría una revisión periódica del plan de marketing turístico, incorporando medidas correctivas según sea necesario. La flexibilidad y la capacidad de respuesta a los cambios son esenciales para asegurar que la estrategia se mantenga relevante y efectiva a lo largo del tiempo. Mientras reconocemos la importancia de contar con un plan de trabajo, es crucial evaluar su ejecución y ajustarlo según las necesidades cambiantes del entorno turístico. Una gestión eficaz implica no solo tener un plan, sino también adaptarse continuamente para lograr resultados significativos y sostenibles en el ámbito de la promoción turística	- Municipalidad - Turismo - Promoción - Compromiso social
Sub C2: Planeación de marketing	PREGUNTA 3	Una observación relevante en el panorama turístico local es la falta de planificación por parte de los operadores turísticos. Muchas veces, las actividades se llevan a cabo de manera	- Operadores turísticos - Estrategias

	¿Considera Ud. que el gobierno local, las empresas de servicios turísticos realizan planeación o plan de marketing efectivo?	empírica, sin una estrategia clara, lo que puede resultar en dificultades para alcanzar los objetivos deseados. La planificación es esencial para la eficacia a largo plazo, ya que proporciona una dirección clara y ayuda a optimizar los recursos disponibles. La ejecución empírica puede conducir a resultados inciertos y a la incapacidad de alcanzar metas específicas. Sería valioso fomentar entre los operadores turísticos la adopción de enfoques más planificados y estratégicos en sus actividades. Esto podría lograrse a través de iniciativas de capacitación y asesoramiento que aborden directamente la importancia de una planificación detallada en la industria turística. A pesar de esta falta de planificación, es alentador destacar que la municipalidad está desempeñando un papel positivo al proporcionar capacitaciones a los operadores turísticos. Estas capacitaciones no solo pueden llenar las brechas en términos de conocimientos y habilidades, sino que también contribuyen a mejorar la efectividad de las actividades turísticas locales. Sería beneficioso ampliar estos esfuerzos de capacitación y colaboración, tal vez estableciendo programas continuos que aborden tanto la planificación estratégica como otras áreas clave para el éxito turístico. Además, considerar la implementación de incentivos para los operadores turísticos que adopten prácticas planificadas y eficientes podría ser una estrategia efectiva. La falta de planificación entre los operadores turísticos es un desafío identificado, pero la capacitación proporcionada por la municipalidad ofrece un punto positivo. Continuar fortaleciendo estos programas de capacitación y explorar incentivos adicionales podría ser clave para mejorar la planificación y la efectividad general de las actividades turísticas locales	- Promoción - Crecimiento local - Efectivo - Municipalidad - Capacitaciones

Sub C3: Identificación de un mercado objetivo	PREGUNTA 4 ¿Cree Ud. que la identificación de un mercado objetivo posicionara como destino turístico a Cerro Azul?	Cerro Azul emerge como un potencial turístico completo, respaldado por recursos que lo colocan en una posición óptima para atraer no solo a turistas nacionales, sino también a internacionales. La riqueza de sus atributos naturales y culturales ofrece una base sólida para el desarrollo de una industria turística floreciente. Sin embargo, para capitalizar plenamente este potencial, es imperativo fortalecer la colaboración y el trabajo en equipo entre todos los representantes involucrados en la promoción y prestación de servicios turísticos. La mejora del trabajo en equipo no solo contribuirá a una experiencia más integrada para los visitantes, sino que también permitirá la optimización de los recursos disponibles. La coordinación eficaz entre los actores locales, como la municipalidad, operadores turísticos, hoteles y otros servicios, es esencial para proporcionar un servicio de calidad y potenciar la imagen de Cerro Azul como un destino turístico destacado. En línea con esto, es vital concentrarse en la calidad del servicio ofrecido. Mejorar la capacitación y las habilidades del personal en la industria turística puede elevar significativamente la experiencia del visitante. La calidad en el servicio no solo contribuye a la satisfacción del turista, sino que también genera recomendaciones positivas, impulsando así el boca a boca y fortaleciendo la reputación del destino. Aunque Cerro Azul posee un gran potencial, es crucial reconocer la necesidad de un desarrollo continuo para ser un mercado turístico verdaderamente competitivo. Esto podría incluir inversiones en infraestructuras turísticas, promoción estratégica en mercados clave y la diversificación de las ofertas turísticas para adaptarse a las diversas preferencias de los visitantes. Cerro Azul tiene todos los medios necesarios para ser un destino turístico de renombre, pero para alcanzar su máximo potencial,	- Cerro Azul - Potencial turístico - Recursos - Turística nacionales Internacionales - Calidad de servicio - Turismo - Visitantes - Mercado competitivo

		se debe priorizar el trabajo en equipo, la mejora de la calidad del servicio y un enfoque continuo en el desarrollo para posicionarse como un mercado turístico competitivo a nivel nacional e internacional	
CATEGORIA DESARROLLO TURISTICO	PREGUNTA 5 ¿Qué opina sobre el compromiso de líderes locales para fomentar el desarrollo Turístico?	Un aspecto crucial que destaca en la situación actual de Cerro Azul es la ausencia de líderes locales que impulsen y coordinen de manera efectiva el desarrollo turístico. La carencia de una dirección unificada conlleva a que cada entidad actúe de manera independiente y orientada a sus intereses particulares. Para potenciar el turismo de la región de manera más eficiente y segura, es esencial establecer un sólido equipo de trabajo compuesto por líderes locales comprometidos. La formación de un equipo dedicado al desarrollo turístico puede ser un catalizador clave para el crecimiento sostenible de la industria. Este equipo podría liderar la planificación y ejecución de programas, proyectos y otras iniciativas destinadas a beneficiar tanto a las empresas turísticas como a los visitantes. La colaboración estrecha entre diferentes actores locales, como la municipalidad, comerciantes, operadores turísticos y la comunidad, es esencial para construir una visión compartida y coordinar esfuerzos efectivos. La presencia de líderes locales comprometidos no solo contribuiría al fomento del turismo, sino que también garantizaría la seguridad de los visitantes. La coordinación adecuada entre las autoridades locales, servicios de seguridad y empresas turísticas puede establecer un entorno seguro y acogedor para los turistas, lo cual es fundamental para atraer visitantes recurrentes y construir una reputación positiva. Sería beneficioso que este equipo de trabajo también se enfoque en la capacitación y el fortalecimiento de capacidades de las empresas turísticas locales. La implementación de buenas prácticas, estándares de calidad y el desarrollo de experiencias	- Líderes locales - Equipo de trabajo - Turismo - Programas - Proyectos - Empresas turísticas - Visitante - Efectivos y seguro - Calidad - Servicio - Promociones - Ofertas - Municipalidad

		turísticas auténticas pueden diferenciar a Cerro Azul en el mercado y mejorar la satisfacción del visitante. La creación de un equipo de líderes locales comprometidos es esencial para canalizar esfuerzos de manera efectiva y segura en el desarrollo turístico de Cerro Azul. Esta iniciativa puede ser el impulso necesario para consolidar la región como un destino turístico destacado, beneficiando a la comunidad local y a los visitantes por igual	
Sub C1: Servicios turísticos	PREGUNTA 6 ¿Considera Ud. los servicios turísticos ofertados por las empresas son óptimos y de calidad?	Una observación importante en el contexto turístico de Cerro Azul es la percepción general de que el servicio ofrecido no siempre cumple con las expectativas, y en ocasiones, dista considerablemente de lo promocionado. Esta discrepancia entre lo ofrecido y lo experimentado puede generar insatisfacción y, en algunos casos, resultar en una experiencia frustrante para los visitantes. Este desafío subraya la necesidad crítica de una intervención eficaz por parte de la municipalidad para abordar y mejorar esta situación. Uno de los problemas identificados es la calidad del servicio, que en ocasiones no se ajusta a las expectativas de los visitantes. Sería valioso implementar programas de capacitación para el personal involucrado en la industria turística, enfocándose en la atención al cliente, la comunicación efectiva y la mejora continua. Una fuerza laboral bien capacitada puede marcar la diferencia en la satisfacción del visitante y contribuir significativamente a la reputación del destino. Además, la falta de veracidad en las promociones y ofertas es un aspecto crítico que debe ser abordado. La municipalidad podría desempeñar un papel fundamental al establecer estándares claros y regulaciones para garantizar la transparencia en las prácticas publicitarias de las empresas turísticas. Implementar mecanismos de verificación y supervisión podría ayudar a	- Calidad - Servicio - Promociones - Ofertas - Desarrollo - Verídicas - Municipalidad - Restaurante - Hoteles

		garantizar que las promociones sean precisas y que los visitantes reciban lo que se les ha prometido. En términos de políticas municipales, sería beneficioso establecer un sistema de retroalimentación en el que los visitantes puedan expresar sus experiencias, tanto positivas como negativas. Esto proporcionaría información valiosa para evaluar y mejorar constantemente la calidad de los servicios turísticos locales. Abordar la brecha entre las promociones y la realidad experimentada por los visitantes es esencial para fortalecer la reputación turística de Cerro Azul. La intervención proactiva de la municipalidad, a través de programas de capacitación, regulaciones transparentes y canales efectivos de retroalimentación, puede marcar una diferencia significativa en la calidad del servicio ofrecido y en la percepción global del destino.	
Sub C2: Patrimonios turísticos	PREGUNTA 7 ¿Usted qué opina sobre la importancia del patrimonio natural y cultural para el desarrollo del turismo del distrito de Cerro azul?	Es muy importante, es la historia de la localidad y eso es lo que se vende al turista, pero aun así Cerro Azul contando con recursos debería también ponerle en valor y promocionarlo. A veces dejamos en el olvido diferentes patrimonios y se va olvida Esperemos la municipalidad haga algo al respecto. el huarco requiere repotenciar. El patrimonio histórico de Cerro Azul es un activo invaluable que no solo enriquece la identidad de la localidad, sino que también constituye un atractivo fundamental para los turistas. La historia es parte integral de su encanto, y su preservación y promoción son esenciales para atraer visitantes interesados en conocer y apreciar la riqueza cultural y la herencia de la comunidad. A pesar de contar con recursos históricos significativos, Cerro Azul podría beneficiarse enormemente al poner en valor y	- Localidad - Turista - Cerro azul - Recursos - Valor agregado - Promoción - Patrimonios - Municipalidad - Patrimonios - Herencia - Historia

		promocionar de manera más activa su patrimonio. La historia local es una poderosa herramienta de marketing, y su adecuada presentación puede no solo atraer turistas, sino también fomentar un mayor aprecio y respeto por la herencia cultural entre la propia comunidad. Es común que los patrimonios a veces queden en el olvido, y es por eso que es imperativo que la municipalidad tome medidas para preservar y promover estos activos valiosos. La creación de programas de preservación, la señalización adecuada de sitios históricos y la implementación de iniciativas educativas que destaquen la importancia de la historia local son pasos cruciales. En particular, el Huarco requiere repotenciarse. Aquí, la municipalidad podría explorar oportunidades para revitalizar este patrimonio, ya sea a través de restauración, actividades culturales o incluso alianzas con entidades educativas y culturales para impulsar su reconocimiento y accesibilidad. Aunque la historia de Cerro Azul es un tesoro valioso, su puesta en valor y promoción requieren atención y esfuerzos dedicados. La municipalidad puede desempeñar un papel clave en este proceso, implementando medidas que aseguren la preservación y el resalte del patrimonio local, enriqueciendo así la experiencia turística y fortaleciendo el lazo entre la comunidad y su historia	
Sub C3: Actividades turísticas	PREGUNTA 8 ¿Considera Ud. que el gobierno local fomenta proyectos turísticos dando énfasis en actividades turísticas	La observación sobre la estacionalidad turística en Cerro Azul es muy acertada. Es en los veranos los momentos de mayor afluencia de turistas, pero hay oportunidades significativas para diversificar y extender la actividad turística a lo largo del año. La creación de eventos y actividades específicas puede ser una estrategia efectiva para atraer visitantes en diferentes temporadas y agregar un atractivo adicional al destino. Se podrían organizar eventos que resalten la rica oferta gastronómica local, como rutas gastronómicas que permitan a	- Turismo - Eventos - Actividades - Rutas gastronómicas - Recursos - Cerro azul - Protocolos de bioseguridad

	para el desarrollo turístico del distrito?	los turistas explorar y disfrutar de la diversidad culinaria de la región. Asimismo, la celebración de concursos de danzas en el parque de Cerro Azul no solo atraería a los turistas, sino que también involucraría a la comunidad local, creando un ambiente festivo y vibrante. Es esencial reconocer la importancia de adaptarse a la realidad actual, considerando la necesidad de cumplir con protocolos de bioseguridad y limitaciones de aforo. La municipalidad podría liderar la organización de eventos que fomenten el turismo, asegurándose de implementar rigurosos protocolos de seguridad para garantizar la salud y bienestar de los participantes y visitantes. Esto podría incluir medidas como distanciamiento social, control de aforo, y promoción del uso de medidas de protección personal. Además, en un enfoque más sostenible, se podrían explorar eventos que destaquen la naturaleza y la cultura local, promoviendo prácticas responsables y respetuosas con el entorno. Excursiones guiadas, actividades al aire libre y eventos centrados en la conservación podrían ser opciones atractivas para un turismo más sostenible y consciente.	- Aforo turístico - Actividades turísticas - Entretenimiento
Sub C4: Participación comunitaria	PREGUNTA 9 ¿Podría usted dar a conocer su punto de vista sobre la importancia de la participación comunitaria para contribuir al desarrollo turístico de la localidad?	La población local desempeña un papel fundamental en la difusión del turismo en nuestro querido distrito de Cerro Azul. Su participación activa y orientación a los turistas no solo son notables, sino también esenciales para el continuo florecimiento de nuestra comunidad. Es digno de mención que, de hecho, la vida cotidiana de nuestros residentes se entrelaza de manera significativa con la prosperidad del turismo. En este sentido, resulta innegable que Cerro Azul no solo acoge a los visitantes, sino que depende económicamente de ellos. La dedicación de la población local al turismo va más allá de transacciones comerciales. Se manifiesta en el calor con	- Población - Turismo - Distrito - Turistas - Cerro Azul - Calidad de vida - Poblador - Desarrollo local - Gestión municipal

		el que ofrecen recomendaciones, comparten historias autóctonas y participan activamente en eventos comunitarios diseñados para atraer a los turistas. Esta participación no solo refleja un sentido de pertenencia, sino también una responsabilidad compartida hacia el desarrollo sostenible de la industria turística en Cerro Azul. En términos económicos, la población local ha diversificado sus fuentes de ingresos, generando un efecto empresarial que abarca desde pequeños negocios familiares hasta artesanos locales. Este esfuerzo colectivo contribuye no solo a la subsistencia individual, sino también al crecimiento económico general del distrito. La sensación de interdependencia entre la población y el turismo es palpable, y se refleja en un compromiso constante de los residentes para continuar aportando a la atracción de visitantes. El impacto del turismo va más allá de lo financiero; se extiende a mejoras significativas en la calidad de vida de los residentes. El empleo generado, el acceso mejorado a servicios esenciales y las oportunidades educativas resultantes de la industria turística han transformado positivamente la realidad cotidiana de muchos en Cerro Azul. Este fenómeno no solo se traduce en cifras económicas, sino también en una mejora tangible en las condiciones de vida de la comunidad. A medida que el turismo se convierte en un pilar central de la vida en Cerro Azul, es inevitable que haya cambios en el estilo de vida de los residentes. La adaptación a nuevas tradiciones, la evolución de la cultura local y las transformaciones en las interacciones sociales son aspectos que merecen una atención detallada.	

VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Código N° 056-2024

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD

Yo, Dr. Julio Cesar Lujan Minaya Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales valido el informe titulado: **Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete-2022.**

Cuyo autor es, **Lucero Haydee Bautista Gutiérrez**, identificada con DNI N° 74432870 declaro que la evaluación realizada por el programa informático, ha constatado un porcentaje de similitud del **4%**, verificable en el resumen de reporte automatizado de similitudes que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud no constituye plagio, y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar, además, el recibo digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Cañete, 14 de noviembre de 2024

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitudes
- Recibo Digital

REPÚBLICA DEL PERÚ Firma Digital
Firmado digitalmente por: LUJAN MINAYA Julio Cesar FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 15/11/2024 08:41:35-0500

VALIDADO POR:

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada"

- Resumen del reporte automatizado de similitudes

Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete-2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%	4%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.undc.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	libros.cienciadigital.org Fuente de Internet	1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 1%
Excluir bibliografía	Activo		

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada"

- Recibo Digital

turnitin

Recibo digital

Este recibo confirma quesu trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Unidad Investigación Ciencias Empresariales
Título del ejercicio:	Lucero Haydee Bautista Gutierrez
Título de la entrega:	Promoción turística como instrumento para el desarrollo tur...
Nombre del archivo:	INFORME_DE_FINAL_DE_TESIS-LUCERO_BAUTISTA.pdf
Tamaño del archivo:	2.8M
Total páginas:	177
Total de palabras:	43,806
Total de caracteres:	260,401
Fecha de entrega:	11-nov.-2024 12:36p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre...	2516064953

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete-2022

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA: Lucero Haydee Bautista Gutiérrez
ORCID 0009-0002-4272-1781

ASESORA: Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva
ORCID: 0000-0001-8929-2916

TIPO DE INVESTIGACIÓN:
Investigación Básica

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión empresarial y desarrollo turístico sostenible

Cañete- Perú
2024

Derechos de autor 2024 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

N° 087-2024

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las 15:30 horas, del día 29 de noviembre del 2024, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 207-2023-UIFCE/FCE/UNDC.

Presidente (a): Dr. Roberto Reymundo Buendía Aparcana.
Secretario (a) : Dra. Nieves Elva Baños Chaparro.
Vocal : Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala.
Asesor(a) : Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete-2022"**, presentado por la Bachiller Lucero Haydee Bautista Gutiérrez, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			16			16
Dominio del tema			16			16
Visión holística del trabajo			16			16
Promedio						16

**** Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos cuadros, uno para cada uno.**

Para obtener la nota final de todo el proceso de investigación, conforme al artículo 100° y 101° del Reglamento General de Investigación de la Universidad Nacional de Cañete aprobado mediante Resolución N° 180-2023-UNDC/CO, se procedió a calcular la nota final:

Nota del Informe (valor 40%)	Nota de Sustentación (valor 60%)	Nota Final
16	16	16

(*) Cálculo: (Nota Informe * 0.40) + (Nota de Defensa * 0.60) = Nota final
Para el caso de dos sustentantes, se debe incluir una columna adicional a la izquierda y poner los nombres de cada uno de ellos, y calificar en forma individual.

Y, establece como calificación FINAL: 16 (dieciseis)

- Aprobado, con nota Regular (…), Bueno (X), Muy Bueno (…), Excelente (…)
- Desaprobado (…)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (X) impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo y Hotelería.

****Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las 4:15 p.m. Horas se dió por terminado el acto de sustentación.

Dra. Nieves Elva Baños Chaparro **Secretario(a)**	Dr. Roberto Reymundo Buendía Aparcana. **Presidente(a)**	Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala **Vocal**	Dra. Miriam Viviana Ñañez Silva **Asesor(a)**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNDC

I INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO

1.1 Título del documento:

Promoción turística como instrumento para el desarrollo turístico: Percepciones y experiencias de actores clave en Cerro Azul, Cañete-2022

1.2 Descripción (Seleccionar)

Tesis de Pregrado	x	Libro	
Tesis de Maestría		Capítulo de libro	
Tesis de Doctorado		Monografía	
Trabajo de Investigación		Artículo	
Tesis de Segunda Especialidad		Conferencia	
Trabajo de Suficiencia Profesional		Programa informativo	
Trabajo académico		Datos	

1.3 Autores del documento

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
Bautista Gutiérrez	Lucero Haydee	1774432870@undc.edu.pe	74432870	0009-0002-4272-1781

1.4 Asesor (es)

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
Ñañez Silva	Miriam Viviana	mnanez@undc.edu.pe	15398895	0000-0001-8929-2916

1.5 Centro de Investigación

Facultad	Ciencias empresariales
Escuela Profesional	ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

I. ORIGINALIDAD DEL TRABAJO PRESENTADO

Con la presentación de esta ficha, el(los) autor(es) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal,

III. AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO PRESENTADO

3.1 Por medio del presente documento, afirmo y garantizo(amos) ser el (los) legítimo (s), titular(es) de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los entregables, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos” que serán incluidos en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cañete (en adelante, la “Universidad”).

3.2 Autorizo a la Universidad a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional de la Universidad y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N* 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con su Repositorio Institucional. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

3.3 En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

03 de enero del 2025

Firma

Fecha

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

IV: PUBLICACIÓN DIFERIDA

Este ítem solo es de interés para los autores que han decidido la publicación diferida de sus documentos. Caso contrario, obviar este apartado.

Autorización	Motivo (marcar)		Firma
Solicito la publicación diferida del documento depositado en el repositorio, por 12 meses. (indicar el tiempo que solicita)	Exclusividad de revista, editor	X	
	Por patente		
	Secreto o seguridad nacional		
	Por otras razones		

Cualquier motivo utilizado, el solicitante debe acreditar con documento su pedido (subir junto con la autorización la evidencia que sustenta su solicitud).

AUTORIZACIÓN COMO REPRESENTANTE DE COAUTORES
Aplicable solo en caso de que existan varios autores en el trabajo de investigación

YO, Lucero Haydee Bautista Gutiérrez con DNI N* 74432870, en mi calidad de autor y actuando en representación de mis co-autores, autorizo la publicación del documento indicado en el punto 1, bajo las condiciones indicadas en el punto 2 y 3, dejando constancia que el archivo digital que estoy entregando a la Universidad Nacional de Cañete, como parte del proceso de obtención del título profesional o grado académico, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.

03 de enero del 2025

Firma

Fecha

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".