UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

“Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial - Cañete, 2022"

TESIS

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA

AUTOR:

Bach. Jenifer Lisbeth Casas Yaya

ORCID: 0000-0001-5413-2883

ASESOR:

Dra. Nieves Elva Baños Chaparro

ORCID: 0000-0003-3632-9708

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Aplicada
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Turismo cultura y patrimonio

CAÑETE – PERÚ

2023

Hoja del Jurado



Dr. Edgar Augusto Salinas Loarte

Presidente

Mg. María Guadalupe Valiente Campos



Secretaria



Mg. Julio Wu Mata

Vocal



Dra. Nieves Elva Baños Chaparro

Asesora

Dedicatoria

La siguiente investigación está dedicada a mis familiares,

docentes y amigos que me han apoyado

en el transcurso de mi carrera.

Agradecimientos

Agradecer a mi familia y amigos por su apoyo,

a mi asesora por su apoyo en esta investigación.

Su apoyo y colaboración fueron

fundamentales en cada etapa de este

proceso de investigación.

ÍNDICE

HOJA DEL JURADO II

DEDICATORIA III

AGRADECIMIENTOS IV

ÍNDICE V

LISTA DE GRÁFICOS IX

LISTA DE TABLAS X

RESUMEN XI

ABSTRACT XII

INTRODUCCIÓN XIII

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 15

1.1. Descripción de la realidad problemática 15

1.2. Formulación del Problema 17

1.2.1. Problema general 17

1.2.2. Problemas específicos 18

1.3. Objetivos de la investigación 18

1.3.1. Objetivo general 18

1.3.2. Objetivos específicos 18

1.4. Justificación 18

1.4.1. Justificación teórica 18

1.4.2. Justificación práctica 19

1.4.3. Justificación metodológica 19

1.5. Delimitación de la investigación 20

1.5.1. Delimitación teórica 20

1.5.2. Delimitación temporal 20

1.5.3. Delimitación espacial 20
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO 21
2.1. Marco teórico 21
2.1.1. Variable: Turismo gastronómico sostenible 21
A. Definición 21
B. Dimensiones del turismo gastronómico sostenible 23
C. Indicadores del turismo gastronómico sostenible 27
D. Teorías del turismo gastronómico sostenible 29
2.1.2. Variable Actividad turística 30
A. Definición 30
B. Dimensiones de la actividad turística 32
C. Indicadores de la actividad turística 33
D. Teorías de la Actividad Turística 39
El turismo y su vinculación con la gastronomía 43
2.2. Antecedentes de la investigación 45
2.2.1. Antecedentes Nacionales 45
2.2.2. Antecedentes Internacionales 47
2.3. Definición de términos básicos 49
CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES 52
3.1. Hipótesis 52
3.1.1. Hipótesis general 52
3.1.2. Hipótesis específicas 52
3.3. Operacionalización de la variable 54
CAPITULO IV: DISEÑO METODOLOGICO 56
4.1. Tipo de investigación 56

4.2. Diseño de investigación 56
4.3. Método de investigación 57
4.4. Población y muestra 57
4.4.1. Población 57
4.4.2. Muestra 58
4.5. Lugar de estudio 58
4.6. Técnicas e instrumento para la recolección de datos 58
4.6.1. Técnica 58
4.6.2. Instrumento 58
4.7. Análisis y procesamiento de datos 59
CAPITULO V: RESULTADO 60
5.1. Resultado descriptivo 60
5.1.1. Resultado descriptivo por variables y dimensiones 61
5.2. Resultado inferencial: prueba de hipótesis 69
5.2.1. Formulación de la hipótesis general 69
5.2.1.1. Formulación de la hipótesis especifica 1 70
5.2.1.2. Formulación de la hipótesis especifica 2 71
5.2.1.3. Formulación de la Hipótesis Específica 3 72
CAPITULO VI: DISCUCIÓN DE RESULTADOS 74
CAPITULO VII: CONCLUSIONES 77
CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES 78
REFERENCIAS 80
ANEXOS 89
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA 89
ANEXO 2: INSTRUMENTO (VALIDADO) 90

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN 96

Lista de gráficos

FIGURA 1.....40

FIGURA 2.....41

FIGURA 3. 42

FIGURA 4.....60

FIGURA 5.....60

FIGURA 6.....61

FIGURA 7.....62

FIGURA 8.....63

FIGURA 9.....64

FIGURA 10.....65

FIGURA 11.....66

FIGURA 12.....67

FIGURA 13.....68

Lista de tablas

TABLA 1. 35

TABLA 2. 36

TABLA 3. 54

TABLA 4. 55

TABLA 5. 61

TABLA 6. 62

TABLA 7. 63

TABLA 8. 64

TABLA 9. 65

TABLA 10. 66

TABLA 11. 67

TABLA 12. 68

TABLA 13. 69

TABLA 14. 70

TABLA 15. 71

TABLA 16. 72

TABLA 17. 73

Resumen

La presente investigación titulada “influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete, 2022” tiene como principal objetivo determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial. Asimismo, el estudio abarcó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, tipo aplicada y método hipotético deductivo. Para la constatación de la hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación no paramétrica de Spearman.

La aplicación de los instrumentos permitió la recopilación de datos estadísticos, estos fueron validadas por expertos. Las encuestas fueron referentes a las variables turismo gastronómico sostenible y actividad turística, tomando las dimensiones que estas abarcan: gastronomía, turismo gastronómico, sostenibilidad alimentaria, oferta turística, demanda turística, operadores turísticos. Los instrumentos se aplicaron a los pobladores del distrito de Nuevo Imperial, Cañete, Lima, considerándose un muestreo no probabilístico.

Los resultados demostraron que, si existe una relación entre el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, región Lima. La prueba estadística Rho de Spearman arrojó un valor de 0,481 evidenciándose una correlación moderada, además con un p valor de 0,000 < 0,05, que estadísticamente es significativo. Concluyendo que, con un mayor fortalecimiento de la gastronomía junto a los demás elementos turísticos del distrito de manera sostenible beneficia la oferta y demanda de los operadores turísticos, generando puestos de trabajos e ingreso de divisas para la población en general.

Palabras clave: Turismo gastronómico sostenible, sostenibilidad alimentaria, actividad turística, oferta turística, demanda turística, operadores turísticos.

Abstract

The main objective of this research entitled “Influence of sustainable gastronomic tourism on the development of tourist activity in the district of Nuevo Imperial, Cañete, 2022” is to determine how sustainable gastronomic tourism influences the development of tourist activity in the district of Nuevo Imperial. Likewise, the study included a quantitative approach, non-experimental design, applied type and hypothetical-deductive method. To verify the hypothesis, Spearman's non-parametric correlation coefficient was used.

The application of the instruments allowed the collection of statistical data, these were validated by experts. The surveys were related to the variables sustainable gastronomic tourism and tourist activity, taking the dimensions that these include: gastronomy, gastronomic tourism, food sustainability, tourism supply, tourism demand, tour operators. The instruments were applied to the inhabitants of the district of Nuevo Imperial, Cañete, Lima, considering a non-probabilistic sampling.

The results showed that, if there is a relationship between sustainable gastronomic tourism and tourist activity in the Nuevo Imperial district, Lima region. The Spearman Rho statistical test yielded a value of 0.481 showing a moderate correlation, also with a p value of 0.000 <0.05, which is statistically significant. Concluding that, with a greater strengthening of the gastronomy together with the other tourist elements of the district in a sustainable way, it benefits the supply and demand of tour operators, generating jobs and foreign exchange income for the general population.

Keywords: Sustainable gastronomic tourism, food sustainability, tourism activity, tourism supply, tourism demand, tour operators.

INTRODUCCIÓN

La tesis “Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.” se desarrolla con la finalidad de determinar si el turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la actividad turística del distrito de Nuevo Imperial. Esta investigación reviste una gran relevancia debido a que el turismo gastronómico sostenible se centra en la creación de experiencias culinarias para los visitantes a través de la oferta de productos y servicios en la comunidad, como lo ha destacado (Montecinos, 2016). Por su parte, la actividad turística está estrechamente relacionada con los servicios turísticos ofrecidos por la localidad, y su desarrollo conlleva repercusiones económicas, ambientales y culturales, según lo señalado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2009).

Para ello, se establecieron tres objetivos específicos: (i) determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible en el desarrollo de la oferta turística; (ii) determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible en el desarrollo de la demanda turística; (iii) determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible en el desarrollo de los operadores turísticos.

La información obtenida en esta investigación está organizada en cinco capítulos, cada una de ella de vital importancia para el desarrollo de este trabajo de investigación:

El capítulo I titulado: Planteamiento del problema, se presenta la situación del problema de la investigación, la formulación del problema general y específicos, la justificación teórica, practica y metodológica, el objetivo general y específicos.

El capítulo II titulado: Marco Teórico, se presentan aspectos relevantes como los antecedentes nacionales e internacionales en las que se fundamenta la investigación; las bases

teóricas de las variables turismo gastronómico sostenible y actividad turística, junto a sus dimensiones, donde se toma en cuenta las teorías, conceptos, importancia de las mismas.

El capítulo III titulado: Hipótesis, se presenta la formulación de hipótesis general y específicas, la operacionalización de las variables.

El capítulo IV titulado: Metodología en el cual encontramos el tipo, método, enfoque, alcance, nivel y corte de investigación, la muestra, técnica e instrumento de recolección de datos y el procesamiento de los datos.

Finalmente, en el capítulo V, tenemos los aspectos administrativos de la investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Para Gillespie y Cousins (2012), la gastronomía es la ciencia, el arte del buen comer y beber: un concepto que se extiende y abarca nociones más amplias como la cultura, tradición, sociedad y civilización. Mientras que Vélez (2012) lo describe como el análisis del hombre frente a los alimentos y su influencia de su consumo en el medio ambiente que lo rodea. Asimismo, Fusté (2016) agrega que la gastronomía es un símbolo de identidad territorial, una representación de la cultura y la naturaleza.

La actividad turística es un fenómeno socioeconómico que ha tenido evolución a lo largo de la historia. Consiste en una amplia gama de actividades diseñadas para ofrecer a los turistas la oportunidad de disfrutar de su tiempo libre y vacaciones (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2011). La oferta turística incluye una variedad de productos, servicios y actividades en las que el turista puede ser tanto un agente activo como pasivo de la experiencia turística. En este sentido, el turismo se ha convertido en una de las principales industrias a nivel mundial, generando empleos y contribuyendo significativamente al desarrollo económico y social de muchos países (García, 2012; Gobierno de Canarias).

A nivel mundial, la gastronomía es mucho más que cocinar, esta refleja el patrimonio cultural, la tradición y el sentido de comunidad de cada pueblo y es una manera de fomentar el entendimiento entre diferentes culturas, de acercar a las personas y sus tradiciones. De acuerdo con Taste Atlas Awards (2022) en su ranking de cocinas del mundo según los votos de la audiencia por ingredientes, platos y bebidas, Italia es reconocido como el país con la mejor gastronomía, seguido por Grecia, España, Japón, India, México, Turquía, América, Francia y Perú, destacando por su actividad culinaria en la variedad de insumos que utilizan para la preparación de cada platillo, muchos de ellos vienen de la mezcla y elaboración de antiguas civilizaciones.

El turismo gastronómico es importante dentro de una localidad, puesto que está centrada en transmitirle al turista la historia, cultura del lugar a través de su comida, bebidas, folclore. Esto conlleva a que se le genere una experiencia única al turista, buscando establecer una conexión directa con la región, la población, la cultura y el patrimonio del lugar visitado (Leal, 2016). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo - OMT (2021) el desarrollo sostenible en el turismo hace referencia al "turismo que tiene en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas".

Autores como Velásquez y Garlobo (2020) consideran que el turismo gastronómico sostenible, se realiza por medio de actividades fundamentadas en el patrimonio gastronómico tanto material e inmaterial en lugares diferentes al entorno habitual, con el principal objetivo de realizar experiencias gastronómicas donde se valoren la sociedad, su cultura y los productos, así como el uso responsable de los recursos naturales. Es decir, que los alimentos se empleen de manera saludable, cultivados y producidos con responsabilidad ambiental y promocionados dentro de la gastronomía tradicional por medio de actividades sostenibles que contribuyan a mantener la identidad del patrimonio gastronómico.

Dentro de Latinoamérica existe una gastronomía propia de cada país que ha nacido de las tradiciones y orígenes culturales, en muchos de los países no se oferta un turismo gastronómico sostenible, solo la gastronomía por si sola, dejando de lado los servicios turísticos que se sitúan en el destino. El Perú ha sido reconocido constantemente como uno de los mejores destinos gastronómicos por sus variados y exquisitos platillos, gracias a la fusión de las tradiciones culinarias de nuestros antepasados, la cocina peruana es el resultado de la historia de cada uno de sus pueblos: la fusión de sus elementos étnicos, sociales y culturales que forman su estilo gastronómico de una mezcla de sabores, productos, recetas y estilos, la ubicación geográfica, esta años más adelante se vio influenciada con la llegada de los

españoles e inmigrantes, creando nuevas costumbres y usos culinarios que han estado preexistiendo con el pasar del tiempo hasta la actualidad (Acurio, 2019).

La gastronomía Cañetana es muy exquisita y diversa, por la forma de preparar sus platillos, pues usan la cocina tradicional a base de leña y olla de barro (Gonzáles, 2020). Nuevo Imperial uno de los dieciséis distritos de la provincia de Cañete, es reconocido por su actividad agrícola, ganadera y sobre todo por su gastronomía. Los problemas que podemos encontrar es la falta de conciencia y conocimiento entre los actores locales sobre la importancia de implementar prácticas sostenibles en la producción y comercialización de alimentos, como los productores y los restaurantes, no son completamente conscientes de la importancia del turismo gastronómico sostenible y sus beneficios a largo plazo para la cultura, su economía local, el medio ambiente. Esto puede ser debido a la falta de capacitación y desinformación sobre el tema.

Realizar esta investigación en el distrito de Nuevo Imperial, ayuda a brindar valiosa información sobre cómo el turismo gastronómico sostenible puede contribuir al desarrollo local. El turismo puede generar empleo, fortalecer la economía local y fomentar el orgullo y la valoración de la cultura gastronómica de la región. Identificar las oportunidades y los desafíos asociados con el turismo gastronómico en Nuevo Imperial podría servir como base para la implementación de políticas y programas que impulsen el turismo sostenible y beneficien a la comunidad local. Además, se podría destacar y preservar la cultura culinaria de la región, promoviendo así el turismo responsable y la conservación del patrimonio gastronómico.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022?
- ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022?
- ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022.
- Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022.
- Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

Esta investigación estuvo enfocada en determinar cuál es la importancia que tiene el turismo gastronómico sostenible y de qué manera este influye en el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - Para Bessière (1998) la gastronomía es un elemento de desarrollo turístico en un país, se encuentra ligada a otras diversas disciplinas como el arte, diseño, cultura y el estilo de vida saludables (Leal,

2016). De acuerdo con Hall (2001) planteo el modelo espacial sistemático que, permite 18 realizar una retroalimentación sobre la actividad turística basándose en la experiencia del turista, permitiendo que la localidad pueda mejorar sus servicios turísticos para futuras visitas.

1.4.2. Justificación práctica

Esta investigación pretende aportar recomendaciones a las autoridades y pobladores de la localidad sobre los elementos que se deben tomar en cuenta para poner en práctica el turismo gastronómico sostenible en el distrito de Nuevo Imperial, en vista de que no solo se enfoca en la gastronomía como tal, sino que va en conjunto con los diferentes servicios turísticos, de esta manera conseguir un sistema gastronómico sostenible planificado, donde se tenga como prioridad otorgar beneficios a los pobladores de las comunidades locales partiendo de un sistema de seguridad alimentaria regional el cual sea sostenible, es decir que el insumo nazca de la tierra y termine en ella.

1.4.3. Justificación metodológica

Para lograr los objetivos esta investigación, se consideró el enfoque cuantitativo, el cual nos permitirá acotar información y explicar las variables, utilizando la recolección de datos para comprobar si las hipótesis son correctas, se basa en el análisis estadístico y la medición numérica, con el propósito de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Sampieri et al., 2014). (Montecinos, 2016) el turismo gastronómico sostenible, es la actividad que tiene la finalidad de disfrutar la gastronomía teniendo experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementándolo con el consumo tanto de productos, servicios que se encuentran dentro del destino escogido. Se acude al uso de la encuesta como técnica de investigación, la cual nos permitirá adquirir información de forma sistematizada de como los restaurantes perciben a la actividad gastronómica en su localidad.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación teórica

Esta investigación tiene como objetivo principal analizar la influencia del turismo gastronómico sostenible en el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial. Centrándose en la gastronomía y diversas actividades turísticas que se realizan en la localidad. Teniendo como propósito generar conciencia y ofrecer recomendaciones que promuevan la sostenibilidad en la localidad. Para lograrlo, esta investigación se encuentra fundamentada en una sólida base teórica que aborda tanto la problemática planteada como los conceptos relacionados con el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete. Se ha realizado una revisión exhaustiva de investigaciones previas y se han integrado teorías y modelos prácticos que respaldan y enriquecen la comprensión de estas variables en este contexto específico.

1.5.2. Delimitación temporal

La investigación se desarrolló en el año 2022. Analizando el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística en dicho periodo. Durante este lapso de tiempo, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de datos relacionados con la evolución de las tendencias en el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, permitiendo así una comprensión detallada de cómo estas variables han cambiado y se han desarrollado en este intervalo temporal específico.

1.5.3. Delimitación espacial

Esta investigación se desarrolla en el distrito de Nuevo Imperial, una comunidad situada en la provincia de Cañete, Perú. El enfoque principal de este estudio se concentra en el análisis del turismo gastronómico sostenible y su influencia en la actividad turística en esta región geográfica particular. La delimitación espacial de esta investigación se

circunscribe de manera exclusiva al contexto geográfico de Nuevo Imperial, garantizando así la profundidad y relevancia de los hallazgos en este lugar específico.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

2.1. Marco teórico

2.1.1. Variable: Turismo gastronómico sostenible

A. Definición

El turismo gastronómico se basa en conceptos como conocer y aprender a comer, degustar y disfrutar de la cultura gastronómica identificada con un territorio. No se puede hablar de turismo gastronómico sin tomar en cuenta la identidad culinaria del territorio como elemento de diferenciación. El territorio es el eje vertebral de la oferta gastronómica ya que sus paisajes, cultura, productos, técnicas y platos van a definir la identidad culinaria de los destinos – son la base y deben constituir el ADN de las experiencias turísticas que se proponen al visitante (OMT, 2019). De acuerdo con Huertas et al. (2020) el turismo gastronómico tiene como objetivo inspirar y educar a los aficionados de la comida y el vino, buscando que “el viajero tenga la oportunidad de explorar el área local y aprender sobre las tendencias locales de alimentos, técnicas de cocina y la historia de los alimentos”.

Para saber a qué se refiere, el turismo gastronómico sostenible, cuál es su enfoque, es necesario tener noción acerca de la sostenibilidad y cuál es su vínculo con el turismo, la OMT la define como una vía de gestión hacia los recursos de tal forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales, siempre respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos, la diversidad biológica y los ecosistemas, debe de reportar un alto grado de satisfacción en los turistas y una vivencia significativa para ellos, haciéndolos conscientes de los problemas que trae consigo no desarrollar la sostenibilidad y fomentar en ellos unas prácticas turísticas sostenibles (2005).

Mientras que la gastronomía es de los sectores más valorados por los turistas. Cuando viajamos nos gusta conocer la cocina local del destino, explorar sus restaurantes, saborear los productos típicos, las tradiciones, y a poder ser, vivir experiencias sorprendentes, únicas y especiales. Los datos así lo demuestran, según la Organización Mundial del Turismo (OMT), más de un tercio del gasto de un turista está dedicado a la comida. Convirtiéndose la gastronomía en uno de los principales motivos para viajar. En muchos países la gastronomía se ha erigido como un sector estratégico que aporta a la generación de riqueza y empleo creando valor a toda la cadena que la conforma, desde la producción de alimentos de calidad, su transformación, la hostelería o el turismo y, además, contribuye a promover e impulsar la marca-país (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center, 2019).

Montecinos (2016) define al turismo gastronómico sostenible, como la actividad que impulsa el desplazamiento de las personas fuera de su entorno habitual, con el fundamental fin de disfrutar la gastronomía teniendo experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementándolo con el consumo tanto de productos, servicios que se encuentran dentro del destino escogido, por un tiempo no mayor a un año. Ayudando al crecimiento de la población receptora y a su vez preservando el Patrimonio Cultural Gastronómico Material, Inmaterial, Natural, y Mixto de cada región.

"El turismo gastronómico sostenible valora los productos locales, la cultura, la comunidad y sobre todo el uso responsable de recursos naturales, creando la unión del patrimonio natural y cultural" (Cárdenas & SanMartin, 2012). El uso de los productos en platillos empleándolos de manera saludable, cultivando y produciéndolo con responsabilidad generando compromiso con el medio ambiente, y con la identidad de la comunidad, beneficiando la gastronomía tradicional mediante elaboraciones sanas,

logrando sostenibilidad en la gastronomía y conservar el patrimonio cultural gastronómico de la localidad.

Con todo y lo anterior, podemos afirmar que el turismo gastronómico sostenible es una actividad que engloba todos los bienes y servicios que ofrece una localidad, a su vez busca que los turistas generen y creen nuevas vivencias en base a experiencias que implican el conocer más de cerca la cultura de antiguas civilizaciones con respecto a la gastronomía, manteniendo una intercomunicación con la comunidad receptora, creando un intercambio de culturas, esto tiene un beneficio para ambos, debido a que tanto pobladores como turistas conocerán las costumbres que existen en sus comunidades.

B. Dimensiones del turismo gastronómico sostenible

i. Gastronomía

Etimológicamente la palabra gastronomía, proviene del griego: gastros, que hace referencia al estómago, y gnomos, que es ley o conocimiento. “Gastronomía es la terminología comúnmente utilizada para catalogar precisamente la comida, sin embargo, es más que aquello se le considera el conjunto de aspectos culinarios, sociales, y culturales de una comunidad, es decir: es la mezcla de sabor y cultura de un lugar específico; el mundo cuenta con una gran oferta gastronómica, puesto que suele de variar dentro de las regiones de un mismo país, entre sus variaciones se encuentran los ingredientes, el proceso de preparación, y el método de cocción, convirtiendo las características de un mismo plato de manera distintivas” (Secretaria de Agroindustria, 2018), también se hace referencia al estudio de los alimentos, la relación con el hombre en cuanto a su avance, su cultura, exactamente el desarrollo que las civilizaciones han tenido con el ambiente y el tiempo (Kivela y Crotts, 2006).

ii. Turismo gastronómico

Con los constantes viajes y traslados que empiezan a realizar las personas, con la finalidad de degustar sabores nuevos en su paladar y la búsqueda de diferentes establecimientos tales como restaurantes, ferias u eventos relacionados, se le empieza a dar la denominación de turismo gastronómico (Navarrete & García, 2018). El turismo gastronómico como actividad nace en el continente europeo cuando se comienzan a llevar a cabo las primeras guías gastronómicas, dentro de estas se incluía a los mejores restaurantes y posadas que tenían mayor reconocimiento en la época. Estas guías eran realizadas por los más renombrados y populares cocineros del área, de los cuales Maurice Edmond Sailland resaltaba entre los demás era renombrado como “Kurnonsky”, en Amberes (Bélgica), se dedicaba únicamente a la cocinar platos franceses; fue acreditado como el "príncipe de los gastrónomos" en el año 1927, luego decidió empezar a viajar y conocer los diversos lugares de Francia con aficionados a la gastronomía y amigos (Pacheco, 2009).

“El sector del turismo gastronómico surge como respuesta a los constantes cambios del mercado y de las preferencias de los consumidores” (Folgado et al., 2011) la investigación es acerca de la manera en que los turistas observan, aprecian y evalúan sus experiencias gastronómicas en sus viajes, constituyendo esencialmente a una base para lograr un crecimiento, mejora e innovación en la publicidad de las rutas turísticas.

En un informe realizado por la OMT en colaboración con una de sus grandes empresas asociadas, el secretario general de la entidad mencionada precisa al turismo gastronómico como una actividad que tiene como objetivo que el viajero tenga experiencias culinarias durante su viaje, además de realizar actividades y consumo de productos que tengan relación con la gastronomía del lugar, como por ejemplo: realizar visitas a productores locales, intervenir en festivales que estén relacionados con la

gastronomía o asistir a clases de cocina (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center, 2019).

El turismo gastronómico, es una de las manifestaciones más destacadas de la sociedad posmoderna, centrándose en el hecho de realizar ciertas actividades como el observar, captar olores y saborear, se convierte en una experiencia completamente generada por las empresas u organizaciones que son transformadores, restauradores, productores teniendo de finalidad principal proporcionándole un producto al turista a través de vivencias transmitidas por medio de los alimentos o de las bebidas (Leal, 2016).

La gastronomía que tiene cada país viene a ser un conjunto de conocimientos que evidencia la historia y la identidad de sus moradores, mediante su conservación se ha logrado mantenerla como un producto cultural el cual ha tenido enriquecimiento de mixtura de distintas civilizaciones, debido a que en el pasado sucedieron procesos de aculturación con la llegada de inmigrantes, haya sido de manera voluntaria o por medio de una resistencia; cabe resaltar que nuestra riqueza en la cocina peruana, tiene que ver con una historia llena de importantes matices, que implica invasiones y contiendas por las comarcas, así mismo está relacionado con temas como la identidad que preservaron nuestros antepasados y la independencia (Matta, 2014).

El turismo gastronómico, forma parte del atractivo turístico de cada población que nos permitirá conocerla mediante su manera de vivir y sus hábitos, considerándola dentro de las ramas del turismo cultural, buscando una interacción del área natural en lo que respecta a la elaboración de bienes, y la interacción social refiriéndose a los servicios prestados, junto con la protección del patrimonio gastronómico; como tal la actividad crea aspectos positivos en beneficio de la comunidad, por ejemplo: suministra un mayor atractivo para los extranjeros, favoreciendo de tal modo a la oferta turística, trayendo consigo financiamientos a proyectos que sean favorables y tengan impacto dentro de la

población contribuyendo y desarrollando puestos de trabajos; transmitir la cultura, creando una buena imagen para la comunidad y región a la cual pertenecen, salvaguardando su cultura con las actividades turísticas.

iii. Sostenibilidad alimentaria

Conocida también como alimentación sostenible es de vital importancia a nivel mundial, tiene como finalidad: enfrentar temas que son de desasosiego mundialmente sobre la salud y el ambiente relacionadas al consumo y producción de alimentos, de igual manera procura el bienestar en cuanto a la salud de todas las personas, buscan fomentar la producción y consumo consciente, generando un reducido impacto medioambiental, luchando en oposición al cambio climático, honrando la cultura, protegiendo la biodiversidad y los ecosistemas terrestres, la vida submarina (Espinosa, 2019).

El consumo de alimentos es esencial en nuestra vida cotidiana, pero no todos tenemos el privilegio de adquirir una alimentación balanceada que sea adecuada y sin restricciones, sobre todo en países de tercer mundo donde se puede ver que aún existe la pobreza extrema, aquello se ve contemplado en las cifras de niños y de las madres que sufren problemas de desnutrición; otros de los puntos importantes son el cambio climático que produce las bajas y altas temperaturas que traen consigo desastres naturales en la seguridad alimentaria.

Es por ello que dentro de la Agenda 2030, la cual cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se toman en cuenta aspectos relevantes e importantes como, las prácticas de producción, los hábitos de consumo alimenticio que tiene la sociedad, la gestión de recursos, etc., relacionados a temas de la salud, la pobreza, la educación, la contaminación, y producción sostenible de alimentos (Esmorís, 2020).

C. Indicadores del turismo gastronómico sostenible

i. Gastronomía Local

La provincia de Cañete es un gran referente en cuanto a gastronomía se refiere, gracias a su ubicación geográfica que permiten la producción de cultivos agrícolas, de la misma manera con la actividad ganadera, permitiendo preparar gran variedades de platillos; en el distrito de Nuevo Imperial donde se centra nuestra investigación los platillos son preparados de manera tradicional a base de leña siendo una de las preferidas por turistas tanto nacionales como internacionales, puesto que este tipo de preparación genera que los alimentos tengan un sabor único y diferente de la preparación en cocina normal a gas.

ii. Gastronomía regional

A nivel regional la comida peruana es muy exquisita abarca un poco de todas las regiones de nuestro país, sobre todo en Lima se ofrecen muchas más variedades y diversos platillos que se preparan en toda la región, es una de las razones por las que la ciudad cuenta con institutos y academias gastronómicas. Sus platos más importantes son: el ceviche, lomo saltado, ají de gallina, cau-cau, anticuchos, chifa/arroz chaufa, papa rellena, butifarras, parihuela, comida nikkei, champús, choritos a la chalaca, papa a la huancaína, pollo a la brasa, etc.

iii. Oferta

La oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos (Mankiw, 2019). Relacionándolo al turismo vendría a ser las conglomeraciones de servicios, bienes y productos, el equipamiento y los recursos que tiene una zona geográfica, que están dictaminados para que sean empleados o consumidos específicamente por los turistas que visitan dicho destino.

iv. Demanda

La demanda viene a ser lo que los consumidores desean adquirir, es decir lo que están dispuestos a comprar (Mankiw, 2019). En el caso del turismo se puede mencionar como ejemplo: conjunto de turistas que, de manera individual o colectiva, están entusiasmados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus exigencias.

v. Seguridad alimentaria

De manera general se sostiene que la seguridad alimentaria se refiere al fácil acceso, la estabilidad y el uso de productos alimenticios que sean suficientemente sanos, inofensivos y nutritivos para todas las personas, satisfaciendo sus necesidades nutricionales para tener una vida saludable y duradera (Comisión Alimentaria Multisectorial de Seguridad, 2002). Puede agregarse que la manipulación alimentaria es un tema que se debe seguir trabajando, si bien es cierto existen negocios en el rubro alimentario pero el tema de la limpieza en uno de los puntos que aún no se realiza de una manera adecuada, las Buenas Prácticas de Manufactura ayudarán a considerar ciertos puntos higiénicos que debe tener cada persona para realizar la manipulación de alimentos. En esta investigación es una opción de poner en práctica el hacia el turismo gastronómico sostenible en el distrito de Nuevo Imperial, buscando el progreso en su actividad turística.

vi. Consumo humano

Cuando se hace referencia que un producto es “Apto para consumo humano” es porque el alimento ha sido producido con todas las medidas de seguridad y en óptimas condiciones de calidad, que no resulte riesgoso consumirlo. El colocarlo no significa que es un sello más, sino se considera como una garantía de producción bajo normas exclusivas que tiene toda empresa. Todos los productos que son fabricados por el hombre, deben contar con una fecha de expiración, esto es para que a partir de esa fecha tal

producto no sea consumido, puesto que puede afectar gravemente la salud de las personas. Si un producto no reúne las características necesarias para el consumo, este deja de ser apto (Noriega, 2019).

vii. Cambio climático

El cambio climático es un fenómeno que actualmente está afectando vida del planeta y a sus habitantes. Los productos agrícolas, están expuestos a los rayos solares. Las poblaciones y ecosistemas vulnerables serán los más perjudicados. Según estudios realizados la agricultura no es la única actividad que genera el aumento del cambio climático sino también la ganadería es otro de los puntos que contribuye directamente a las emisiones de gases de efecto invernadero, en forma de metano y óxidos de nitrógeno (Noriega, 2019).

viii. Economía local

La economía del distrito de Nuevo Imperial se ve influenciada en una gran parte por la agricultura, comercio, ganadería, la avicultura, así como también por la restauración, establecimientos de hospedaje, servicios básicos, y eventos que se realizan en torno a la cultura, y todos los negocios u entidades que son relacionados con él (INDECI, 2002). Son solo algunas de las razones que llevan a las personas visitar el distrito de la provincia de Cañete.

D. Teorías del turismo gastronómico sostenible

Bessière (1998) considera a “la gastronomía - como un elemento de desarrollo turístico a nivel local” (p.21), la autora lo relaciona con lo cultural puesto que la actividad genera la identidad cultural de la población con su región y a su vez desarrolla el fomento de los alimentos agrarios que se cultivan dentro del sector, satisfaciendo las necesidades tanto del consumidor, como de los pobladores y de la comunidad en general.

“La gastronomía se encuentra ligada a otras disciplinas tales como el arte, diseño, cultura y estilos de vida saludables” (Leal, 2016), los turistas para elegir un destino, toman en consideración diferentes aspectos del lugar entre ellos está la comida del lugar, la historia que tiene el producto, la manera de prepararla, el beneficio que tendría su cuerpo por ingerirlas o si es perjudicial para su salud, el ornamento que se realiza a los platillos es otro de los puntos que toman en cuenta. Es crucial destacar que no todos los interesados en estos aspectos son profesionales empíricos en la materia; su principal motivación es disfrutar y conocer más sobre los alimentos que consumen.

El espacio geográfico es componente primordial dentro de la segmentación de productos agrícolas, esto repercute en la gastronomía creando un nexo de similitud entre las diferentes poblaciones (Leal, 2016), si bien es cierto existen localidades que cultivan el mismo producto no quiere decir que su manera de sembrar sea la misma, hay localidades donde los pobladores tienen un proceso especifico, gracias a eso los productos tienen un sabor característico, lo cual se ve reflejado en sus platos, en el caso de Perú es un país con mucha biodiversidad en cada una de sus regiones, la manera de realizar sus sembríos depende de las características del suelo, la climatología, la altitud, esto hace que el producto tenga diferente sabor, además de ello la preparación de los platillos no es igual en cada ciudad.

2.1.2. Variable Actividad turística

A. Definición

Para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es la actividad “destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo” (MINCETUR, 2009), podemos sostener que es la acción que van a efectuar los visitantes para que el turismo se materialice, es decir que vaya tomando mayor importancia para su

desarrollo, estableciendo vínculos con los diferentes actividades turísticas, a su vez generando divisas al país receptor.

Para que las zonas turísticas tengan mayor reconocimiento como un producto turístico es necesario desarrollar una planificación en el determinado lugar geográfico, generando un crecimiento en su actividad turística y económica. En el turismo las materias, como, por ejemplo: el urbanismo, medio ambiente, legislación, ingeniería, sanidad, etc., tienen una conexión con las materias turísticas, hotelería, actividades culturales, actividades de recreación, etc..(Sancho et al., 2011).

Impactos de la Actividad Turística

Impactos económicos

Se puede entender que la actividad turística es generadora de divisas, es decir, la que más dinero aporta a un país; aporta a la diversificación de la economía, dando una fortaleza económica, debido a que se promueve la generación de empleos, en sectores que ayudan al desarrollo del turismo, como la ganadería, agricultura, transporte, comercio, industria, etc., (Bermúdez, 2002, pp. 15-16).

Impactos ambientales

(Bermúdez, 2002) expone que, busca generar la conservación y el cuidado de los recursos naturales, abarcando desde atractivos turísticos que traen consigo beneficios directos o indirectos, creando áreas de protección para los recursos por medio de empresas privadas y públicas. También gracias a ello se realiza investigación científica, con el propósito de tener mayor información de cómo realizar un cuidado responsable de los ecosistemas y de las especies de cada lugar.

Impacto cultural

Uno de los beneficios impactos que trae consigo el viajar es conocer nuevas culturas, historias, gastronomía, costumbres y tradiciones, tanto para los viajantes como

para los pobladores del lugar que es visitado; gracias a ello los pobladores pueden tener conocimiento de otras maneras de vivir que existen alrededor del mundo, y es una de las formas en la pueden prepararse para atraer a más turistas (Bermúdez, 2002).

B. Dimensiones de la actividad turística

i. Oferta turística

La oferta turística es el "conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar" (Socatelli, 2013), estos son ofrecidos mayormente por las agencias de viajes quienes se ocupan de comercializar los destinos turísticos de cada localidad. Es una actividad que genera una economía activa, buscando cooperando al desarrollo de una localidad y que a lo largo del tiempo está evolucionando.

Entre sus principales componentes tenemos: la infraestructura, que son bienes y servicios de un país dentro de ello se considera a servicios sanitarios, vivienda, educación, transportes, comunicaciones, salud, energía, que ayudan a resolver las necesidades de las poblaciones, entre sus elementos tenemos la planta turísticas, atractivos turísticos, equipamiento e instalaciones, se divide en interna o externa, la interna se centra en una localización o urbanización precisa, mientras que la externa beneficia a todos los sectores de manera general; la superestructura comprende de organismos públicos y privados, quienes son los encargados de mantener el funcionamiento del sistema turístico (Ibáñez & Cabrera, 2011).

ii. Demanda turística

Es un elemento importante dentro del sistema turístico (Ibáñez & Cabrera, 2011) la definen de dos maneras: la primera como la llegada de turistas a una zona o atractivo de una región, país y los ingresos que se generan con su visita, y la segunda se refiere a

una adecuada organización de consumo en cuanto los servicios que se le ofertan al turista dentro de cada espacio geográfico.

iii. Operadores turísticos

Son todas las empresas que juegan un papel importante en el desarrollo de las actividades turísticas como intermediario entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de la oferta de alojamiento) (PROMPERÚ, 2015), también se les conoce como tour operador, normalmente los paquetes que se brindan viene con todos los servicios incluidos, aparte de ello también proporcionar el servicio de eventos, reuniones, conferencias, abarcan un segmento mucho más amplio.

C. Indicadores de la actividad turística

i. Recursos, atractivos

Los recursos son determinados recursos que son aprovechados en la actualidad, por esta razón García precisa que los atractivos son una riqueza que deberían ser considerados como recursos, ya que los atractivos también han originado una actividad económica, pero para (Sancho et al., 2011) los atractivos turísticos son destinos descubiertos que no logra que las personas acudan a él, en otras palabras son bienes no tan relevantes; para que un atractivo se convierta en recurso debe ser reconocido y tiene que estar en óptimas condiciones para poder ser visitado; los recursos turísticos se dividen en naturales y culturales.

De acuerdo con (García, 1970) los recursos turísticos naturales se le atribuye todo lo que ha sido creado por la propia naturaleza, por ejemplo: las playas, lagunas, bosques, montañas, ríos, volcanes, cañones, etc., en pocas ocasiones estos pueden tener alguna modificación hecha por el humano, mientras que un recurso cultural es todo aquello

creado por las manos del hombre, como las: antiguas arquitecturas conocidas como zonas arqueológicas, el folklore, artesanías, obras artísticas, museos, teatros, centros deportivos, congresos, dentro de ello se clasifica en histórico, haciendo referencia a las manifestaciones culturales; y por otro lado tenemos el contemporáneo que es todo lo que ha sido creado por el hombre actual, sea con fines comerciales, es decir tiene como finalidad generar dinero; o no comerciales, la cual busca difundir la cultura a través de las prestaciones de servicios. La autora clasifica los recursos turísticos en los siguientes:

- **Renovables:** en este punto se incluye a la fauna de cada zona se le considera como un recurso natural básico, que debe ser protegido para su conservación.
- **Permanentes:** son aquellos que necesitan ser conservados, para evitar su destrucción, si en caso sucede lo ya mencionado se convierte en un recurso no renovable.
- **Creables:** se asume que se considera a todos los recursos que ya pasaron de moda, es decir que no tienen tanta afluencia turística a diferencia de otros destinos.

ii. Planta turística

Conjunto de instalaciones, equipos, empresas, y personas que tienen la finalidad de la prestación de servicios turísticos. Para Boullón (2006), se compone de dos elementos primordiales: equipamiento e instalaciones, la primera se toma en cuenta a los establecimientos que son administrados por entidades privadas o públicas que se dedican a prestación de servicios que satisfacen las necesidades de los turistas (ver tabla 1) son componentes sencillos de clasificar; mientras que el segundo se refiere a las construcciones que facilitan la práctica de actividades enfocadas en el turismo (ver tabla 2) en este caso las construcciones son imprescindibles para realizar las actividades en el lugar, se puede decir que no está relacionado en un cien por ciento con las actividades turísticas.

Tabla 1.

Clasificación de los Elementos del Equipamiento Turístico

Categoría	Tipo
1. Alojamiento	1.1 Hoteles 1.2 Moteles 1.3 Hosterías y posadas 1.4 Pensiones 1.5 Apart hoteles 1.6 Condominios (unidades o conjuntos) 1.7 Casas (unidades o barrios) 1.8 Cabañas 1.9 Albergues 1.10 Trailer parks 1.11 Campings 1.12 Camas en casas de familias
2. Alimentación	2.1 Restaurantes 2.2 Cafeterías 2.3 Quioscos 2.4 Comedores típicos
3. Esparcimiento	3.1 Night clubs 3.2 Discotecas 3.3 Bares 3.4 Casinos y otros juegos de azar 3.5 Cines y teatros 3.6 Otros espectáculos públicos 3.7 Clubes deportivos 3.8 Parques temáticos

4. Otros servicios	4.1 Agencias de viajes 4.2 Información 4.3 Guías 4.4 Comercio 4.5 Cambios de moneda 4.6 Dotación para congresos y convenciones 4.7 Transportes turísticos 4.8 Primeros auxilios 4.9 Guarderías 4.10 Estacionamientos

Nota: Fuente Tomado de (Boullón, 2006)

Tabla 2.

Clasificación de las instalaciones

Categoría	Tipo
1. De agua y playa	1.1 Marinas 1.2 Espigones 1.3 Muelles 1.4 Palapas, quinchos o ramadas 1.5 Carpas o tiendas 1.6 Sombrillas 1.7 Reposeras 1.8 Observación submarina
2. De montaña	1.1 Miradores 1.2 Circuitos de senderos 1.3 Refugios 1.4 Funiculares 1.5 Teleféricos 1.6 Ski lift 1.7 Poma lift

3. Generales	1.1 Piscinas 1.2 Vestuarios 1.3 Juegos infantiles 1.4 Golf 1.5 Tenis 1.6 Otros deportes 1.7 Pasarelas, puentes

Nota: Fuente Tomada de (Boullón, 2006)

iii. Demanda turística potencial y actual

Es un elemento importante dentro del sistema turístico (Ibáñez & Cabrera, 2011) la definen de dos maneras: la primera como la llegada de turistas a una zona o atractivo de una región, país y los ingresos que se generan con su visita, y la segunda se refiere a una adecuada organización de consumo en cuanto los servicios que se le ofertan al turista dentro de cada espacio geográfico.

– **Clasificación**

Según Mamani, (2016) son clasificados en tres grupos, de la siguiente manera:

- **La demanda efectiva o actual:** hace alusión a la cantía de individuos que realizan la actividad turística, en otras palabras, los que viajan, se mide a través de las estadísticas mundiales que consideran indicadores relacionados a los viajes
- **La demanda no efectiva:** es aquella parte de los habitantes que por alguna razón no viaja. Aquí encontramos a la demanda potencial, que trata sobre los que viajaran a futuro, cuando cuenten con más dinero, con un tiempo libre, etc.; y la demanda diferida, aquí encontraremos a los que no viajan por problemas dentro del ambiente, o porque no hay alojamiento, también se cuenta a las personas que no pueden viajar por temas económicos como la pobreza, entre otros.
- **La no demanda:** son aquellas personas que no tienen algún deseo por viajar.

–**Enfoque**

El objetivo principal de estudio se centra en analizar las razones que llevan a las personas a viajar fuera de su lugar de residencia habitual y a utilizar productos turísticos. Esto implica la creación de diversos tipos de productos turísticos para satisfacer las necesidades específicas de cada tipo de demanda, ya que no todas las personas tienen las mismas motivaciones, necesidades y deseos cuando viajan (Mamani, 2016).

–**Producto**

Para (Ferreyra, 2016) el producto turístico se puntualiza como los conjuntos de servicios y bienes, que serán distribuidos hacia el consumidor quien se va a encontrar en un determinado destino. Estás abarcan desde:

- **Recursos turísticos:** Son los componentes fundamentales de la oferta turística. Encontramos los sitios naturales, manifestaciones de las culturas, el folclore, aspectos que motivan al turista a conocer el destino turístico.
- **Atractivos turísticos:** recursos turísticos que se encuentran en óptimas condiciones para ser visitados, es decir, los destinos deben contar con una planta turística, trasporte, infraestructura, etc.
- **Planta turística:** es la agrupación de instalaciones, empresas, equipos que están enfocados en el rubro turístico, tenemos a los alojamientos, restaurantes, entre otros.
- **Servicios complementarios:** son aquellos servicios que el turista va a necesitar, como, los bancos, transporte local, servicios de salud, policías, etc.
- **Medios de transporte:** aquellas movilidades primordiales para que los viajeros accedan a los lugares elegidos, pueden ser terrestres, acuático y aéreo.
- **Infraestructura básica:** estas impulsan la actividad turística y a su vez el desarrollo de un país, comprenden servicios básicos como agua, desagüe, alcantarillado, energía eléctrica; las rutas de acceso; y comunicación.

iv. Agencias de viajes

La OMT describe a las agencias de viajes como empresas que se especializan en organizar y vender servicios turísticos. Estas agencias pueden crear sus propios paquetes turísticos o actuar como intermediarias entre los operadores turísticos y los clientes. Su labor incluye la promoción, asesoría y venta de servicios, adaptándolos a las necesidades de cada cliente. Las agencias de viajes pueden estar constituidas como sociedades comerciales, anónimas o limitadas, siempre que posean la licencia correspondiente. De acuerdo a (MINCETUR, 2016) en el reglamento de agencia de viajes se clasifican según los productos y servicios que ofrezcan:

- Mayorista: son aquellas entidades que confeccionan sus propios paquetes para venderlos a las agencias de viajes minoristas.
- Minorista: son las agencias que venden directamente al cliente los paquetes ofrecidos por las agencias mayoristas. No pueden brindar sus productos o paquetes a otras agencias de viajes.
- Mayorista-minorista: son aquellas entidades que pueden desarrollar tareas de ambas clasificaciones, sin ningún tipo de restricciones.

D. Teorías de la Actividad Turística

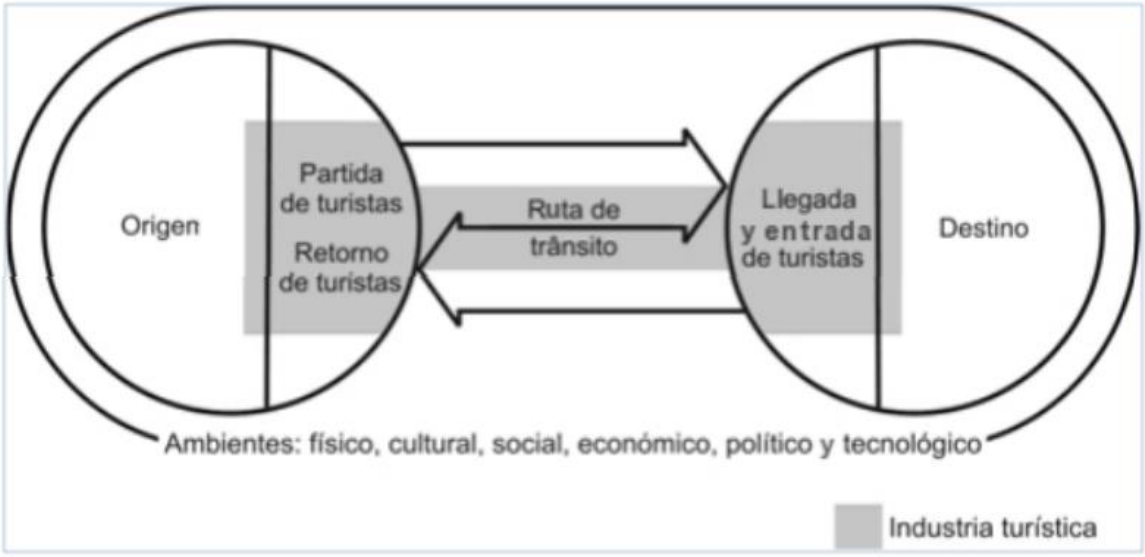
Para conocer sobre el turismo y sus diversos ambientes geográficos, existen modelos espaciales teóricos y sistemáticos que tienen como fin sistematizar y representar elementos y relaciones características del fenómeno turístico, los patrones que se incluirán dentro de esta investigación, para analizarlas son: el Modelo de Leiper, Modelo de Palhares ambos son modelos de enfoque espaciales sus principales elementos se enfocan en el origen y el destino, y por último el Modelo de Hall es un enfoque sistemático que toma en cuenta los componentes, que pertenecen al sistema turístico y se relacionan con su entorno.

i. Modelo de Leiper

Leiper (1979) propone un modelo teórico que representa de una manera simple y amplia el turismo, añadiendo visiones interdisciplinarias porque no está enraizado en cualquier tema o disciplina en particular, sino que provee una estructura dentro de la cual se pueden situar los puntos de vistas de las distintas disciplinas (Aristimuño, 2015). Este modelo considera al turismo como una actividad con un sistema completamente abierto, donde los turistas, elementos geográficos (espacio emisor, espacio receptor), las vías de tránsito, y como ultimo la industria turística que abarca las entidades que ofrecen el servicio turístico o están relacionadas con esta, los elementos mencionados tienen interacción entre ellos y se van a encontrar dentro del área determinada (ver en la figura 1).

Figura 1.

Modelo Teórico de Enfoque Espacial de Leiper



Fuente: Leiper, 1979

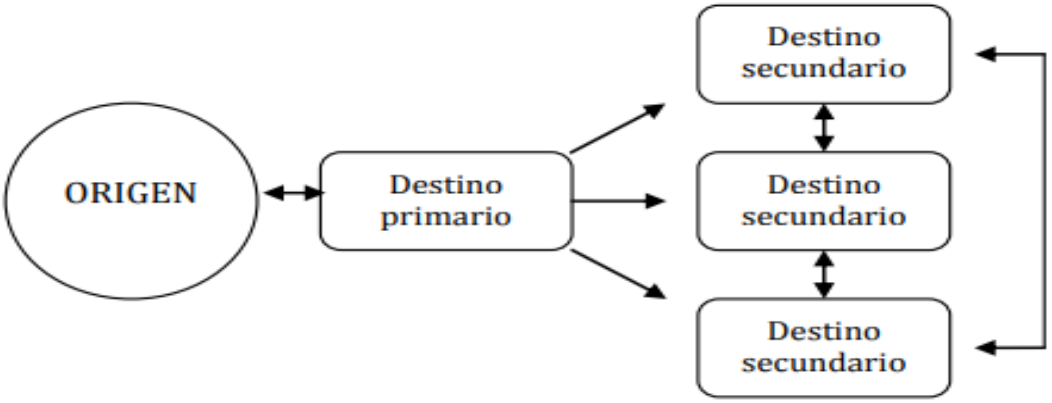
Nota: Fuente tomada de (Aristimuño, 2015)

ii. Modelo de Palhares

Palhares (2002) propone que el turista en su viaje aparte de conocer solo un atractivo predicho, tenga la opción de poder conocer los otros atractivos que pertenecen a la zona. En la figura 2 se puede observar el flujo de la relación que hay entre el origen, el destino primario y de los destinos secundarios.

Figura 2.

Modelo Teórico del Enfoque Espacial de Palhares



Fuente: Palhares, 2002.

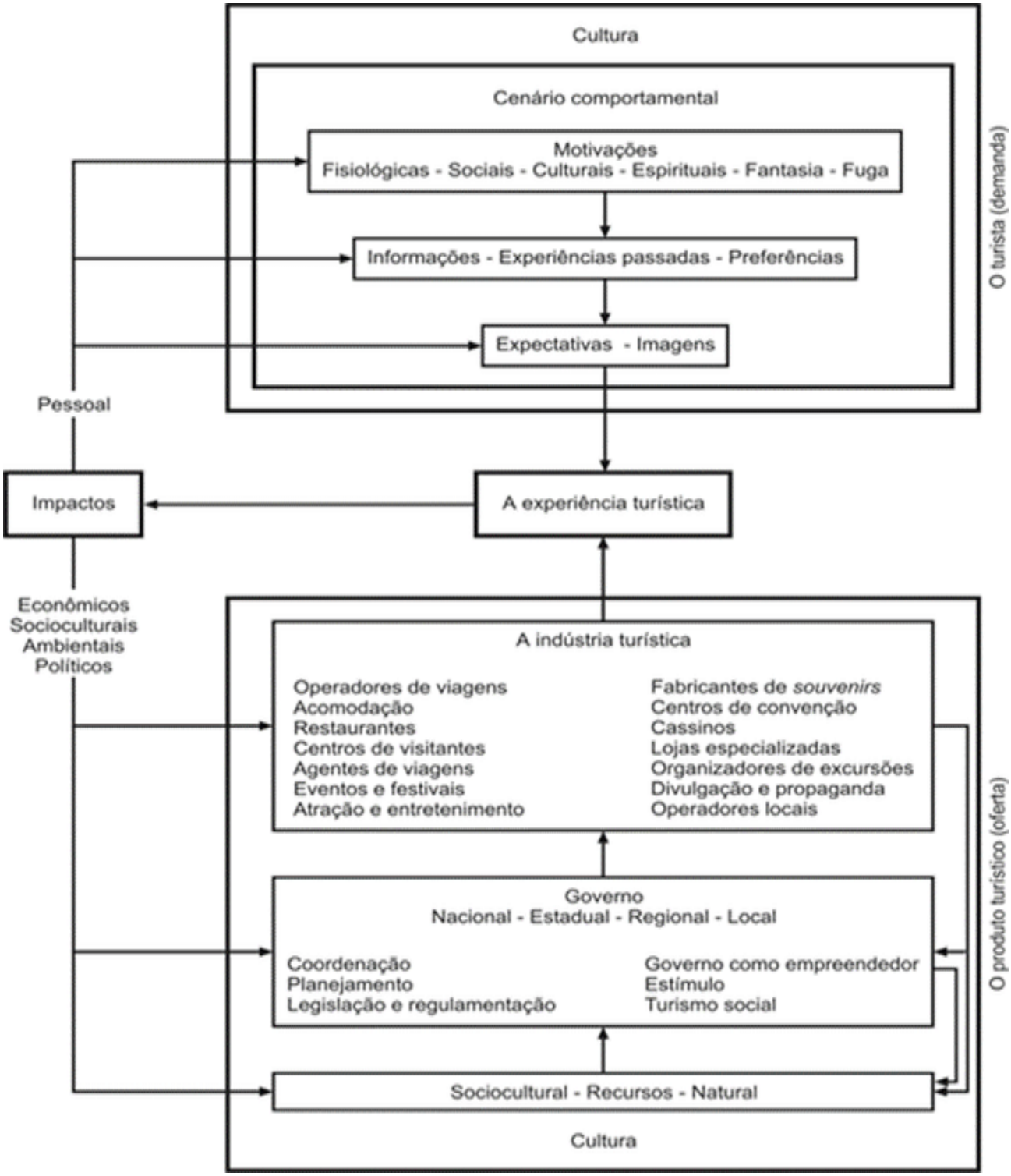
Nota: Fuente tomada de (Aristimuño, 2015)

iii. Modelo de Hall

Hall (2001) Es un modelo de enfoque sistemático más detallado, enfatizando la oferta y la demanda, de la interrelación entre ambas, se tendrá como resultado la experiencia turística que tendrá el visitante, este impacto sea positivo o negativo nos va permitir realizar una retroalimentación del sistema que se está llevando a cabo (ver en la figura 3). Los componentes son categorizados y organizados en tres conjuntos diferentes: de las relaciones operacionales, de la estructuración organizacional y de las r. ambientales (Oliveira & Glauber, 2007).

Figura 3.

Modelo Teórico del Enfoque Estructural de Hall



Fuente: Hall (2001)

Nota: fuente tomada de (Naranjo et al., 2019)

El turismo y su vinculación con la gastronomía

Según la OMT (1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo no mayor a un año, con fines de ocio, por negocios, etc.”. Cárdenas & SanMartin (2012), definen al turismo como la actividad que genera el desplazamiento de una o grupo de personas, de un lugar a otro con el fin disfrutar tener actividades de ocio, involucrando el uso mercantil de este espacio, incrementado la producción y economía del lugar.

Remontándonos a épocas antiguas cuando el hombre era un ser primitivo que poseía capacidades y necesidades físicas, que le permitieron con el pasar del tiempo aprovechar las cosas y alimentos que le ofreció la naturaleza, de esa manera fueron mejorando sus condiciones de vida. En la época paleolítica y neolítica el hombre vivía en cuevas, chozas, copa de los árboles ya más adelante estos fueron aprendiendo a hacer sus casas en base a piedra, y con el pasar del tiempo se ha ido mejorando el trabajo que nuestros antepasados realizaron, hoy en día podemos observar las maravillosas edificaciones que se construyen en los diferentes países del mundo. De la misma manera sucedió con la necesidad de alimentarse, consumían vegetales y animales que existían en la época (Monroy, 2002).

En el siglo I d.C., se conoce del primer libro de cocina se le asigna al romano Marcus Gavias Apicius, quien era considerado como el amante del buen comer. Llevaba por título *De re conquinaria* traducido significaría *sobre la cocina,* se trata de un compendio de recetas que relataban la preparación de los platillos junto a los ingredientes que se usaban antiguamente (Castillo, 2015), desde aquel entonces dicha obra ha aportado *c*onocimientos para la preparación de nuevos manjares gastronómico,

asimismo ha servido para las futuras investigaciones de autores otorgando valor e importancia a la alimentación y a la cocina.

Otro de los primeros escritos gastronómicos datan de un poema didáctico y parenético, que llevaba por título Hedypatheia; el cual fue compuesto por Arquestrato, no se sabe exactamente si se dio a mediados o finales del siglo IV a.C., en su poesía describe un largo recorrido geográfico, de una ciudad a otra, sus reseñas eran acerca de los banquetes que se servían en la cena, los sucesos que se producían con los distintos platillos, sirviendo de base para muchos cocineros en ese tiempo; la información se llega a saber gracias a los fragmentos escritos de Ateneo que lo citaba en su banquete de los eruditos (Egea, 2014).

La gastronomía para llegar a ser tal cual la conocemos, se ha visto envuelta en un proceso que ha con llevado cambios y evoluciones, que han sido provocados por las situaciones que ocurrían en ciertas época y las mismas culturas, dentro de aquellas transformaciones los resultados obtenidos de alguna manera fueron favorables, con ello se pudo dar un impulso para ser reconocida internacionalmente, tal es el caso de Francia con la revolución, actualmente dicho país es reconocido internacionalmente como cuna de la gastronomía, con el pasar del tiempo se ha dejado de lado ciertas preparaciones tradicionales para aventurarse a probar y crear nuevas técnicas, con ayuda de la tecnología que permite que seguir innovando. Con ello podemos asegurar que la gastronomía es un componente importante dentro del entorno del turismo cultural. Siendo un producto turístico capaz de crear y cambiar un lugar bajo diversas perspectivas, la cocina va más allá de la degustación, permitiendo una conexión de la comunidad local y el turista (Brito & Botelho, 2018).

Kim y Ellis (2014) señalan que los alimentos y el turismo, “se han clasificado en dos perspectivas disciplinarias, tal como la económica y la sociológica”, la primera hace

referencia a las divisas que producen los alimentos de una comunidad en el desarrollo del país, es decir, las exportaciones; mientras que el segundo abarca el concepto de ferias, festivales, restaurantes, y lugares relacionados a ofrecer al turista alimentos, productos, o comida de la localidad visitada.

"La cultura gastronómica se refiere a los saberes culinarios, son aquello conocimientos inmateriales, intangible como las significaciones representaciones, creencias, y tabúes. La cultura gastronómica es la respuesta del cómo, y del porqué de la preparación de algún platillo, mediante esa información se conoce la condición social, económica de un grupo de personas. La cocina es el lenguaje que la sociedad utiliza para estructurar los comportamientos alimentarios" (Cárdenas & Sanmartín, 2012).

2.2. Antecedentes de la investigación

2.2.1. Antecedentes Nacionales

(Alvarado, 2019) en su tesis, tuvo como objetivo "*establecer la relación entre la oferta turística y las barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos, Tarapoto, 2018"*. La metodología fue de enfoque cuantitativa, de diseño descriptivo - correlacional, uso la encuesta como instrumento, tuvo una muestra de 80 operadores turísticos. Se concluyó que hay suficiente evidencia para afirmar que existe una conexión de las barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos con la oferta turística; respecto a la variable oferta turística, los operadores turísticos encuestados de Tarapoto, responden que el nivel de la oferta turística es medio con respecto al mercado de avistamiento de aves, de igual manera sucede con las barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves.

(Gonzales, 2020) en su tesis, tuvo como objetivo "*establecer la relación entre la gestión turística y el turismo de naturaleza en operadores turísticos del distrito de Tarapoto, 2019".* La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo, diseño correlacional, tipo no

experimental, se empleó como técnica de recolección la encuesta y su instrumento fue el cuestionario, el cual se aplicó a una muestra de 73 operadores turísticos en el distrito de Tarapoto, tuvo como resultados que el estado de los operadores turísticos y gestión turística se encuentra en un estado regular, se analizó el estado del turismo de naturaleza tiene una tendencia significativa de regular, en relación al estado de la gestión turística por dimensiones se encuentra en buen estado, para el estado del turismo de naturaleza por dimensiones, con estos resultados. Se concluyó que, existe relación positiva baja entre la gestión turística y el turismo de naturaleza.

(Noriega, 2019) en su tesis, tuvo como objetivo *"determinar de qué manera el recurso Dunaliella salina puede potencializar el aprovechamiento al Turismo Gastronómico Sostenible en la laguna Las Salinas del distrito de Huacho, provincia de Huaura, Región Lima"*. La metodología fue mixta (cuantitativa – cualitativo), diseño de nivel fenomenológico y exploratorio, con una muestra conformada por 374 personas (visitantes nacionales y extranjeros), utilizando como instrumento la encuesta y entrevistas. Se concluyó que la microalga Dunaliella salina puede potenciar el aprovechamiento en el Turismo Sostenible en la Laguna de Las Salinas del distrito de Huacho; y no solo allí sino en todo el Perú.

(Ramirez, 2019) en su tesis, su objetivo fue *"determinar la relación entre la identidad cultural y la actividad turística en el centro poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018"*. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo - correlacional, su diseño fue descriptiva, de tipo correlacional, abarco una muestra de 71 individuos con un rango de edad (20 - 49 años) en la Comunidad Nativa Kechwa Wayku, su instrumento de recolección de datos fueron las encuestas. Concluyó que los puntos como la identidad cultural, las animaciones y festividades, la cultura natural y material, el modo de vivir de la población reflejaban la significativa influencia en la actividad turística de la Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018, demostrando la moderada correlación que tienen, se

afirmó que, si se refuerzan los puntos mencionados anteriormente, se obtendrían beneficios para su actividad turística.

(Gil, 2020) en su tesis, tuvo como objetivo *"Describir el turismo gastronómico en la Comunidad de Urquillos, distrito de Huayllabamba-Cusco 2020",* su metodología fue de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de nivel descriptivo, se aplicó un cuestionario a 70 emprendedores en el rubro de turismo gastronómico. Se tuvo 3 conclusiones: primero para la comunidad el desarrollo del turismo gastronómico no se está realizando de manera adecuada, puesto que la planta turística es poco optima, segundo se reconoció la adecuada producción de alimentos en la comunidad, tercero los emprendedores encuestados, indicaron que el producto gastronómico turístico de la comunidad es poco adecuado.

2.2.2. Antecedentes Internacionales

(Agovino et al., 2018) en su artículo *"Eficiencia de las políticas en el campo de la sostenibilidad alimentaria. El índice ajustado de agricultura alimentaria y nutrición"*. La metodología se basó en el enfoque cuantitativo, usaron los procedimientos Mazziotta-Pareto y AFSI, para calcularlo se empleó el método de la clasificación, método de los índices relativos, método taxonómico de Wroclaw, método de los valores normalizados; y el análisis envolvente de datos con el que se evaluó la eficiencia de la política. Los resultados mostraron que la nivelación de la política a nivel de país es amplia y afecta a la sostenibilidad alimentaria. Los autores concluyeron, que realizarían una contribución la cual consistía en una herramienta empírica fundamentada para ayudar a los gobiernos nacionales a adoptar el conjunto adecuado de instrumentos de política. La aplicación de su investigación dependía de los responsables políticos.

Brito & Botelho (2018) en su artículo, tuvo como objetivo *"Relacionar los abordajes teóricos de marcas de destino con la gastronomía, discutiendo el rol de la gastronomía como*

marca de destino y reflexionar sobre la gastronomía del Estado de Minas Gerais". Concluyo que la gastronomía tiene elementos multidimensionales como marca de destino que son capaces de suscitar la identidad, valorando la cultura local, proporcionando un desarrollo social y económico para la región, en cuanto al contexto de la gastronomía mineira poseía limitaciones y aspectos positivos, visualizándola como marca de destino, tales aspectos positivos eran acerca de valores culturales, historia, símbolos y el apoyo proveniente del sector público con la institucionalización de leyes que protegían el desarrollo estratégico de la gastronomía local, lo cual significo la innovación de leyes en Minas Gerais reconociendo a la gastronomía junto a sus actividades relacionadas.

(Cortez, 2018) en su artículo, su objetivo fue *"describir los factores que influyeron en la demanda turística de Panamá durante los últimos 5 años"*. Su metodología fue de enfoque cuantitativo - correlacional, de tipo descriptivo, se utilizó como instrumento la encuesta y se realizó a una muestra de 60 turistas escogidos al azar que visitaron el Aeropuerto Internacional de Tocumen con un rango de edad (25 - 70 años). La autora sostuvo 3 conclusiones, la primera explica, que en los últimos años la población turística estuvo creciendo notablemente, teniendo un gran potencial que aún no se explotaba al cien por ciento, y se debió estar preparados, en esos últimos años, el turismo en dicho país se convirtió en uno de los atractivos más rentables, como segunda conclusión abarca el considerable crecimiento que tendría la industria debía de estar de la mano con el servicio de calidad que se brindaría, las ATP realizaron esfuerzos a través de novedosos programas que lograban fusionar favorables elementos para tal beneficio en la industria turística; y por ultimo consideró que el turismo se convirtió en uno de los ingresos importantes que podía tener Panamá y estaba para desarrollarse en su totalidad, y cada panameño seria parte de este desarrollo.

Hernandez (2018) en su artículo, tuvo como objetivo *"coadyudar al intelecto de los principales motivos que cooperaron al designado turismo gastronómico dentro del territorio de Andalucía"*. La metodología que se empleó consto de una encuesta con 40 preguntas, repartidas en puntos: acerca de las características del turista gastronómico, acerca del turista generalista, sobre el destino gastronómico y cuál es el perfil del turista gastronómico, con una muestra de 384 personas. Concluyendo que en Andalucía se manifiestan distintas designaciones de origen protegidas, como las guías gastronómicas de platos tradicionales en restorán, con las encuestas se comprobó que la población independiente andaluza, es la elegida por los visitantes, y la manera en que realizan sus actividades relacionados con la gastronomía enfocadas en el aspecto tradicional, con respecto a las denominaciones de origen protegidas y las rutas gastronómicas, junto a los aportes que se mencionan dentro del artículo, se llegó a la conclusión de asegurar que la gastronomía como tal dinamiza el turismo de Andalucía, fomentando impactos sociales y económicos en las zonas rurales.

Santamaría y Bayas (2018) en su artículo, tiene como objetivo "medir la actividad turística a partir de los beneficios económicos", su metodología es de enfoque cuantitativo aplicando el método de análisis y síntesis, se realizaron encuestas a los empresarios dedicados a la actividad turística. Se concluyó que la actividad turística crea efectos beneficiosos, directos, parciales sobre la economía de la provincia de Tungurahua, permitiendo la distribución del ingreso de manera más equitativa, posicionando el Coeficiente de Gini de sector turístico de Tungurahua.

2.3. Definición de términos básicos

Turismo gastronómico: se centra en la comida y bebida, como parte integral de la experiencia de viaje. Implica explorar la cultura culinaria local y disfrutar de platos auténticos en destinos turísticos. Tenemos a autores relevantes en este campo Erik Wolf y Lucy Long (Huertas et al., 2020).

Sostenibilidad turística: Es la gestión responsable y equitativa de la industria turística para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente, la sociedad local y la economía, al tiempo que se buscan beneficios a largo plazo para todas las partes involucradas. Estos beneficios deben abordar las necesidades de las generaciones presentes y futuras, manteniendo la calidad de la experiencia turística y el bienestar de las comunidades anfitrionas (OMT).

Actividad turística: La actividad turística abarca todas las acciones y servicios relacionados con la recepción, alojamiento, entretenimiento y transporte de visitantes en un destino (MINCETUR, 2019).

Desarrollo sostenible: El desarrollo sostenible implica satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (OMT, 2021).

Gastronomía local: Se refiere a la cocina y las tradiciones culinarias específicas de una región o localidad, que están arraigadas en la historia, la cultura y los ingredientes de ese lugar. Es parte importante de la identidad cultural de una comunidad y a menudo enfatiza el uso de ingredientes locales y técnicas de cocina tradicionales (Kivela y Crotts, 2006).

Destino turístico: "Área geográfica, que incluye instalaciones y servicios, que ofrecen a los visitantes una serie de actividades y atracciones turísticas"(OMT). Un destino turístico no se limita a sus características naturales o culturales, sino que también incluye la infraestructura, los alojamientos, los servicios de hospitalidad y todas las actividades disponibles para los visitantes.

Experiencia gastronómica: Es el conjunto de vivencias y sensaciones que tiene el cliente con la comida y la bebida en un destino. Comprende la comida, la atención, el concepto, el local, iluminación, decoración, música incluyendo aspectos sensoriales, culturales y emocionales. sirven para atraer clientes (Wekook Academy).

Comida tradicional: Platos y recetas que se han transmitido de generación en generación en una cultura. Además de ser propia, relevante y significativa para una localidad (Troncoso).

Agricultura sostenible: Sistema de producción agraria conservador de recursos, ambientalmente sano y económicamente viable. Nace para desarrollar sistemas alternativos de agricultura que sean más acordes con las necesidades de la sociedad actual, que demanda formas de producción más sostenibles y menos agresivas para el medio ambiente, y que sean social y económicamente aceptables (Kogut, 2020).

Turista gastronómico: Viajero que busca experiencias culinarias auténticas como parte central de su viaje.

Rutas gastronómicas: Son productos turísticos que aglomeran una serie de atractivos en un territorio definido, con una temática precisa, fomentando la colaboración entre instituciones públicos y privados, y entre diversas zonas geográficas, para destacar el carácter particular de aquel territorio mediante una estructura que beneficia económicamente a todos los involucrados (Briedenhann y Wickens, 2004).

Valorización de productos locales: se refiere al proceso de reconocer, promover y aumentar el valor de los productos originarios de una región o localidad en particular. Este concepto está vinculado a la idea de aprovechar y destacar los recursos locales, tanto naturales como culturales, para impulsar la economía local, preservar la identidad cultural y promover la sostenibilidad.

Identidad cultural: El concepto de identidad cultural abarca la noción de pertenencia a un grupo social con el que se comparten elementos culturales, tales como tradiciones, valores y creencias (Molano, 2007).

Biodiversidad culinaria: Variedad de ingredientes alimentarios de origen vegetal y animal que se utilizan en la cocina de una región o cultura específica (Cárdenas Botero et al., 2017).

Desarrollo comunitario: proceso destinado a conseguir cambios en los comportamientos y

actitudes de la población, busca el bienestar social y, por consiguiente, la mejora de la calidad de vida de la población (Nogueiras, 1996).

Gastronomía sostenible: La Gastronomía Sostenible surge en Europa hacia 1986 como aquella que cuida los recursos esenciales y los ecosistemas para el bienestar de la sociedad en el futuro, generando valor compartido a partir de buenas prácticas. La práctica de la gastronomía que tiene en cuenta la sostenibilidad en la producción y consumo de alimentos (Betancourt y Chitiva, 2016).

CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

– El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022.

3.1.2. Hipótesis específicas

– El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.
– El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.
– El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

3.2. Definición Conceptual

3.2.1. Variable 1

El Turismo Gastronómico Sostenible se enfoca en promover y disfrutar de la gastronomía local y regional como parte central de la experiencia turística, al mismo tiempo que busca minimizar impactos negativos en el medio ambiente, impulsar la equidad social y generar beneficios económicos a largo plazo para las comunidades locales. Esto implica destacar

ingredientes y platos autóctonos, fomentar prácticas sostenibles en la producción y consumo de alimentos, y preservar la biodiversidad culinaria. El objetivo es lograr un equilibrio entre el turismo, la cultura local y el entorno natural, promoviendo la responsabilidad ambiental y cultural en la experiencia turística (Montecinos, 2016).

3.2.2. Variable 2

La Actividad Turística abarca un conjunto de acciones y experiencias relacionadas con los viajes temporales de individuos o grupos, conocidos como turistas, fuera de su lugar de residencia habitual. Esto incluye viajes por ocio, negocios, cultura y otros propósitos para experimentar destinos y culturas diferentes. Esta actividad involucra aspectos como transporte, alojamiento, alimentación y recreación, y puede tener un impacto importante en economías locales, sociedades y el medio ambiente. Su estudio implica analizar patrones de viaje, motivaciones, satisfacción del turista, gestión de destinos y sostenibilidad con el objetivo de comprender y mejorar la experiencia turística y su contribución al desarrollo de las áreas visitadas (OMT).

3.3. Operacionalización de la variable

Variable 1: Turismo gastronómico sostenible

Definición Operacional: Para evaluar la variable se tomará como guía el cuestionario de Alva (2019), quien lo distribuye en once preguntas en una escala de Likert.

Tabla 3.

Matriz operacional de la variable 1

Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición	Niveles y Rango
Gastronomía	- Gastronomía Local - Gastronomía Regional	1. El sector gastronómico es uno de los principales atractivos del distrito de Nuevo Imperial 2. Considero adecuado consumir platillos o alimentos acompañado de cócteles o bebidas típicas de la región 3. Los platillos preparados de manera tradicional son los más solicitados por los turistas	Escala de Likert - Politómica (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo	Bajo 8 – 16 Medio 17 – 32 Alto 33 – 48
Turismo Gastronómico	- Oferta - Demanda - Seguridad alimentaria	4. Considero, que con un plan de desarrollo y promoción del turismo gastronómico Nuevo Imperial tiene una mayor afluencia de visitantes 5. Los turistas quedan satisfechos con el uso de productos naturales y saludables para la elaboración de platillos del distrito de Nuevo Imperial		
Sostenibilidad Alimentaria	-Consumo humano -Cambio climático -Economía local	6. El turismo gastronómico significa un rubro importante en la economía del distrito de Nuevo Imperial 7. El sector agrícola del distrito se beneficiaría si aumenta el turismo gastronómico 8. La economía del distrito de Nuevo Imperial es influenciada positivamente por el ingreso de turistas		

Variable 2: Actividad turística

Definición Operacional: Para evaluar el nivel de calidad del servicio de la variable se usará de guía el cuestionario de Ramírez (2016), quien lo distribuye en seis dimensiones con once preguntas en una escala de Likert

Tabla 4.

Matriz operacional de la variable 2

Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición	Niveles y Rango
Oferta turística	-Recursos, atractivos - planta turística - servicios complementarios, infraestructura básica	1. Los turistas valoran las actividades turísticas del distrito 2. Los turistas aprecian los servicios turísticos de la localidad 3. Los turistas se quedan satisfechos con el servicio que brindan los restaurantes en el distrito de Nuevo Imperial 4. Los turistas valoran las comidas y bebidas del distrito 5. Considero que los turistas están satisfechos con la comunidad cuando los visitan 6. Considero que la llegada de turista beneficia la economía local del distrito 7. Los turistas participan de las actividades turísticas en la localidad 8. ¿Los turistas aprecian las expresiones artísticas de la comunidad (cerámicas, danzas, textilería, etc.)? 9. Considero que las empresas turísticas ofrecen servicios de buena calidad 10. Las agencias de viajes que visitan su comunidad son empresas confiables 11. Estoy de acuerdo que las agencias de viaje proporcionen oportunidad de trabajo en el distrito	Escala tipo Likert - Politómica (1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo	Bajo 11 – 22 Medio 23 – 33 Alto 34 – 55
Demanda Turística	-Demanda turística potencial y actual			
Operadores Turísticos	-Agencias de viajes			

CAPITULO IV: DISEÑO METODOLOGICO

4.1.Tipo de investigación

El tipo de estudio es aplicada, conocida con el nombre de "investigación práctica o empírica", se caracteriza porque busca la aplicación de conocimientos ya adquiridos en la investigación básica, a la vez que se obtienen otros en el proceso de la investigación (Vargas Cordero, 2009). Esta investigación se pretende utilizar los conocimientos que ya se tienen sobre el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística, y aplicarlos en beneficio de la población del distrito de Nuevo Imperial.

El nivel de investigación empleado fue correlacional causal teniendo como objetivo conocer la relación o grado de asociación que existía entre dos o más variables de una muestra o contexto en particular, para evaluarlo se mide cada una de éstas, posteriormente se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba (Hernández et al., 2014).

El enfoque utilizado en la investigación fue el cuantitativo ya que busca acotar información y explicar las variables, utilizando la recolección de datos para comprobar si las hipótesis son correctas, se basa en el análisis estadístico y la medición numérica, con el propósito de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández et al., 2014).

4.2.Diseño de investigación

No experimental este diseño se caracteriza por que no se puede manipular las variables, puesto que la información de los hechos o sucesos ya sucedieron antes en la realidad; también se le conoce como investigación retrospectiva y ex post facto (Valderrama, 2015). La investigación es de diseño no experimental, porque se observó la problemática en este caso el turismo gastronómico sostenible y vamos analizarla en su ambiente real, llegando a explicar cuál es la causa y efecto que tendría dentro de la actividad turística del distrito de Nuevo Imperial.

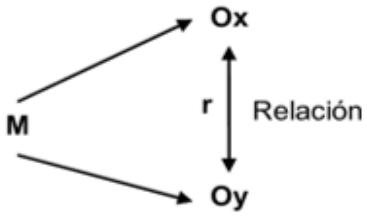
Donde:

M = Muestra

Ox = Variable X

Oy = Variable Y

r = correlación entre las variables



El corte fue transversal ya que la recolección de los datos se dará en una sola ocasión, es de tiempo único. Se describirán las variables y se analizarán su incidencia e interrelación en un momento determinado. (Hernández et al., 2014).

4.3. Método de investigación

El método de investigación es hipotético-deductivo este método radica desde la observación de casos específicos, para realizar el planteamiento del problema, el cual remitirá una teoría a través del proceso de inducción. Desde el inicio del marco teórico donde se formulan hipótesis mediante el razonamiento deductivo la cual, se validará empíricamente (Valderrama, 2015). La investigación partirá de la observación del problema con un proceso de visualización de información el cual generará la creación de hipótesis relacionadas a nuestro tema de investigación, se podrá analizar las diferentes teorías con respecto al tema, y se comprobara si las hipótesis son ciertas.

4.4.Población y muestra

4.4.1. Población

Es el conjunto de personas u objetos que lo forma un determinado espacio geográfico dentro del cual se sitúa el problema de investigación, esta se encontrara dentro del universo (Carrasco, 2006). En la presente investigación nuestra población son los ciudadanos del distrito de Nuevo Imperial, de acuerdo al censo realizado por el (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, 2017) cuenta con 26 233 habitantes entre mujeres y varones.

4.4.2. Muestra

El subgrupo de la población del cual se recolectarán los datos debe ser representativo de esta (Hernández et al., 2014). La muestra de la investigación es no probabilística, aplicando el muestreo por conveniencia. Por lo tanto, el proceso no se basó en fórmulas de probabilidad, sino que se seleccionó una muestra de 80 personas que contribuyan a la investigación.

4.5. Lugar de estudio

Para la muestra de investigación, incluimos a los pobladores del distrito que estén relacionados con el ámbito gastronómico, es decir, que sean cocineros, trabajadores o dueños de restaurantes. En cuanto a la edad, se considerará a partir de los 17 años, y se excluirá a cualquier persona que no cumpla con los requisitos de la investigación.

4.6.Técnicas e instrumento para la recolección de datos

4.6.1. Técnica

Para (Casas et al., 2003) "la técnica de encuesta se utiliza constantemente como un procedimiento importante de investigación, ya que permite al investigador obtener y procesar datos de manera rápida y eficaz, verificando la situación problemática que se planteó". En la investigación se utilizaron encuestas como técnica para la recolección de información de los habitantes del distrito de Nuevo Imperial.

4.6.2. Instrumento

Según Hernández (2014), el instrumento de medición se refiere a una herramienta empleada por el investigador con el fin de recopilar información o datos relacionados con las variables que se están estudiando. Esta investigación, siguiendo este enunciado utilizó como instrumento un cuestionario. Al respecto, Behar (2008), explica que un cuestionario se compone de una serie de preguntas que se utilizan para medir una o más variables. Además,

señala que la diversidad del cuestionario puede ser tan amplia como los aspectos que se están midiendo.

El cuestionario consiste en la elaboración de un conglomerado de interrogantes relacionadas a una o más variables a medir, el contenido de las preguntas es variado. Existen dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas (Hernández et al., 2014). En la presente investigación se usará el cuestionario con preguntas cerradas, es decir que las respuestas de las preguntas contienen alternativas o categorías de respuestas que han sido delimitadas. Las respuestas estarán en la escala de Likert, consiste en una cantidad de ítems colocados de manera afirmativa y juiciosas, dentro de la categoría de escalas que va de 1 al 5.

4.7.Análisis y procesamiento de datos

Para llevar a cabo el análisis y procesamiento de datos en este estudio, se optó por emplear el software SPSS, reconocido a nivel mundial en el ámbito de la estadística y la investigación. SPSS se ha concebido con la finalidad de ejecutar análisis estadísticos y manipulación de datos. Como señala IBM, SPSS brinda una amplia variedad de herramientas y técnicas estadísticas, lo que posibilita la realización eficaz de análisis cuantitativos de datos.

En la presente investigación, se ha seleccionado la realización del análisis y procesamiento de datos mediante una prueba no paramétrica, específicamente el Coeficiente de Correlación Rho de Spearman. La determinación de esta elección se llevó a cabo mediante la aplicación de una prueba de normalidad.

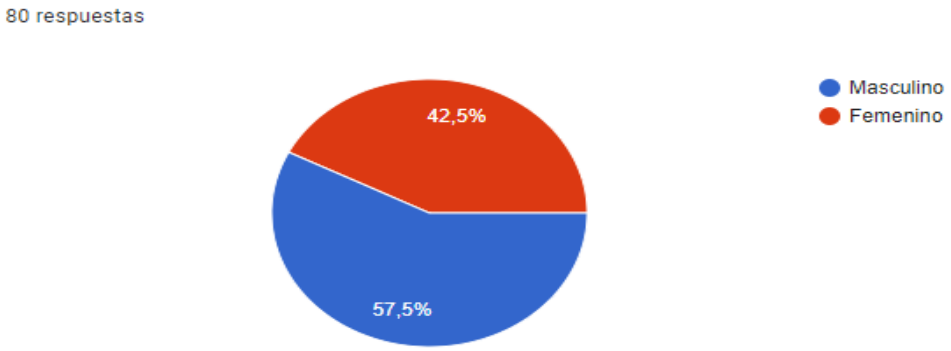
CAPITULO V: RESULTADO

5.1.Resultado descriptivo

El análisis descriptivo correspondiente a las variables de Turismo gastronómico sostenible y actividad turística, así mismo también de las dimensiones de cada variable. A continuación, se muestran los resultados en las siguientes tablas y figuras, mientras que en las figuras 4 y 5 se presenta el género y edad de la muestra encuestada para la investigación en el distrito de Nuevo Imperial.

Figura 4.

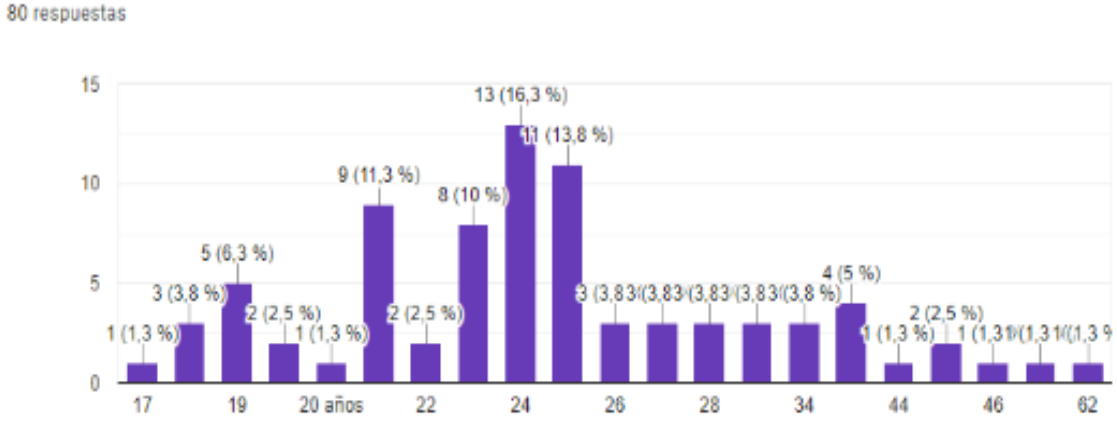
Generó de los encuestados



Nota: La muestra fue de 80 pobladores relacionados al sector gastronómico en Nuevo Imperial, la muestra se dividió entre mujeres con un 42,50% (n=34) y varones con un 57,50% (n=46).

Figura 5.

Edad



Nota: Las edades de la muestra oscilan entre los 17 hasta los 62años.

5.1.1. Resultado descriptivo por variables y dimensiones

Tabla 5.

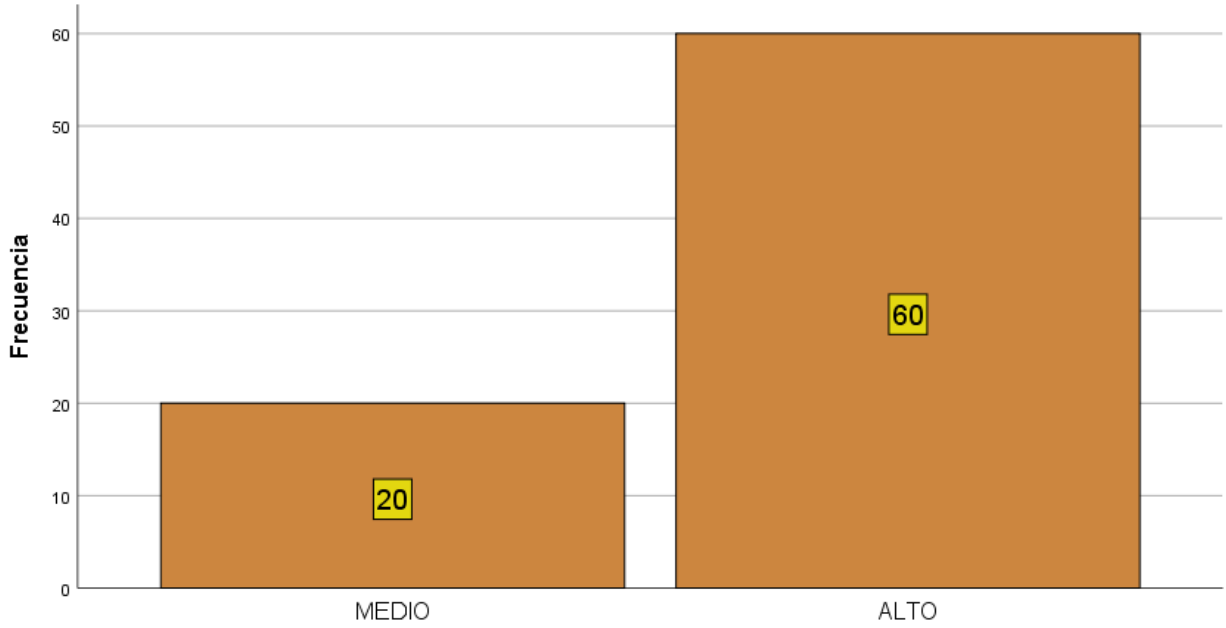
Turismo Gastronómico Sostenible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	20	25,0	25,0	25,0
	ALTO	60	75,0	75,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la variable Turismo gastronómico sostenible, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 6.

Turismo Gastronómico Sostenible



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 3.

Interpretación

Se aprecia anteriormente que la variable turismo gastronómico sostenible tiene una frecuencia de ocurrencia con un nivel medio de 25,00 % (n=20) y el 75,00 % (n=60) presenta un nivel alto, sin embargo, el nivel bajo no precisa ninguna intervención.

Tabla 6.

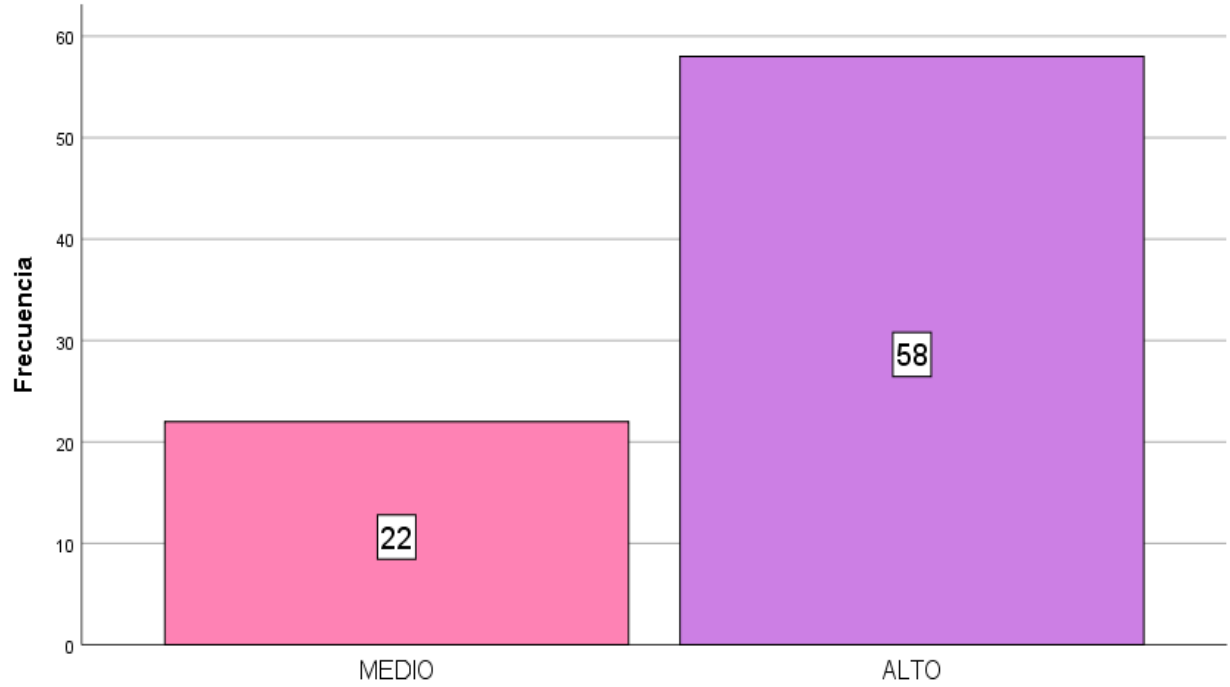
Actividad Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	22	27,5	27,5	27,5
	ALTO	58	72,5	72,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la variable Actividad Turística, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 7.

Actividad Turística



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 4.

Interpretación

Se aprecia anteriormente que la variable actividad turística tiene una frecuencia de ocurrencia con un nivel medio de 27,50 % (n=22) y el 72,50% (n=58) presenta un nivel alto, sin embargo, el nivel bajo no precisa ninguna intervención.

Tabla 7.

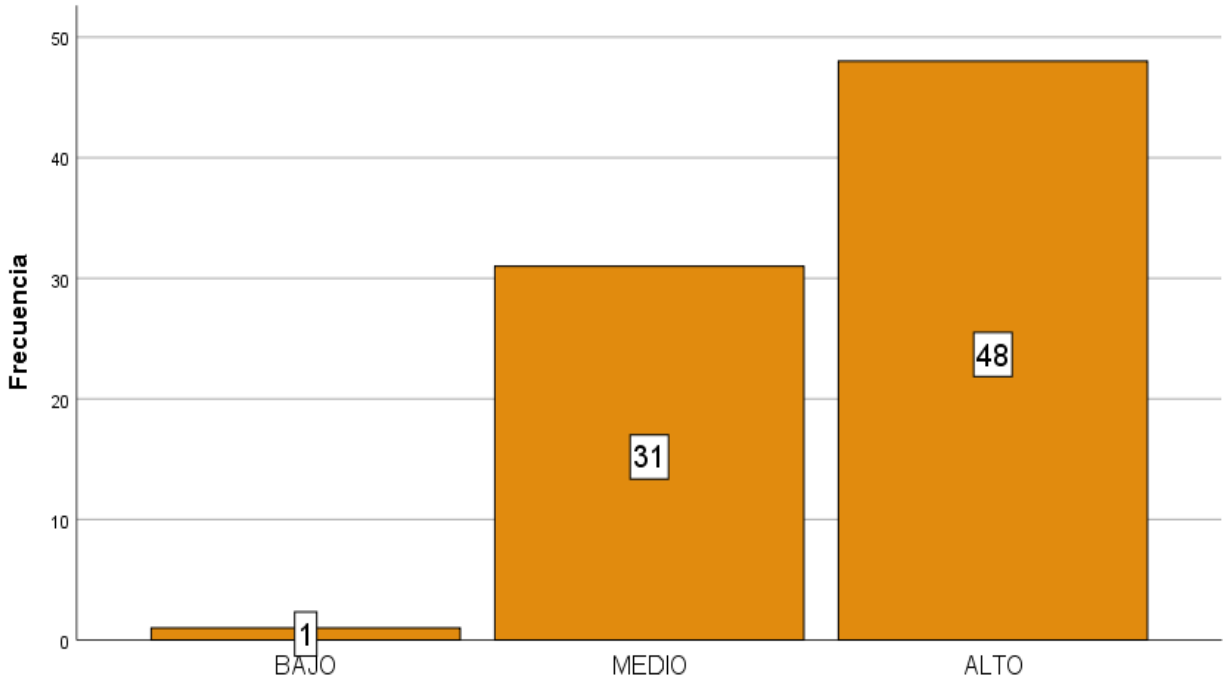
Gastronomía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	1,3	1,3	1,3
	MEDIO	31	38,8	38,8	40,0
	ALTO	48	60,0	60,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la dimensión Gastronomía, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 8.

Gastronomía



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 5.

Interpretación

Se aprecia que la dimensión gastronomía, tiene una frecuencia de ocurrencia con una minoría del 1,30% (n=1), un nivel medio de 38,80 % (n=31) y el 60,00% (n=48) representa un nivel alto.

Tabla 8.

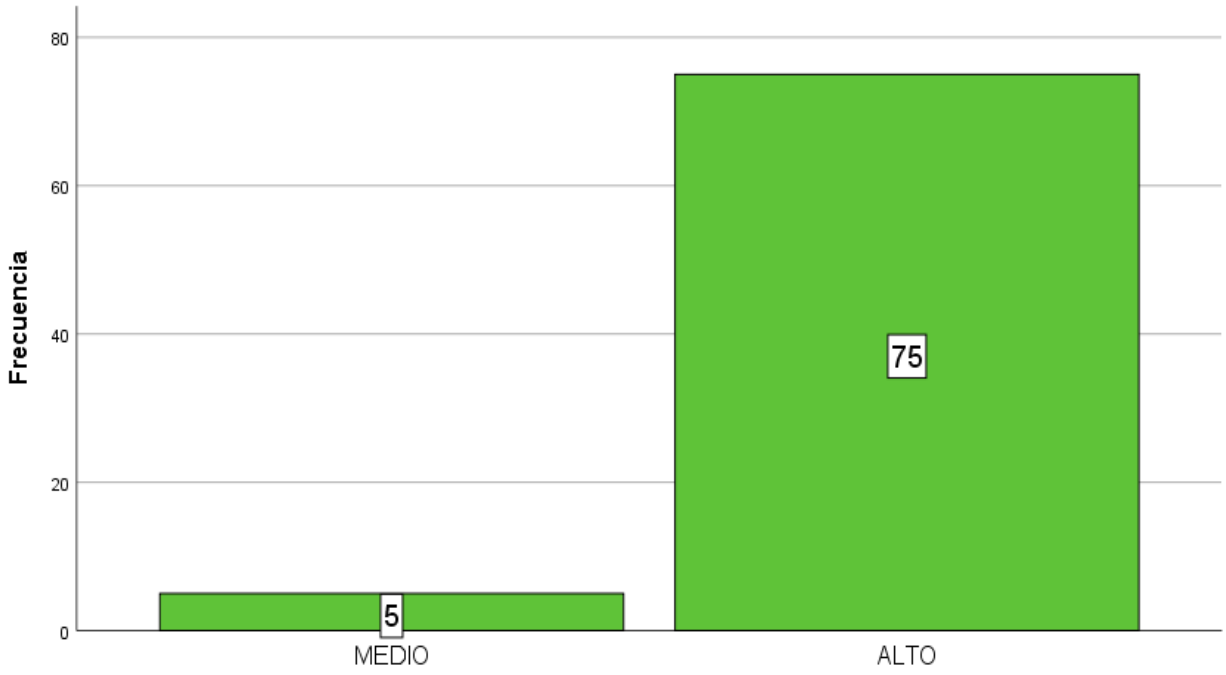
Turismo Gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	5	6,3	6,3	6,3
	ALTO	75	93,8	93,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la dimensión Turismo Gastronómico, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 9.

Turismo Gastronómico



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 6.

Interpretación

Se aprecia que la dimensión turismo gastronómico, tiene una frecuencia de ocurrencia con un nivel medio de 6,30 % (n=5) y el 93,80% (n=75) representa un nivel alto, sin embargo, el nivel bajo no precisa ninguna intervención.

Tabla 9.

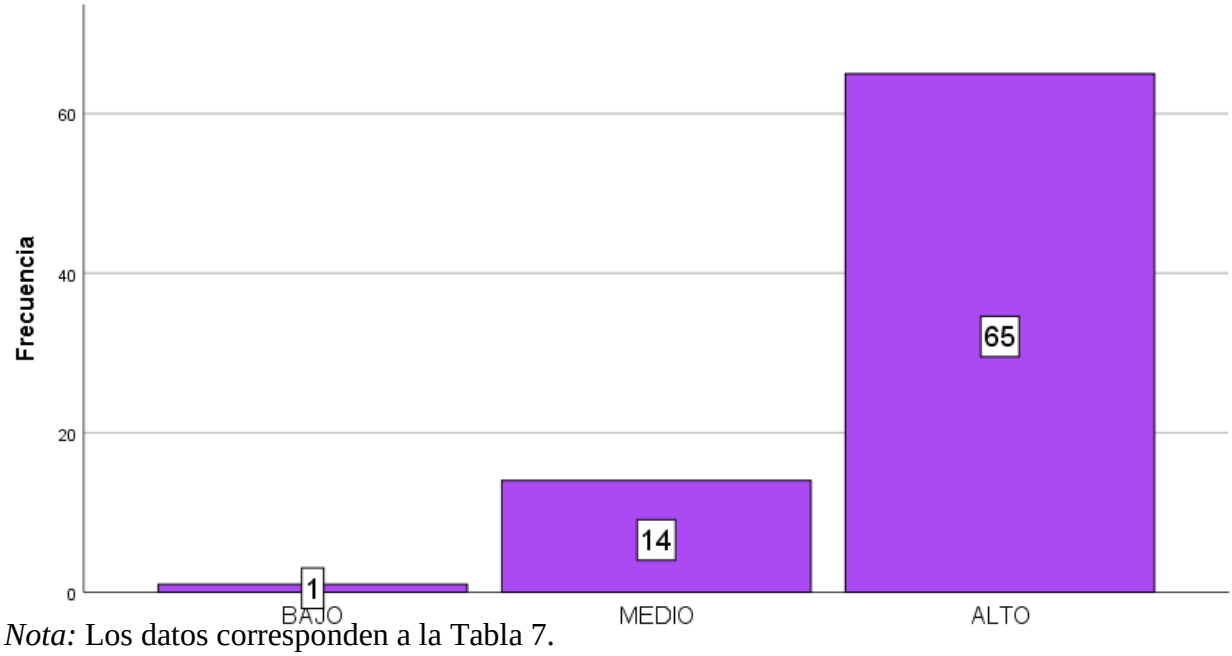
Sostenibilidad Alimentaria

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	1,3	1,3	1,3
	MEDIO	14	17,5	17,5	18,8
	ALTO	65	81,3	81,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la dimensión Sostenibilidad Alimentaria, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 10.

Sostenibilidad Alimentaria



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 7.

Interpretación

Se aprecia que la dimensión sostenibilidad alimentaria, tiene una frecuencia de ocurrencia con una minoría del 1,30% (n=1), un nivel medio de 17,50 % (n=14) y el 81,30% (n=65) representa un nivel alto.

Tabla 10.

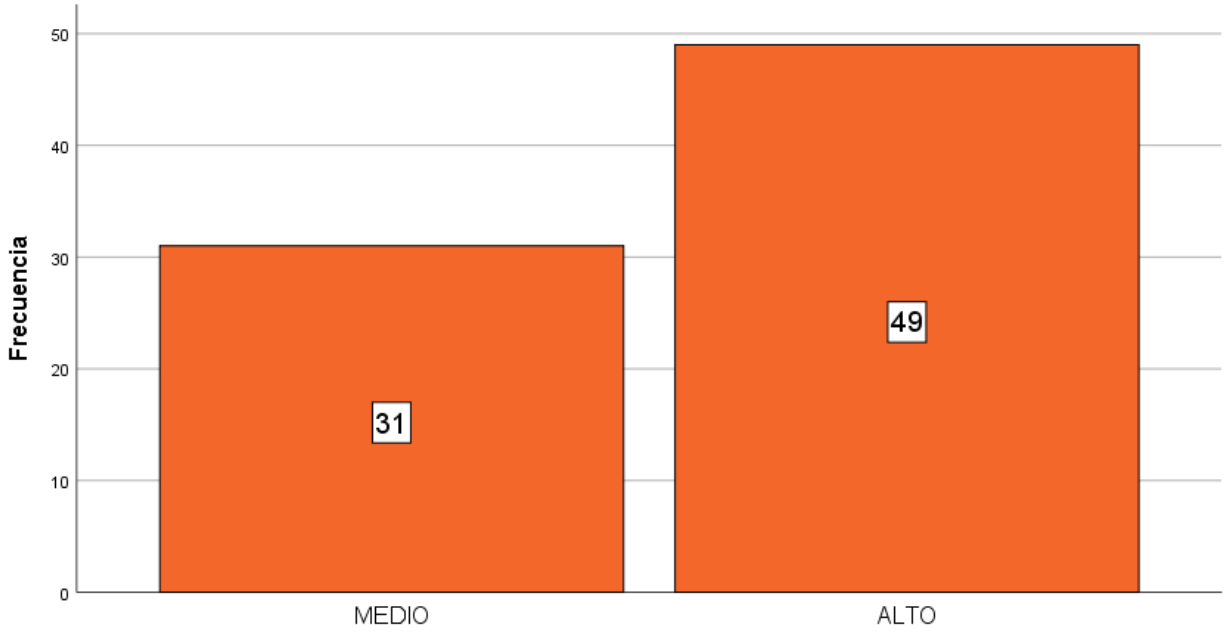
Oferta Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	31	38,8	38,8	38,8
	ALTO	49	61,3	61,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la dimensión Oferta Turística, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial, sin embargo, el nivel bajo no precisa ninguna intervención.

Figura 11.

Oferta Turística



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 8.

Interpretación

Se aprecia que la dimensión oferta turística, tiene una frecuencia de ocurrencia con un nivel medio de 38,80 % (n=31) y el 61,30% (n=49) representa un nivel alto.

Tabla 11.

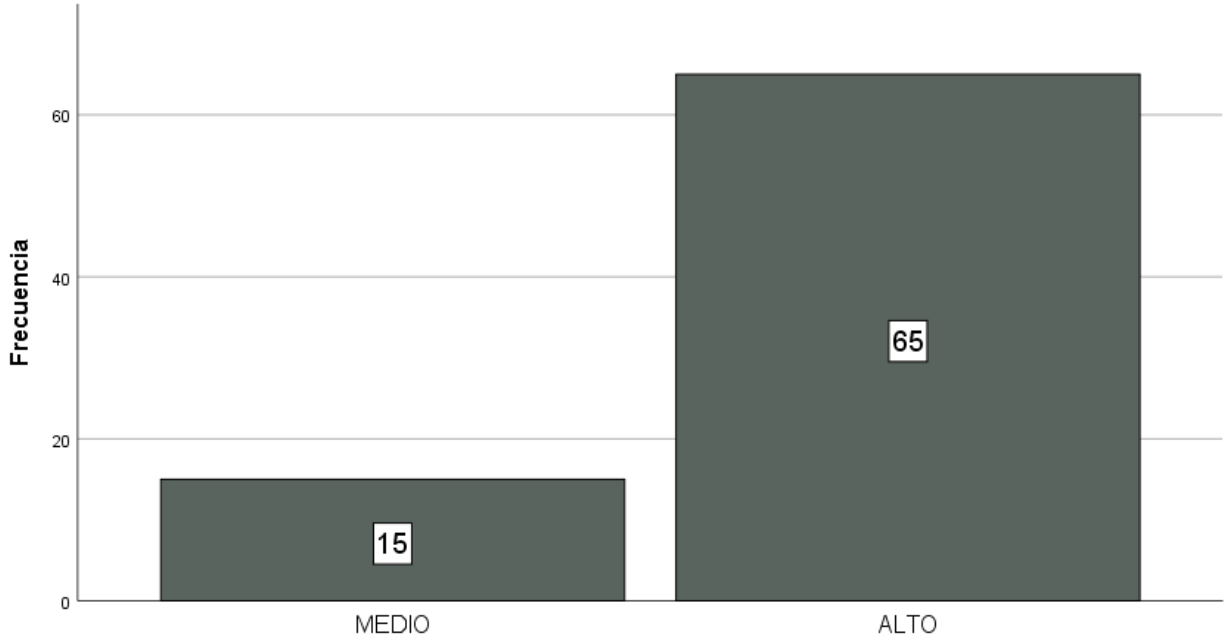
Demanda Turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	15	18,8	18,8	18,8
	ALTO	65	81,3	81,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la dimensión Demanda Turística, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 12.

Demanda Turística



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 9.

Interpretación

Se aprecia que la dimensión demanda turística, tiene una frecuencia de ocurrencia con un nivel medio de 18,80 % (n=15) y el 81,30% (n=65) representa un nivel alto, sin embargo, el nivel bajo no precisa ninguna intervención.

Tabla 12.

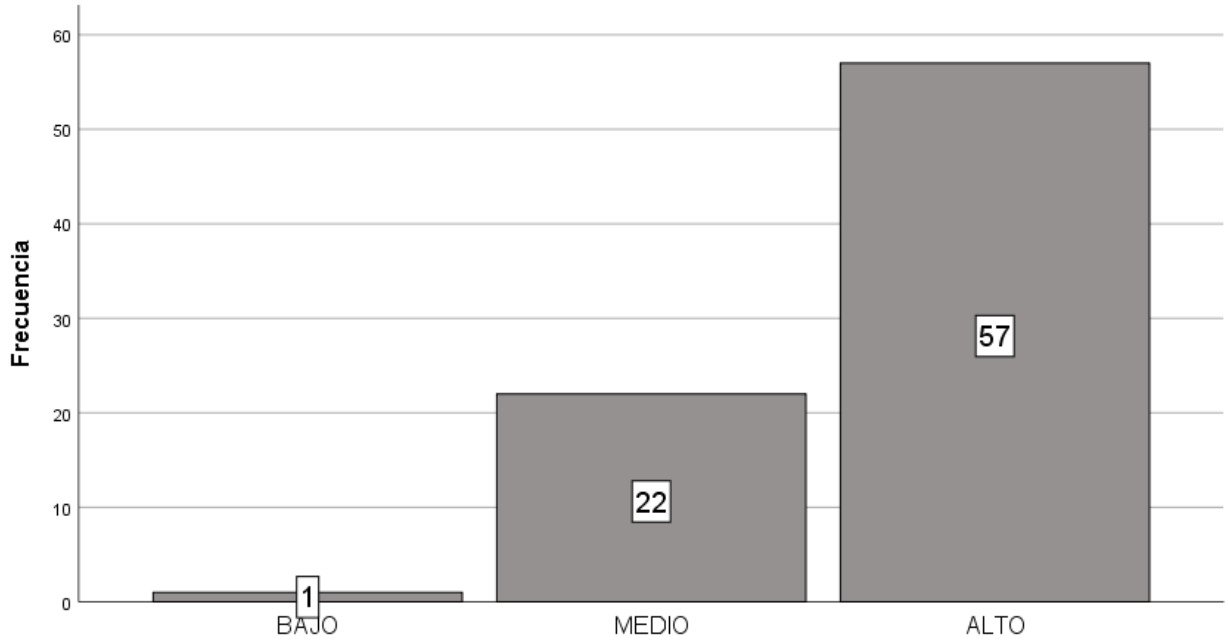
Operadores Turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	1,3	1,3	1,3
	MEDIO	22	27,5	27,5	28,7
	ALTO	57	71,3	71,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota: Los datos corresponden a la frecuencia de ocurrencia de la dimensión Operadores Turísticos, según la encuesta realizada a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial.

Figura 13.

Operadores Turístico



Nota: Los datos corresponden a la Tabla 10.

Interpretación

Se aprecia que la dimensión operadores turísticos, tiene una frecuencia de ocurrencia con una minoría del 1,30% (n=1), un nivel medio de 27,50 % (n=22) y el 71,30% (n=57) representa un nivel alto.

5.2. Resultado inferencial: prueba de hipótesis

Con la finalidad de elegir la prueba estadística idónea para comprobar las hipótesis de la investigación, se procedió realizar el análisis de distribución de los datos de las variables y dimensiones.

Tabla 13.

Tabla de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Turismo gastronómico sostenible	,132	80	,001	,954	80	,006
Gastronomía	,193	80	,000	,913	80	,000
Turismo gastronómico	,146	80	,000	,940	80	,001
Sostenibilidad alimentaria	,131	80	,002	,947	80	,002
Actividad turística	,126	80	,003	,970	80	,058
Oferta turística	,171	80	,000	,940	80	,001
Demanda turística	,183	80	,000	,920	80	,000
Operadores turísticos	,153	80	,000	,952	80	,004

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 11 se observa que el grado de libertad (gl) de 80 (80 encuestas), tanto en las dimensiones como en las variables vamos a usar la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov ($n > 50$), con respecto al valor de significancia está en el rango de ($p<0,05$), lo que quiere decir que utilizaremos la estadística no paramétrica (coeficiente de correlación rho de Spearman) para comprobar las hipótesis de la investigación.

5.2.1. Formulación de la hipótesis general

H_O: El turismo gastronómico sostenible no influye para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

H_1: El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

Criterios de decisión

- Si, Valor p < 0,05 Se acepta H_1
- Si, Valor p > 0,05 Se acepta Ho

Tabla 14.

Correlación entre turismo gastronómico sostenible y actividad turística

			Turismo gastronómico sostenible	Actividad turística
Rho de Spearman	Turismo gastronómico sostenible	Coeficiente de correlación	1,000	,481**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Actividad turística	Coeficiente de correlación	,481**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota: Aquí se presenta el coeficiente de correlación entre las variables turismo gastronómico sostenible y actividad turística a través de Rho Spearman.

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 12, los resultados demuestran que la correlación de turismo gastronómico sostenible y actividad turística, según Rho Spearman es 0,481, evidenciándose una correlación moderada; además el grado de significancia es de 0,000 (p< 0,05). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula H_O, esto quiere decir que se acepta la hipótesis alterna H_1.

5.2.1.1. Formulación de la hipótesis especifica 1

H_O: El turismo gastronómico sostenible no influye para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

H_1: El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

Tabla 15.

Correlación entre turismo gastronómico sostenible y oferta turística

			Turismo gastronómico sostenible	Oferta Turística
Rho de Spearman	Turismo gastronómico sostenible	Coeficiente de correlación	1,000	,495**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Oferta Turística	Coeficiente de correlación	,495**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota: Aquí se presenta el coeficiente de correlación entre las variables turismo gastronómico sostenible y la dimensiones oferta turística a través de Rho Spearman.

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 13, los resultados demuestran que la correlación de turismo gastronómico sostenible y oferta turística, según Rho Spearman es 0,495, evidenciándose una moderada correlación; además el grado de significancia es de 0,000 (0< 0,05). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula H_O, esto quiere decir que se acepta la hipótesis alterna H_1.

5.2.1.2. Formulación de la hipótesis especifica 2

H_O: El turismo gastronómico sostenible no influye para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

H_1: El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

Tabla 16.

Correlación entre turismo gastronómico sostenible y demanda turística

			Turismo gastronómico sostenible	Demanda Turística
Rho de Spearman	Turismo gastronómico sostenible	Coeficiente de correlación	1,000	,369**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	80	80
	Demanda Turística	Coeficiente de correlación	,369**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	80	80

Nota: Aquí se presenta el coeficiente de correlación entre las variables turismo gastronómico sostenible y la dimensión demanda turística a través de Rho Spearman.

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 14, los resultados demuestran que la correlación de turismo gastronómico sostenible y la demanda turística, según Rho Spearman es 0,369, evidenciándose una correlación positiva baja; además el grado de significancia es de 0,001 ($p< 0,05$). Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula H_O, esto quiere decir que se acepta la hipótesis alterna H_1.

5.2.1.3. Formulación de la Hipótesis Específica 3

H_O: El turismo gastronómico sostenible no influye para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

H_1: El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.

Tabla 17.

Correlación entre turismo gastronómico sostenible y operadores turísticos

			Turismo gastronómico sostenible	Operadores Turísticos
Rho de Spearman	Turismo gastronómico sostenible	Coeficiente de correlación	1,000	,218
		Sig. (bilateral)	.	,052
		N	80	80
	Operadores Turísticos	Coeficiente de correlación	,218	1,000
		Sig. (bilateral)	,052	.
		N	80	80

Nota: Aquí se presenta el coeficiente de correlación entre las variables turismo gastronómico sostenible y la dimensión operadores turísticos a través de Rho Spearman.

Interpretación

De acuerdo a la Tabla 15, los resultados demuestran que la correlación de turismo gastronómico sostenible y operadores turísticos, según Rho Spearman es 0,218, evidenciándose una correlación positiva baja; además el grado de significancia es de 0,052 ($p \geq 0,05$). Por lo tanto, se señala que se rechaza la hipótesis alterna H_1, esto quiere decir que se acepta la hipótesis nula H_O.

CAPITULO VI: DISCUCIÓN DE RESULTADOS

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022. Para ello se realizó una encuesta a 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial relacionados o enfocados al rubro gastronómico del distrito. Los resultados del estudio concluyeron que entre el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística según Rho de Spearman es de 0,481, y el nivel de significancia es de 0,0 < 0,05, es decir, existe una relación significativa entre el turismo gastronómico sostenible y la actividad turística.

Con respecto al análisis de la influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial – 2022, de acuerdo con Montecinos (2016) indica que la gastronomía y la producción de alimentos dentro del sistema alimentario propone utilizar los recursos de manera eficiente en todas las etapas, desde el campo hasta la mesa; es en este contexto que algunos pobladores del distrito de Nuevo Imperial, utilizan los productos cultivados en la misma localidad para la elaboración de platillos tradicionales. En la investigación los resultados representados en porcentajes demuestran que tanto la actividad turística con 61,3%, la demanda turística 81,3% y los operadores turísticos con el 71,3% son elementos sumamente indispensables para realizar el turismo gastronómico sostenible de manera adecuada, que cuenta con una frecuencia de ocurrencia en un nivel medio del 25,00 % y el 75,00% presenta un nivel alto.

En cuanto al turismo gastronómico (Gil, 2020) en su investigación *Turismo gastronómico en la comunidad de Urquillos, distrito de Huayllabamba-Cusco 2020,* el autor realizó un estudio a 70 personas, el cual arrojo los siguientes resultados donde el 71.4% de emprendedores encuestados, indicaron que el producto gastronómico turístico no se desarrollaba de manera adecuada, debido a que la planta turística es poco adecuada. Además,

que el 44.3% y el 38.6% de encuestados señalan que el equipamiento y promoción respectivamente del producto gastronómico son inadecuados. Estos aspectos, desmotivan el interés del turista por consumir este producto. Por lo cual, el 52.9% de emprendedores, considera que la visita de turistas a las ferias gastronómica es poco adecuada. Con ello, llego a las siguientes conclusiones que, para poder desarrollar el turismo gastronómico se debe de contar con una planta turística adecuada, de igual manera debe suceder con la producción de los alimentos en la comunidad, todo ello con la finalidad de que se logre brindarle al turista un producto gastronómico adecuado.

En su investigación (Ramirez, 2019) tuvo como objetivo *"determinar la relación entre la identidad cultural y la actividad turística en el centro poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas – 2018"*. Obtuvo los siguientes resultados desde la perspectiva de pobladores entre los 20 a 49 años de edad del Centro Poblado, mantienen una relación positiva alta, aunque algunas dimensiones que conforman la variable identidad cultural mostraron tener una relación moderada con la actividad turística, principalmente por la perspectiva de los moradores con respecto a los operadores turísticos, según su estilo de vida. También se evidencio que el coeficiente de correlación Rho de Spearman (r = 0,712), se observa una correlación positiva moderada, afirmando que a mayor fortalecimiento de la identidad cultural aumentara la actividad turística. Los resultados de nuestra investigación demuestran que tiene una frecuencia de ocurrencia con una minoría del 1,30%, un nivel medio de 27,50 % y el 71,30% representa un nivel alto.

En la presente investigación el objetivo específico 3 es, determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial en el 2022, el resultado obtenido de la muestra encuestada nos revela que, según Rho Spearman siendo el 0,218, se evidencia una correlación positiva baja; con un grado de significancia de 0,052. Constatando nuestros resultados con la investigación de

(Ramirez, 2019) es importante que los operadores turísticos tengan conocimiento sobre la identidad cultural del distrito para que de esta manera se genere incremento en la actividad turística.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES

- Se concluye que el 72,5% de la población encuestada afirma que si existiera un mayor fortalecimiento junto a las autoridades, que se centren en darle impulso a esta nueva actividad turística con una correcta planificación gastronómica y turística sostenible, para que aumente la actividad turística en el distrito.
- Se concluye que el 61,3 % de la muestra encuestada afirma que la oferta turística del distrito va en base a la gastronomía sostenible, es decir, que consideran que los turistas toman en cuenta las bebidas, lugares turísticos, cultura e historia del distrito, es por ello que la consideran su mayor atractivo.
- Se concluye que para el 81,3 % de la muestra encuestada la demanda turística del distrito se debe a la gastronomía del lugar, junto a los elementos turísticos que brinda Nuevo Imperial, por ello tanto la población como las autoridades deben de darle mayor promoción turística y tomar en cuenta los elementos que tiene el distrito a su favor para seguir desarrollando y creciendo.
- Se concluye que, para el 71,3 % de la muestra los operadores turísticos no toman como prioridad la gastronomía del distrito, es decir, que dejan de lado al distrito cuando este podría formar parte de los recorridos turísticos que se realizan.

CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES

- Se recomienda a entidades públicas y privadas del distrito de Nuevo Imperial, darle prioridad al turismo gastronómico sostenible, mediante la creación de paquetes turísticos que engloben el hospedaje, visitas a viñedos y lugares turísticos. Durante estas experiencias, se brindará al turista la oportunidad de conocer la cultura material e inmaterial de la zona. Además, informar sobre el proceso de cultivo de los productos que formaran parte de su platillo o bebida, desde su origen hasta el momento en que se integran a la experiencia gastronómica.
- Se recomienda a las autoridades y lideres locales realizar la investigación y promoción de la gastronomía local trabajando en conjunto con la población de Nuevo Imperial para identificar los platos tradicionales del distrito, además de dar mayor enfoque y difusión a los otros elementos con los que cuenta el distrito como lo son el sector vitivinícola, la historia del distrito, los atractivos turísticos, su naturaleza, esto se puede realizar mediante proyectos turísticos, centrarse en promocionar la gastronomía local y los productos autóctonos, lo que puede generar una mayor valoración de la cultura y las tradiciones de la zona. Este enfoque no solo fomentaría una mayor apreciación de la cultura y las tradiciones locales, sino que también contribuiría al desarrollo sostenible de la región.
- A las empresas turísticas del distrito se recomienda colaborar en conjunto para identificar los distintos elementos del equipamiento turístico disponible en la zona. Esto implica establecer una base de datos que registre la cantidad de empresas relacionadas con el turismo. Con esta información, será posible diseñar paquetes turísticos adaptados a las características del lugar. Por ejemplo, en el caso de los restaurantes, se podría gestionar la cantidad y diversidad de opciones disponibles. El

objetivo es proporcionar a los turistas una experiencia más enriquecedora y asegurar que disfruten plenamente de su visita.

- Se recomienda a los operadores turísticos colaborar estrechamente con las autoridades del distrito, los residentes locales y las empresas dedicadas al turismo. El objetivo es facilitar la creación y oferta de paquetes turísticos integrales que incluyan hospedaje, restaurantes, lugares turísticos y diversas actividades. Este enfoque busca aprovechar plenamente todas las ventajas y atractivos que ofrece el distrito de Nuevo Imperial.

REFERENCIAS

Acurio, G. (2019). *Gastronomía Peruana por Gastón Acurio - OBG Perú 2019 - YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=y5j6aupyGYY

Agovino, M., Cerciello, M., & Gatto, A. (2018). Policy efficiency in the field of food sustainability . The adjusted food agriculture and nutrition index. *Environmental Management*, *218*, 220–233. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301479718304407

Alvarado, L. (2019). *Oferta turística y barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos, distrito de Tarapoto, 2018* [Universidad Cesar Vallejo]. http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30468

Aristimuño, M. (2015). Comportamiento del flujo turístico brasileño en la ciudad autónoma de Buenos Aires [UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR]. In *Repositorio Institucional de la Universidad Nacional del Sur*. http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3269

Behar, D. (2008). Introducción a la Metodología de la Investigación. In *Editorial Shalom 2008*.

Bermúdez, F. (2002). *Generalidades del turismo*. slideshare. https://es.slideshare.net/CieloGris1/generalidades-del-turismo?from_action=save

Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage : Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Blackwell Publishers*, *38*(1), 21–34. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061

Betancourt Buitrago, S., & Chitiva Sánchez, D. A. (2016). LA GASTRONOMÍA SOSTENIBLE COMO FACTOR DE MEJORAMIENTO DE LA CADENA DE SUMINISTRO DEL SECTOR GASTRONÓMICO EN BOGOTÁ- COLOMBIA. *Scientific Messenger of LNU of Veterinary Medicine and Biotechnology*, *18*(3(70)).

Boullón, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico. In *Editorial Trillas*.

Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, *25*(1), 71–79. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3

Brito, L. M. de, & Botelho, D. (2018). La gastronomía como marca de destino : proposiciones en Minas Gerais. *Repósitorio Institucional Universidad Federal de Ouro Preto*, *7*(2), 390 – 412. https://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/11281

Cárdenas Botero, K., Waldrón, T., Lucía, O., & Manrique, H. (2017). *Gastronomía y biodiversidad*.

Cárdenas, E., & SanMartin, A. (2012). *'Identificación de elementos de gastronomía sostenible a la cocina tradicional Pauteña, como aspectos innovadores a la misma'*. http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/21030/1/tesis.pdf

Carrasco, S. (2006). Metodología de la Investigación Científica. In *Editorial San Marcos*.

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atencion Primaria*, *31*(8), 527–538. https://doi.org/10.1157/13047738

Castillo, T. (2015). *Marcus Gavius Apicius, el primer 'gourmet' de la historia*. https://www.bonviveur.es/the-food-street-journal/marcus-gavius-apicius-el-primer-gourmet-de-la-historia

Comisión Alimentaria Multisectorial de Seguridad. (2002, december). Decreto Supremo Nº 118-2002-PCM. *Congreso de la Republica*. http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/07C6C04AADB0A8EA05257EEA006CE638/%24FILE/DS_118_2002.pdf

Cortez, E. E. (2018). Evolución de la demanda turística de Panamá durante los ultimos 5 años. *Revista CECAVI*, *8*(1), 39–51. http://revistas.uam.edu.pa/index.php/revistacecavi/article/view/11

Egea, A. (2014). La poesía gastronómica latina adolfo egea carrasco [Universitat de Barcelona]. In *Universitat de Barcelona*. http://hdl.handle.net/10803/293258

El turismo en la Agenda 2030 | OMT. (s.d.). Recuperatus 8 october 2023, ab https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030

Esmorís, N. (2020). La sostenibilidad alimentaria en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Dialnet*, *1*, 58–62. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7339115

Espinosa, C. (2019). *¿Qué es la alimentación sostenible y saludable?* http://cienciasdelasalud.blogs.uoc.edu/que-es-alimentacion-sostenible/

Ferreyra, V. (2016). Conceptos Fundamentales del Turismo. *Docplayer*. https://docplayer.es/12044981-Conceptos-fundamentales-del-turismo.html

Folgado, J., Hernadez, J., & Campón, A. (2011). El turismo gastronómico como atractivo innovador del destino: un estudio empírico sobre rutas gastronómicas españolas. *XIII Seminario Luso-Espanhol de Economía Empresarial*.

Fusté, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, *24*, 13. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001

García, A. (1970). Clasificación de los recursos turísticos. *Clasificación de los recursos turísticos*, *3*, 61–65. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14350/rig.58846

García, A. (2012). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. conceptos y definiciones de turismo. *Año III. Nro. IV*, *2010*, 7–43. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02ALGUNAS+CONSIDERACI

ONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR;jsessionid=DE039CE936EF345932A19D2152243614?sequence=1

Gil Challco, C. (2020). *Turismo Gastronómico en la Comunidad de Urquillos, Distrito De Huayllabamba-Cusco 2020*. https://doi.org/10.36888/udual.universidades.2019.80.19

Gillespie, C., & Cousins, J. (2012). European Gastronomy into the 21st Century. *European Gastronomy into the 21st Century*. https://doi.org/10.4324/9780080494845

Gobierno de Canarias. (s.d.). *Actividades Turísticas*. Recuperatus 10 october 2021, ab http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementerias/index.html

Gonzales, F. (2020). Gestión turística y turismo de naturaleza en operadores turísticos del distrito de Tarapoto , 2019 [Univesidad Cesar Vallejo]. In *Repósitorio de la Universidad Cesar Vallejo*. http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44283

Gonzáles Rios, R. C. (2020). Turismo Cultural como oportunidad para el Desarrollo de la Provincia de Cañete. *Sendas*, *1*(4), 1–13. https://doi.org/10.47192/rcs.v1i4.48

Hernandez, R. (2018). El turismo gastronómico en Andalucía : Factores de análisis Culinary tourism in Andalusia : Factors of analysis. *Espacios*, *39*(22), 15. https://www.revistaespacios.com/a18v39n22/a18v39n22p15.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. In *McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.*

Huertas López, T., Pilco Segovia, E., Suárez García, E., Salgado Cruz, M., & Jiménez Valero, B. (2020). *Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques*.

Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). Teoría General del Turismo : un enfoque global y nacional. *Editorial Serie Didáctica*. http://uabcs.mx/difusion2017/webroot/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf

INDECI. (2002). *Estudio Mapa de Peligros Plan de uso de suelo y medidas de mitigación*. 235.

Instituto Nacional de Estadistica e Informatica - INEI. (2017). Directorio Nacional de Centros Poblados: Censo Nacional 2017. *Instituto Nacional de Estadística e Investigación, Tomo IV*, 21.

Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Sage Journals*, *30*(3), 354–377. https://doi.org/10.1177/1096348006286797

Kogut, P. (2020). *Agricultura Sostenible: La Aplicación Del Nuevo Concepto*. EOS Data Analytics. https://eos.com/es/blog/agricultura-sostenible/

Leal, M. del P. (2016). Turismo gastronómico, impulsor del comercio de proximidad. In *Universitat Oberta de Catalunya*. https://www.digitaliapublishing.com/a/47010/turismo-gastronomico---impulsor-del-comercio-de-proximidad

Mamani, W. (2016). *Demanda Turística – turismo*. https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/

Mankiw, G. (2019). La oferta, la demanda y el mercado. *Principios de economía*, 24. https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf

Matta, R. (2014). República gastronómica y país de cocineros: comida, política, medios y una nueva idea de nación para el Perú. *Revista Colombiana de Antropologia*, *50*(2), 15–40. https://doi.org/https://doi.org/10.22380/2539472X45

MINCETUR. (2009). Ley General del Turismo. In *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]*.

MINCETUR. (2016). *Reglamento de Agencia de Viajes*. http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/proyectos resoluciones/Proyecto_Reglamento_AV_Reglamento.pdf

MINCETUR. (2019). *Glosario de terminos turismo*.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2011). *Turismo Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf

Molano L., O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, *7*, 69–84.

Monroy, P. (2002). *Introduccion a la Gastronomia*. Editorial Limusa. https://books.google.com.uy/books?id=PVkjB8gN_EQC&pg=PA163&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false

Montecinos, A. (2016). *Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de Servicios, Restaurantes, Rutas, Productos y Destinos*. Editorial Porrúa. https://cegaho.wordpress.com/2016/08/22/libro-turismo-gastronomico-sostenible-2/

Naranjo, M., Pelegrín, A., Marín, L., Pelegrín, N., Pelegrín, L., & López, Y. (2019, aprilis). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *ResearchGate*, *4*(1), 16–25. https://doi.org/10.33936/recus.v4i1.1749

Navarrete, M. del C., & García, C. (2018). Turismo gastronómico: sabor y tradición. *Journal of Tourism and Heritage Research*, *1*(3), 23–40. http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/21

Nogueiras Mascareñas, L. (1996). *La práctica y la teoría del desarrollo comunitario: Descripción de un modelo*. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=eg-3-RDPCcEC&oi=fnd&pg=PA11&dq=desarrollo+comunitario+concepto&ots=-E-bvIBjlR&sig=FxuIvTp1_gKI0jZS2F8xbqwW6YI#v=onepage&q=desarrollo%20comunitario%20concepto&f=false

Noriega, C. (2019). Aporte para el desarrollo del turismo gastronómico sostenible en base al recurso microalga Dunaliella salina de la laguna de las salinas del distrito de huacho, provincia de Huaura. región Lima. 2018. [Universidad San Martin de Porres]. In *Registro Nacional de Trabajos de Investigación - RENATI*. http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5158

Organización Mundial del Turismo - OMT. (2021). *Desarrollo Sostenible - OMT*. https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284420995

Pacheco, G. (2009). Turismo cultural y gastronómico en el Perú Propuesta de circuitos turísticos [Universidad de Palermo]. In *Repositorio Institucional*. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/1805.44369

PROMPERÚ. (2015). *El Perú como destino para la operación turística*. https://www.promperu.gob.pe/Uploads/publicaciones/10/Peru-como-destino-para-la-operacion-turistica.pdf

Ramirez, L. (2019). Identidad cultural y actividad turística en el Centro Poblado Comunidad Nativa Kechwa Wayku, Lamas - 2018 [Universidad Cesar Vallejo]. In *Repósitorio de la Universidad Cesar Vallejo*. http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/35737

Sancho, A. C., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (2011). *Introducción al Turismo OMT Organización Mundial del Turismo*. http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

Santamaría Freire, E., & Bayas Vásconez, F. M. (2018). Efecto económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua. Ecuador. *Ciencias Administrativas, 11*, 016. https://doi.org/10.24215/23143738e016

Secretaria de Agroindustria. (2018). *Alimentos y cocinas regionales de América* (INTA, Cur.). https://inta.gob.ar/sites/default/files/lib_foroagricultura_v9.pdf

Socatelli, M. (2013). Extracto del Libro: Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. In *Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica*. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf

TasteAtlas Awards. (2022). *TasteAtlas Awards: World's Best Cuisines*. https://www.tasteatlas.com/best/cuisines

Troncoso Pantoja, C. (s.d.). *Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable*. Perspectivas en Nutrición Humana. https://doi.org/10.17533/udea.penh.v21n1a08

Valderrama, S. (2015). Pasos Para Elaborar Proyectos de Investigacion Cientifica. In *In Editorial San Marcos*.

Vargas Cordero, Z. (2009). La Investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, *33*(1), 155–165. http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/538

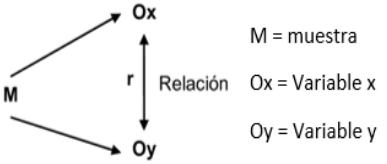
Velásquez Utrera, A., & Garlobo Real, E. (2020). La gastronomía, la cultura y el patrimoniopara un turismo sostenible. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valore*, *7*(49), 1–15. https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2142/2198

Vélez, J. (2012). Diseño, tecnología y gastronomía. *Revista S&T*, *10*(22), 93–101.

Wekook Academy. (s.d.). *La importancia de una buena experiencia gastronómica*. Recuperatus 27 september 2023, ab https://wekookacademy.com/experiencia-gastronomica-wekook-academy/

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Problema General: ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022? **Problemas específicos:** 1. ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022? 2. ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022? 3. ¿Cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022?	**Objetivo General:** Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022. **Objetivos Específicos:** 1. Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022. 2. Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022. 3. Determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.	**Hipótesis General:** El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete – 2022. **Hipótesis específicas:** 1. El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la oferta turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022. 2. El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de la demanda turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022. 3. El turismo gastronómico sostenible influye para el desarrollo de los operadores turísticos en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022.	**Variable 1:** Turismo Gastronómico Sostenible **Montecinos, (2012)** Dimensiones • Gastronomía • Turismo Gastronómico • Sostenibilidad Alimentaria **Variable 2:** Actividad Turística **Torres y Vásquez, (2015)** Dimensiones. • Oferta Turística • Demanda Turística • Operadores Turísticos	**MÉTODO:** Hipotético- deductivo **ENFOQUE:** Cuantitativo **TIPO:** Aplicada **Nivel: C**orrelacional - Causal **DISEÑO:** No experimental  **CORTE:** transversal **POBLACIÓN: 26 233 habitantes del distrito de Nuevo Imperial.** **MUESTRA:** No probabilística por conveniencia 80 pobladores del distrito de Nuevo Imperial **INSTRUMENTO: C**uestionario

Anexo 2: Instrumento (validado)

ENFOQUE CUANTITATIVO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	El sector gastronómico es uno de los principales atractivos del distrito de Nuevo Imperial	✔		✔		✔		
2	Considero adecuado consumir platillos o alimentos acompañado de cócteles o bebidas típicas de la región	✔		✔		✔		
	DIMENSIÓN 2	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
3	Los platillos preparados de manera tradicional son los más solicitados por los turistas	✔		✔		✔		
4	Considero, que con un plan de desarrollo y promoción del turismo gastronómico Nuevo Imperial tiene una mayor afluencia de visitantes	✔		✔		✔		
5	Los turistas quedan satisfechos con el uso de productos naturales y saludables para la elaboración de platillos del distrito de Nuevo Imperial	✔		✔		✔		
	DIMENSIÓN 3	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
6	El turismo gastronómico significa un rubro importante en la economía del distrito de Nuevo Imperial	✔		✔		✔		
7	El sector agrícola del distrito se beneficiaría si aumenta el turismo gastronómico	✔		✔		✔		
8	La economía del distrito de Nuevo Imperial es influenciada positivamente por el ingreso de turistas	✔		✔		✔		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [✔]** **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg**: Saara Huaches Llocya** **DNI: 43369341**

Especialidad del validador: Licenciada en Administración en Turismo

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

22 de noviembre del 2022



Firma del Experto Informante.

ENFOQUE CUANTITATIVO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURISTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Los turistas valoran las actividades turísticas del distrito	✔		✔		✔		
2	Los turistas aprecian los servicios turísticos de la localidad	✔		✔		✔		
3	Los turistas se quedan satisfechos con el servicio que brindan los restaurantes en el distrito de Nuevo Imperial	✔		✔		✔		
4	Los turistas valoran las comidas y bebidas del distrito	✔		✔		✔		
5	Considero que los turistas están satisfechos con la comunidad cuando los visitan	✔		✔		✔		
	DIMENSIÓN 2	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
6	Considero que la llegada de turista beneficia la economía local del distrito	✔		✔		✔		
7	Los turistas participan de las actividades turísticas en la localidad	✔		✔		✔		
8	Los turistas aprecian las expresiones artísticas de la comunidad (cerámicas, danzas, textilería, etc.).	✔		✔		✔		
	DIMENSIÓN 3	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
9	Considero que las empresas turísticas ofrecen servicios de buena calidad	✔		✔		✔		
10	Las agencias de viajes que visitan su comunidad son empresas confiables	✔		✔		✔		
11	Estoy de acuerdo que las agencias de viaje proporcionen oportunidad de trabajo en el distrito	✔		✔		✔		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [✔]** **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg**: Saara Huaches Llocya** **DNI: 43369341**

Especialidad del validador: Licenciada en Administración en Turismo

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Firma del Experto Informante.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

ENFOQUE CUANTITATIVO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	El sector gastronómico es uno de los principales atractivos del distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
2	Considero adecuado consumir platillos o alimentos acompañado de cócteles o bebidas típicas de la región	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
3	Los platillos preparados de manera tradicional son los más solicitados por los turistas	x		x		x		
4	Considero, que con un plan de desarrollo y promoción del turismo gastronómico Nuevo Imperial tiene una mayor afluencia de visitantes	x		x		x		
5	Los turistas quedan satisfechos con el uso de productos naturales y saludables para la elaboración de platillos del distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
6	El turismo gastronómico significa un rubro importante en la economía del distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
7	El sector agrícola del distrito se beneficiaría si aumenta el turismo gastronómico	x		x		x		
8	La economía del distrito de Nuevo Imperial es influenciada positivamente por el ingreso de turistas	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: María Guadalupe Valiente Campos de Vereau DNI: 42848355
Especialidad del validador: Licenciada en Turismo y Hotelería

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

22 de noviembre del 2021



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

---

Firma del Experto Informante.

ENFOQUE CUANTITATIVO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURISTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Los turistas valoran las actividades turísticas del distrito	x		x		x		
2	Los turistas aprecian los servicios turísticos de la localidad	x		x		x		
3	Los turistas se quedan satisfechos con el servicio que brindan los restaurantes en el distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
4	Los turistas valoran las comidas y bebidas del distrito	x		x		x		
5	Considero que los turistas están satisfechos con la comunidad cuando los visitan	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
6	Considero que la llegada de turista beneficia la economía local del distrito	x		x		x		
7	Los turistas participan de las actividades turísticas en la localidad	x		x		x		
8	Los turistas aprecian las expresiones artísticas de la comunidad (cerámicas, danzas, textilería, etc.)	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
9	Considero que las empresas turísticas ofrecen servicios de buena calidad	x		x		x		
10	Las agencias de viajes que visitan su comunidad son empresas confiables	x		x		x		
11	Estoy de acuerdo que las agencias de viaje proporcionen oportunidad de trabajo en el distrito	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [ ] No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: María Guadalupe Valiente Campos de Vereau DNI: 42848355
Especialidad del validador: Licenciada en Turismo y Hotelería

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

22 de noviembre del 2021



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

---

Firma del Experto Informante.

ENFOQUE CUANTITATIVO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	El sector gastronómico es uno de los principales atractivos del distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
2	Considero adecuado consumir platillos o alimentos acompañado de cócteles o bebidas típicas de la región	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
3	Los platillos preparados de manera tradicional son los más solicitados por los turistas	x		x		x		
4	Considero, que con un plan de desarrollo y promoción del turismo gastronómico Nuevo Imperial tiene una mayor afluencia de visitantes	x		x		x		
5	Los turistas quedan satisfechos con el uso de productos naturales y saludables para la elaboración de platillos del distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
6	El turismo gastronómico significa un rubro importante en la economía del distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
7	El sector agrícola del distrito se beneficiaría si aumenta el turismo gastronómico	x		x		x		
8	La economía del distrito de Nuevo Imperial es influenciada positivamente por el ingreso de turistas	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

_____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg**: MAGUIÑA VALLEJOS LEONEL ROLANDO** **DNI: 10537915**

Especialidad del validador: Mg. en ciencias gastronómicas

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

22 de noviembre del 2022



Firma del Experto Informante.

ENFOQUE CUANTITATIVO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ACTIVIDAD TURISTICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia[1]		Relevancia[2]		Claridad[3]		Sugerencias
	DIMENSIÓN 1	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Los turistas valoran las actividades turísticas del distrito	x		x		x		
2	Los turistas aprecian los servicios turísticos de la localidad	x		x		x		
3	Los turistas se quedan satisfechos con el servicio que brindan los restaurantes en el distrito de Nuevo Imperial	x		x		x		
4	Los turistas valoran las comidas y bebidas del distrito	x		x		x		
5	Considero que los turistas están satisfecho con la comunidad cuando los visitan	x		x		x		
	DIMENSIÓN 2	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
6	Considero que la llegada de turista beneficia la economía local del distrito	x		x		x		
7	Los turistas participan de las actividades turísticas en la localidad	x		x		x		
8	Los turistas aprecian las expresiones artísticas de la comunidad (cerámicas, danzas, textilería, etc.)	x		x		x		
	DIMENSIÓN 3	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
9	Considero que las empresas turísticas ofrecen servicios de buena calidad	x		x		x		
10	Las agencias de viajes que visitan su comunidad son empresas confiables	x		x		x		
11	Estoy de acuerdo que las agencias de viaje proporcionen oportunidad de trabajo en el distrito	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir [ ]** **No aplicable [ ]**

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: MAGUIÑA VALLEJOS LEONEL ROLANDO **DNI: 10537915**

Especialidad del validador: Mg. en ciencias gastronómicas

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
[2]**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

22 de noviembre del 2021



Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

---

Firma del Experto Informante.

Anexo 3: Instrumento de Investigación

CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS VARIABLES: TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA

Por medio del presente, yo Jenifer Lisbeth Casas Yaya, alumna de la Universidad Nacional de Cañete, le informo para fines de investigación científica que, en la Escuela de Administración de Turismo y Hotelería, me encuentro desarrollando el proyecto de investigación denominada "Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial – Cañete, 2022" el mismo que estoy elaborando, en concordancia con lo normado en el Código de Ética de la Universidad.

El proyecto implica la aplicación de cuestionarios, con el objetivo de determinar cómo influye el turismo gastronómico sostenible en el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial. Su participación es libre y voluntaria y contribuirá a elaborar nuevas propuestas y estrategias pedagógicas que logren las competencias profesionales en el posgrado para lograr la inserción y/o sostenibilidad en el mercado laboral.

1775992626@undc.edu.pe Cambiar de cuenta

No compartido

GENERO

- ◯ MASCULINO
- ◯ FEMENINO

EDAD

Tu respuesta

Siguiente Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Nacional de Cañete. Denunciar abuso

Google Formularios

CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS VARIABLES: TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA

1775992626@undc.edu.pe Cambiar de cuenta

No compartido

TURISMO GASTRONÓMICO

1. El sector gastronómico es uno de los principales atractivos del distrito de Nuevo Imperial

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

2. Considero adecuado consumir platillos o alimentos acompañado de cócteles o bebidas típicas de la región

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

3. Los platillos preparados de manera tradicional son los más solicitados por los turistas

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

4. Considero, que con un plan de desarrollo y promoción del turismo gastronómico Nuevo Imperial tiene una mayor afluencia de visitantes

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

5. Los turistas quedan satisfechos con el uso de productos naturales y saludables para la elaboración de platillos del distrito de Nuevo Imperial

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

6. El turismo gastronómico significa un rubro importante en la economía del distrito de Nuevo Imperial

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

7. El sector agrícola del distrito se beneficiaría si aumenta el turismo gastronómico

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

8. La economía del distrito de Nuevo Imperial es influenciada positivamente por el ingreso de turistas

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS VARIABLES: TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE Y ACTIVIDAD TURÍSTICA

1775992626@undc.edu.pe Cambiar de cuenta

No compartido

ACTIVIDAD TURISTICA

1. Los turistas valoran las actividades turísticas del distrito

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

2. Los turistas aprecian los servicios turísticos de la localidad

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

3. Los turistas se quedan satisfechos con el servicio que brindan los restaurantes en el distrito de Nuevo Imperial

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

4. Los turistas valoran las comidas y bebidas del distrito

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

5. Considero que los turistas están satisfecho con la comunidad cuando los visitan

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

6. Considero que la llegada de turista beneficia la economía local del distrito

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

7. Los turistas participan de las actividades turísticas en la localidad

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

8. Los turistas aprecian las expresiones artísticas de la comunidad (cerámicas, danzas, textilería, etc.)

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo



9. Considero que las empresas turísticas ofrecen servicios de buena calidad

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

10. Las agencias de viajes que visitan su comunidad son empresas confiables

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

11. Estoy de acuerdo que las agencias de viaje proporcionen oportunidad de trabajo en el distrito

- ◯ Totalmente de acuerdo
- ◯ De acuerdo
- ◯ Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- ◯ En desacuerdo
- ◯ Totalmente en desacuerdo

Atrás Enviar Borrar formulario

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

Código N°008-2024

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD

Yo, Dra. Yrene Cecilia Uribe Hernández Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales valido el informe titulado: "Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en Nuevo Imperial - Cañete, 2022"

Cuyo autor es Jenifer Lisbeth Casas Yaya, identificado con DNI N° 75992626, declaro que la evaluación realizada por el programa informático, ha constatado un porcentaje de similitud del **9%**, verificable en el resumen de reporte automatizado de similitudes que se adjunta.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidenciasdetectadas dentro del porcentaje de similitud no constituye plagio, y que el documentocumple 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 respectivadel proceso.

Cañete, 01 de agosto del 2024

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitudes
- Recibo Digital

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

Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en Nuevo Imperial - Cañete, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	9%	2%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	rest7.undc.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	portal.undc.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	vdocs.mx Fuente de Internet	1%
6	ojs.revistaturismoypatrimonio.com Fuente de Internet	1%
7	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unp.edu.pe 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:	JENIFER LISBETH CASAS YAYA
Título del ejercicio:	TESIS POR SUSTENTAR
Título de la entrega:	Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desa...
Nombre del archivo:	TESIS_ACTUALIZADA_2023_REVISI_N.pdf
Tamaño del archivo:	1M
Total páginas:	93
Total de palabras:	20,155
Total de caracteres:	121,810
Fecha de entrega:	14-feb.-2024 05:33p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre...	2295019326



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

"Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en Nuevo Imperial - Cañete, 2022"

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

AUTORA

Bach. Jenifer Lisbeth Casas Yaya

ASESOR

Dra. Nieves Elva Rubio Chapoñan

ORCID: 0000-0003-3632-9708

CAÑETE, PERÚ

2023

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° 068-2024

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 08:00 horas, del día 23 de setiembre del 2024, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 339-2024-UIFCE/FCE/UNDC

Presidente (a): Dr. Edgar Augusto Salinas Loarte.
Secretario (a) : Mg. María Guadalupe Valiente Campos.
Vocal : Mg. Julio Wu Matta.
Suplente : Mg. Giovanna Rocío Pizarro Osorio.
Asesor(a) : Dra. Nieves Elva Baños Chaparro.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"Influencia del turismo gastronómico sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito de Nuevo Imperial, Cañete - 2022"**; presentado por la Bachiller Jenifer Lisbeth Casas Yaya, 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			17			17
Dominio del tema			17			17
Visión holística del trabajo			17			17
Promedio						17

** 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
17	17	17

(*) 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: ..17.. (...DIECISIETE...)

- 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 8:40 Horas se dió por terminado el acto de sustentación.

Mg. María Guadalupe Valiente Campos Secretario(a)	Dr. Edgar Augusto Salinas Loarte Presidente(a)	Mg. Julio Wu Matta Vocal	Dra. Nieves Elva Baños Chaparro Asesor(a)